

Opinnäytetyö (AMK )

Kuvataide

2025

Tuija Marander

# Vammaiset ja pitkäaikaissairaat muotikuvissa



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Kuvataide

2025 | 53 sivua

Tuija Marander

## Vammaiset ja pitkäaikaissairaat muotikuvissa

Kuvataiteen opinnäytetyössä tarkastellaan miten vammaisia ja pitkäaikaissairaita on kuvattu muotikuvien kontekstissa. Tärkeimpinä kysymyksinä opinnäytetyössä on selvittää vammaisten ja pitkäaikaissairaiden mallien esiintyvyyden yleisyys muotikuvissa, sekä mahdollisia kuvaamisen tapoja. Aihetta lähestytään tarkastelemalla sitä keskeisten osa-alueiden kautta.

Aluksi keskitytään millä tavalla vammaisuutta on määritelty sekä vammaisten näkyvyyttä mediassa. Taiteellisen prosessin kuvaus antaa henkilökohtaista suhdetta opinnäytetyön aiheeseen. Muotikuvaa ja muotikuvien tyypillistä mallia hahmotellaan, koska se antaa taustaa opinnäytetyön aiheelle. Vammaisten ja pitkäaikaissairaiden mallien esiintymistä muotikuvissa käsitellään esimerkein sekä kauempaa historiasta, että lähempänä nykyhetkeä. Kahden sisältöanalyysin ja muiden aineistojen avulla pyritään vastaamaan keskeisiin opinnäytetyön kysymyksiin. Kirjoittaja esittää myös omia havaintoja vammaisten representaatiosta muotikuvissa.

Vammaisten ja kroonisesti sairaiden mallien yleisyyteen muotikuvissa ja muotimediassa havaitaan olevan kohtuullisen vähäistä. Kuitenkin on olemassa useita positiivisia merkkejä, jotka voivat luoda toivoa monimuotoisemmasta muotikuvastosta.

Asiasanat:

muoti, muotikuva, representaatio, vammainen, vammaisuus

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Fine Arts

2025 | 53 pages

Tuija Marander

## Disabled and chronically ill people in fashion photos

The visual arts thesis examines how disabled have been portrayed in the context of fashion photos. The most important questions in the thesis are to determine the prevalence of disabled models in fashion photos, as well as possible ways of portraying them. The topic is approached by examining it through key areas.

Initially, the focus is on how disability has been defined and the visibility of disabled people in the media. The description of the artistic process provides a personal relationship to the topic of the thesis. The fashion photo and the typical model of fashion photos are outlined, because it provides a background for the topic of the thesis. The appearance of disabled models in fashion photos is discussed with examples from both more distant history and closer to the present. With the help of two content analyzes and other materials, we aim to answer the central questions of the thesis. The author also presents her own observations about the representation of disabled models in fashion images.

The prevalence of disabled models in fashion images and fashion media is found to be relatively low. However, there are a number of positive signs that may create hope for a more diverse fashion scene.

Keywords:

fashion, fashion photography, representation, disabled, disability

# Sisältö

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Kuvat</b>                                  | <b>5</b>  |
| <b>1 Johdanto</b>                             | <b>6</b>  |
| <b>2 Vammaisuuden representaatio mediassa</b> | <b>8</b>  |
| 2.1 Vammaisuus                                | 8         |
| 2.2 Vammaisten näkyvyys mediassa              | 11        |
| <b>3 Pinnalla- kuvasarja</b>                  | <b>15</b> |
| 3.1 Inspiraation alku                         | 15        |
| 3.2 Kuvattava ensin                           | 18        |
| 3.3 Muotikuvan jäljillä                       | 19        |
| <b>4 Muotikuva</b>                            | <b>24</b> |
| 4.1 Muotikuvan määrittelyä                    | 24        |
| 4.2 Muotikuvan normaali malli                 | 25        |
| 4.3 Muotikuvan haastaminen                    | 27        |
| <b>5 Vammaisuuden kuvaus muotikuvissa</b>     | <b>30</b> |
| 5.1 Aiheen pohjustusta                        | 30        |
| 5.2 Vammaiset muotimediassa                   | 33        |
| 5.3 Muutoksen pilkahduksia                    | 37        |
| 5.4 Muutoksen mahdollisia hidasteita          | 41        |
| <b>6 Lopuksi</b>                              | <b>45</b> |
| <b>Lähteet</b>                                | <b>48</b> |
| <b>Kuvalähteet</b>                            | <b>52</b> |

## **Kuvat**

Kuva 1. Nick Knight, AnOther Magazine, 2015.

Kuva 2. Luis Sanchis, Gucci SS, 1998.

Kuva 3. Tuija Marander, Riikka, 2025.

Kuva 4. Tuija Marander, Jonna, 2025.

Kuva 5. Helmut Newton, High & Mighty Shoot, American Vogue, 1995.

Kuva 6. Nick Knight, 1998.

Kuva 7. Nick Kinght, 1998.

Kuva 8. Camila Falquez, Teen Vogue, 2018.

Kuva 9. Camila Falquez, Teen Vogue, 2018.

Kuva 10. Camila Falquez, Teen Vogue, 2018.

Kuva 11. Adama Jalloh, British Vogue, 2023.

# 1 Johdanto

Käsittelen opinnäytetyössäni tapaa, jolla vammaisia ja pitkäaikaissairaita on kuvattu muotikuvissa. Pohjustan opinnäytetyöllä Pinnalla -kuvasarjaa, joka käsittelee tätä aihetta. Koen, että erityisesti vammaisten representaatioon on kiinnitetty vähän huomiota muodin alalla. Vaikka muotikuvien mallien diversiteettikysymys ei ole uusi aihe, on edelleen valtavirrasta poikkeavia malleja kuvissa hätkähdyttävän vähän.

Keskityn opinnäytetyössä muotikuviin lähinnä naisille suunnattujen muotilehtien tai mainosten kontekstissa. Tämä rajausta johtuu ainoastaan omasta kiinnostuksesta ja kokemuksesta muotikuvien parissa.

Vaikka aiheeni keskittyy vain yhteen osaan median tuottamaa kuvastoa, ajattelen silti muotimedian olevan tärkeä representaation lähde. Muotilehtien sivuilla ja muodin mainoksissa vammattomat mallit ikään kuin muistuttavat kuluttajia siitä, kuka on ja kuka ei ole huomion arvoisen (Foster 2021, 12).

Haluan opinnäytetyön avulla selvittää, löytyykö aineistoa tai tutkimuksia siitä, miten vammaisia ja pitkäaikaissairaita on kuvattu muotikuvissa ja muotimediasa. Lähestyn aihetta sekä tieteellisten artikkeleiden että oman kokemuksen pohjalta.

Aluksi perehdyn tarkemmin vammaisuuden erilaisiin määrittelytapoihin. Käsittelen samalla vammaisuuteen liittyviä termejä. Tarkastelen hieman, miten vammaisuus on näkynyt mediassa laajemmin, kuin vain muodin parissa.

Seuraavassa osiossa keskityn taiteelliseen opinnäytetyöhöni. Pohjustan kuvien ohella omaa kiinnostustani muotikuviin.

Koen hyödylliseksi edetä määrittelemään muotikuvaa tarkemmin. Tutkin samalla minkälainen on tyypillinen muotikuvan malli. Tämä osio luo taustaa muotikuvien tarkastelemisessa vammaisten ja pitkäaikaissairaiden representaatiota ajatellen.

Viidennessä luvussa on eniten alaotsikoita, koska siinä pääsen koko opinnäytetyön pääkysymyksen pariin. Aloitan perehtymällä hieman vanhempiin tunnettuihin tapauksiin kuvata vammaisuutta muotikuvissa. Löysin kaksi tieteellistä artikkelia, joissa vammaisten representaatiota oli tutkittu erilaisissa muotimediaissa. Esittelen artikkeleista saadut johtopäätökset. Palaan tämän jälkeen uudempiin esimerkkeihin vammaisten näkyvyydestä muotimediassa. Lisään kappaleen loppuun omia havaintojani aineistosta, sekä millaisia mahdollisia selityksiä nykyiselle vammaisten representaation tilalle muotikuvissa on esitetty.

## 2 Vammaisuuden representaatio mediassa

### 2.1 Vammaisuus

Vammaisuus ei ole yksiselitteinen asia, ja vammaisuudesta on olemassa useita eri määrittelytapoja. Englannin kielen disabled-termi on merkitykseltään vammaisuutta laajempi, ja sen sisälle lasketaan myös mielenterveysongelmista kärsivät ja pitkäaikaissairaat. (Tawast & Leinonen 2024, 22–23.)

Käytän tässä opinnäytetyössä suurimmaksi osaksi vammaisen-sanaa siten, että se vastaa disabled-termin merkitystä. Koen sen selkeämpänä tapana, koska käytän suomenkielisten lähteiden lisäksi paljon englanninkielisiä lähteitä.

Vaikka käsittelen opinnäytetyössäni sekä vammaisten että pitkäaikaissairaiden kuvaamista muotikuvissa, on tärkeää tunnistaa termien erilaiset merkitykset.

”Vammaisuuden on ainakin jossain määrin oltava jatkuva tai toistuva tila.”  
Esimerkiksi ihminen, joka murtaa jalkansa ja käyttää sen vuoksi väliaikaisesti kainalosauvoja, ei ole vammaisen. (Tawast & Leinonen 2024, 22.)

Vehmas (2005, 16) huomauttaa, että ihminen ei voi samaan aikaan olla sairas ja terve, mutta hän voi olla vammaisen ja terve. Vammaisuus tulee näin erottaa sairaudesta.

Kuitenkin monet fyysiset, neurologiset ja psyykkiset sairaudet ovat sellaisia, että ne vammauttavat ihmisen. Monet kroonisesti sairaat voidaankin laskea kuuluvan vammaiskategoriaan. (Tawast & Leinonen 2024, 54–55.)

Moni pitkäaikaissairas tarvitsee apuvälineitä arjessaan erilaisten oireiden, kuten esimerkiksi fatiikin tai kivun vuoksi. Vammaisuuden voi määritellä tilaksi, jossa

ihminen hyötty merkittävästi apuvälineistä ja yhteisön tuesta (Tawast & Leinonen 2024, 58).

Autistit ja adhd-diagnoosin saaneet puhuvat vammaisuuden sijasta usein neurokirjosta. Neurokirjossa esimerkiksi autismi nähdään osana biologista vaihtelua ihmisten välillä, ei sairautena. Neuropoikkeavuuden kategoria on laaja, ja siihen luetaan mukaan muun muassa autismin kirjo, adhd, kehityksellinen kielihäiriö ja Touretten oireyhtymä. Neurokirjon ihmiset kohtaavat myös syrjintää, koska syrjivät oletukset ja rakenteet vaikuttavat siihen, miten heihin suhtaudutaan. ”Vammaisuuden sateenvarjon alle voidaan siis laskea myös autismi ja muut neuroepätyypillisyyden muodot.” (Tawast & Leinonen 2024, 29.)

On yksilökohtaista, miten ihminen kokee esimerkiksi autismin kirjo omalla kohdallaan. Ulkopuolinen ei voi määrittellä kuvaileeko termi disabled, vammainen tai nepsy autismin kirjolla olevaa henkilöä.

Yksi tapa määrittää vammaisuutta on vammaisuuden sosiaalinen malli. Tämä malli painottaa vammaisuuden kokemusta suhteessa ympäristöön ja sosiaalisesti määriteltyihin normeihin. Tosiämässä vammaisuus ei ilmene lääketieteen määrittelemänä jaotteluna vammaisiin ja vammattomiin, vaan ihmisen toimintakyky on yksilöllinen, ja se voi muuttua elämän eri vaiheissa. Yksilöiltä on erilaisissa yhteisöissä odotettu erilaisia toimintakykyjä historian saatossa. Samanlainen vamma tai diagnoosi ei myös ilmene samalla tavalla eri ihmisillä. (Tawast & Leinonen 2024, 50–53.)

Etsiessäni kuvattavia henkilöitä kuvasarjaani, minulle tärkeintä oli kunkin kuvattavan itsemäärittely. Ihmisen on saatava itse päättää, onko hänen kohdallaan olennaista puhua vammaisuudesta (Tawast & Leinonen 2024, 26).

## Normaaliuuden historiaa

Kun puhumme vammaisuudesta, puhumme oikeastaan siitä, mitä me pidämme mittausten ja tilastoiden valossa nykyään normaalina. Voidaan katsoa, että modernin lääketieteen myötä on syntynyt nykyisen kaltainen vammaisuuden käsite. Moderni lääketiede on auttanut monia ihmisiä, jotka nykyään luokiteltaisiin vammaisiksi, ja samalla siirtänyt heidät uudella tavalla tavallisuuden ulkopuolelle. (Tawast & Leinonen 2024, 41–42.)

Vammaisten ihmisten integroiminen moderneissa yhteiskunnissa on tehty normaalistamisen kautta. Antiikissa ja keskiajalla ihmisiä kannustettiin ohjautumaan kohti ideaalia ihmisyyttä, kuten esimerkiksi pyrkiä Jeesuksen kaltaiseksi. Tämän ideaalisen ihmisyyden on korvannut moderneissa yhteiskunnissa ”keskiarvoinen ihmisuus”. Keskiarvoisuuden ja normaaliuuden määrittely on noussut olennaiseksi tekijäksi. Poikkeavuus suhteutetaan normaaliuuteen, ja poikkeavuutta pyritään vähentämään tuomalla yksilöt lähemmäksi keskiarvoa. (Vehmas 2005, 76.)

Normaaliuuden ajatuksen voi johtaa vuonna 1796 syntyneen Adolphe Quételetin ajatuksiin. Hän oli belgialainen astronomi ja tilastotieteilijä. Hän havaitsi, että suuri määrä lähes mitä tahansa sosiaalista tietoa, erityisesti erilaiset ihmisruumiin mitat, asettuivat Gaussin kellomaisen käyrän muotoon. Quételet näki keskiverron tavoiteltavana päämääränä, sekä edustavan kauneutta ja hyvyyttä. Yksilölliset erilaisuudet Quételet rinnasti matemaattiseen virheeseen ja normaaliuuden vastakohtaksi. ”Normaali”-käsite ilmaantui yleiseen tietoisuuteen modernin yhteiskunnan syntyäikaan. Quételet’n ideaalisessa yhteiskunnassa ”vajavaiset” ja hänen mielestään alempiarvoiset ihmiset vähenisivät sosiaalisen kehityksen yhteydessä, ja siten normaaliin ihmisten määrä lisääntyisi. (Onnela 1993, 67–69.)

Vaikka 1800-luvusta on jo aikaa, on Quételetin ajatuksilla normaaliuudesta vielä nykypäivänä paljon kaikupohjaa.

Quételet kehitti painoindeksin tutkiessaan ihmisten keskivertopainoja ja -pituuksia. Painoindeksillä on yhä tänä päivänä keskeinen rooli kehonormien ylläpitämisessä. (Tawast & Leinonen 2024, 42.)

## **Ableismi**

Ableismi on arvojärjestelmä, joka perustuu ajatukseen siitä, että vammaton ihminen on tavallinen ja vammaisen on poikkeava, Ableismi myös yhteiskunnallisena rakenteena kuvaa sitä, kuinka maailma toimii kyvykkyyden ja vammattoman kehollisuuden ehdoilla. (Tawast & Leinonen 2024, 68–69.)

Samoin kuin muutkin arvojärjestelmät, jotta niitä voi muuttaa, täytyy ne tunnistaa. Olen yrittänyt ottaa huomioon omat ableistiset käsitykset, jotka voisivat vaikuttaa taiteelliseen työskentelyyn. Tämä kyvykkyyden ja kehon pystyvyyden korostaminen, on havaittavissa myös muotikuvissa.

Antiableistisen ajattelun tavoitteena ei ole se, ettei ihmisten taitoja tai kykyjä saisi ihastella, kuten esimerkiksi kilpaurheilijoiden kohdalla. Tärkeää on sen sijaan tunnistaa kyvykkyyden sidos ihmisarvoon sekä yhdenvertaiseen asemaan yhteiskunnassa. (Tawast & Leinonen 2024, 76.)

## **2.2 Vammaisten näkyvyys mediassa**

Vammaisten on sanottu olevan maailman suurin vähemmistö, ja WHO:n arvion mukaan 16 % maailman väestöstä on jollain tavalla vammaisia (WHO 2023). Vaikka tarkasta vammaisten määrästä on useita eri arvioita, voi silti sanoa vammaisten olevan yksi merkittävimmistä vähemmistöistä (Gissler & Sainio 2016). Ottaen huomioon sen kuinka suuri vähemmistö vammaiset ovat, on

kummallista, miten vähän heitä näkyy mediassa, päättävissä asemissa tai työyhteisöissä (Tawast & Leinonen 2024, 12). Ennen kuin perehdyin muotikuvien representaatioon tarkemmin, etsin tietoa vammaisten näkyvyydestä yleisemmin kulttuurin tai median osa-alueilla.

Vammaisten esiintymisestä tv-sarjoissa ja elokuvissa löytyy jonkin verran tilastotietoa. Esimerkiksi Suomessa vammaisten näkyvyyttä on tarkasteltu Avaus-vastuullisuushankkeen avulla. Se on tuottanut diversiteettitilastoja, jossa on tietoa suomalaisten elokuvien ja tv-sarjojen roolihahmojen diversiteetistä, sekä siinä tapahtuneista muutoksista ja kehityksestä. Vuoden 2023 tilaston mukaan roolihahmoissa oli vammaisia elokuvissa 0,30 % ja tv-sarjoissa 0,70 %. Määrät ovat olleet suurin piirtein samansuuntaisia viiden tilastointivuoden aikana. (APFI-ry 2024.)

Amerikkalaisen GLAAD organisaation monimuotoisuutta käsittelevän raportin mukaan televisiossa esiintyvistä näyttelijöistä vain 3,1 % vuosien 2018–2019 välillä oli vammaisia (Foster 2021, 5).

Pelkkä vammaisten roolien edustus ei ole riittävää, on myös tärkeää, minkälaisissa rooleissa heidät esitetään tv-sarjoissa ja elokuvissa.

Vammaiset henkilöt ovat useimmiten sivuroolissa erilaisissa taidemuodoissa, kuten kirjallisuudessa, elokuvissa ja mediassa. Ja erityisen korostunutta tämä on vammaisten naisten kohdalla. Romaanien ja elokuvien sankarittaret yleensä täyttävät kaikki kulttuurisesti määrätyt fyysisen viehättävyyden kriteerit, ja he ovat hoikkia, kauniita ja ”virheettömiä”. (Vehmas 2005, 132–134).

Jos tarinoiden sankarittarien odotetaan omaavan virheettömät piirteet, on kuin sisäänrakennettuna oletus, että roolihahmo kuuluu yhteiskunnan pitämän normaaliuuden alueen sisälle.

Kulttuuriset kuvaukset vammaisuudesta kaunokirjallisuudessa, mediassa ja elokuvissa voidaan kuvata ”normaalius-genrenä”. Siinä vammaisuus kuvataan yksilön sairaalloisena tilana, josta tulee pyrkiä eroon. Samalla siihen heijastetaan negatiiviseksi koettuja tunteita ja ilmiöitä. (Vehmas 2005, 135.)

Kauhuelokuvissa tämä normaaliuuden jako näkyy monesti roolihahmoissa.

Monissa elokuvissa ja erityisesti kauhuelokuvissa vammaiset ovat yliedustettuina uhreissa ja tappajien rooleissa. Näissä elokuvissa symmetria edustaa hyvyyttä ja poikkeavuus moraalittomuutta. (Tawast & Leinonen 2024, 165).

### **Representaatiosta**

Stuart Hallin mukaan on olemassa kolme tapaa hahmottaa representaation käsitettä. Refleksiivisessä lähestymistavassa representaatio, esimerkiksi valokuva, heijastaa itsensä ulkopuolista todellisuutta. Toinen tapa käsitellä representaatiota on pohtia tekijän aikomuksia, intentioita ja tarkoitusperiä. Toisin sanoen tarkastella mitä representaation tekijä haluaa sillä sanoa, tai miksi hän on sen tehnyt. Kolmas tapa representaation hahmottamiseen on konstruktionistinen. Silloin tarkastellaan representaatiota tavallaan omana itsenään. Mietitään millaista todellisuutta ja merkityksiä representaatio itsessään rakentaa. (Seppänen & Väliaverron 2024, 254–257.)

Koska käsittelen opinnäytetyössäni tapaa, jolla vammaisia ja pitkäaikaissairaita on kuvattu muotikuvissa, käsitän representaation käsitteen tässä tekstissä enimmäkseen konstruktionistisella tavalla. Pohdin minkälaisia merkityksiä muotikuvat mahdollisesti rakentavat, voiko nykyistä representaation tapaa muuttaa, ja onko tällä kaikella jotain yhteyttä vammaisten elämään.

Representaation käsitteen avulla on mahdollista hahmottaa kuinka erilaiset mediat esittävät ja tuottavat todellisuutta, kenen näkökulmasta ja millaisin välinein. Representaatiot eivät ole vain subjektiivisesti koettuja. Ne muodostetaan erilaisten kulttuurin yhteisesti jaettujen rakennusaineiden, kuten kuvien, äänien, tai kielen kautta. Siksi representaatioiden tulkinta on kulttuurisidonnaista. Arkinen mediaympäristön kuvallisuus näyttäytyy myös eri tavalla, kun sen ymmärtää joko todellisuuden heijastumana vai todellisuuden rakentajana. (Seppänen 2005, 77–78, 82–83.)

Representaatiotutkija Niall Richardsonin mukaan vammaisuuden määrittelyn ongelma johtuu kehon ja kulttuurin välille luodusta keinotekoisesta erottelusta. Vammaisuus kertoo, että olemme älyllisen toiminnan ohella riippuvaisia kehon rajoista ja muistuttaa vammattomien näkökulmasta kuolevaisuudestamme ja hauraista kehoista. Vammaiset ovat vähemmistö, johon kuka tahansa voi siirtyä vammautumisen tai sairastumisen myötä. (Tawast & Leinonen 2024, 55.)

## 3 Pinnalla-kuvasarja

### 3.1 Inspiraation alku

Kiinnostukseni muotikuviin on lähtöisin jo lapsuudesta. Tämä kiinnostus on muovautunut aikuisuudessa moniulotteisemmaksi. Muotikuvien vaikutukset yhteiskunnallisiin ilmiöihin ovat aiheuttaneet itsessäni ristiriitaisia tunteita. Muotikuvien negatiivisista vaikutuksista yhteiskuntaan on useita esimerkkejä sekä historiassa, että nykyhetkessä. Muotikuvien negatiivisia vaikutuksia ovat mielestäni esimerkiksi naisten esineellistämiseen ja turhaan kulutuksen kannustamiseen liittyvät kysymykset. Epärealististen kauneusihanteiden ylläpitäminen on yksi yleisimmistä negatiivisista asioista, josta muotikuvia arvostellaan (Salo 2005, 306). Kun opettelini itse valokuvaamaan, päätin pyrkiä omalla työskentelylläni tuomaan muotikuvien kontekstiin myös omia näkemyksiäni.

Muotikuviin liittyy oleellisesti tietynlainen keinotekoisuus. Kuva ei synny ainoastaan sattuman tuloksena, vaan sen takana on suunnitelmallisuutta ja lavastusta. Muodin kuluttaminen pitää muotikuvan arkipäiväisenä. Itseäni kiehtoo muotikuvissa juuri tämä tietynlainen arjen eskapismi, toisenlainen ulottuvuus. Muotikuva voi olla selkeästi vaateen mainos, jossa tuote on keskiössä. Toisaalta kuvassa voi olla vaate hyvin huonosti havaittavissa, jolloin kuva on vähemmän mainoksen suuntainen. Silti tämä arkinen kaupallisuus erottaa mielessäni muotikuvan muista lavastetuista fantasia- tai taidekuvista. Minua kiinnostaa, miksi tähän muotikuvan erityiseen lavastettuun ja todellisuuden rajapintaan liittyy niin vahvasti vain tietynlaiset mallit kuvattaviksi. Olen pohtinut, että johtuuko se siitä, että miellämme vain tietynlaiset mallit edustamaan arkea ylevämpää ja haluttavampaa olemista.

Olen laittanut merkille, että kuvissa, joista pidän on yleensä jotain melankolista, oli se sitten selkeästi havaittavissa kuvissa tai minun omaa tulkintaani. Nick Knightin muotikuvat ovat ehkä eniten vaikuttaneet omaan kuvaamiseen. Knightin kuvien voimakas tumman ja kylmyyden tunne, vahva kontrastisuus, rohkea valon käyttö, sekä erilaisten tekniikoiden runsaus vetoaa minuun. Kuvissa on jotain mekanistisen kylmän teknistä kokeilevuutta yhdistettynä voimakkaaseen tunteeseen. Nämä elementit ovat mielestäni nähtävissä esimerkiksi Knightin vuonna 2015 AnOther Magazine-muotilehdelle tehdyssä kuvasarjassa (AnOther Magazine, 2015) (kuva 1). Kuvasarjassa Knightin kuvaustyyli yhdistyy Alexander McQueenin 1990-luvun mallistojen vaatteisiin ja asusteisiin Katy Englandin stailaamana.



Kuva 1. Nick Knight, 2015.

Skandityyliset elovena-estetiikan mukaiset lämminsävyiset, ja luonnollisuutta viestivät kuvat eivät ole minua kiehtoneet. Muotikuvien mallin tyyli voi olla minimalistinen, mutta tumma melankolisuus, ja jokin tietoinen keinotekoisuus, ovat kiinnostavia. Suomalaisista valokuvaajista Juha Mustosen kuvissa on

jotain samaa surullista tunnetta, joka kiehtoo itseäni. Erityisesti Juha Mustosen REVS lehdessä vuonna 2012 julkaistut mustavalkoiset kuvat ovat upeita (Mustonen n.d.). Valokuvaaja Luis Sanchisin ottamat kuvat Guccille vuonna 1998 ovat jääneet mieleeni hyvin vahvana (Kuva 2). Niissä näkyy sama kylmän sävyinen tumma synkkä ilme, kuin monissa Knightin kuvissa. Ajattelen, että varhaiset kohtaamiseni muotilehtiin Sokoksen lehtihyllyllä ovat vaikuttaneet omaan makuuni tavalla, joka kantaa vielä tähän päivään asti. Vaikka muotikuvien trendit vaihtuvat tahdilla, viehätyn yhä uudestaan synkistä, tai hieman melankolisista sinisävyisistä kuvista. Olen välillä tietoisesti pyrkinyt eroon tästä tyylistä, koska se voi vaikuttaa liian 00-luvun taitteen tyyliä.



Kuva 2. Luis Sanchis, 1998.

Huomaan kyllästyväni nopeasti, jos toistan samanlaista valaisua, tai muuta teknistä ratkaisua kuvauksesta toiseen. Olen mieluummin kuvaamatta, jos en keksi jotain uutta tapaa kokeiltavaksi kuvattaessa. En ole kuvien keräilijä tai oikean hetken metsästäjä. Etsin uutta kokemusta, itseni voittamista. Joskus kokeilut onnistuvat ja joskus eivät. Ehkä tämä on yksi syy, miksi olen viehätynyt juuri muotikuvista muiden valokuvauksen lajien joukosta. Muotikuvissa haetaan muodin ohella myös uusia teknisiä ilmaisutapoja.

### 3.2 Kuvattava ensin

Taiteellisessa työskentelyssä kuvauskohde on minulle merkityksellinen. Olen kokeillut opiskelun aikana kuvata myös kohteita, jotka tulevat sattumalta eteeni. Vaikka olen pitänytkin joistain ottamistani kuvista, ne ovat jättäneet tyhjän tunteen sisälleni. Ajattelen, että tuon kuvan olisi joku toinen voinut ottaa paremmin.

Ihminen on kuvauskohteena kiehtonut eniten itseäni. Koska en koe usein kuuluvani joukkoon, tai ymmärtäväni muita ihmisiä, yritän jollain omalla tavallani saada otetta toisista. Tarkkailemalla toisia, ottamalla heistä kuvia, voin kokea kuuluvani muiden ihmisten joukkoon.

Nykyään työskentelyyni vaikuttavat omat kriittiset näkemykseni muotivalokuvaukseen. Valokuvataiteessa yhteiskunnallinen tai poliittinen lähtökohta on yleistä. Esimerkiksi Cindy Shermanin on nähty kritisoivan tapaa tehdä ”muodikkaita” kuvia. Shermanin kuvissa yhdistyvät taide, muoti ja feminismi (Gibson 2018, 484.)

Mutta toisin kuin Sherman, kuvaan muita ihmisiä kuin itseäni. Kun aloittelin valokuvausta, halusin kuvata sellaisia henkilöitä, jotka ovat tottuneet olemaan kuvattavana. Siksi työharjoittelu mallitoimistossa tuntui aikanaan sopivalta ratkaisulta. Vähitellen aloin hakemaan tietoisesti kuvattaviksi myös muita kuin mallitoimiston listoilla olevia kuvattavia. Omat sosiaalisten taitojen haasteet ovat hidastaneet kuvattavien löytämistä. Haluan myös, että kuvattava ymmärtää mitä haen kuvillani. Haluan tuoda muotikuvien näyttämölle henkilöitä, joita ei tyypillisesti tuoda esiin muotilehdissä. Ajatukseni monipuolisemmasta muotikuvastosta ei ole uusi ja ainutlaatuinen. Yritän kehittää ja tutkia ilmaisuni tavalle, joka tuntuu omalta. Ehkä vielä toistan katsomiani muotikuvia, mutta

toisin kuin muotikuvissa yleensä, kuvan keskiössä minulla ei ole kuvatessa mallin asun esittely, vaan kuvattava henkilö. Voisi kysyä, onko kyseessä tuolloin enää muotikuva, jos mallin asu ei ole kuvan keskiössä. Mielestäni en kuitenkaan kuvaa kuvasarjassani potrettikuvia, koska mallit eivät edusta kuvissa itseään. Pyydän heitä poseeraamaan tietyllä tavalla, tai luomaan näyttelemällä erilaisia tunteita kasvoille. En hae kuvilla kuvattavien henkilökohtaista persoonaa, vaan yritän luoda kuvilla jotain keinotekoisesti luotua todellisuutta. Haluan yhdistää muotikuvien keinotekoiseen estetiikkaan henkilöitä, joita ei useinkaan kuvata tässä kontekstissa.

### 3.3 Muotikuvan jäljillä

Taiteellisen opinnäytetyön prosessin aluksi lähestyin mahdollisia kuvattavia henkilöitä. Kuvattava on itselleni lähtökohta, joka määrittää tarkemman kuvauspaikan, ja visuaalisen tyylin. Kysyin kuvasarjaan henkilöitä, jotka määrittelevät itsensä joko termeillä disabled tai/ja vammaisen. Valitsin kysyä kuvattavaksi sellaisia henkilöitä, joilla on useampia tunnistettavia kuvia itsestään sosiaalisessa mediassa. Omien sosiaalisten haasteiden vuoksi oli itselleni helpompaa, jos kuvattava oli valmiiksi vastaanottavainen ajatukselle omien kuvien julkaisusta. Ehkä tulevaisuudessa voin kysyä avoimella haulilla ihmisiä kuvattaviksi, vaikka heillä ei olisi omia kuvia julkisena sosiaalisessa mediassa. Mutta tähän tarvitsen esimerkkikuvia projektista, jotta hakijoilla on jokin käsitys projektin sopivuudesta itselleen. Lähestymisviestissäni kuvattaville esittelin itseni ja kerroin kuvausprojektista. Vastasin mahdollisiin jatkokysymyksiin. Lähes kaikki kysymäni henkilöt halusivat osallistua kuvauksiin.

Itse kuvaustilanne vie voimavaroja, joten pyrin minimoimaan ylimääräisen kuormituksen malleilta. Tähän pystyin parhaiten vaikuttamaan siten, että kuvauspaikka sijaitsi kuvattavalle sopivassa paikassa. Kuvaustilanteessa pyrin

ottamaan huomioon mallien voimavarat, ja muokkasin aikataulua ja kuvausasettoa sen perusteella.

Kuvausten lopullinen visuaalinen tyyli rakentuu yleensä omien mielikuvien, mieltymysten ja resurssien perusteella. Keräilen muistiin ylös muoti erilaisia minua inspiroivia lähteitä. Tämä inspiraatio voi tulla esimerkiksi muotikuvasta, elokuvista tai musiikkivideosta. Teen paperille jonkinlaista hahmottelua kuvauksista, kuten mallin asentoja tai muita muistiinpanoja. Nämä muistiinpanot auttavat minua kuvauksissa, kun keskittyminen voi olla hankalaa omien kuormitustekijöiden vuoksi.

Resurssit ovat merkittävä rooli muotikuvien lopputuloksessa. Toimituksellisia editorial-muotikuvia on yleensä tekemässä useamman henkilön tiimi. Pelkkään jälkikäsitteilyyn voi osallistua useita tekijöitä. Koska en omilla resursseillani voi saada suurta tiimiä mukaani, suhteutan taiteellisen työn pohdinnan niihin ulottuvuuksiin, joihin voin itse vaikuttaa.

Ei ole mahdollista hallita täysin representaatioiden merkityksiä, ja ne voivat viestiä merkityksiä, joita ei ole tietoisesti tarkoitettu (Seppänen & Väliaverronen 2024, 261).

En ole neutraali vaikutteille, ja kuvissani katsoja voi havaita jotain ulottuvuutta, jota en haluaisi siellä olevan. Voin hyvistä tarkoituspäristä huolimatta päätyä tekemään kuvia, jotka vahvistavat ableistisia käsityksiä vammaisista. Käsitykseni ”hyvästä” otoksesta eivät synny tyhjiössä. Miksi valitsen juuri tuon kuvan toisesta, ja miksi pidän toivottavina juuri tietynlaista valoa tai katsetta, koska näitä useimmiten huomioin kuvassa. Ainoa mitä keksin ratkaisuksi asiaan on pyrkiä oppimaan, ja tunnistamaan omia ableistisia toimintamalleja luovan prosessin eri vaiheissa.

Kuvasin opinnäytetyötä varten neljää mallia kolmessa eri kaupungissa. Kuvaukset ajoittuivat marraskuun 2024 ja helmikuun 2025 välille. Aina ajatukseni valaistuksesta ei toteutunut suunnittelemallani tavalla, ja jouduin muuttamaan suunnitelmaa kuvaustilanteessa. Tämä johtuu osittain siitä, että en voi testata studiossa etukäteen valaisun onnistumista. Minulla ei ole omaa studiota, joten käytän vuokrastudioita kuvauksissa.

Halusin tutkia kuvilla muotikuvissa havaitsemiani maneeereja. Tällä tarkoitan mallien asentojen, eleiden ja poseerauksen lisäksi kuvaajan tekemiä ratkaisuja. Käsittelin kuviin epäluonnollista sävyä ja pyrin valaisulla keinotekoisuuteen. Hankin meikkaajan kuvattaville, jotta saisin meikistä kuvauksiin sopivan. Vaatteet olivat joko mallien omia, tai minun hankkimiani kuvauksia varten. Stailaus on omissa kuvissani mielestäni yksi heikkouksista, koska keskittymiseni ei riitä tarpeeksi moneen yksityiskohtaan kuvaustilanteessa. Ymmärrän täysin, miksi muotikuvat ovat useimmiten ryhmätyötä halutun lopputuloksen saavuttamiseksi.

Laitan kaksi erilaista esimerkkiä Pinnalla-kuvasarjasta, jonka tein opinnäytetyötä varten. Esimerkiksi pyrin Riikan kuvauksissa löytämään valaisussa kylmää ja keinotekoista 90-luvun lopun tunnelmaa. Yhteistyössä malli Riikan kanssa etsimme myös poseerauksia hänen kehonsa kautta, jotka ovat muotikuville tyypillisiä (KUVA 3).

1960-luvulta alkaen muotikuvissa korostui liioittelevat ja ”luonnottomat” asennot. Näihin asentoihin yhdistettiin laajakulmaobjektiivilla kuvaaminen, jolla pyrittiin korostaa kehon vääristyneitä mittasuhteita (Salo 2005, 150.)



Kuva 3. Tuija Marander: Riikka, 2025.

Muotikuvissa poseeraukseen liittyy tietynlainen etäisyys. Muotikuvissa ilme on usein vakava sekä arvoituksellinen ja katse on käännetty poispäin. Tämän etäisyyden on tulkittu viestivän naishahmon seksuaalista itsenäisyyttä ja voimaa. Vertailukohteenä pornografiaan, jossa naishahmot avautuvat ja tarjoutuvat mieskatsojalle. Muotikuvissa voi olla myös hymyä tai voimakkaita ilmeitä, mutta ne ovat usein liioiteltuja. (Salo 2005, 306–307).

Jonnan kuvauksissa hain klassisempaa tyyliä sekä tunnelmaa meikin ja valaisun avulla (Kuva 4).



Kuva 4. Tuija Marander: Jonna, 2025.

## 4 Muotikuva

### 4.1 Muotikuvan määrittelyä

”Muotikuva voi sivuta kuvajournalismia tai valokuvataidetta, mutta perimmäinen syy muotivalokuvan ottamiseen on aina vaate” (Salo 2005, 322).

Olen pohtinut paljon sitä, mikä tekee kuvasta muotikuvan. Onko Instagramissa julkaistu tyyllisesti tarkkaan harkittu kuva muotikuva, jos kuvassa ei yritetä myydä mitään vaatetta? Itse käsitän muotikuvan hieman laveammin kuin vain vaateen tai asusteen mainoksena. Kuvassa voidaan mielestäni kaupitella myös tyyliä, tunnelmaa tai asennetta.

Merja Salo (2005, 10–14) on koonnut suomalaisen muotikuvauksen historian kirjaansa, ja siinä hän jaottelee viisi erilaista muotikuvaa käyttötarkoituksensa mukaan. Nämä viisi eri muotikuvaa ovat tuotokuva, PR-kuva, mainoskuva, toimituksellinen muotivalokuva ja näyttökuva. Hän myös luettelee muotikuvan peruselementit, jotka ovat vaate, malli, poseeraus (asento, eleet, ilmeet), sekä rekvisiitta.

Näistä Salon jaottelemista muotikuvista keskityn tässä opinnäytetyössä lähinnä mainoskuviin sekä toimituksellisiin muotivalokuviin.

Mainoskuvia tilaavat vaatteiden valmistajat ja tuotemerkin omistajat, sekä kaupat ja mainostoimistot. Tuote-, PR- ja mainoskuvaukset ovat taloudellisesti kannattavampia kuvaajille kuin lehtityöt, mutta lehtien muotijutuilla voi tehdä aloittelevan kuvaajan nimeä tunnetuksi. Toimituksellisia muotikuvia tilaavat lehdet ja muut journalistiset julkaisut. Nämä muotijutut muodostuvat studiossa

kuvatuista yksittäisistä muotikuvista tai voivat olla laajoja monen kuvan kuvareportaaseja. (Salo 2005, 10–14.)

Koska yleensä muotikuvissa pyritään myymään tuotetta, halutaan muotikuvasta luoda mahdollisimman vetoava kohdeyleisölle. Useimmiten muotikuvissa mallit ovat nuoria ja länsimaisen kauneuskäsityksen mukaisia. Muotikuvissa on voinut esiintyä 1990-luvulta alkaen myös eräänlaista rappio- tai ulkoisten normien ulkopuolella olevaa elämää, räjäistä arkirealismia, jota liitetään nuoruuden vapauteen. Nuoruutta voidaan korostaa myös vartalon pystyvyyden kautta, esimerkiksi fyysisesti hankalien asentojen tai vauhdikkaan liikkeen kautta. (Salo 2005, 150, 255, 271, 303.)

#### 4.2 Muotikuvan normaali malli

Muotikuvien mallissa on toteutunut kulloisenkin aikakauden naisellisen kauneuden tai miehisen komeuden ideaali. Samalla muotikuvissa on näkynyt aikakauden muodikkaan vartalon ihanteet ja sosiaalisten roolien kirjo. (Salo 2005, 303.)

Koska vammaisuutta on asetettu normaaliuden ulkopuolelle moderneissa yhteiskunnissa, tai jopa vastakohtaksi, halusin tarkastella, miten normaalius ilmenee muotikuvissa. Muotikuvat harvemmin edustavat todellisuutta, mutta sen sisällä on omat toimintamallit. Minkälainen on muotikuvien tyypillinen malli.

Muotikuvauksen merkitystä naisihanteen tuottajana on korostettu joskus jopa ohi vaatteiden (Salo 2005, 11). Ehkäpä useimmilla meistä on jonkinlainen käsitys siitä, minkälaisia malleja suositaan muotikuvissa. Kaupallisen elementin vuoksi muotikuvien kuvavirralla on vaikea välttyä. Ensimmäisenä tunnistettavina piirteinä itselleni tulee mieleen mallien nuori ikä ja kehon hoikkuus. Mallien

nuoruuden ja hoikkuuden ihanteen taustalla on koko alan käsitys siitä, että vaatteet näyttävät paremmalta nuoren ja hoikan yllä. (Salo 2005, 271). Nämä kaksi mallin määrittävää tekijää rajaavat jo suuren osan ihmisistä muotikuvien representaation ulkopuolelle.

Mallin vaatimukseen muodin alalla vaikutti jonkin verran se, onko kyse mainoskuvista vai toimituksellisista muotikuvista. Osaa malleista voidaan pitää kauniina populaarikulttuurin juhlistamalla ja tunnistamalla tavalla, mallien ulkonäössä ei välttämättä tarvitse olla kyse kauneudesta, ja sen ei aina tarvitse vedota yleiseen makuun. Jos toimituksellisten muotikuvien malli voi olla erikoisemman piirteinen, odotetaan kaupalliselta mallilta muodin parissa enemmän konventionaalisesti hyviä piirteitä. Tämä johtuu siitä, että kaupallisen mallin pitää vedota suurempaan kuluttajaryhmään, jolloin ”naapurityön kauneus” on suositeltavaa. Toimituksellisessa muotikuvassa, erityisesti editorial tyyllisessä muodissa, malli on hyvin nuori, ja iältään 15–23- vuotias. (Entwistle 2002, 317–318, 325–327.)

Godart ja Mears (2009, 674, 677–678, 687) tutkivat haastatteluiden avulla, miten muotinäytösten mallit valitaan. He tekivät 30 haastattelua muotisuunnittelijoiden, stailistien ja roolituksen ohjaajien kanssa New Yorkissa, Lontoossa ja Pariisissa. Standardisoituja arvoja sopivasta mallista ei ole tarkkaan määritetty muodin alalla. Tällöin sosiaalisella konsensuksella, kuten statuksella, sosiaalisilla suhteilla, ja resursseilla, oli merkitystä mallin haluttavuuteen. Mallitoimistojen ja näyttösten managerit toimivat portinvartijoina, jotka valitsevat mallit. Mallin suosioon vaikuttaa se, mitkä mallitoimistot haluavat mallin itselleen. Tutkijoiden haastatellut kiistivät olevan standardisoituja kriteereitä malleille muotinäytöksiin. Tuottajat valitsivat silti yleensä malleja, jotka olivat noin 175 cm pitkiä ja hoikkia.

Muodin alalla sopivien mallien määrittelyyn vaikuttaa siis vahvasti alalla työskentelevät asiantuntijat ja työntekijät. Tietyn mallin suosio arvostetuimpien mallitoimistojen listoilla viestii muille, minkälaiset piirteet mallilla ovat kullakin hetkellä toivotuinta. Vaatimukset voivat myös vaihdella sen mukaan, onko kyseessä kaupallinen mainostuotanto, vai enemmänkin toimituksellinen muotikuva.

Kyse on mallin ”esteettisestä ekonomiasta”, jossa mallin edellytyksiä muodin alalla arvioivat erilaiset muodin kuvien tuottamiseen liittyvät tekijät, kuten esimerkiksi mainostajat, mallitoimiston työntekijät ja muodin valmistajat (Entwistle 2002, 319).

Muoti on jatkuvassa liikkeessä, ja tämä vaikuttaa mallien toivottaviin piirteisiin. Mallien esteettinen arvo on hyvin epävarmaa, koska se on jatkuvan muutoksen kohteena, ja muutokset ovat tilapäisiä luonteeltaan (Entwistle 2002, 317–318).

#### 4.3 Muotikuvan haastaminen

Kuvia voi toistaa myös toisin. Kuvia voi sekä tehdä että tulkita vastarinnan kautta. Tämä muistuttaa siitä, kuinka ideat ”normaalista” ja ”luonnollisesta” ovat loputtoman esittämisen varassa. (Rossi 2001, 164–165.)

Kun aloin pohtimaan omaa taiteellista työskentelyä suhteessa valokuvataiteeseen, huomasin olevani hukassa. Olen ollut niin keskittynyt tarkastelemaan lähinnä erilaisia muotivalokuvia, joten minulla ei ollut samanlaista kuvastoa mielessäni valokuvataiteilijoiden kuvista. Tämä todellisuus nousi ylös itselleni, kun huomasin muiden opiskelijoiden omaavan paljon kuvallista tietoa valokuvataiteilijoista.

Halusin siksi tarkastella, miten muotikuvan malleja tai muotikuvia on käsitelty kuvataiteen avulla. Olin mielessäni erottanut tarkasti erilleen kuvataiteen, ja muotivalokuvien lokerot. Mutta sitten muistin Cindy Shermanin tehneen kuvia muotilehteen Harpez Bazaarille vuonna 1993, sekä kampanjakuvia Comme des Garçons vaatemerkillä seuraavana vuonna 1994. Pidän erityisesti kuvasta Untitled #296, jossa mielestäni Rei Kawakubon suunnittelema asu tulee parhaiten esille verrattuna Comme des Garçons- kuvasarjan muihin kuviin (Loreck, 2002,3–8). Cindy Shermanin luomat kuvat olivat jotain aivan muuta, kuin mihin olin tottunut muotikuvien kontekstissa. Shermanin kuvissa Rei Kawakubon asut olivat joko Shermanin itsensä, tai nuken yllä. Kuvissa minulla ensin kiinnitti huomion meikin groteski tyyli. Meikki näytti siltä, kuin lapsi kokeilisi leikkiä vanhempien meikeillä. Toisin kuin muotikuvissa yleensä, valaisu ja kuvan jälki vaikuttavat huolittelemattomilta. Kuvasarjan ilme vaikutti vastakohdalta muotikuvien virrassa. Kuvasarja oli myös muotikuviksi hyvin omituinen, koska niissä ei pyritty korostamaan kauneutta, seksikkyyttä tai nuoruutta, asioita, joilla yleensä vaatteita pyritään myymään muotikuvien avulla. Shermanin kuvat eivät olleet erityisen helppoja katsoa, mutta jokin niissä jäi mieleeni vaikuttamaan. Nämä ”virheet” tekivät Shermanin kuvista itselleni mielenkiintoisia, koska ne toivat muotikuvien maneerit räikeästi silmille. Toisaalta Rei Kawakubon oma lähtökohta muodin luomiselle oli rikkoo perinteisiä kaavoja, ja luoda uudenlaista muotisuunnittelua, joten Shermanin tekemät kuvat sopivat ajatukseen olla noudattamatta perinteisiä muotikuvien kaavoja (English 2011, 74).

Hanne Loreckin kirjoittaa artikkelissaan Shermanin hakeneen kuvasarjassa inspiraatiota Man Rayn muotikuvista. Kun aiemmin Sherman on käsitellyt kuvissaan naisen reaali maailmaan liittyviä ilmiöitä, kuten sukupuolen performatiivisuutta, yhdisti hän Rei Kawakubon asujen kanssa kuviinsa surrealismiin shokkiefektiä. (Loreck 2002, 2, 8, 16.)

Toisena esimerkkinä kuinka kuvataiteen keinoin voi haastaa muodin vakiintuneita tapoja toimia, on suomalaisten kuvataiteilijoiden toteuttama

projekti. Monikini 2.0 oli kahden taiteilijan Katriina Haikalan ja Vilma Metterin vuosien 2013–2015 aikana toteuttama yhteistyötaideprojekti. He kehittivät uimapukumalliston erityisesti naisille, jotka ovat käyneet rinnanpoistoleikkauksen. Tällä projektilla he halusivat ottaa kantaa kulttuurimme ahtaaseen käsitykseen hyväksytystä naisten ulkonäöstä. Oletuksena uimapuvut suunnitellaan naisille, joilla on kaksi rintaa. He kutsuivat yhdeksän suomalaista muotisuunnittelijaa projektiin, ja tuloksena oli 11 uimapukua. Taiteilijat tekivät valokuvasarjan uimapuvuista mallien yllä, jotka olivat käyneet rinnanpoistoleikkauksen. Projektissa toteutettiin myös muotinäytös 2015. (Haikala.)

Monokini 2.0 projektissa otettiin mielestäni kantaa sekä representaation tasolla kuvien ja muotinäytöksen keinoin, että osoittamalla muotisuunnittelun avulla todellisen tarpeen monimuotoisempiin uimapukuihin.

## 5 Vammaisuuden kuvaus muotikuvissa

### 5.1 Aiheen pohjustusta

Ottaen huomioon sen kuinka suuri vähemmistö vammaiset ovat, on kummallista, miten vähän heitä näkyy mediassa, päättävissä asemissa tai työyhteisöissä. (Tawast & Leinonen 2024, 12).

Muotinäytöksissä on saattanut näkyä persoonallisia ja fyysisesti poikkeavia malleja, jotka poikkesivat tavallisesta muotinäytöksen mallista (Salo 2005, 269). Alexander McQueenin muotinäytöksessä esiintyi vammaisen malli vuonna 1998. Mallin Aimee Mullinsin puiset tekojalat olivat apuvälineen ohella asuste, oleellinen osa mallin asua. (Metropolitan Museum of Art, 2011.) Vuonna 1999 Benettonin kampanjassa esiintyivät vammaiset (Salo 2005, 269).

Yksi tapa kuvata vammaisuutta muotikuvissa on apuvälineen kautta. Helmut Newton kuvasi vammaatonta mallia Nadja Auermannia vuonna 1995 Vogueen (Kuva 5), jossa mallilla on kynärsauvat käsissään. Kuvassa apuväline, kynärsauvat, muodostuvat mielestäni asusteeksi, jolla korostetaan mallin avuttomuutta.



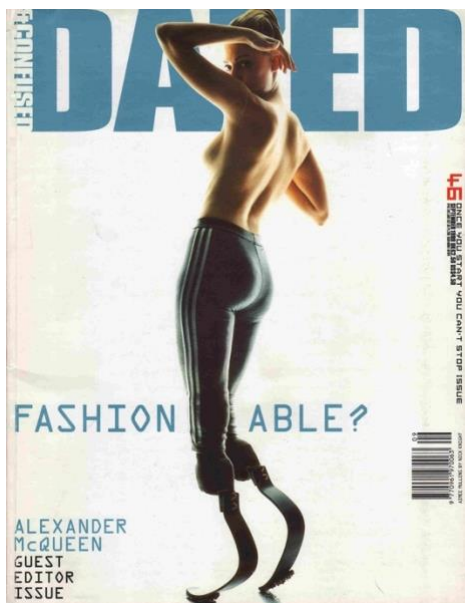
Kuva 5. Helmut Newton, 1995.

Koska muodin parissa konkreettisia representaatioita vammaisista on niin vähän, on ala keskittynyt ammentamaan kuvia vammaisten apuvälineistä. Valokuvaaja Steven Klein sai kritiikkiä kuvatessaan vammattoman Kylie Jennerin pyörätuolissa vuonna 2016. Tämä nosti julkiseen keskusteluun vammattomien sopivuudesta esittämään vammaisia. Tämä kriittinen keskustelu ei kuitenkaan ole estänyt vastaavien kuvien tuottamista myöhemmin muodin alalla. (Foster 2021, 2.)

Muotisuunnittelija Alexander McQueen ja valokuvaaja Nick Knight tekivät *Dazed & Confused* -lehteen "Access-Able"-kuvasarjan vuonna 1998, jossa esiintyi vammaisia malleja (Kuva 6 ja 7). Tässä kuvasarjassa pyrittiin tekemään kuvat samalla tavalla kuin muissakin muotikuvien tuotannoissa, kuten casting, valaisu, rekvisiitta, stailaus tai asennot (Allwood 2015.)

Koen, että Nick Knightin kuvissa ja näkemyksessä on jotain sellaista, jota kohti haluaisin kuvillani mennä. On hätkähdyttävää, että tästä kuvasarjasta on jo 27

vuotta, ja mielestäni edistystä vammaisten representaatioon muotikuvissa ei ole tapahtunut kovinkaan merkittävästi.



Kuva 6. Nick Knight, 1998.



Kuva 7. Nick Knight, 1998.

## 5.2 Vammaiset muotimediassa

Yritin selvittää, onko vammaisten esiintymistä muotikuvissa tutkittu. Löysin paljon erilaisia asiantuntijoiden haastatteluita erilaisissa medioissa, mutta tieteellisen tutkimuksen löytäminen oli haastavaa. Lopulta löysin kaksi sisältöanalyysiin perustuvaa tieteellistä artikkelia.

Jordan Foster ja David Pettinicchio ovat artikkelissaan käsitelleet sisältöanalyysin avulla millä tavalla monimuotoisuutta on tuotu esille, ja erityisesti millä tavalla vammaisia on kuvattu. Erityisesti he pyrkivät huomioimaan vahvistavatko, vai haastavatko, vammaisten kuvat negatiivisia stereotyyppisiä. Heillä oli kolme lähdettä aineiston koostamiseen. Ensin he analysoivat tekstejä viiden vuoden ajalta kolmen laajasti luetun muotilehden kuvia, jotka olivat Vogue, Harper's Bazaar ja InStyle. Koska kaikki toimintarajoitteet eivät ole näkyviä, he pohjustivat kuvan ohella olevaa tekstiä identifioidakseen toimintarajoitteen muodon. Seuraavaksi he kävivät läpi reilun 2500 mainoksen, jotka oli julkaistu InStyle -lehdessä. Koska he löysivät niin vähän vammaisuuden representaatiota, he valitsivat lisäksi muutamia hiljattain julkaistuja promootiokampanjoita, jotka olivat Nike, Aerie ja Tommy Hilfiger merkeiltä. He tutkivat kuinka kuluttajat vastaanottivat ne tavat, joilla vammaisia esitettiin muodin printtilehdissä, ja verkossa julkaistuissa 29 artikkelissa, sekä kolmessa laajasti levinneissä mainoskampanjoissa vuosien 2014–2019 aikana. Näistä aineistosta he analysoivat 213 kommenttia verkkosivuilta, jotka heidän mielestään paljastavat tavallisen kuluttajan arviota ja ymmärrystä vammaisten representaatioon muodin parissa. He myös näkevät, että nämä kommentit antavat valoa ymmärrykselle siihen, millaiseen suuntaan kuluttajat voivat ohjata vammaisten kuvaamisen tapaan muodin kuvissa. (Foster & Pettinicchio 2022, 583–585.)

Vammaisuuden kuvaukset voivat olla mainoksissa ja muotiartikkeleissa usein naiiveja kuvia ja kertomuksia, jotka pinnalta katsoen täyttävät monimuotoisuuden tavoitteet, mutta tarjoavat puhdistettuja yksiulotteisia kuvauksia vammaisuudesta, ilman muita intersektionaalisia ominaisuuksia. Tätä tapaa Foster ja Pettinicchio nimittävät termillä ”naiivi integraatio”. Siinä pyritään häivyttämään vammaisuutta ”tohtoroimalla” vammaisten piirteitä lähemmäksi vallitsevia alan standardeja ja sitä, mitä kuluttajien ajatellaan pitävän kaikista toivottavimpina. Nämä kuvaukset voivat samalla vahvistaa olemassa olevia uskomuksia vammaisista. Jolloin monimuotoisuuskampanjat voivat vahvistaa negatiivisia stereotyyppisiä vammaisista kuluttajien kesken, eivät haastaa niitä. (Foster & Pettinicchio 2022, 581–582.)

Foster & Pettinicchio aineiston artikkelit jaettiin narratiivisen ulottuvuuden, esitystavan ja sävyn mukaan kolmeen kategoriaan. Ensimmäisessä kategoriassa olivat inhimilliset tarinat, jotka korostivat voittoa ja sinnikkyyttä. Toisessa kategoriassa olivat sosiaalista vastuuta ja hyväntekeväisyyttä käsittelevät artikkelit. Kolmannessa kategoriassa olivat terveyttä tai terveyteen liittyvät huolenaiheet. Nämä tulokset ovat yhdenmukaisia valtamediassa esitettyihin kuvauksiin vammaisista, kuten esimerkiksi paralympiaurheilijoiden kohdalla korostettiin kehon vahvuutta. Aineiston kolmen eri muotilehden 180 numerossa viiden vuoden ajalta, ei ollut yhtään tapausta, jossa vammaisen malli oli kansikuvassa. Valtavirran muotilehtien artikkeleissa vammaisuutta käytetään usein koristamaan muuten tavallisten, ja ei-vammaisten yksilöiden elämää, korostamalla heidän hyväntekeväisyyttään, ja samalla tuottamaan myötätuntoa ja sääliä lukijoissa. (Foster & Pettinicchio 2022, 584–586.)

Tästä aineistosta saadut tulokset vahvistavat omaa kokemustani siitä, että vammaisen muotikuvissa tai muotimediassa on suhteellisen harvinainen ilmiö.

Foster ja Pettinicchio löysivät myös positiivisempia tuloksia aineistostaan. InStyle -lehdessä oli poikkeuksena toisenlainen kuvaus Aaron Philipistä, mustasta transsukupuolisesta vammaisesta mallista. Aaron itse korostaa menestyksensä taustalla paljolti olevan hänen runsas suosionsa sosiaalisessa mediassa. Kuluttajien positiivinen vastaanotto vammaisista malleista korostaa sitä, kuinka sosiaalisella medialla on merkittävä rooli yhdistämällä kuluttajat ja muodin alan tuottajat. (2022, 587–588.)

Analysoimissaan mainoskampanjoissa (Nike, Aerie, Tommy Hilfiger), Foster ja Pettinicchio havaitsivat vammaisia esitettävän eri tavalla, kuin valtamedian muotilehtien artikkeleissa. Esimerkiksi Aerie yhdisti kuvia eri tavalla vammaisia malleista vierekkäin vammattomien mallien kanssa. Ja myös ilman kuvankäsittelyä olevista malleista, tarkoituksena juhlistaa naisten luontaista kauneutta. Aerien mallit ovat kuvissa hymyileviä ja nauravia. Kuvissa oli visuaalisia merkkejä vammaisuudesta, esimerkiksi pyörätuoli tai kävelytukia. Niken, Aerien, Tommy Hilfigerin mainoskampanjat erosivat Fosterin ja Pettinicchion mukaan valtamedian muotilehtien artikkeleista kolmella tavalla. Ensiksi ne laittivat vammaiset keskeiseen asemaan tunnistamalla heidän ominaisuutensa ilman vertailua ei-vammaisiin. Toiseksi ne sisälsivät huomattavasti enemmän monimuotoisuutta vammaisuudessa, sekä kattoivat laajemmin piirteitä, kuten etnisyyden tai iän. Kolmanneksi mainokset olivat selkeästi suunniteltu vetoamaan kaikkiin kuluttajiin. (Foster & Pettinicchio 2022, 588–589.)

Kuluttajat voivat olla vaikuttava tekijä, jonka avulla voisi muotikuvien tekijöitä ohjata monimuotoisempaan representaatioon.

Ymmärtääkseen paremmin, kuinka kuluttajat arvioivat, tulkitsevat tai haastavat alan tuottajia, he analysoivat 213 kommenttia, jotka olivat Teen Vogue'n Instagram tilillä julkaistujen kolmen kuvan yhteydessä. Näistä kommentoijista 85

% ilmaisi tukensa, ylisti tai ihaili inklusiivisuuden representaatiota muodissa. (Foster & Pettinicchio 2022, 585, 589.)

Toisessa löytämässäni tieteellisessä julkaisussa Foster analysoi jatkotutkimuksena 50 artikkelia, jotka ovat julkaistu vuosien 2018–2020 aikana Teen Vogue:n kotisivuilla. Hän analysoi millä tavalla nämä verkossa julkaistut artikkelit kuvasivat vammaisuutta. Foster tarkasteli mahdollisia eroja vammaisuuden kuvaamisessa verrattuna hänen aikaisempaan analyysiinsä Pettinicchion kanssa, jossa hän tarkasteli valtavirran muodin printti- ja verkkomediaa. Erityisesti Fosteria kiinnosti mahdolliset erot printtimedian ja Teen Vogue:n verkossa julkaistujen artikkelien välillä. (2021, 5–6.)

Teen Vogue:n artikkeleita ei ollut ainoastaan enemmän määrällisesti, vaan olivat myös kattavampia sisällöltään verrattuna muuhun muotimedian ympäristöön. Nämä artikkelit olivat usein kirjoittaneet ihmiset, jotka ovat itse vammaisia, joita oli 26 % artikkeleista. Artikkelit sisälsivät useimmiten myös valokuvia vammaisista, ja näitä oli aineistosta puolet artikkeleista. Tulos on hyvin erilainen verrattuna aikaisempaan analyysiin Pettinicchion kanssa, jossa 5 vuoden ajanjakson aikana valtamedian muotimediasta ainoastaan 29 artikkelia liittyi vammaisuuteen, ja vähemmän kuin viidessä näihin sisältyi kuva vammaisesta. (Foster 2021, 7.)

Kuitenkin vammaisten liittäminen artikkeleissa ensisijaisesti muotiin, oli harvinaisempaa. Teen Vogue:n artikkelit tässä kahden vuoden ajanjakson aineistossa sisälsivät vain kuusi tyylin alle luokiteltua artikkelia, muodostaen vain 12 % kaikista artikkeleista. Vammaisuuteen liittyvät artikkelit olivat useimmiten liitetty identiteettikategorian alle, jotka muodostivat 22 % aineistosta. (Foster 2021, 9).

Positiivista oli aineiston kuvien sisällön representaation muoto. Teen Voguen artikkelit ja kuvat vammaisista olivat erityisiä, koska niissä oli monimuotoisempaa edustusta vammaisista monin eri tavoin. Nämä monimuotoisemmat kuvat näyttivät vammaisuuden yhteyttä myös muihin henkilön piirteisiin, kuten esimerkiksi sukupuoleen, etnisyyteen tai seksuaalisuuteen. Tällaiset monimuotoisemmat kuvat ja artikkelit ovat usein laiminlyöty mediassa. Artikkelit olivat yksityiskohtaisia henkilökuvauksia, jotka kiinnittivät huomiota vammaisten näkyvyyteen muodin, elokuvien, television sekä politiikan kentällä. (Foster 2021, 13.)

### 5.3 Muutoksen pilkahduksia

Muutaman viime vuoden aikana on alkanut näkymään muutoksia, ja kourallinen muodin alan tekijöitä on alkanut tehdä vammaisnäkökulmasta vaatetukseen liittyvää sisältöä. Tämä näkyy esimerkiksi vammaisten mallien esiintymisen valtavirran muotilehtien etusivulla ja muodin mainosten etualalla. Osa vaatesuunnittelijoista ovat luoneet vammaisille mukautettavia muotivaatteita. Nämä muutokset ovat otettu vastaan positiivisesti, joka voi viitata siihen, että muutos muodin alalla voi vihdoinkin olla käynnissä. (Foster 2021, 12.)

Nykyään on olemassa vammaisiin malleihin erikoistuneita mallitoimistoja. Tunnetuimpana niistä on Zebedee, joka on vuonna 2017 perustettu inklusiivinen mallitoimisto ja erikoistunut vammaisten mallien välittämiseen muodin alalla (Zebedee 2025).

Yksi merkittävimmistä tapauksista vammaisten representaatiosta muotimediassa oli vuonna 2018 Teen Voguen syyskuun numero. Siinä oli kannessa kolme vammaista mallia (Kuva 8, 9 ja 10). Kuvat olivat Camila Falquezin kuvaamia, ja malleina toimi Chelsea Werner, Jillian Mercado, ja

Mama Cax (Brown 2018). Tämä on mielestäni tärkeä esimerkki mahdollisesta murroksesta valtavirran muotimediassa. Muotialan tekijöitä haastateltaessa suurin osa (28/30) ajatteli Vogueella olevan eniten auktoriteettia lehdistä, joilta he säännöllisesti konsultoivat muodin alan trendejä (Godart & Mears 2009, 674). Teen Vogue'n vuoden 2018 syyskuun numero esitti merkittävää poikkeamaa tavanomaisesta toimintatavasta (Foster & Pettinicchio 2022, 589).



Kuva 8. Camila Falquez, 2018.



Kuva 9. Camila Falquez, 2018.



Kuva 10. Camila Falquez, 2018.

Tuoreempi esimerkki murroksesta valtavirran muotimediassa on British Voguen vuonna 2023 julkaistu ”disability issue”, jossa kuvattiin, sekä haastateltiin useita vammaisia eri alojen asiantuntijoita. (Burke 2023.)

Kyseisessä numerossa esiteltiin 19 artikkelia vammaisista henkilöistä. Numerosta oli viisi erilaista kansikuvaa, jossa mallina toimi vammainen henkilö. Mallit olivat Selma Blair, Aaron Rose Philip, Ellie Goldstein, Justina Miles, ja Sinead Burke. (Burke 2023.) Esimerkkikuvassa (Kuva 11) minulla on vasemmalla mallina Ellie Goldstein ja oikealla Aaron Rose Philip. (Burke 2023.)



Kuva 11. Adama Jalloh, 2023.

Muodin parissa on herätty vähitellen vammaisiin muodin kuluttajina. Esimerkiksi Tommy Hilfiger lanseerasi mukautuvan Tommy Adaptive -malliston vuonna 2017 (Feldman 2017). Myös Zalando on lanseerannut toimintarajoitteisille suunnatun mukautuvan malliston vuonna 2022 (Perttunen 2024). Mukautuvissa mallistoissa pyritään ottamaan huomioon erilaisia pukeutumiseen liittyviä haasteita, kuten pukemisen hienomotoriikan, liikerajoitteita tai aistiyliherkkyyteen liittyviä tarpeita (Zalando 2025). Aiemmin mainitsemissani sisältöanalyysissä Foster & Pettinicchio käyttivät Tommy Hilfigerin Tommy Adaptive-malliston yhtä mainoskampanjaa aineistossaan.

Muodin alan riskin ja rajoitteet, kuten painotuotannon ja jakelun kustannukset, voivat tehdä verkossa julkaistujen toimituksellisten muotikuvien ja valtamedian mainosten olevan todennäköisempiä paikkoja kuvata vammaisia malleja (Foster & Pettinicchio 2022, 589). Näistä edellä esittelemistäni esimerkeistä on kuitenkin vielä mielestäni matkaa siihen, että vammaisen mallin voi nähdä säännöllisesti esillä valtaviiran muotilehdissä.

### **Omia havaintoja**

Voguella, sillä alkuperäisellä, on Vogue Archive -verkkosivusto, josta löytyy digitaalisena versiona kaikki Voguen painetut lehdet alkaen vuodesta 1899. Etsin sivuston avulla mahdollista aineistoa muotikuvien tarkasteluun, mutta vammaisten mallien määrä kuvissa oli hyvin vähäinen. Voguen kotisivuilla löytyy kyllä digitaalisia artikkeleita, joissa esiintyy vammaisia kuvissa. Mutta painetun lehden numeroissa löysin esimerkiksi disabled-sanan haulla vain 181 artikkelia koko aineistosta. Ja uusimmassa näistä artikkeleista vuodelta 2021, sana disabled mainittiin kerran muiden vähemmistöjen yhteydessä, kun puhuttiin tarpeesta saada monimuotoisempia malleja muotikuviin. Kun Vogue Archive -palvelussa kävin vuoden 2024, sekä tämän vuoden numerot läpi, en huomannut yhtäkään artikkelia tai kuvaa vammaisista. (Vogue Archive 2025.)

Päädyin muotiartikkeleiden ja kuvien vähäisyyden vuoksi tarkastelemaan vammaisia muotikuvissa Zebedee-mallitoimiston kotisivujen kautta. Mallitoimiston kautta löysin erilaisia muotijuttuja, joissa heidän mallejaan oli ollut kuvattuna. Kotisivujen News-kohdasta voi esimerkiksi tarkastella, missä heidän mallinsa ovat olleet kuvattuna. News otsikon alla oli 52 kohtaa, joista 11 kohdassa oli kyseessä mallin esiintyminen toimituksellisessa muotikuvassa, ja 4 näistä käsitteli valtavirran muotimediaa, kuten ELLE ja Vogue. Vaikka tässä varmastikaan ei ollut kaikki tapaukset, joissa heidän mallinsa olivat olleet kuvattuna suurempien muotilehtien muotikuviin, voi tästä päätellä jotain ilmiön yleisyydestä. Jos johtavan vammaisia malleja välittävän mallitoimiston sivustolla on näin vähän mainintoja valtavirran muotimediasta, voi tästä päätellä kyseessä olevan suhteellisen harvinainen tapahtuma. Olen havainnut, että muodin mainoskuviissa esiintyy enemmän vammaisia malleja verrattuna muotilehtien artikkeleihin tai muotikuviin. Esimerkiksi Zebedee -mallitoimiston kotisivujen News -otsikon alla 19/52 kohdasta oli kyse mallin esiintymisestä mainoksessa (Zebedee 2025.)

#### 5.4 Muutoksen mahdollisia hidasteita

Löysin useita mahdollisia selityksiä vammaisten mallien vähäisyyteen muotikuvissa.

Yksi mahdollinen syy oli muodin alalla työskentelevien toimintatavat.

Muotialan työntekijät, kuten mallitoimistolla työskentelevät, suosivat usein malleja, jotka ovat hoikkia, valkoisia ja ulkonäöltään ”terveitä”, luottaen siihen, että asiakkaat ja kuluttajat ottavat nämä mallit hyvin vastaan. Samalla näin tehdessään mallitoimiston työntekijät vahvistavat ja uusintavat olemassa olevia ulkonäkönormeja. (Foster 2021, 12.)

Toinen mahdollinen syy on muodin alan sisäänrakennetut toimintatavat, jotka ylläpitävät nykyistä tilannetta.

Alan rajoitukset ja käytännöt vahvistavat ja uusintavat sosiaalisia rakenteita, jotka ylläpitävät eriarvoisuutta. Ne rajoittavat osallistumismahdollisuuksia malleille, jotka poikkeavat laajasti jaetuista ulkonäköihanteista muotialalla. Vammaiset mallit, samoin kuten transsukupuoliset mallit, rodullistetut mallit ja pluskokoiset mallit suljetaan ulos valtavirran muotimainoksista ja huippumuodin editoriaali-kuvasarjoista oletettavasti siksi, että heidän kehonsa eivät ole tarpeeksi ihanteellisia. (Foster 2021, 4.)

Muotialaan oleellisesti liittyvä jatkuva muutos ja epävarmuus on yksi mahdollinen selitys muutoksen vastarinnalle.

Mainostajien tai artikkelien tekijöillä voi olla erilaisia syitä sille, miksi valittaisiin vammaisen malli. Mainostajille syy voi olla kuluttajien laaja sympaattinen asenne vammaisia kohtaan, tai jopa vaatimus monimuotoisuuteen. Editoriaalien tuottajilla syy voi olla syy löytää malli, jota voidaan pitää epätavallisena. Toisin kuin mainostajilla, toimituksellisten muotikuvien tuottajilla on vähemmän kiinnostusta myydä suuria määriä materiaalisia tavaroita. Joten he voivat olla halukkaampia työskennellä vammaisten mallien kanssa, jos ne vastaavat haluttuja kriteereitä inspiraatioon, inklusiivisuuteen, tai mallin tiettyyn toimintarajoitteeseen. Muoti, jossa kuvan merkitys on suuri, on kuvien välitettävä ominaisuuksia kuten voimaa, uskottavuutta ja vetovoimaa. Nämä ovat ominaisuuksia, joita erotetaan vammaisuudesta. Muoti on myös ala, jossa tyyli on epävakaata ja epävarmuus suurta. Tämä aiheuttaa monimuotoisten ja erilaisten vartaloiden ulossulkemisen, jotta voidaan maksimoida saavutettava hyöty ja minimoida mahdolliset riskit. (Foster & Pettinicchio 2022, 580–582.)

Toimituksellisten muotikuvien tuottamiseen liittyvät kustannukset voivat olla yksi syistä suosia muodin tyyppillisiä malleja. Muotikuvauksesta on tullut

monimutkaista ja kallista, sekä muotikuvien tekemiseen tarvitaan yleensä kokonainen tiimi (Salo 2005, 274).

Huippumuodin editoriaalit ja suurelle yleisölle suunnatut mainokset muodin parissa ovat hyvin kalliita tuottaa. Korkeiden kustannusten lisäksi ei ole takuita, että ne vetoavat haluttuun kohdeyleisöön. Tämän riskin vuoksi vammaisia tai muulla tavalla normistosta poikkeavia malleja, ei useinkaan valita muotijulkaisuun. Muotimedian tuottamiseen on näin sisäänrakennettu ulossulkeva mekanismi vammaisille malleille. (Foster 2021, 3–4.)

Muotiala ei ehkä ole vielä ymmärtänyt vammaisten kuluttajien ostovoiman merkitystä, ja siksi ei suuntaa muotimedian sisältöjä vammaisille.

Muoti esitetään muotikuvissa erilaisten roolihahmojen avulla. Roolit ovat sosiaalisia, koska pukeutumisella on aina viestinnällinen ulottuvuus. Pukeutumisella voi viestiä ammattia, ikää, sukupuolta, asemaa, statusta tai elämäntapaan liittyvää asennetta. Muotikuvien roolihahmoissa voi olla todellisuudesta olevien roolien lisäksi myös fiktiivisiä esimerkiksi elokuvista olevia roolihahmoja. Roolihahmoja on kasvanut sen mukana, kun muodin kuluttajien joukko on segmentoitunut. (Salo 2005, 304.)

Suomessa ihmiset käsitetään yhteiskunnallisina osallisina ennen kaikkea työnteon tai kuluttamisen kautta. Kaikki vammaisuus ei aiheuta työkyvyttömyyttä tai osatyökyvyttömyyttä. Kuitenkin niille, joille se aiheuttaa työkyvyttömyyttä, nykyinen työelämän tehokkuusihanne vaikuttaa saavuttamattomalta. (Tawast & Leinonen 2024, 283.)

Leena-Maija Rossi nostaa esiin seksuaalivähemmistöjen representaatiota tv-ohjelmissa koskevassa artikkelissaan Rosemary Hennessyn näkemykset seksuaalisen identiteetin näkyvyyden liittyminen nykykulttuurissa yleensä kuluttamiseen. Rossi ei näe tarvetta kuitenkaan erotella kuluttajuutta muista

sosiaalisesta subjektisuudesta. Hänen mielestään kuluttajasubjektuutta voisi ja pitäisi ajatella poliittisena. (2007, 125.)

Rossin ajatusten pohjalta voisin tulkita, että vammaisten tai muiden vähemmistöjen representaatiot myös kaupallisessa kuvastossa voivat tuottaa subjektuuden kokemusta. Vaikka kuvien lähtökohta olisi kaupallinen, voivat ne tuottaa toimijuutta yhteiskunnassa. Kuvalla kuin kuvalla on osansa yhteiskunnan merkitystuotannossa ja ihmisten identiteettityössä (Rossi 2001, 193).

Vammaisista monet joutuvat käyttämään itselleen sopimattomia vaatteita, koska vaatteet on suunniteltu vammattomien ihmisten tarpeiden mukaan. Vaatteet ovat olennainen osa esteettömyyttä, samalla tavalla kuin muutkin esineet tai asiat. (Tawast & Leinonen 2024, 196.)

Kehoon liitetyt normit yhteiskunnassa voivat vaikuttaa siihen, minkälaisia kehoja kuvataan valtavirran mediassa, muotikuvat mukaan lukien. Vähäinen vammaisten näkyvyys muodin alalla reflektoi ja vahvistaa kulttuurisia käsityksiä siitä, millaisia vartaloita tulisi arvostaa, ihailla sekä jäljitellä (Foster & Pettinicchio 2022, 580).

Vammaisten näkeminen sukupuolettomina hoivan kohteina pohjautuu kyvykkyysnormeista. Kehopositiivisuutta on pidetty yhtenä keinona laajentaa kapeita kehonormeja, ja nähdä monenlaiset kehot hyväksytyinä, esimerkiksi ylipainoiset ja rodullistetut kehot. Kehopositiivisuuskeskustelussa on toisinaan korvattu ulkonäköpaineet kiitollisuudella oman kehon toimintakyvystä. Nämä ulkonäkö- ja kyvykkyysnormit asettavat erilaisia kehoja paremmuusjärjestykseen ja painavat alas ihmisiä, jotka eivät normeihin yllä. (Tawast & Leinonen 2024, 197–198.)

## 6 Lopuksi

On monia sairauksia tai vammoja, joita ei voi havaita valokuvasta tai muutenkaan katsomalla. En voi tietää kuinka monta mallia on ollut historian kuluessa muotikuvissa, joilla olisi ollut jokin krooninen sairaus tai vamma. Ja joku voisi kysyä onko tällä edes merkitystä. Itse ajattelen, että on tärkeää olla monimuotoista representaatiota erilaisista vammaisista ja pitkäaikaissairaista myös muotikuvissa. Tärkeää on myös kuvattujen mallien itsemäärittely omasta vammaisuudesta tai pitkäaikaissairaudesta. Vaikka mallin mahdolliset rajoitteet eivät näkyisi muotikuvaa katsoessa ulkopuolisille, voivat nämä olla kuvan tekemisen prosessissa läsnä. Esteettömyyden vaatimus muotikuvien tekemisessä mahdollistaisi laajemman representaation tuottamisen.

Muotilehtien sivuilla ja muodin mainoksissa vammattomat mallit ikään kuin muistuttavat kuluttajia siitä, kuka on ja kuka ei ole huomiomme arvoinen (Foster 2021, 12). Kuvilla voi olla yleisemmin tärkeä rooli näkökulmien muuttamisessa vammaisuutta kohtaan, niiden maailmanlaajuisen leviämisen kautta (Foster & Pettinicchio 2022, 590).

Ehkä lisäämällä erilaisten vammaisten mallien määrää muotikuvissa, voi laajentaa ajan ja toiston kautta kuvaa siitä, minkälainen muotikuvissa esiintyvä malli voi olla. Myös muodin kuluttajat voivat vaikuttaa tuottajiin vaatimalla saada monimuotoisempaa kuvastoa muodin parissa (Foster & Pettinicchio 2022, 590). Kun analysoi representaation merkityksiä, on olennaista mistä näkökulmasta sitä tarkastelee (Seppänen & Väliverronen 2024, 254).

Kuvat tuottavat merkityksiä siinä ajassa, paikassa ja sosiaalisessa kontekstissa, missä niitä tuotetaan ja vastaanotetaan. Kuvien avulla voi sekä uusintaa yhteiskunnassa vallitsevia ilmiöitä, kuten esimerkiksi rasismia, seksismiä ja

kulttuurista etnosentrismää, tai vaihtoehtoisesti vastustaa näitä. (Kupiainen 2007, 53.)

Ajattelen, että on myös merkitystä sillä, miten ja mitä toistetaan. Näillä narratiiveilla on mielestäni merkityksiä vammaisten arjen kohtaamiin haasteisiin, mahdollisuuksiin, ja odotuksiin. Pyrin tulevaisuudessa omassa taiteellisessa työskentelyssäni olemaan kriittinen niille ilmaisun tavoille, joita toteutan kuvissani. Tärkeä kysymys itselleni onkin, että toteutanko kuvillani jotain erilaista tai monimuotoisempaa representaatiota. Tähän kysymykseen minulla ei ole tällä hetkellä vastausta, koska se vaatii etäisyyden ottamista omaan kuvaan. Taiteellinen opinnäytetyöni oli kuitenkin alku sille työskentelylle, jota haluan jatkaa.

Vehmas huomauttaa että vammaisuuden kuvauksia mediassa, elokuvissa ja kirjallisuudessa voidaan pitää yhtenä mittarina sille, miten heihin yleensä suhtaudutaan yhteiskunnassa. Samalla vammaisuuden kulttuurinen esittäminen voi joiltain osin vaikuttaa vammaisten elämän muotoutumiseen yhteisössä, vaikka suorien yhteyksien tekemisessä kannattaa olla varovainen. (2005, 135–136.)

Vammaisten aliedustus representaatioissa vaikuttavat eriarvoisuuden uusintamiseen ja ylläpitämiseen. Foster kuitenkin kysyy ovatko representaatiot vammaisuudesta täällä pysyvästi, ja mitä nämä representaatiot merkitsevät vammaisyhteisölle. (Foster 2021, 13.)

Muotikuvien voi siis ymmärtää olevan yksi osa visuaalista kuvastoa, jolla voi joko toisintaa vallitsevia rakenteita tai pyrkiä muokkaamaan niitä. Muotikuvien

kaupallinen lähtökohta voi kuitenkin asettaa kysymyksiä, onko muotikuvien kautta ilmenevä monimuotoisuus representaatiossa hyödyllistä vähemmistöille.

Haastavatko vai vahvistavatko nämä vammaisuuden kuvaukset, joita muodin alalla tulee näkymään mainoksissa, valokuvissa tai muotinäytöksissä. Ja ottaako muodin ala mukaan vammaisia sekä päätöksentekoon, yhteistyöhön luoviin projekteihin ja kommentoimaan muodin tuotesuunnittelua, vai jatkaako se ilman heitä? (Foster 2021, 14.)

## Lähteet

APFI 2024. Roolihahmojen diversiteetti suomalaisissa television draamasarjoissa ja elokuvatuotannoissa vuonna 2023. Audiovisual Producers Finland – APFI ry:n ja Metropolia Ammattikorkeakoulu. Viitattu 29.03.2025. <https://avaus.apfi.fi/wp-content/uploads/2025/03/diversiteettitilaston-2023-loppuraportti.pdf>

Burke, S. 20.04.2023. British Vogue.” Nothing is more fashionable than inclusivity”: Sinéad Burke Introduces British Vogue’s May 2023 Cover Stars. Viitattu 7.12.2024. <https://www.vogue.co.uk/article/vogue-disability-portfolio-2023>.

English, B. 2011. Japanese Fashion Designers: The Work and Influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo.

Entwistle, J. 2002. The Aesthetic Economy: The production of value in the field of fashion modelling. *Journal of consumer culture*, Vol. 2, No 3, 317–339.

Feldman, J. 20.10.2017. Tommy Hilfiger launches a line for adults with disabilities. *HuffPost Canada*. Viitattu 29.03.2025. [https://www.huffingtonpost.ca/entry/tommy-hilfiger-disabilities\\_us\\_59e78bc7e4b08f9f9edc4332](https://www.huffingtonpost.ca/entry/tommy-hilfiger-disabilities_us_59e78bc7e4b08f9f9edc4332)

Foster, J. 2021. Framing Disability in Fashion. Teoksessa Brown, R.; Maroto, M. & Pettinicchio, D. (toim.) *The Oxford Handbook of the Sociology of Disability*.

Foster, J. & Pettinicchio, D. 2022. A model who looks like me: Communicating and consuming representations of disability. *Journal of consumer culture*. Vol. 22, No 3, 579–597.

Gibson, P. C. 2018. Cindy Sherman in a New Millennium: Fashion, Feminism, Art and Ageing. *Australian Feminist Studies*. Vol.33, No 98, 481–497.

Gissler M. & Sainio, P. 2016. Vammaisia on työkäisistä suomalaisista 7 tai 29 prosenttia. Viitattu 20.10.2023. <https://blogi.thl.fi/vammaisia-on-tyoikaisista-suomalaisista-7-tai-29-prosenttia/>

Godart, F. C. & Mears, A. 2009. How Do Cultural Producers Make Creative Decisions? Lessons from the Catwalk. *Social forces*. Vol. 88, No 2, 671–692.

Haikala, K. Monokini 2.0 – Who Says You Need Two? Viitattu 18.04.2025. <https://www.katriinahaikala.com/socially-engaged-art/monokini2>

Kupiainen, R. 2007. Voiko kuvaa lukea? Visuaalisen lukutaidon kysymyksiä. Teoksessa Rossi, L & Seppä, A. (toim.) *Tarkemmin katsoen: Visuaalisen kulttuurin lukukirja*. Helsinki: Gaudeamus, 36–54.

Loreck, H. 2002. De/constructing Fashion/Fashions of Deconstruction: Cindy Sherman's Fashion Photographs. *Fashion Theory*. Vol. 6, No 3, 255–275.

Metropolitan Museum of Art 2011. Alexander McQueen Savage Beauty-näyttely 04.05.-07.08.2011. Ensemble No. 13, spring/summer 1999. Viitattu 07.12.2024. <https://blog.metmuseum.org/alexandermcqueen/tag/no-13/>

Mustonen, J. n.d. Revs cover/ Katrin Thormann. Viitattu 22.04.2025. <https://www.juhamustonen.com/index#/revs-3/>

Onnela, T. 1993. Valokuvan ja vallan liitto. Teoksessa Ripatti, M. (toim.) P: N tarina ja herra silinterissä. Helsinki: Valokuvataiteen seura, 48–86.

Perttunen, M. 10.10.2024. Viitattu 29.03.2025.

<https://www.markkinointiuutiset.fi/artikkelit/zalando-laajentaa-toimintarajoitteisten-valikoimaansa-urheilu--ja-lastenvaatteisiin>

Rossi, L. 2007. Queer TV? Kumouksellisten representaatioiden politiikasta ja ehdoista. Teoksessa Rossi, L & Seppä, A. (toim.) Tarkemmin katsoen: Visuaalisen kulttuurin lukukirja. Helsinki: Gaudeamus, 122–136.

Rossi, L. 2001. Kuvista toisin sanoin: Feministikatsojan näkökulmia. Helsinki: Lasipalatsi.

Salo, M. 2005. Muodin ikuistajat, muotokuvaus Suomessa. Hollola: Salpausselän Kirjapaino.

Seppänen, J. 2005. Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvaan tulkitsijalle. Tampere: Vastapaino.

Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2024. Mediyhteiskunta: Viestintä ja valta huomiotaloudessa. Tampere: Vastapaino.

Sofia, T. & Riikka, L. 2024. Suuri valhe vammaisuudesta. Helsinki: Tammi.

Vehmas, S. 2005. Vammaisuus: Johdatus historiaan, teoriaan ja etiikkaan. Helsinki: Gaudeamus.

Vogue Archive. n.d. Viitattu 20.04.2025. <https://archive.vogue.com>

WHO.int- sivusto. Disability 2023. Viitattu 7.12.2024. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>

Zalando mukautuvat mallistot 2025. Viitattu 29.03.2025.  
<https://www.zalando.fi/mukautuvaa-muotia/>

Zebedee News 2025. Viitattu 20.04.2025.  
<https://www.zebedeetalent.com/eur/news/>.

## Kuvalähteet

Kuva 1. AnOther Magazine 2015. The Full Shoot: Nick Knight x McQueen for AnOther Magazine. Viitattu 13.01.2025.

<https://www.anothermag.com/fashion-beauty/4359/the-full-shoot-nick-knight-x-mcqueen-for-another-magazine>

Kuva 2. Scanned fashion world 2011. GUCCI SS 1998. Viitattu 13.01.2025.

<https://www.scannedfashionworld.com/2019/11/campaign-gucci-ss-1998.html>

Kuva 3. Tuija Marander: Riikka. Sarjasta Pinnalla 2025.

Kuva 4. Tuija Marander: Jonna. Sarjasta Pinnalla 2025.

Kuva 5 lähde: Newton, H. High & Mighty Shoot American Vogue 1995. Viitattu 22.04.2025. www.artsy.net. <https://www.artsy.net/artwork/helmut-newton-high-and-mighty-shoot-american-vogue>

Kuva 6 ja 7. Allwood, Emma Hope 17.08.2015. Is disability fashion's forgotten diversity frontier? Dazed. Viitattu 30.03.2025.

<https://www.dazeddigital.com/fashion/article/25948/1/is-fashion-finally-becoming-inclusive-of-disability>

Kuva 8, 9 ja 10. Keah Brown 05.10.2018. What It's Like to Be a Disabled Model in the Fashion Industry. Viitattu 29.03.2025.

<https://www.teenvogue.com/story/cover-story-representation-fashion-industry-jillian-mercado-mama-cax-chelsea-warner>

Kuva 11. Heasley, Shaun 21.04.2023. Disability activists grace cover of British Vogue. Viitattu 21.04.2025.

<https://www.disabilitycoop.com/2023/04/21/disability-activists-grace-cover-of-british-vogue/30347/>

