

Eettinen muoti ja valokuvaus



Laura Salo

Laura Salo
Opinnäytetyö, kevät 2021
Yrkeshögskolan Novia, Pietarsaari
Kuvataiteilija, valokuvaus

Ohjaajat: Kasper Dalkarl ja Lars Rebers
Sivumäärä: 52
Kieli: suomi

Examensarbete, vår 2021
Yrkeshögskolan Novia, Jakobstad
Bildkonstnär, fotografering

Handledare: Kasper Dalkarl och Lars Rebers
Sidantal: 52
Språk: finska

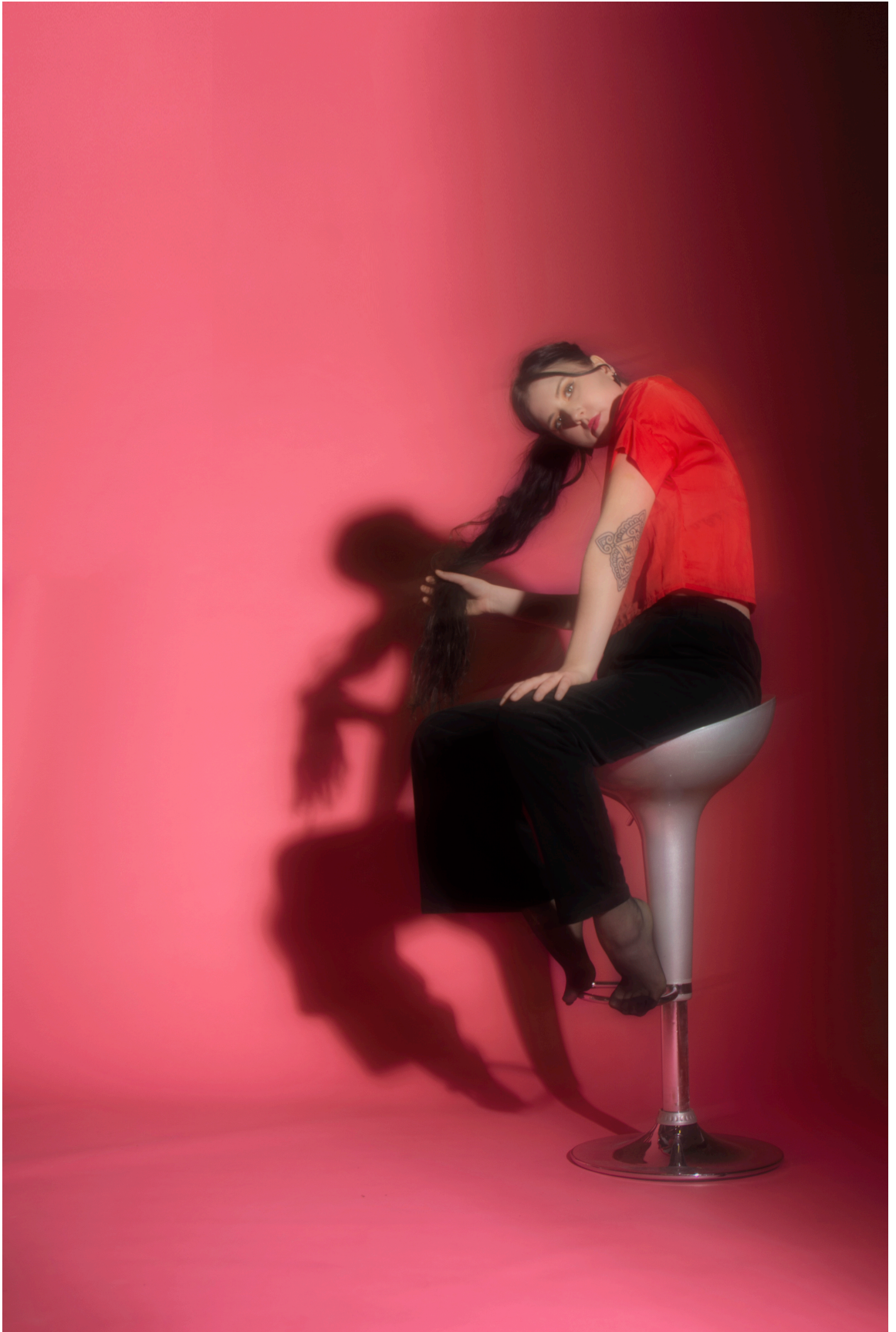
Sisällysluettelo

Kuvat	5
Abstrakti	28
Johdanto	29
Työprosessi	32
Esikuvat ja visuaalinen inspiiraatio	34
Kuvakieli ja tekniikka	38
Eettinen muoti	40
Eettinen muoti ja valokuvaus	43
Oma näkemykseni eettiseen muotiin	48
Yhteenveto	50
Lähteet	51













































Abstrakti

Tutkin opinnäytetyössäni eettisen muodin ja valokuvan suhdetta. Opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta. Ensimmäinen osuus on visuaalinen kokonaisuus, jossa on editorial -tyylisiä muotikuvia. Kuvissa mallien yllä on Muka Va vaatteita. Muka Va on kotimainen vaatemerkki, jolla on eettiset toimintatavat. Toinen osuus on tekstiosio, jossa käsittelem eettistä muotia, eettisten vaatebrändien käyttämien valokuvien kuvakieltä, työprosessiani ja ammatillisia esikuviani.

Avainsanat: eettinen muoti, muotikuvaus, studiokuvaus

Abstrakt

I mitt examensarbete undersöker jag relationen mellan etisk mode och fotografi. Mitt examensarbete består av två delar. Den första delen är en visuell helhet bestående av mode fotografier i editorial- stil. I bilderna bär modellerna kläder av märket Muka Va. Muka Va är ett inhemskt och etisk mode märke. Den andra delen består av text där jag behandlar etisk mode, bildspråket inom etiskt mode, min jobbprocess och mina förebilder inom branschen.

Nyckelord: etiskt mode, modefotografering, studiofotografering

Abstract

In my thesis, I research the relationship between ethical fashion and photography. Thesis is divided in two parts. The first part is a visual set of editorial photographs where the models are wearing Muka Va. Muka Va is a Finnish clothing brand with ethical practices. In the second part I contemplate the topic of ethical fashion, the visual language of ethical clothing brands, my working process and my professional role models through text.

Keywords: ethical fashion, fashion photography, studio photography

Johdanto

Muoti ja tyyli on aina ollut yksi suurimpia kiinnostuksenkohteitani, sillä minusta se on tärkeä osa elämää ja olen aina inspiroitunut vaatteista. Siispä, kun aloin miettimään lopputyön aihetta, päätin lähes heti, että aihe liittyisi jotenkin vaatteisiin ja muotiin.

Vaatteet ovat yksi yleisimpiä ja helpoimpia tapoja, miten itseään voi ilmaista. Kautta historian ihmisillä on ollut tarve ilmaista itseään ja luultavasti halu itsensä ilmaisuun on vain kasvanut. Pukeutuu sitten kokomustaan minimalistisesti tai värikkäästi boheemiin tyylin, kaikki haluavat kertoa vaatteillaan muille ihmisille jotain itsestään. Itselleni oma tyylini ja miten pukeudun, on tärkeä osa identiteettiäni. Tästä syystä vaatetuksella on suuri merkitys itselleni.

Valitsin aiheekseni eettisen muodin pohdittuani mistä kulmasta haluan opinnäytetyötäni käsitellä. Vaikka pidän vaatteista paljon, olen pitkään tiedostanut alan haittapuolet ja ongelmat. Halusin siis valita aiheen, joka kiinnostaa minua ja vastaa myös omia arvojani. Tiesin myös heti, että haluan tehdä yhteistyötä brändin kanssa, jolla on aiheeseen sopivat arvot ja työmenetelmät. Muka Va on vaatemerkki, joka on minulle tuttu vuosien ajalta, joten päätin lähestyä heitä.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on tuottaa muotikuvia, joita voin itse käyttää portfolioissani ja Muka Va voi käyttää markkinoinnissa sosiaalisessa mediassa, esim. Instagramissa. Tavoitteenani oli kuvata studiossa editorial-kuvia katalogikuvien sijaan. Itse määrittelin editorial- ja katalogikuvien eron sillä, että editorial-kuvien päämäärä ei ole niinkään esitellä tuotetta, toisin kuin katalogikuvan. Katalogikuvan pääpointti on näyttää vaate sellaisena kuin se on. Editorial-kuvat eivät myöskään välttämättä ole ilmaisultaan perinteisiä, vaan voivat käyttää luovempia keinoja. Omasta mielestäni studiossa on vaikeampaa ottaa editorial-kuvia, mutta eri kuvakulmilla myös studiossa saa otettua niitä katalogikuvien sijaan. Editorial-kuvat eivät ole niin rajoittuneita kuin katalogikuvat, vaan niissä voi myös tehdä erikoisia valintoja editoinnissa.

Työprosessi

Aloittaessani lopputyötä otin yhteyttä Muka Va nimiseen liikkeeseen ja kysyin, olisivatko he kiinnostuneita tekemään yhteistyötä kanssani opinnäytetyöhöni liittyen. Päätin ottaa heihin yhteyttä, koska Muka Va on eettisesti toimiva yritys, ja olen aina pitänyt heidän valmistaan vaatteita kauniina.

He innostuivat ideasta, joten aloin suunnittelemaan kuvauksia. Aloin etsimään malleja, jotta pystyisin sopimaan aikatauluista. Sain lainaksi vaatteita kuvauksiin, jotka kävin hakemassa Muka Van liikkeestä Tampereelta. Päätin kuvata Pietarsaaressa, sillä suurin osa malleista asuivat siellä, ja loput olivat valmiita matkustamaan sinne kuvausten ajaksi. Valitsin kuvauspaikaksi studion, jotta pystyisin itse kontrolloimaan valoa paremmin.

Kuvaan yleensä miljöössä, joten halusin myös mennä oman mukavuusalueeni ulkopuolelle. Kuvausten jälkeen tuli kuvien karsiminen ja valitseminen. Halusin editoida kuvat tavalla, joka muistuttaisi valokuvieni tyyliä, jotka on kuvattu miljöössä. Olin useasti mukavuusalueeni ulkopuolella opinnäytetyötä tehdessäni: kuvasin studiossa sekä kuvasin malleja, joiden kanssa en ollut ennen työskennellyt.

Esikuvat ja visuaalinen inspiiraatio

Yhdet suurimmista esikuvistani ovat Petra Collins ja Harley Weir.

Lontoolainen Harley Weir tunnetaan nuoruusaikaan keskittyneestä muotivalokuvauksestaan. Weir kuvaa läheisyyttä naisen katseen, eli "female gazen" kautta. Weir tutkii ihmisen muotoa. Hänen työnsä keskittyy usein tiettyihin ruumiinosiin tai piirteisiin. Weir tunnetaan intiimeistä kuvistaan, elokuvistaan, sekä editorial-kuvistaan. Hän on myös kuvannut kampanjoita monille luksusbrändeille.

Weir kiinnittää paljon huomiota väreihin ja kompositioon kuvatessaan. Hänen kuvissaan näkyy usein välähdyksiä paljaista ruumiinosista. Vaikka hänen kuvansa ovat usein eroottisia, niissä on silti jotain herkkyyttä. Weirin näkökulma on tulla lähelle kuvattavaa kohdetta, mikä näkyy selvästi hänen töissään.

Pidän hänen töissään erityisesti hänen värimaailmoistaan. Huomaan, että hänellä on silmää väreille. Hänen töissään toistuu mielenkiintoiset kuvakulmat. Pidän hänen lähikuvistaan paljon, ne ovat kaikessa yksinkertaisuudessaan mielenkiintoisia. En ole varma kuinka paljon Weir käyttää kuvissaan luonnonvaloa ja kuinka paljon salamaa, mutta omaan silmääni hänen kuvissaan on hyvin luonnollinen valo, josta pidän. Hänen kuvistaan myös huomaa kuinka hän kiinnittää valoon huomiota.



Petra Collins on kanadalainen taiteilija, malli ja valokuvaaja. Hänen omintakeinen estetiikkansa on tehnyt hänestä yhden New-Wave-feminismin johtavista äänistä. Hän on osa nuorten naistaiteilijoiden ryhmää, joka on ollut vahva suunnannäyttävä Female Gaze -valokuvan aallossa.

Collinsin ensimmäinen merkittävä valokuvaustyö, joka julkaistiin Tavi Gevinsonin Rookie-lehden kannessa, oli analogisesti kuvattu. Tämän jälkeen hän jatkoi filmille kuvaamista. Hänen valokuvaukselleen on ominaista naisellinen, unenomainen tunnelma. Vaikka monet saattavat nähdä osan Collinsin töistä surrealistisena, hän kuvaa vain omaa todellisuuttaan, eikä itse näe siinä mitään surrealistista. Analoginen kamera tuo jo utuisiin kuviin lisää samanhenkistä tunnelmaa.

Kuten Weirin kuvissa, myös Collinsin kuvissa pidän hänen värimaailmastaan ja tunnelmasta, jota hänen kuvansa välittävät. Pidän myös Collinsin polaroid-kuvista, jotka ovat myös hyvin tarkkaan harkitun oloisia, vaikka ovatkin enemmän snapshot-tyylisiä. Heidän kuvansa ovat erilaisia toisiinsa verrattuna, mutta silti heidän kuvamaailmoissaan on jotain hyvin samankaltaista. Heidän molempien kuvissa on tietynlaista herkkyyttä ja haavoittuneisuutta, jota haluan itsekin kuvissani välittää. Heidän kuvistaan pystyy kertomaan, että malli tuntee olonsa kotoisaksi ja turvalliseksi heidän edessään. Mallin ja kuvaajan välillä on luottamusta.



Otin myös inspiraatiota Area-merkin vaatekampanjoista. Etenkin heidän vuoden 2016 syksy/ talvi- malliston kampanjakuvissa on paljon studiokuvia, jotka inspiroivat minua. Otin inspiraatiota heidän editointityylistään, joka on myös utuinen.



Kuvakieli ja tekniikka

Kuvien kuvakieli on pääosin yksinkertainen ja vähäeleinen. Se heijastaa hyvin Muka Van suunnittelemaa vaatteita, jotka ovat myös malleiltaan yksinkertaisia. Kuvissa yritin tuoda samoja asioita esille, joista pidän Harley Weirin ja Petra Collinsin kuvissa, vaikka kuvasinkin studiossa. Joissain kuvissa käytin kukkia rekvisiittana, sillä omasta mielestä ne sopivat teemaan hyvin.

Halusin suurimmaksi osaksi käyttää pehmeää valoa kuvissa, jotta saisin niihin hempeämmän fiiliksen, jota yritän tuoda kuviini lähes aina. Päätin kuitenkin, että kokeilen myös hieman erilaisia ja dramaattisempia valotuksia, jotta saisin kuviini hieman variaatiota. Pidän myös dramaattisempien kuvien lopputuloksesta. Editoin kaikki kuvat samalla tyylillä, joten koen, että kuvat kuitenkin sopivat yhteen hyvin.

Pyysin malleja poseeraamaan tavalla, joka oli heille itselleen luonteva. Näin kuvista välittyä tunnelma, että malleilla on mukava olo kameran edessä. Päädyin tähän valintaan, koska tutkimieni brändien kuvissa mallit olivat luontevissa asennoissa.

Käytin vaaleanpunaista- ja sinistä taustaa, koska ne ovat pehmeitä värejä. Feminiinisyys, herkkyyttä, haavoittuvaisuutta. Kuvissa halusin tuoda esille samoja teemoja kuin esikuvillani. Näitä teemoja ovat feminiinisyys, herkkyys ja haavoittuvaisuus. Hemptä sävyjä käyttämällä pyrin tuomaan tavoittelemaani tunnelmaa studio-olosuhteisiin.

Kuvaamani mallit eivät ole ammattimalleja, vaan he ovat tavallisia nuoria naisia. Mielestäni he voisivat hyvin olla esimerkiksi Muka Van asiakkaita.

Eettinen muoti

Yksinkertaisin tapa määritellä eettinen muoti on kutsua sitä pikamuodin vastakohtaksi. (Pöllänen, s. 5, 2020). Vaikka termin määritteet ja standardit vaihtelevat, periaatteena on aina valmistaa vaatteet eettisesti tarjoten työntekijöille hyvät työolosuhteet sekä tarjota kestävä liiketoimintamalli vaatteiden alkuperämaassa. (Barnes, s. 361, 2006)

Nykyään ei ole mitään vaikeuksia löytää uusia vaatteita. Monista muotiketjuista löytyy vaatteita erittäin edulliseen hintaan, ja esimerkiksi Zara tuo uusia tuotteita myymälöihin joka viikko. Vaate- ja tekstiiliteollisuuden ongelmat, kuten saasteet ja epäoikeudenmukaiset työolot, ovat nousseet esille julkisessa keskustelussa, jonka seurauksena myös pikamuotiyritykset ovat tuoneet markkinoille ympäristöystävällisempiä sivumallistoja. Kuitenkin näiden sivumallistojenkin tuotteiden vaihtuvuus ja halvat hinnat ovat samaa luokkaa kuin muidenkin saman yrityksen tuotteiden, joten niiden eettisyys on silti kyseenalaista. (Aakko, s. 39, 2013) Mielestäni tämän voi laskea viherpesuksi.

Pikamuotibrändit ja niiden toimintatavat ovat suuri syy siihen, miksi muotiteollisuudesta on tullut yksi maailman pahimmista saastuttajista lyhyessä ajassa. Niiden tavoitteena on maksimoida voitto, minkä seurauksena on massatuotantoa, jonka laadusta ei välitetä. Muotiteollisuuden hiilijalanjälki on erittäin korkea, koska tuotteet valmistetaan Aasian maissa kotimaan sijaan, jonka seurauksena rahtialukset ja lentokoneet joutuvat kuljettamaan tavaraa useasti.

Yli puolet valmistetuista vaatteista ovat tehty keinokuituja, kuten polyesteriä käyttäen. Synteettisten kuitujen tuotanto vapauttaa merkittäviä määriä kasvihuonekaasuja ja ne päätyvät kaatopaikoille, koska synteettiset materiaalit eivät hajoa ajan myötä. (Pöllänen, s. 12, 2020)

Vaatteiden hitaampi kulutus on yksi tapa edistää kestävästä muotia. (Aakko, s. 39, 2013) Olen huomannut, että vaatteita kulutetaan nykyään enemmän, mutta niiden käyttöikä on lyhentynyt huomattavasti. Se jo kertoo, että vaatteista on tullut heikkolaatuisia. Muutaman euron paitoja ja hameita voi käyttää vain kerran tai pari ja sen jälkeen ostaa uuden tilalle.

Siksi minusta on tärkeää tukea pieniä ja paikallisia vaatemerkkejä, jotka tiedostavat ympäristövaikutukset ja keskittyvät enemmän tuotteen laatuun kuin nopeaan vaihtuvuuteen. He valitsevat laadukkaita ja kestäviä materiaaleja ja valmistavat tuotteet ammattitaidolla.

Olen pannut merkille, että pienet ja paikalliset vaatemerkit keskittyvät enemmän klassisiin ja ajattomiin vaatteisiin. Tietenkin he ottavat myös vaikutteita hetkellisistä trendeistä, mutta silti he valmistavat vaatteita, joissa on ajattomuutta. Nämä vaatteet ovat sijoituksia, jotka kestävät vuodesta toiseen. Laadukkaat vaatteet myös vähentävät kulutustamme – jos materiaali on laadukas, kestää vaate pidempään eikä koko ajan tarvitse ostaa uusia tilalle.

Eettinen muoti ja valokuvaus

Tutkittuani joitain tavanomaisia vaatemerkkejä ja verrattuani niitä eettisiin vaatemerkkeihin, huomasin joitain eroja.

Eettisen Lonely labelin kampanjoiden valokuvissa on pehmeä ja melko luonnollinen valaistus. Jopa studiossa otetuissa kuvissa on todella pehmeä valo, joka näyttää hyvin luonnonvalolta. Kuvat näyttävät melko vähän editoiduilta mallien suhteen ja malleilla on paljon eri vartalotyypppejä.

Varsinkin heidän alusvaatekampanjoissaan on monia eri kokoisia ja muotoisia malleja, jotka näyttävät naisilta, joita näkee kaikkialla. Heidän kampanjoissaan on myös paljon eri ikäisiä malleja. Kuvat ovat harkittuja, mutta niissä on edelleen jonkin verran raakuutta ja haavoittuvuutta. Mallit näyttävät myös siltä, että heillä on mukava olo kuvissa ja heidän asentonsa tuntuvat olevan luonnollisia heille itselleen eivätkä he joudu pakottamaan itseään epämukaviin asentoihin, joissa on vaikea olla. Se, että heillä on mukava olo kuvaustilanteessa, näkyy myös heidän kasvoillaan. Kuvakieli on melko yksinkertainen, mutta mielestäni ne näyttävät silti mielenkiintoisilta.



Toinen eettinen brändi, jonka kuvia tulkitsin, Reformation, oli hyvin samankaltainen Lonely labelin kanssa. Kiinnitin huomiota siihen, että heidän kuvissaan oli vähemmän erilaisia vartalotyypppejä. Ihmisiä eri etnisistä taustoista oli paljon. Heidän kuvansa näyttivät enemmän muokatuilta, mutta silti photoshopia oli käytetty maltillisesti. Mallit näyttivät itseltään sekä heidän ihonsa näytti iholta, eikä liian editoidulta.



Olivia Rose the Label on toinen eettinen brändi, jonka kuvissa näkyvät hyvin samanlaiset teemat ja aatteet. Heidän kuvakielensä oli hieman enemmän asenteikkaampi. Asennot olivat mielestäni dynaamisempia, vaikka poseeraukset olisivatkin muuten olleet yksinkertaisia. He käyttivät myös jyrkempää valaistusta joissakin kuvissa. Valaistus oli myös suurempi, kuvissa ei ollut varjoja. Tunnelma oli kuitenkin yhtä pehmeä kaikissa kuvissa. Heillä ei myöskään näytä olevan paljon editoituja kuvia. Mielestäni he olivat vähiten monipuolisia mallien suhteen, tosin näytti siltä, että he käyttävät vain muutamaa tiettyä mallia.



Huomasin myös, että jokaisella brändillä meikki oli melko luonnollinen ja hohtava, eikä raskasta silmämeikkiä ollut juuri ollenkaan. Hiustyyliä olivat myös luonnollisia tai erittäin yksinkertaisia kampauksia.

On paljon harvinaisempaa nähdä monimuotoisuutta malleissa tavanomaisten vaatebrändien editorialeissa. Tosin, he ovat myös alkaneet käyttää muitakin kuin vaaleaihoisia malleja viime vuosina, mutta silti enimmäkseen mallit ovat ihonväriltään vaaleita ja hoikkia, ellei erityistä kehopositiivista kampanjaa ole meneillään.

Luulen, että näyttämällä vain yhdentyypistä ihmistä, joka sopii kauneusihanteeseen (vaalea ja laiha), joka jollain tavalla ruokkii ihmisten epävarmuutta, on sinänsä melko epäeettistä. Ehkä tavanomaiset vaatemerkit ovat jo sen takia epäeettisiä, ilman, että otetaan edes huomioon vaatteiden valmistustapaa. Tämä pätee koko muoti- ja kauneusteollisuuteen, mutta mielestäni eettiset tuotemerkit asettavat naisille realistisempia kauneusihanteita.

Oma näkemykseni eettiseen muotiin

Vaikka pidänkin muodista ja vaatteista paljon, mielessäni pyörii aina, kuinka epäeettinen ala on suurilta osin. Niin sanottu pikamuoti on suuri osa alaa. Sitä näkee jokapäiväisessä elämässä kaikkialla. Vain kävelemällä sisään kauppakeskukseen vastaan tulee melkein kymmenen ketjuliikettä. Näiden halpojen liikkeiden mallistot saattavat vaihtua jopa kuukausittain, mikä on huomattavasti useammin kuin suurilla muotitaloilla.

Koska mallistot ovat niin tiheään vaihtuvia ja hinnaltaan halpoja, ovat myös käytettävät materiaalit halpoja. Vaatteet myös valmistetaan maissa, jossa työvoimalle voi maksaa aliarvoista palkkaa. Omatuntoani kolkuttaa joka kerta kun ostan minkä tahansa vaatteen H&M:stä tai vastaavasta liikkeestä.

Ostan silti pikamuotia, oikeastaan melkein kaikki omistamani vaatteet ovat pikamuotia. Tunnen syyllisyyttä joka kerta, kun teen uuden ostoksen. Tunnen itseni tekopyhäksi puhuessani aiheesta samaan aikaan kun itse teen epäeettisiä ostopäätöksiä vaatteiden suhteen.

Rakastin lapsena selata muotilehtiä ja leikkiä pukuleikkejä. Yläasteella kävimme parhaan ystäväni kanssa vaatekaupoissa päivittäin, sillä silloin ajattelimme, että joka viikko täytyy ostaa vähintään yksi uusi vaate. Lukiossa ostin vaatteita, jotka löysin vaatekaapistani muutaman kuukauden päästä vielä hintalappu kiinni. Ajattelin, että mitä enemmän vaatteita omistan sen parempi. Monessa suosikki tv-sarjoissani muoti oli suuressa osassa, ja yritin elää kuin lempihahmoni.

Kun katson taaksepäin ja mietin tuon aikaisia kulutustottumuksiani, minulle tulee epämukava olo. Nykyään ostan vähemmän ja yritän miettiä, tarvitsenko jotain vaatetta oikeasti. Käytän myös vaatteitani pitemmän ajan ja välttelen ostoksia, joista tiedän, etten pidä enää muutaman kuukauden päästä. Ostan vieläkin pikamuotia, mutta kulutustottumukseni ovat huomattavasti paremmat kuin peruskoulussa. Yritän parhaani ja toivon, että valintani ovat tarpeeksi hyviä siihen asti, kun minulla on varaa olla niin eettinen kuin haluaisin.

Yhteenveto

Vaikka aluksi olin hieman pettynyt, etten voi kuvata kauniissa kesämaisemissa, olen tyytyväinen lopputulokseen. Toinen vuodenaika innoitti minut kuvaamaan studiossa, mistä olen iloinen. Tämä oli tilaisuus kehittää kykyjäni studioalokuvaajana. Olin myös hieman peloissani, että saanko editorial-kuvia studiossa, mutta onnistuin mielestäni tavoitteessani. Sain myös lisää itseluottamusta ja innostusta kuvata jatkossakin uusia ja itselleni tuntemattomia malleja, jotka tulevat eri taustoista.

Lähteet

Barnes, L., Lea-Greenwood, G. 2006. Fast Fashion, Volume 10, Issue 3. Lontoo: Emerald Publishing Limited.

Niinimäki, K. 2013. Sustainable Fashion: New Approaches. Helsinki: Aalto Art Books.

Pöllänen, S. 2020. Consumers' Purchasing Behavior of Sustainable Fashion. [Online]

<https://www.businessoffashion.com/community/people/harley-weir>

<https://www.businessoffashion.com/community/people/petra-collins>

Visuaaliset lähteet

<https://www.instagram.com/lonelylingerie/>

<https://oliviarosethelabel.com>

<https://www.thereformation.com>

<https://www.instagram.com/petrafcollins/>

<https://www.tumblr.com/search/harley+weir>

