

Sara Juvonen

# EROTTUVA MUOTIBLOGIKUVA

Opinnäytetyö

Muotoilun koulutusohjelma/ Designer-stylisti

Huhtikuu 2015



**KYAMK**  
University of Applied Sciences

<b>Tekijä</b> Sara Juvonen	<b>Tutkinto</b> Muotoilija	<b>Aika</b> Huhtikuu 2015
<b>Opinnäytetyön nimi</b> Erottuva muotiblogikuva		62 sivua 24 liitesivua
<b>Toimeksiantaja</b> Sauma		
<b>Ohjaaja</b> Yliopettaja Sinikka Ruohonen		
<b>Tiivistelmä</b>  <p>Tässä opinnäytetyössä tutkittiin muotiblogien kuvia. Tutkimus kohdistui muotiblogien tyypillisiin tapoihin käyttää kuvia, tavoitteenaan selvittää millaiset kuvat ovat yleisestä poikkeavia. Tutkimuksen tarkoitus oli saada selville, miten muotiblogi voi erottua kuvien avulla valtavasta, koko ajan laajenevasta blogosfääristä. Tutkimustulosten perusteella suunniteltiin kuvasarja uudelle muotiblogille Saumalle.</p> <p>Tutkimus oli kvalitatiivista, ja analyysissä käytettiin metodina tyypittelyä. Tutkimusaineisto koostui 56 valitusta muotiblogista, jotka lajiteltiin kolmeen kategoriaan niiden kuvasisällön mukaan. Jokaisen ryhmän kuvista etsittiin yhteisiä, usein toistuvia piirteitä, joiden perusteella pääteltiin millaisia ryhmän kuvat tyypillisesti ovat. Myös eroavaisuuksiin kiinnitettiin huomiota.</p> <p>Tutkimuksen perusteella muotiblogosfäärin kuvat ovat keskenään varsin samanlaisia. Niiden avulla halutaan esiintyä ihanteellisina muiden silmissä – kauniina, tyylikkäänä, taitavina ja kaikin puolin täydellisinä. Kuvat keskittyvät konkreettisiin tuotteisiin, eikä niissä ole juurikaan havaittavissa syvällisempää tai luovaa sisältöä. Ne noudattavat muodissa vallitsevia kauneuden ja menestyksen ihanteita sekä muotiblogosfäärin vakiintuneita käytäntöjä. Erottuva blogikuva on sisällöltään puhutteleva ja herättää katsojassa ajatuksia ja tunteita. Myös mielikuvituksellisuus, huumori ja aito henkilökohtaisuus ovat toimivia erottautumisen keinoja. Opinnäytetyön tutkimuksesta ja tulosten perusteella tehdyistä blogikuvista on hyötyä muotiblogosfääristä erottumista tavoittelevalle toimeksiantajalle. Kuvasarja toteutettiin piirtäen.</p>		
<b>Asiasanat</b> kuvitus, muoti, muotiblogi, tyypittely		



<b>Author</b> Sara Juvonen	<b>Degree</b> Bachelor of Culture and Arts	<b>Time</b> April 2015
<b>Thesis Title</b> Distinctive fashion blog image		62 pages 24 pages of appendices
<b>Commissioned by</b> Sauma		
<b>Supervisor</b> Sinikka Ruohonen, Principal lecturer		
<b>Abstract</b> <p>This thesis examines the pictures in fashion blogs. The study focuses on common ways to use blog images, in order to discover what kind of images stand out. The objective was to find out how a fashion blog can use images as a mean of differentiation from the vast and constantly expanding blogosphere. Based on the conclusions of the research, a series of pictures were produced for a new fashion blog called Sauma.</p> <p>The study was a qualitative research and was carried out using typology as a method of analysis. The research material consisted of 56 selected fashion blogs. Blogs were grouped into three categories, based on the primary content of their images. Common and recurring characteristics were searched from the images of each category. As a result, what kind of pictures are typical in fashion blogs could be concluded.</p> <p>The research indicated that the images in the fashion blogosphere are quite similar to each other. Overall the images are material oriented and lack an expressive and creative content. They follow the institutional ideals of beauty and success in fashion, as well as their own established customs. Distinctive fashion blog image is thought-provoking, has a strong message and appeals to the emotions. Other effective means of differentiation are imagination, use of humor and personal angle. The research results and the produced images in this thesis help the commissioner to stand out from other fashion blogs. Images were executed by drawing.</p>		
<b>Keywords</b> blog, blogosphere, differentiation, fashion, illustration, images, typology		

# SISÄLLYS

## TYÖN KESKEISET KÄSITTEET

1	JOHDANTO .....	7
2	TYÖN LÄHTÖKOHDAT .....	8
	2.1 Tarkoitus ja rajaus .....	9
	2.2 Työn tausta ja viitekehys .....	10
3	MUOTIBLOGIT .....	11
	3.1 Blogi.....	11
	3.2 Muoti.....	13
	3.3 Muotiteollisuus .....	15
	3.4 Muotiblogi-ilmiön nousu .....	16
	3.5 Kuva muotiblogeissa.....	19
4	EROTTUVA MUOTIBLOGIKUVA .....	21
	4.1 Tutkimusmenetelmät .....	23
	4.2 Aineiston valinta.....	26
	4.3 Tyypittely .....	27
	4.3.1 Minä-blogit.....	28
	4.3.2 Taito-blogit .....	31
	4.3.3 Näkökulma-blogit .....	33
	4.4 Tutkimuksen johtopäätökset .....	36
5	KUVIEN TOTEUTUS.....	39
	5.1 Lähtökohdat.....	39
	5.1.1 Minä kuvittajana .....	39
	5.1.2 Kuvasarjan aihe ja tavoitteet .....	41
	5.2 Työprosessi .....	43
	5.3 Valmiit työt ja itsearviointi .....	50
	5.4 Kuvitustöiden analyysi .....	51
6	JOHTOPÄÄTELMÄT .....	54
	LÄHTEET.....	57
	KUVALUETTELO .....	61

## LIITTEET

Liite 1. Tutkimuksen muotiblogit

Liite 2. Tutkimusosan kuvat

Liite 3. Valmis kuvasarja

## TYÖN KESKEISET KÄSITTEET

### **Bloggaaja** (blogger)

Henkilö, joka ylläpitää blogia. Blogiin kirjoittamista ja sen ylläpitämistä kutsutaan bloggaamiseksi.

### **Blogi** (blog)

Blogi on julkinen verkkosivu, joka sisältää yhden tai useamman henkilön säännöllisesti tuottamia julkaisuja. Sivustolla uudet sisällöt ovat yleensä ylimpänä ja vanhemmat luettavissa sen alapuolella.

### **Blogosfääri** (blogosphere)

Kaikkien blogien muodostama verkosto. Myös sanoja blogikenttä, blogistania ja blogimaailma käytetään.

### **Postaus** (blog post)

Blogin sisältö; julkaisu. Julkaisut voivat koostua tekstistä, kuvista ja videoista.

## 1 JOHDANTO

Visuaalisuus ja kuva ovat vahvasti läsnä nyky-yhteiskunnassa. Kuvia on kaikkialla ympärillämme: kaupunkien kaduilla, maanteiden varsilla, kulkuvälineiden kyljissä, kirjoissa, lehdissä, mobiililaitteissa, internetissä. Radiota lukuun ottamatta lähes kaikki mediat pursuavat kuvaa.

Median käytössä on reilun kymmenen vuoden sisällä tapahtunut suuri muutos, kun internetistä on tullut erottamaton osa arkielämää. Yksi tärkeä verkon ilmiö on bloggaus, josta on ajan kuluessa kehittynyt varsin yleinen media-alan ammatti. Bloggeja on pidetty ohimenevänä ilmiönä, mutta aika on osoittanut että ne ovat tulleet jäädäkseen. Blogimaailma jatkaa kasvuaan koko ajan, eikä kehitykselle näy loppua. Nykyisin suurin osa blogeista on omiin rajattuihin aiheisiinsa keskittyviä teemajulkaisuja, joista luetuimpia ja tunnetuimpia ovat muotiblogit.

Ammatillisesta näkökulmasta muotiblogeissa on paljon mahdollisuuksia. Ne ovat nykyään tärkeä osa muotimaailmaa. Yritykset ovat kiinnostuneita tekemään yhteistyötä bloggaajien kanssa, ja yhteistyön muodot lisääntyvät kaiken aikaa. Toisaalta menestys on johtanut myös blogien määrän kasvuun ja sitä kautta kilpailun kiristymiseen. Menestystä tai edes kohtuullista lukijamäärää blogilleen tavoittelevan on syytä erottua blogimassasta edukseen, sillä muotiblogien tarjonta on todella suuri. Koska kuvat ovat muotiblogeissa erittäin merkittävässä roolissa, erottautumista tavoittelevan muotiblogin on poikettava tyypillisistä blogeista myös kuviensa suhteen.

Tässä opinnäytetyössä tutkin muotiblogien kuvia ja erilaisia tapoja erottua niiden avulla tyypillisistä muotiblogikuvista. Tutkimukseni pohjalta suunnittelen uudelle, perusteilla olevalle Sauma-muotiblogille piirretyn kuvasarjan. Kuvien on tarkoitus auttaa blogia erottumaan muista muotiblogeista, herättää lukijoiden huomio ja tuoda näkyvyyttä blogille ja sen tekijöille.

Aiheeseen liittyen on samaan aikaan, keväällä 2015, tekeillä toinenkin opinnäytetyö Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa. Riina Henttu keskittyy opinnäytetyössään Sauma-blogin konseptin kehittämiseen, tarkoituksenaan laatia perusteellinen suunnitelma uudenlaisen, ammattimaisen muotiblogin sisällölle. Nämä kaksi työtä lähestyvät projektiamme eri näkökulmista, ja niiden kautta saatava tieto on tarkoitettu auttamaan meitä blogimme alkuun saamisessa.

## 2 TYÖN LÄHTÖKOHDAT

Työn asiakas on perusteilla oleva muotiblogi Sauma, jonka takana on itseni lisäksi kaksi muuta muotoilun opiskelijaa, Elina Heikkinen ja Riina Henttu. Blogin on tarkoitus poiketa jo olemassa olevista muotiblogeista esimerkiksi tarinankerronnallisuudellaan, taiteellisuudellaan ja mahdollisesti kantaaottavuudellaan.

Idea uudentyyppisestä muotiblogista sai alkusysäyksensä keskusteluista Riina Hentun ja Elina Heikkisen kanssa pari vuotta sitten. Olimme kaikki lukeneet jonkin verran blogeja, mutta koimme useimmat muotiblogit jossain määrin hengettömiksi: kaipasimme niihin enemmän sisältöä ja merkitystä. Huvittelimme keksimällä eri lähestymistapoja muotiblogin pitämiseen ja pohdimme myös, voisiko muotiaiheinen blogi keskittyä konkreettisten tuotteiden sijasta esimerkiksi taiteellisuuteen. Ajatus jäi itämään kunnes opintojemme loppuvaiheessa palasimme taas aiheeseen ja päätimme ryhtyä tuumasta toimeen.

Aikeenamme on luoda blogi, joka vahvan ja omaleimaisen visuaalisuutensa välityksellä herättelee lukijoissaan ajatuksia ja muistoja. Se on luokiteltavissa muotiblogiksi, mutta ei sitoudu eikä rajaudu genren käytäntöihin; tarkoituksena on tehdä asiat eri tavalla kuin muotiblogeissa on totuttu. Tämä pohjautuu siihen, että blogimme sisältö perustuu omia tunteitamme ja ajatuksiamme ravis-telleisiin asioihin, joita yritämme saada vangittua muotimaisiinkin kuviin. Silloin voimme tavoittaa niitäkin lukijoita, jotka eivät välttämättä välitä niinkään muodista, mutta löytävät aitouden ja merkityksen sisällöistämme. Sen vuoksi lukijakin voi olla oikeastaan kuka vain: nainen, mies, nuori tai vanha, mistä päin maailmaa tahansa. Kohderyhmänä ovat kaikki ne ihmiset, jotka kaipaavat vahvoja kuvia ja tarinoita elämäänsä.

Yksi suurimmista eroavaisuuksista verrattuna useimpiin muotiblogeihin on siinä, että esittelemme siellä lähtökohtaisesti töitämme, emme itseämme persoonina tai yksityiselämäämme. Suunnitelmamme on julkaista blogin kautta sekä yhteisiä projektejamme että jokaisen omia töitä. Rakennamme blogista ammatillista työkalua, jonka avulla tavoittelemme töillemme näkyvyyttä sekä kontakteja työelämään ja sitä kautta uusia työmahdollisuuksia. Sitä ennen sen on kuitenkin vakiinnutettava asemansa ja tultava kohtuullisen tunnetuksi, mikä edellyttää laajaa ja uskollista lukijakuntaa. Haluamme, että blogimme herättää



yleisössä keskustelua ja saa mielikuvituksen liikkeelle, ilahduttaa, kenties ravistelee tai vaikuttaakin, eli on monessa suhteessa lukijalleen merkityksellinen ja läheinen.

Blogin nimeksi on valittu Sauma. Niin liitosta kuin mahdollisuutta tarkoittavana sanana se kuvaa osuvasti sitä, mitä tämä blogi meille itsellemme merkitsee. Sauma assosioituu tekstiiliin tai vaatteeseen ja sitä kautta muotiin olematta kuitenkaan liian rajaava tai ilmeinen. Suomenkielinen blogin nimi tuo esille oman taustamme ja liittää meidät suomalaiseen blogikenttään, mutta lyhyenä ja yksinkertaisena on muistettava muunkin kielisille. Voihan olla, että ulkomalaisen näkökulmasta se tuo blogiimme vielä vähän lisää eksoottisuusarvoa ja erityisyyttä.

Tätä opinnäytetyötä tehdessäni blogi on kuitenkin vielä perustamisvaiheessa. Tarkemmin konseptin kehittelyyn syventyy Riina Henttu opinnäytetyössään *SAUMA – konseptin suunnittelu uudenlaisen muotiblogin sisällölle*. Oma näkökulmani keskittyy kuviin ja kuvallisten keinojen käyttöön.

## 2.1 Tarkoitus ja rajaus

Tämän työn tarkoitus on auttaa tekemään Saumasta uudenlainen ja kiinnostava, auttaa sitä erottumaan jo olemassa olevista blogeista, profiloitumaan ja saamaan jalansijaa muotiblogosfäärissä.

Tutkimusosion tarkoitus on auttaa ymmärtämään muotiblogien kuvankäyttötapoja ja selvittää, kuinka Sauma voi erottua edukseen blogosfäärissä kuvien avulla. Tutkimalla muotiblogien kuvissa tyypillisesti toistuvia elementtejä ja ominaisuuksia haen totutusta poikkeavia tai muuten erottuvia keinoja kuvien käyttämiseen omassa blogissamme.

Opinnäytetyöni painotus on produktiivinen. Työn lopputuloksena on blogissamme julkaistavaksi suunniteltu kuvasarja. Kuvien ensisijainen tavoite on edustaa Sauman maailmaa, herättää yleisön mielenkiinto ja tuoda näkyvyyttä blogille. Lisäksi kuvien tavoitteena on edustaa itseäni kuvittajana.

Saumalla ei ole valmiiksi määriteltyä ilmettä tai graafista ohjeistoa - sen tyylin muodostaa jokaisen osanottajan kädenjälki yhdessä. Siksi olen blogin kuvia tehdessäni varsin vapaa käyttämään omaa ilmaisua ja näkemystäni. Samalla se tekee työstä myös vaikeaa, sillä rajat monesti ruokkivat luovuuttani

paremmin kuin valtava valinnanvapaus. Tämän opinnäytetyön tutkimusosion onkin tarkoitus myös ohjata tekemistäni rajaamalla kuvien sisältöä ja sitä kautta työskentelyäni. Toisin sanoen kuvien suunnittelu ja toteutus pohjautuvat kirjallisessa osiossa tehtyihin johtopäätöksiin.

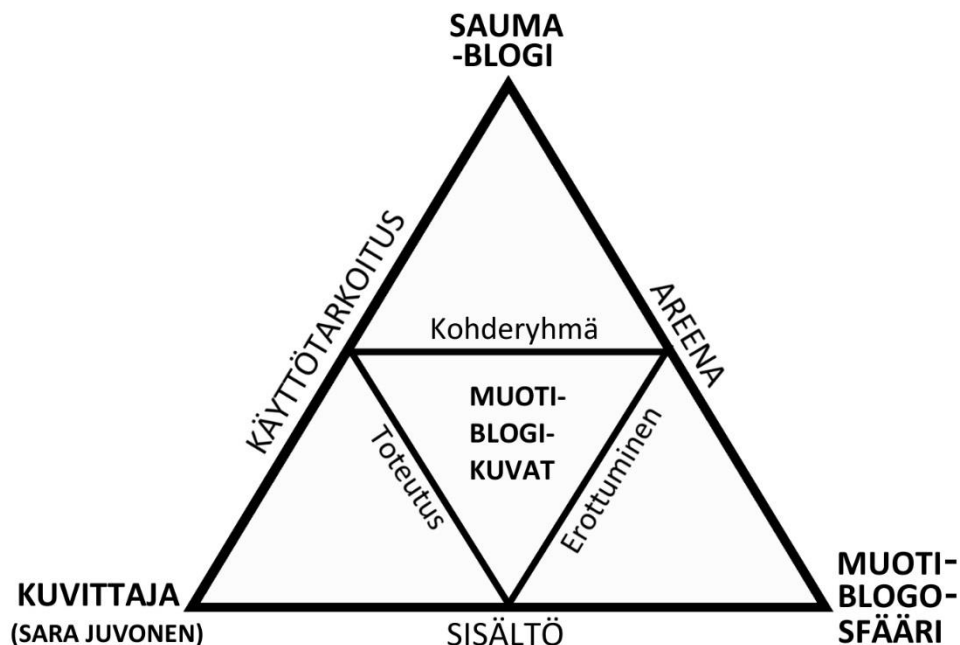
Tämän työn avulla haluan oppia ymmärtämään, analysoimaan ja kategorisoi-  
maan erilaisia kuvia ja kuvankäyttötapoja muotiblogeissa, löytää Saumaan so-  
pivan tavan käyttää kuvaa sekä toteuttaa kiinnostavaa ja visuaalisesti vahvaa  
materiaalia. Haluan haastaa itseni ja kehittyä kuvittajana sekä teknisesti että  
taiteellisesti.

Tutkimukseni pääkysymys on: *miten kuvien avulla voi erottua muotiblogosfää-  
rissä?*

Alakysymykseni ovat: *millainen on Saumaan sopiva, kiinnostava ja erottuva  
kuva? Kuinka suunnittelen ja toteutan mieleenpainuvia kuvia Saumaan?*

## 2.2 Työn tausta ja viitekehys

Työni taustalla kolme vahvimmin vaikuttavaa tekijää ovat minä itse kuvitta-  
jana, julkaisupaikkana toimiva Sauma-blogi ja muotiblogosfäärin käytännöt,  
joista halutaan erottua. Viitekehys (kuva 1) havainnollistaa keskeisten ele-  
menttien suhdetta toisiinsa.



Kuva 1. Viitekehys (Juvonen 2015)

Opinnäytetyökseni tehtävien muotiblogikuvien suunnitteluun vaikuttaa niiden käyttötarkoitus: edustaa ja markkinoida Saumaa sekä tuoda tälle näkyvyyttä ja lukijoita. Niiden tarkoituksena on myös profiloitua muotiblogosfäärissä: liittää Sauma muotiblogien joukkoon ja samalla erottua joukosta edukseen. Erottuminen tapahtuu muotiblogosfäärin normista poikkeavalla sisällöllä ja esitystavalla, joita tutkin tässä opinnäytetyössä. Kuvien sisältöön ja toteutukseen vaikuttavat myös omat kiinnostukseni ja kykyni kuvittajana, koska kuvien tarkoitus on toimia blogisisällön ohella omina työnäytteinäni ja edustaa itseäni niin Saumassa kuin sen ulkopuolellakin.

Kuvien kohderyhmä on blogin kohderyhmä eli lukijat, työnantajat ja media. Ensimmäisessä blogi on kohdistettu tavalliselle ihmiselle, joka on kiinnostunut ajatuksia herättävästä, mahdollisesti muotiin liittyvästä materiaalista.

### 3 MUOTIBLOGIT

Muotiblogit ovat blogeja, joiden pääasiallisena aiheena on muoti. Tässä kapaleessa avaan käsitteet blogi ja muoti. Lisäksi selitän, mitä on muotiteollisuus, ja kuinka muotiblogit ovat löytäneet paikkansa muodin ekosysteemissä. Kerron myös, mikä on kuvan tehtävä muotiblogeissa, ja esittelen niihin liittyvät vakiintuneet käytännöt.

#### 3.1 Blogi

Blogi on verkkosivusto, jolle yksi tai useampi kirjoittaja tuottaa uutta sisältöä varsin säännöllisin väliajoin. Perinteisesti uudet sisällöt eli postaukset ovat sivulla ensimmäisenä esillä, ja vanhat luettavissa sen alapuolella tai arkistossa. Blogeissa painottuu yleensä kirjoittajan henkilökohtainen näkökulma, mikä tuodaan myös lukijan tietoon. (Salmenkivi & Nyman 2008, 145.)

Sana blogi on lyhentymä englannin kielen sanasta weblog, joka on suoraan käännettynä nettiloki. Varhaisimmat 90-luvun weblogit koostuivat kirjoittajan tekemistä linkkilistoista muille internet-sivuille, eli olivatkin eräänlaista verkkonavigointia. Vähitellen painopiste weblogeissa kuitenkin muuttui henkilökohtaisemmaksi ja niistä tuli nettipäiväkirjoja, blogeja, joissa käytiin läpi kirjoittajan päivittäistä elämää ja arkea. Tällaisiksi virtuaalisiksi päiväkirjoiksi blogit saataan yhä edelleenkin mieltää, vaikka se nykyään pitää paikkansa enää murtoosan kohdalla. Blogikenttä on 2000-luvun aikana jakautunut moniin erilaisiin

alalajeihin, ja blogit ovat erikoistuneet käsittelemään omia erikoisteemojaan ja -aihepiirejään. (Luostarinen 2010, 18–19.)

Vuorovaikutus kirjoittajan ja lukijoiden välillä on olennainen osa blogia. Lähes kaikissa blogeissa on mahdollisuus kommentoida kunkin postauksen alle kommenttialueelle. Se vaihtelee, onko anonyymisti kommentoiminen mahdollista, tai moderoiko eli seulooko bloggaaja kommentit ennen niiden julkaisua vai ei. Nykyisin vallalla oleva käytäntö tuntuu olevan, että kommentteja ei moderoida etukäteen. Toiminta perustuu luottamukseen bloggaajan ja lukijoiden välillä. Mikäli lain tai hyvän tavan vastaisia viestejä ilmaantuu tai keskustelu kääntyy asiattomille raiteille, bloggaaja voi poistaa kommentteja myös jälkikäteen. Kuten Salmenkivi ja Nyman (2008, 146) kirjoittavat, mahdollisuus kommentointiin tekee jokaisesta blogipostauksesta keskustelutilan, jossa vallassa ja vastuussa on blogin pitäjä. Moderointi pitää keskustelun raiteillaan, mutta voi myös koitua sen kuolemaksi, mikäli keskustelijat kokevat sananvapauttaan liiaksi rajoitettavan (Malmi 2014).

Luostarisen (2010, 18) mukaan *kyseessä on webympäristön vallankumouksellisin prosessi, ja myös innovaatiokentän ehkä eniten muuttava yksittäinen tekijä lähivuosina*. Vaikka blogi on yhä suhteellisen uusi ilmiö, sen merkitys verkkomaailmassa on muuttunut huomattavasti, ja se on kehittynyt viimeisten kymmenen vuoden aikana sosiaalisen median instituutioksi. Blogeja on kaikkialla. Ensimmäisistä, henkilökohtaisista nettipäiväkirjoista on päästy muun muassa yhteiskunnallista vaikuttamista tavoitteleviin politiikkablogeihin, yritysten ylläpitämiin markkinointi- tai tiedotusblogeihin, projekti- ja oppimisblogeihin sekä muihin, mitä erikoisimpiin aihepiireihin keskittyneisiin harrasteblogeihin. Helpon hakukonelöydettävyytensä ja seurattavuutensa vuoksi ne haastavat kommunikaatiokanavana perinteisempiä mediajulkaisuja, ainakin kapeiden aihepiirien sisällä. (Salmenkivi & Nyman 2008, 146.)

Blogien määrä on räjähdysmäisesti kasvanut 2000-luvun puolivälin jälkeen. Tarkkaa määrää on mahdotonta laskea, ja arviot vaihtelevat suuresti. Duncan Riley arvioi *The Blog Herald*issa lokakuussa 2005, että verkkoon on perustettu yli 100 miljoonaa blogia. Matti Lintulahden (2005) arvion mukaan suomalaisia blogeja olisi ollut samaan aikaan yli 170 000. Lintulahtea tosin arvosteltiin heti laskelman esittämisen jälkeen tuhansien passiivisten, eli käytöstä poistuneiden tai ei koskaan aktiivisten, blogien sisällyttämisestä lukuun (Köykkä 2005).

Vääristyneenä Lintulahden tulosta piti myös Harto Pönkä (2014), joka päätyi omissa laskuissaan siihen, että suomalaisia blogeja olisi ollut joulukuussa 2005 alle 4000, mutta vuoden 2014 puoliväliin mennessä jo lähemmäs 55 000. Samaa kehitystä maailmanlaajuisella tasolla tuo esiin Brandon Gaillen (2013) arvio, jonka mukaan marraskuussa 2013 internetissä olisi ollut jo 152 000 000 blogia.

Toki tuloksiin on järkevintä suhtautua kriittisesti, sillä ne ovat epätarkkoja ja riippuvat huomattavasti laskutavasta ja -kriteereistä. Joka tapauksessa mitaukset näyttäisivät osoittavan samaa trendiä: blogien määrä on kasvanut huomasti, eikä kehityssuunnalle näy loppua.

Sytä bloggaamisen nousuun on haettu muun muassa yleisön läsnäolosta johtuvasta sisällöntuotannon mielekkyydestä ja inhimillisestä tarpeesta korostaa omaa egoaan tuottamalla jotakin muiden nähtäville. Salmenkiven ja Nymanin (2008, 142) mukaan ennen sosiaalisten medioiden aikaa tavallisten ihmisten tuottamat verkkosisällöt saavuttivat harvoin yleisöä, sillä niiden olemassaolosta ei juurikaan tiedetty. Internetin ensimmäisinä suurina kohtaamispaikkoina Facebook (perustettu 2004), YouTube (perustettu 2005) ja Twitter (perustettu 2006) lisäsivät omalta osaltaan sosiaalisen median tarjontaa ja käyttöä. Niissä levisi tieto myös muista verkon uusista kommunikaatiovälineistä. Nykypäivänä sosiaalisen median yhteisöllisten palvelujen avulla voi kuka tahansa tavoittaa maailmanlaajuisen yleisön nopeasti, helposti ja ilmaiseksi.

Myös teknologian kehityksellä on ollut suuri merkitys blogi-ilmion kasvuun. Digitalisoitumisen myötä tiedosta tuli helposti käsiteltävää ja levitettävää, ja tekniikan halpeneminen toi välineet siihen yhä useamman ulottuville (Lintulahti 2006). Älypuhelimien ja tablettitietokoneiden yleistymisen on todennäköisesti osaltaan arkistanut ja nopeuttanut verkkomateriaalin tuottamista, kun keino siihen kulkee yhä useammalla aina mukana.

### 3.2 Muoti

Kielitoimiston sanakirjan mukaan muoti on *jonakin ajankohtana vallitseva makuuunta, suosiossa oleva tyyli, kuosi, yleinen tapa*.

Muoti on ilmiö, joka vaikuttaa kaikkiin ihmisiin. Se on ollut olemassa yhtä kauan kuin ihmiskunta. Muodit näkyvät ihmisten käyttäytymisessä, puheta-voissa, nimissä, ihanteissa, ajattelutavoissa ja suhtautumisissa erilaisiin ympäröivän maailman asioihin. Muoti on aikansa kuva ja heijastaa sen arvoja kaikilla elämän osa-alueilla. (Vekkele 2005, 10.)

Oleennaista muodissa on muutos. Yksinkertaisimmillaan se on vallitsevan tavan vaihtumista ja korvautumista seuraavalla tavalla, joka taas yhteisössä yleistyttyään korvautuu uudella. Muotia on siellä, missä uudet tekotavat leviävät, omaksutaan ja edelliset hylätään. Se on uuden ikuista tulemistä. Vaikka muoti itsessään on näkymätön voima, sen vaikutus on nähtävissä yhteiskunnan aineellisissa tuotoksissa, erilaisissa tavaroissa. (Reilly 2014, 12.)

Tärkeä avainsana on yhteisö. Muoti on vahva voima, mutta vain silloin kun sillä on yhteisö jossa vaikuttaa. Jos olisi vain yksi tai kaksi ihmistä, jotka omaksuisivat uuden tavan, kyseessä ei olisi muoti. Tullakseen muodiksi tavan on levittävä laajemmalle yhteisöön ja muututtava vallitsevaksi käytökseksi.

Koska muodissa on kyse ennen kaikkea vaihtelusta, se saa sisältönsä suhteessa edellisiin muoteihin. Koska täysin uutta on mahdotonta keksiä muodin vaatimalla tahdilla, sen jatkuva aiemmasta poikkeamisen tavoittelu ja vastakohtaisuuden haku johtaa vanhojen muotien uudelleentulemisiin. Muodin kiertokulkuksi kutsutaan ilmiötä, jossa vanhat muodot ja sisällöt palaavat takaisin oltuaan hetken aikaa painuneina unohdukseen. Täysin samanlaisina ne eivät kuitenkaan takaisin tule, vaan aina uuden ajan itselleen sopivaksi muuttamina. Näin muodin vaatimus uutuuteen tulee täytetyksi vanhoja ideoita muokkamalla. (Simmel 1986, 72–73.)

Vaikka muoti vaikuttaa kaikessa, rajaan sen tässä opinnäytetyössä kuitenkin tarkoittamaan vaatteita ja ulkonäköä, joihin sanan erityisen usein mielletään liittyvän. Tämä saattaa johtua siitä, että pukeutuminen on yksi suurimmista yhteisön visuaaliseen ilmeeseen vaikuttavista elementeistä, jolloin sen muutokset on helppo havaita. Vaatteita käyttävät kaikki ja ne ovat kaikkien saatavilla, ja lisäksi niiden kulutus on ainakin moniin muihin tavaroihin verrattuna ollut aina suhteellisen nopeaa, jolloin ne ovat myös muita tuotteita alttiimpia muotien vaihteluille. (Reilly 2014, 13.)

### 3.3 Muotiteollisuus

Vaikka muotia on muissakin kulttuureissa, tässä opinnäytetyössä käsittelen sitä kuitenkin länsimaisesta, Suomi-painotteisesta näkökulmasta. Länsimaisen vaatemuodin on usein nähty saaneen alkunsa 1300-luvulla eurooppalaisista hoveista, joissa Ranskan hovin innoittamana alettiin erottautua vaatteiden avulla rahvaasta. Modernin länsimaisen muodin alkuna historioitsijat taas ovat pitäneet 1800-luvun puolivälin teollistumista, jolloin muotityylejä alkoi määrätä hovien sijasta muotisuunnittelijoiden työt. (Fogg 2013, 9.)

1900-luvun puolivälin jälkeen muotisuunnittelijoiden valta muotien määrittäjinä alkoi vähentyä, kun muoti demokratisoitui – se ei ollut enää rikkaiden yksinoikeus. Kalliiden suunnittelijaluomuksien sijasta ihaileva katse kohdistui populaarikulttuuriin. Alakulttuurit ja nuorisomuodit syntyivät, ja vaikutteet haettiin elokuvista, näyttelijöiltä, pop- ja rock-muusikoilta, mainoksista ja nuortenlehdistä (Muodin trendit 70-luvulla 1970).

Muodin kehitys 1900-luvulla liittyy olennaisesti yhteiskunnan läpi käymiin vaiheisiin. Suurin vaatetukseen vaikuttanut muutos oli todennäköisesti siirtyminen itse tehdyistä tai mittatilausvaatteista teollisesti massavalmistettuihin vaatteisiin, joka taas kytkeytyy kulutustottumusten muutokseen.

Heinosen mukaan kulutusyhteiskunnan läpimurto tapahtui Suomessa 1950-luvun jälkeen parissakymmenessä vuodessa. Kuten muutkin länsimaat, myös Suomi kävi läpi suuren muutoksen toisen maailmansodan jälkeen. Hyvinvointia rakennettiin monin tavoin, ja sotaa seuranneen pula-ajan jälkeen yleinen elintaso nousi. Elinkeinorakenne muuttui: alkutuotannosta elävästä maatalousmaasta tuli kaupungistunut, jälkiteollinen yhteiskunta, jossa palvelualat työllistivät suurimman osan työvoimasta (Myyryläinen 1998). Teollisuustuotanto kasvoi ja sen laatu parani (Tilastokeskus 2007a). Yksityinen kulutus lisääntyi huomasti, mihin vaikutti osaltaan myös vapaa-ajan kasvu (Tilastokeskus 2007b; Heinonen 2000). Enää ei ollut puutetta tavarasta, eikä vanhoja vaatteitakaan tarvinnut säästää niin pitkään, kun oli rahaa ostaa uutta, muodikasta tilalle. Vaatekaapin sisällön päivittäminen oli mahdollista yhä useammin. Vuodesta 1900 vuoteen 2006 kulutus on selvästi muuttunut välttämättömyyskulutuksesta valinnaiseen kulutukseen, mikä tarkoittaa rahan käyttämistä lisääntyvässä määrin esimerkiksi viihteeseen ja vapaa-aikaan. Tämä näkyy

myös vaatemenoissa, jotka ovat kasvaneet henkeä kohti yli yhdeksänkertaisiksi samassa ajassa. Toisin kuin viime vuosisadan alussa, vaatteita ei enää valmisteta kotona, vaan ne ostetaan lähes aina uutena kaupoista. (Tilastokeskus 2007b.)

Teollisesti massavalmistettut vaatteet hallitsevatkin nykyään markkinoita käytännössä yksinvaltaisesti. Vaatteet ovat halpoja ja niitä valmistetaan nopealla tahdilla valtavia määriä maailmanlaajuisille markkinoille. Pikamuodin kestävyys niin eettiseltä kuin ekologiselta kannalta nousee aika ajoin puheeksi. Suomessa aiheesta on kirjoitettu muun muassa Aamulehdessä (Salminen 2011) ja Keskisuomalaisessa (Pikamuoti: Uusia vaatteita ostetaan jopa päivittäin, 2013). Nopeasti ja edullisesti halvoista materiaaleista tehdyt vaatteet ovat usein huonolaatuisia, mutta bisnes on ainakin toistaiseksi ollut kannattavaa, koska ihmiset ovat kaikesta huolimatta halukkaita ostamaan koko ajan uutta.

Muotiteollisuus onkin valtava, globaali liiketoiminnan ala, jonka koneisto koostuu monista eri toimijoista ympäri maailmaa. Muotiteollisuuden eri sektoreihin kuuluvat materiaalien valmistajat, suunnittelijat, tuotteiden valmistajat, markkinointi ja jälleenmyynti. Tärkeä osa muodin markkinointia on muotimedia ja -journalismi, johon myös muotiblogit nykyään kuuluvat.

### 3.4 Muotiblogi-ilmiön nousu

Muotiblogi-ilmiö sai alkunsa 2000-luvun puolivälissä. Aihetta tutkinut Agnés Rocamora määrittää sen alkupisteeksi ”nogoodforme”-nimisen blogin perustamisen vuonna 2003. Sen jälkeen muotiblogosfääri on hänen mukaansa vahvistanut paikkansa ja vakiintunut osana muodin systeemiä. (Noppiari & Hautakangas 2012, 12.)

Ammatiksi muotibloggaamista ei olisi voinut mieltää vielä 2000-luvun puolivälin Suomessa, jossa ensimmäiset muotiblogit olivat pääasiassa nuorten tyttöjen päiväkirjamaista kirjoittelua ja oman pukeutumistyylin esittelyä. Kuvissa esiinnyttiin yleensä anonyymisti, esimerkiksi kasvot peitettyinä tai pois rajatuina. (Kääriäinen 2014, 1, 10.)

Alkunsa monet suomalaiset muotiblogit saivat kirjoittajansa henkilökohtaisena projektina. Mahdollisesti jopa hetken mielijohdeesta aloitettuun blogiin ei kohdistettu suuria odotuksia ammatillisesta menestyksestä, vaan sitä kirjoitettiin



lähinnä omaksi ja kaverien iloksi. Lukijamäärien lisääntymisestä yllättyneet bloggaajat pitivät suosion kasvua sattumana. (Noppari & Hautakangas 2012, 77.) Nykypäivään mennessä avoimuudesta on tullut verkossa ja blogimaailmassa suorastaan lähtöoletus, ja useimmat muotibloggaajat paljastavat kuvissaan kasvonsa. Tämä on yleisintä myös silloin, jos blogin pitäjä ei käytä omaa nimeään, vaan esiintyy toisella nimellä. (mts. 24, 85–86.)

Muotiblogien mahdollisuudet oli huomattu maailmalla viimeistään vuonna 2006, jolloin New Yorkin muotiviikoille kutsuttiin perinteisen median edustajien lisäksi joukko muotibloggaajia kirjoittamaan tapahtumasta. Aiemmin muotimaailmassa kieroon katsottujen blogien arvostus alkoi nousta ja niiden asema osana muotijournalismia vakiintua. (Dodes 2006.)

Suomessa ei tosin vielä vuotta myöhemminkään otettu ilmiötä vakavasti. Noppari ja Hautakangas siteeraavat Helsingin Sanomien kuukausiliitteessä vuonna 2007 julkaistua juttua, jossa suomalaisia muotiblogeja pidettiin nuorien tyttöjen hauskana, postimerkkeilyyn rinnastettavana harrastuksena. Heidän mukaansa suhtautuminen oli kuitenkin muuttunut Suomessakin vuoteen 2011 mennessä, jolloin Image-lehdessä kirjoitettiin monta aukeamaa muotibloggaamisesta ja sen kasvusta muoti- ja media-alaa kiinnostavaksi liiketoiminnaksi. (Noppari & Hautakangas 2012, 11–12.)

Muodissa brändien imago ja tuotteiden esitystapa on perinteisesti ollut tiukasti yritysten hallinnassa, kun näistä taloudellisesti riippuvaiset muodin ammattilaiset – kuten stylistit ja muotitoimittajat – työskentelevät usein tarkkojen ohjeistuksien alla tuomatta omaa ääntään kuuluviin. Muotiblogit kuitenkin ravistelivat näitä käytäntöjä, sillä bloggaajat olivat vapaita sanomaan rehellisesti mitä ajattelivat mistä tahansa aiheesta tai tuotteesta. He myös saattoivat tavoittaa verkon välityksellä kenet hyvänsä, mistä päin maailmaa ja mihin aikaan vain, mahdollistaen niin kielteisten kuin suosiollistenkin mielipiteidensä leviämisen määräämättömän suurelle lukijakunnalle. Aluksi muotimaailman oli vaikea ymmärtää bloggaamista ja sen rooleja ravistelevaa vaikutusta. (Oliver 2012, 14.) Vähitellen bloggaajien mielipidevaikuttamisen valtaan kuitenkin herättiin, ja yritykset alkoivat lähettää bloggaajille tuotteitaan positiivisen julkisuuden toivossa. Nykyään blogien tarjoamaa arvokasta näkyvyyttä tavoittelevat yritykset kampailevat suosituimpien bloggaajien huomiosta toinen toistaan arvokkaampia tuotteita ja palveluja lahjoittamalla. Suuren suosion myötä joidenkin

bloggaajien harrastus muuttui kokopäiväiseksi työksi. Lahjaksi saatujen tuotteiden lisäksi he saavat tuloja mainoksista ja yritysten kanssa tehdyistä yhteiskampanjoista, jotkut jopa kuukausittaista palkkiota julkaisuistaan. (Kääriäinen 2014, 2.)

Tähän lienee auttanut suosituimpien bloggaajien nouseminen julkkisasemaan. Vaikka Nopparin ja Hautakankaan (2012, 81) tutkimuksen mukaan muotibloggaajat eivät itse pitäneet itseään ”oikeina julkkiksina”, lukijoidensa mielissä he kuitenkin olivat sitä. Kasvoillaan esiintyvät bloggaajat ovat faneilleen tunnistettavia hahmoja, joiden tekemisiä seurataan tarkasti. Asema ihailtuna esikuvana ymmärrettävästi houkuttaa yrityksiä hyödyntämään bloggaajaa markkinointimielessä.

Kääriäinen (2014, 9–10) määrittelee kolme ehtoa, jotka hänen mukaansa useimmat ammattimaisesti kirjoitetut blogit täyttävät. Ensimmäinen on blogin suosio: suuri yleisö on välttämätön tehdäkseen bloggaajasta kiinnostavan monien yhteistyökumppaneiden silmissä. Toinen ehto on kuuluminen blogiportaaliin tai sijainti jonkin aikakauslehden nettisivuilla, mikä lisää yhteistyötarjouksia perinteisiltä medioilta ja edesauttaa urakehitystä muoti- ja media-alalla. Kolmannen ehdon mukaan bloggaaja tavoittelee taloudellista hyötyä blogillaan ja tekee sen vuoksi tietoisia valintoja blogin ylläpitämisessä ja kehittämisessä. Vaikka kaikkia muotibloggaajia ei voikaan sanoa ammattilaisiksi, Kääriäisen mukaan yhä useammasta suomalaisesta muotiblogista on löydettävissä ammattilaistumisen piirteitä. Tuskin on sattumaa, että tyyli ja muoti on luetuin blogikategoria Suomessa: joka kolmannella muotiblogilla oli vuonna 2014 kuukaudessa jopa 50 000–100 000 lukijaa (Manifeston Blogibarometri 2014).

Teinityttöjen harrastuksesta on tullut kymmenessä vuodessa suuria ihmismääriä tavoitettava media, jota liike-elämäkin arvostaa. Suosituimpien bloggaajien kanssa halutaan tehdä yhteistyötä monin eri tavoin. Tuotesijoittelua toki harrastetaan edelleen, mutta lisäksi bloggaajia on kutsuttu kirjoittamaan kolumneja tai malleiksi mainoskampanjoihin, stailaamaan muotinäytöksiä ja toisinaan jopa suunnittelemaan tuotteita tai mallistoja. (Oliver 2012, 14; Noppari & Hautakangas 2012, 72.) Bloggaamisen mahdollisuudet toimeentulon tuovana ammattina vaikuttavatkin moninaistuvan päivä päivältä.

### 3.5 Kuva muotiblogeissa

On saatu selville, että jopa 75 % ihmisen informaatiosta tulee silmän ja näkemisen kautta (Nieminen 2004, 147). Voisi olettaa, että internetiä selaavalla ihmisellä luku on vielä suurempi, koska käytännössä kaikkien verkkosivujen toiminta perustuu niiden visuaaliseen muotoon.

Kuvan merkitys viestinnässä on kiistaton, koska ilman kuvaa julkaistujen mainoksien on vaikea saada huomiota, ja sama koskee muutakin viestintää (Nieminen 2004, 89). Teksti voi näyttäytyä kiireiselle katsojalle yhtenäisenä massana, ellei sitä varta vasten ala lukea. Kuva sen sijaan pysäyttää katseen ja on sen takia vaikeampi ohittaa.

Ensivaikutelma muodostetaan vahvasti visuaalisen havaitsemisen perusteella. Ensivaikutelma muodostuu nopeasti, ja se vaikuttaa alitajuisesti myöhempään asennoitumiseen. Myös verkkosivuilla ensivaikutelma merkitsee paljon, koska vain kymmenen prosenttia käyttäjistä jatkaa etusivua pidemmälle. Jos alku vaikuttaa houkuttelevalta, sivuja saatetaan jäädä tutkimaan pitempään. (Hatva 2003, 108–109.)

Ensivaikutelman luominen on kuvan tärkeimpiä tehtäviä myös muotiblogeissa, joissa kuva on ratkaisevan tärkeässä roolissa. Voisi jopa sanoa, että muotiblogeissa kuvat ovat kantava elementti, jonka ympärille kaikki muu kietoutuu. Koska muoti on luonteeltaan visuaalista, on luonnollista että se ilmenee blogeissa kuvien kautta. Vaikka useimmissa muotiblogeissa kuvat esiintyvät yhdessä tekstin kanssa, ovat ne monesti tekstiä tärkeämmässä roolissa. On olemassa myös sellaisia muotiblogeja, joissa ei ole tekstiä käytännössä lainkaan, vaan toiminta perustuu pelkkiin kuviin.

Muotiblogien kuvat ovat yleensä valokuvia. Itse postausten lisäksi niitä voi olla tausta- ja profiilikuvina sekä ylä- ja sivupalkeissa. Kuvilla houkutellaan blogiin lukijoita, kuvitetaan ja havainnollistetaan kirjoitettua tekstiä sekä luodaan blogin imagoa. Kaikki valinnat blogissa – eivätkä vähiten kuvat – ilmaisevat bloggaajan mieltymyksiä, arvoja ja viiteryhmää. Niiden avulla voidaan myös tavoitella mieleen jäämistä tai muista blogeista erottumista, kuten Sauman tapauksessa.

Ennen kaikkea kuvilla kuitenkin hallitaan yleisön mielikuvia sekä vahvistetaan bloggaajan henkilöbrändiä. Blogi mahdollistaa bloggaajan esiintymisen valitsemassaan roolissa ja itselleen ihanteellisessa valossa. Lukijoille voidaan näyttää tarkkaan rakennettu julkisivu, jonka blogissa julkaistut valokuvat muodostavat. Kuvien avulla hallitaan vaikutelmaa ja ohjaillaan yleisön huomiota. Valokuvien tehtävä on esittää kohteensa mahdollisimman ihanteellisessa valossa, koska visuaalisuutta painottavassa kulttuurissamme on tärkeää olla hyvännäköinen. (Laatio 2012, 43–45, 53.) Kuvissa voidaan jättää näyttämättä ei-edustavat tai haluttuun mielikuvaan sopimattomat yksityiskohdat ja huomio kohdistaa imartelevampiin piirteisiin.

Mielenkiintoisen näkemyksen esittävät Noppari ja Hautakangas (2012, 55), joiden mukaan valokuvat ovat blogeissa ennen kaikkea bloggaajia itseään varten: niiden avulla kohotetaan itsetuntoa ja opetellaan itsensä hyväksymistä ja arvokkaaksi tuntemista. Näin ajateltuna muotiblogikuvilla olisi siis myös voimauttavan valokuvan piirteitä.

Useimmat muotibloggaajat esittelevät valokuvissa tyyliään, tuotevalintojaan ja arkeaan. Kuvat ovat yleensä laadukkaita, joskus jopa ammattivalokuvaajan ottamia. Jostain syystä muotiblogien kuvat kuitenkin muistuttavat toisiaan niin aiheissaan kuin tunnelmissaankin. Laatio (2012, 18) hakee syytä muotiblogien samanlaisiin sisältöihin siitä, että aloittelevat bloggaajat ottavat julkisivunsa rakentamiseen mallia toisista bloggaajista ja muotiblogikulttuurin vakiintuneista käytännöistä, jotka näkyvät myös tietynlaisen kuvamateriaalin julkaisemisessa. Laation ajatuksessa voi olla perää, koska muotiblogien kuvista on löydettävissä vakiintuneita tapoja, joita yllättävän monissa blogeissa noudatetaan.

Muotiblogit ovat tyypillisesti hyvin tuote- ja kulutuskeskeisiä, mikä tulee myös niiden kuvissa esiin. Muotiblogien kivijalkana ovat alusta asti toimineet niin sanotut päivän asu -kuvat, joissa bloggaaja poseeraa yllään kyseiseksi päiväksi valitsemansa asukokonaisuus. Kuvan yhteydessä yleensä kerrotaan mistä kyseiset tuotteet on ostettu tai saatu lahjaksi ja toisinaan myös niiden hinta.

Toinen yleinen kuvatyyppe on naistenlehdistäkin tutut inspiraatio- tai toivetuotekollaasit, joihin bloggaaja on kerännyt kuvia himoitsemistaan vaatteista ja asusteista yritysten verkkosivuilta ja nettikaupoista. Kollaasissa voi olla jokin

teema, esimerkiksi tietty väri tai materiaali, joka yhdistää siihen valittuja tuotteita.

Vaatteiden ja asusteiden lisäksi kuvat bloggaajan käyttämistä tuotteista, kuten kosmetiikasta ja elintarvikkeista, ovat yleisiä. Kuvan kohteeksi valitaan kalliita ja ylellisiä tuotteita, jotka viestivät bloggaajan statusta ja arvoja. Tuotekuvat voivat olla myös yritysten sponsoroimia mainoskuvia, mutta niitä harvemmin erottaa muotiblogin muusta sisällöstä.

Toisinaan huomio kiinnitetään bloggaajaan elinympäristöön. Kuvia voidaan ottaa esimerkiksi uusista sisustushankinnoista tai lemmikkieläimistä. Nämäkin kuvat ovat yleensä hyvin tarkkaan huoliteltuja ja siloteltuja, ja antavat bloggaajan elämästä edustavan kuvan.

Muotiblogosfäärin tärkein sisäänkirjoitettu laki vaikuttaisi olevan mallikelpoisen mielikuvan antaminen hallitun esiintymisen avulla. Se näkyy myös muotiblogikuvissa, joissa ei ole sijaa millekään arkiselle, huolittelemattomalle tai rumalle. Tätä normia rikkovat muotiblogien satunnaiset ”rumat” kuvat ovat Nopparin ja Hautakankaan (2012, 30) mukaan vain todisteina vakuuttamassa lukijaa bloggaajan aitoudesta, mikä lisää blogin samaistuttavuutta ja uskottavuutta lukijan silmissä.

Toisaalta valokuvaaminen myös muotiblogien ja verkon ulkopuolella noudattaa tiettyjä kulttuurisia arvoja, kuten Noppari ja Hautakangas (2012, 30–31) huomauttavat: valokuvissa tahdotaan yleensäkin näyttää itsestään edullista puolta, ja positiivisuus korostuu huomattavasti negatiiviseen esittämiseen verrattuna. Itselleen epäsuotuisia asioita koetaan harvoin tarpeellisiksi valokuvata. Sen vuoksi muotiblogikuvat eivät suuresti eroa muusta henkilökohtaisesta valokuvaamisesta (*mp*).

#### 4 EROTTUVA MUOTIBLOGIKUVA

Valinnanvara on kasvanut valtavasti kaikissa markkinoiden tuotekategorioissa muutaman viime vuosikymmenen aikana. Kehitystä ei ole suinkaan jarruttanut internet, joka on vienyt valikoiman laajuuden ennennäkemättömälle tasolle. Tämä ei koske vain materiaalisia hyödykkeitä, vaan myös elektronisen viestinnän tarjontaa. Uusia verkkosivuja luodaan kiihtyvällä tahdilla, ja kun tarjonta kasvaa, kilpailu kovenee. (Trout & Hafrén 2003, 15–18, 99.)

On selvää, että koko ajan laajenevasta kilpailijoiden merestä on yhä vaikeampaa tulla asiakkaan valitsemaksi. Kun valinnanvaraa on paljon, valinta tehdään vaihtoehtojen eroavaisuuksien perusteella. Erot helpottavat ihmisten mielissä tuotteiden hahmottamista ja sitä kautta muistamista. Siksi joukosta erottuminen on tärkeää. (Trout & Hafrén 2003, 26.)

Tämä tapahtuu yksinkertaisesti olemalla erilainen kuin muut kilpailijat. On tärkeää ”tuntea vihollisensa” eli tietää mitä muut tekevät, että voi itse tehdä eri tavalla. Toisten hyvistä ideoista voi ottaa oppia, mutta tärkeintä on tehdä asiat juuri omalla tavallaan, toisin kuin kukaan muu. Erottautumistavan on lisäksi syytä olla sellainen, jota ei ole helppo matkia, ellei sitten halua antaa aseitaan vastustajansa käyttöön. Hyviä ideoita matkitaan aina, mutta sitä ei tarvitse tehdä matkijoille helpoksi.

Tuotteen tai palvelun erilaistamiseksi hyvä keino on jonkin sen ominaisuuden korostaminen. Ei kuitenkaan kannata valita samaa ominaisuutta kuin kilpailija. Jäljittelyllä harvoin saavutetaan mitään, ja kilpailijan jäljissä hihtävällä onkin usein edessään vain tappio. Vastakkaisuudella on sen sijaan paljon helpompi kilpailla. Uudella tavalla tekeminen on ratkaisevan tärkeää, jos haluaa kavuta ylöspäin markkinoilla. (Trout & Hafrén 2003, 120, 185.)

Tämä koskee myös muotiblogeja. Kuten kaikilla muillakin aloilla, myös muotibloggaamisessa tarjonnan kasvaminen on lisännyt kilpailua. Valikoima on nykyään todella paljon laajempi kuin 2000-luvun alkuvuosina. Blogimaailmassa kilpailu on aina ollut globaalia, sillä verkon markkinoilla fyysinen sijainti ei ole este. Tosin ilmiön noustua yleiseen tietouteen kiinnostuneen yleisönkin määrä on kasvanut. Kyseessä on jossain määrin itseään ruokkiva noidankehä: yleisön kasvaminen houkuttelee estradille yhä useampia kokeilemaan onneaan. Huomion saa se, joka parhaiten onnistuu nousemaan esiin joukosta.

Erottumisen on tärkeää olla johdonmukaista ja tulla esiin kaikilla toiminnan tasoilla. Haemmeikin koko Sauman konseptin avulla erottumista muista muotiblogeista. Trout & Hafrén (2003, 92) kirjoittavat, että *erilaisuuden tulisi ilmetä kaikesta viestinnästäsi*. Luonnollisesti sen on tultava esiin myös kuvissa, jotka ovat blogissamme erittäin suuressa roolissa.

Toki poiketa voisi myös huonolla tavalla, esimerkiksi mauttomuudella tai loukkaavalla kirjoittelulla, jos minkäläinen huomio tahansa olisi tavoittelemisen arvoista. Tässä työssä itsestäänselvänä lähtökohtana on kuitenkin erottumisen hakeminen hyvässä mielessä. Yksinkertaisimmillaan ajatus on se, että muista poikkeavat kuvat tuovat blogille enemmän lukijoita.

#### 4.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimuskysymyksiin vastatakseni haen tietoa aihetta käsittelevästä kirjallisuudesta, aiemmista tutkimuksista, artikkeleista, radiohaastatteluista ja blogeista itsestään. Luonteensa puolesta tutkimukseni on laadullista tutkimusta.

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on tieteellistä tutkimusta, jossa pyritään hahmottamaan ja kuvaamaan tutkittavaa ilmiötä kokonaisvaltaisesti. Tavoitteena on ymmärtää kohteen laatua, eli millainen se on ja miten se toimii; sen ominaisuuksia ja merkityksiä. (Anttila 1996, 182; Lähdesmäki, Hurme, Koskimaa, Mikkola & Himberg s.a.)

Laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan todellisen elämän ilmiöitä. Elämä ei kuitenkaan ole mustavalkoista, vaan kaikkiin asioihin vaikuttavat monet seikat yhtä aikaa. Ilmiöstä voikin löytyä monen suuntaisia, toisiinsa vaikuttavia suhteita, ja siksi kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston monipuolinen ja kokonaisvaltainen tarkastelu on tärkeää. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 157.)

Laadullisessa tutkimuksessa tutkija on itse tiedon keruun väline havaintoineen (Hirsjärvi ym. 2008, 160). Koska kukaan ei objektiivisuuteen pyrkiessäänkään voi irrottautua omasta näkökulmastaan ja arvoistaan, on tutkimus lähtökohtaisesti subjektiivista. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (mts.157) kirjoittavat tiedon ja tietäjän saumattomasta yhteen kietoutumisesta. Tällä he tarkoittanevat sitä, että tutkijan arvot ja näkökulma ovat erottamaton osa hänen tietojaan ja havaintojaan, mikä tavalla tai toisella vaikuttaa myös tutkimukseen.

Kvalitatiiviselta tutkimukselta ei siis kannata odottaa minkään väitteen absoluuttista todistamista tai kumoamista. Ideana on ennemminkin löytää aineiston avulla uusia näkemyksiä aiheeseen. Sanotaankin, että kvalitatiivinen tutkimus on aineistolähtöistä. Yksinkertaistettuna tämä tarkoittaa sitä, että työskentelyn

lähtökohtana ei ole todistaa ennalta määriteltyä teoriaa tai hypoteesia oikeaksi, vaan pääosassa on aineisto, jota tutkija käy läpi yrittäen löytää siitä jonkinlaisen odottamattoman tai yllättävän näkökulman. (Eskola & Suoranta 2000, 19–20.) Kuten Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2008, 160) toteavat: *sitä, mikä on tärkeää, ei määrää tutkija.*

Tämä ei tarkoita sitä, etteivätkö tutkijan ennakko-oletukset vaikuttaisi tutkimuksen suuntaan. Etukäteen muodostettujen olettamuksien ei kuitenkaan tulisi olla lukkoon lyötyjä, vaan ne tulisi tiedostaa ja ottaa huomioon tutkimuksen esioletuksina (Eskola & Suoranta 2000, 19–20). Anttilan (1996, 183) mukaan tutkija muodostaa alussa taustaoletustensa perusteella tulkintahypoteesin, jota hän testaa aineistoon. Tutkijan on kuitenkin oltava joustava ja valmis muuttamaan tai hylkäämään hypoteesinsa, mikäli se ei käy yksiin aineiston kanssa. Samaa joustavuutta korostavat myös Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2008, 160), joiden mukaan tutkijan on muutettava suunnitelmiaan aina olosuhteiden mukaan.

Laadulliseen tutkimuksen analyysiin on käytävissä monia erilaisia menetelmiä. Tähän työhön menetelmäksi valikoitui tyyppittely, joka on yksi laadullisen analyysin perusmenetelmistä.

*Tyyppittelyllä tarkoitetaan tyypillisten asioiden kokoamista eli aineiston tiivistämistä havainnollisiin tyypeihin* (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Toisin sanoen tutkimusaineistosta etsitään toistuvia ominaisuuksia, joiden perusteella aineisto jaetaan tyypillisiin ryhmiin. Näillä tyypeillä pyritään tuomaan esille aineiston olennaisimmat ominaisuudet yksinkertaisesti ja havainnollisesti. (Lähdesmäki, Hurme, Koskimaa, Mikkola & Himberg s.a.)

Tyyppittely on vahvasti karrikoivaa, eikä sen tarkoituksena olekaan kuvata ilmiötä koko laajuudessaan ja kaikissa sävyissään. Tässä tutkimusmenetelmässä haetaan tutkittavan aiheen yleistettävyyttä jakamalla se selkeästi eroteltaviin kategorioihin, joiden avulla halutaan tiivistää ne ominaisuudet, jotka ovat keskeisiä ilmiön tekijöille. Tyypillisiä piirteitä ei voi kuitenkaan määrittää miten tahansa. Ryhmien tulee olla selvästi rajattuja, ja niiden on katettava koko aineisto niin, että jokainen tapaus voidaan sijoittaa johonkin ryhmään. Jokainen tyyppi on ideaaliesimerkki, jonka piirteitä kaikista sinne sijoitetuista



tapauksissa on – mutta yhdenkään tapauksen ei tarvitse sisältää kaikkia kategorian piirteitä. Teoriassa sellaisen tapauksen olemassaolon pitäisi kuitenkin olla mahdollista. (Anttila 1996, 296–298.)

Luoduista tyypeistä voidaan tehdä tyyppikuvauksia, aineiston keskeiset elementit tiivistäviä läpileikkauksia, joita vertailemalla voidaan helposti löytää eri tyyppien eroavaisuudet (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Yleensä tyyppittelyssä kiinnitetään huomiota nimensä mukaisesti tyyppillisiin, aineistoa hyvin luonnehtiviin seikkoihin, mutta samankaltaisuuksien lisäksi voi huomion kiinnittää myös poikkeavuuksiin, jotka laadullisessa tutkimuksessa nähdään rikkautena ja mielenkiintoisena mahdollisuutena. (Eskola & Suoranta 2000, 181; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tutkimukseni tarkoitus on kartoittaa muotiblogosfääriä ja selvittää, millainen on epätyypillinen muotiblogikuva. Jotta voidaan selvittää, millaista on muotiblogien massasta poikkeava kuvankäyttö, on selvitettävä ensin, millaisia ovat tyyppilliset kuvat muotiblogeissa. Tutkin kuvia valikoidussa blogijoukossa yrittäen löytää niistä yhteisiä ja erottavia elementtejä. Lajittelen ne esiin nousevien tekijöiden perusteella kategorioihin, joissa ilmenee yleisimmät tavat käyttää kuvaa muotiblogeissa. Tarkoitukseni on löytää muotiblogikuvien vakiintuneita käytäntöjä ja siitä päättelen selvittää, minkälainen olisi tämän aineiston pohjalta poikkeava ja erottuva blogikuva. Lähtöoletukseni on, että muotiblogien kuvista on löydettävissä vakiintuneita tapoja ja käytäntöjä, joita voi myös rikkoa.

Tutkimuksestani löytyy siis myös vertailevan tutkimuksen piirteitä. Vertailevassa tutkimuksessa tarkastellaan aineistoissa esiintyviä tekijöitä, jotka luonnehtivat tutkittavan ilmiön piirteitä, ja haetaan aineiston muuttujille eri selitysmalleja. Aineisto muodostuu yleensä valmiista tiedostoista tai kootaan ilmiön tapahtumisen jälkeen. (Anttila 1996, 176.)

Tutkimusosion jälkeen selostan kuvien tekemisen prosessin ja analysoin valmiita kuvia. Apuna käytän Erwin Panofskyn kolmivaiheista ikonologista analyysimallia, jonka esittelen myöhemmin analyysivaiheessa.

## 4.2 Aineiston valinta

Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2008, 160) mukaan laadullisessa tutkimuksessa kohdejoukko – eli tässä tapauksessa tutkimusaineisto – valitaan yleensä tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisotoksella. Harkinnanvaraisesta otannasta käytetään nimitystä näyte, joka erottaa sen tilastollisissa menetelmissä käytetystä otoksesta (Eskola & Suoranta 2000, 18).

Juha Suoranta (2001, 188–189) kirjoittaa populaarikulttuurin tuotteiden analyysistä: hänen mukaansa populaarikulttuurin tuotteet kuuluvat tutkimuksellisesti valmiisiin aineistoihin, joita ovat muun muassa uuden median tuotteet. Näitä muotiblogitkin ovat. Suoranta (*mts.* 199) kirjoittaa myös populaarikulttuuristen tutkimuskohteiden valinnan omakohtaisuudesta ja kehottaa valitsemaan tutkittavaksi itselleen kiinnostavia ja merkityksellisiä kohteita.

Nämä ohjeet mielessäni kävin tutkimustani varten läpi noin 80 muotiblogia, joista valitsin mukaan 56. Valintaan vaikuttaneita tekijöitä olivat blogin suosio, aktiivisuus, ikä, kirjoituskieli ja oma kiinnostukseni. Päätin olla rajoittumatta vain suomalaisiin blogeihin, koska koin suomalaisen muotiblogikentän olevan liian pieni ja homogeeninen, jotta sen tyypittely olisi tämän työn kannalta mielekästä. Päätökseen vaikutti myös haluni tutkia suosittuja blogeja, ja Suomessa todella suuren yleisön kerääviä blogeja ei loppujen lopuksi ole kovin monta. Otin kuitenkin mukaan vain sellaisia blogeja, joiden kirjoituskieli on suomi tai englantia, jotta ymmärrän kuvia kontekstissaan.

Valitsin mukaan ensisijaisesti suosittuja blogeja, eli sellaisia joilla on mahdollisimman suuri lukijamäärä. Kävin läpi erilaisia suosittujen blogien listauksia, joista poimin parhaiten sijoittuneita mukaan. Suomalaiset muotiblogit valitsin yhtä lukuun ottamatta [www.blogilista.fi](http://www.blogilista.fi)-sivuston luetuimpien ja seuratuimpien blogien listoilta. Valitsin blogeja myös Google-hakujen perusteella, ensimmäisiin osumiin keskittyen. Google järjestää hakutulokset muun muassa sivustolle muualta johtavien linkkien määrän perusteella, minkä vuoksi ensimmäisenä näkyvät tulokset johtavat sivuille, joihin on paljon linkkiliikennettä ja sitä kautta paljon kävijöitä (Google 2015). Hakusanoilla ”top fashion blogs” ja ”best fashion blogs” sain tulokseksi muotilehtien ja muiden verkkojulkaisujen laatimia listoja maailman tunnetuimmista tai vaikutusvaltaisimmista muotiblogeista. Valitsin osan aineistosta näiden listojen perusteella, sillä suurten muotilehtien

noteeraamat blogit ovat lähtökohtaisesti suosittuja. Samat blogit löytyivät monesti eri listoilta, mikä osoittaa niiden korkeaa arvoa blogosfäärissä.

Toinen valintaan vaikuttanut tekijä, aktiivisuus, tarkoittaa blogipostausten jatkuvaa ja säännöllistä julkaisutahtia. Päätin tutkia vain ajankohtaisia, toiminnassa olevia blogeja, koska internetin maailma muuttuu nopeasti, enkä halunnut päätelmiäni perustuvan vanhentuneeseen aineistoon. Toisaalta pidin tärkeänä, että tutkituilla blogeilla on jo jonkinmukoinen historiaa verkossa. Otin mukaan vain blogeja, jotka ovat olleet aktiivisia vähintään vuoden. Ajattelin, että vuodessa blogin toiminta ehtii sen verran vakiintua ja muodostua näköiseksi, että siitä on löydettävissä johdonmukainen kaava. Silloin kuviakin voi tarkastella useamman näytteen perusteella. Tosin suositut blogit ovat yleensä olleet toiminnassa jo useamman vuoden ajan, joten jo se rajaa kaikkien uusimmat blogit pois.

Jossain määrin tutkimusaineiston valintaan vaikutti myös oma kiinnostukseni. Kaikki blogit eivät edusta blogilistojen kärkeä, vaan osa on puhtaasti henkilökohtaisista syistä mukaan poimittuja. Minulla oli jo ennen tutkimuksen aloittamista mielessäni pari blogia, jotka halusin ottaa mukaan niiden kiinnostavien kuvien takia. Toisaalta jätin myös pois monia suosituiksi listattuja blogeja, koska ne eivät mielestäni tuoneet enää mitään uutta kerättyyn aineistoon.

Aineistoa kerätessäni huomasin, että nykyään monet muotiblogit eivät enää noudata muotonsa puolesta ”blogin määritelmää”, jonka mukaan uudet postaukset ovat ylhäällä ja vanhat näkyvissä sen alla. Sen sijaan sivut olivat usein verkkolehden tapaan selattavissa kategorioiden mukaan. Ilmiö oli erityisesti näkyvissä menestyneissä, suuriksi kasvaneissa blogeissa. Jätin aineiston ulkopuolelle suurimman osan näistä lehdenkaltaisista verkkojulkaisuista.

### 4.3 Tyypittely

Käytyäni aineiston kerran läpi loin kolme kategoriaa, joihin ajattelin sen jakautuvan suhteellisen vaivattomasti. Ensimmäisen kategorian ehdot olivat, että blogin kuvissa esiintyy enimmäkseen bloggaaja itse, ja että kuvien aiheina on yleisimmin bloggaajan ulkonäkö tai tuotevalinnat. Nimesin ryhmän Minä-blogeiksi.

Toiseen ryhmään kuulumisen kriteerinä oli kuvien pääasiallinen tarkoitus esitellä bloggaajan töitä tai kädenjälkeä. Tämän ryhmän nimesin Taito-blogeiksi.

Kolmannen ryhmän vaatimuksena oli jokin tarkasti rajattu näkökulma muotiin, joka ilmenee myös kuvien kautta. Näissä blogeissa huomion kohteena ei ole bloggaaja itse, vaan tarkoituksena on asettaa lukijat katsomaan muotia bloggaajan silmin tai hänen valitsemaan perspektiivistä. Tämän kategorian blogeja nimitän Näkökulma-blogeiksi.

Seuraavaksi lajittelin aineiston ryhmiin, mikä oli suurimmaksi osaksi helppoa. Useimmat blogit toteuttivat toiminnassaan jotakin selkeästi havaittavaa kantavaa ajatusta, joka harvoin oli kovin omaperäinen. Tosin fokus oli saattanut muuttua ajan kuluessa niissä blogeissa, jotka olivat olleet toiminnassa monia vuosia ja joissa oli paljon materiaalia. Esimerkiksi alun perin taito-blogina aloittanut blogi oli saattanut suosion kasvun myötä muuttua minä-blogiksi, tai minä-blogi kehittyä näkökulma-blogiksi. Sellaisissa tapauksissa tein päätöksen tuoreimpien materiaalien perusteella. Hankalampia sijoitettavia olivat ne muutamat blogit, joista löytyi useamman kuin yhden kategorian piirteitä. Silloin ratkaisua oli mietittävä tapauskohtaisesti ja valittava se ryhmä, jota lähimpänä kyseisen blogin uskoin olevan.

Aineisto eli valitut 56 blogia jakaantuivat kategorioihin niin, että Minä-blogeihin tuli 26, Taito-blogeihin 9 ja Näkökulma-blogeihin 21 blogia. Lista tutkituista blogeista on liitteessä 1. Liitteestä 2 löytyvät kuvat, joihin tutkimuksessa viitataan.

#### 4.3.1 Minä-blogit

Minä-blogi on suorastaan muotiblogin arkkityyppi, tai ainakin ihmisten mielikuvissa, sillä tämä ryhmä noudattaa parhaiten muotiblogin stereotypiaa. Siihen kuuluu suurin osa blogosfäärin muotiblogeista, eli kaikki henkilökohtaiset, kulutuskeskeiset blogit. Moni tämän kategorian blogi on sekoitus muotia ja lifestyleä, eli pukeutumisen lisäksi bloggaajan elämäntyylin esilletuomista. Jätin kuitenkin aineistosta pois kaikkein eniten lifestyleä esittelevät blogit, koska halusin tutkia selkeästi muotiin keskittyneitä blogeja.

Kriteerieni mukaisesti blogin kuvissa esiintyy enimmäkseen bloggaaja itse, ja kuvien aiheina on yleisimmin bloggaajan ulkonäkö ja tuotevalinnat. Itseensä

keskittyminen ja persoonalähtöisyys ovat nimensäkin mukaisesti avainsanoja tässä ryhmässä.

Minä-blogeissa kuvan päätehtävä on dokumentoida bloggaajan ulkonäköä ja tyylikkyyttä, tavoitteena esittää hänet mahdollisimman ihanteellisessa valossa. Kuvien avulla ihaileva katse kohdistuu bloggaajaan, joka esiintyy ”huolettoman tyylikkäänä omana itsenään” ollen kuitenkin viimeisen päälle huoliteltu ja laitautunut. Kuvissa kaikki on kiiltokuvamaisen siloteltua, siistiä, sliipattua ja onnistunutta – rumuutta, rähjäisyyttä, likaisuutta, väsymystä tai yleensäkin tavallista arkea ei näytetä. Vaikka joskus harvoin joukossa olisikin arkisempi, esimerkiksi meikitön kuva, on sen tarkoitus vain tuoda kontrastia, korostaa bloggaajan tavallisesti huolitellun ulkonäön normaaliutta olemalla poikkeus sääntöön.

Minä-blogien kuvat voivat olla tekniseltä tasoltaan hyvinkin ammattimaisia ja muistuttaa laatunsa, sommittelunsa ja poseeraustensa puolesta muotilehtien kuvia (kuva 2). Tunnetuimmat bloggaajat tekivätkin yhteistyössä muotitalojen tai -lehtien kanssa editorial-kuvauksia ja mainoksia, joita oli toisinaan vaikea erottaa blogin muusta sisällöstä. Päätin olla rajaamatta yhteistyönä tehtyjä kaupallisia kuvia pois aineistosta, koska sisällöllisesti nekin toistivat vahvasti samaa, Minä-blogien ryhmälle ominaista kaavaa.

Läpikäytyt blogit perustuivat jopa yllättävän vahvasti päivän asu -kuviin (kuva 3). Joissain blogeissa ne olivat ainoa kuvatyyppe. Monesti samasta asusta oli monta kuvaa eri puolilta, kun taas joskus kuvasarja oli otettu yhdestä suunnasta vain poseerausta vaihtaen. Sarjassa saattoi olla yli kymmenenkin hyvin samanlaista kuvaa yhdestä asusta. Kuvissa esiinnyttäen yleensä aina yksin, mutta joskus mukana saattaa olla lemmikki. Hymyileminen on yleistä, mutta ei välttämätöntä. Katse voidaan kohdistaa muuallekin kuin kameraan.

Ympäristönä toimii usein kaupunki, mutta kovin tärkeää roolia ympäristöllä ei kuvissa ole. Sen tehtävä on vain olla tausta bloggaajalle, eikä sitä käytetä hyväksi muin tavoin. Vaikka ympäristöt ovatkin usein tarkkaan valittuja, niitä ei oteta kuvaan aktiiviseksi osaksi. Kaupunkien lisäksi eksoottiset taustat ovat melko yleisiä. Ympäristöihin luonnollisesti vaikuttaa se, mistä päin maailmaa blogia pidetään. Monet menestyneet bloggaajat myös matkustavat ympäri

maailmaa kuvattavana, jolloin miljöötkin voivat olla hyvin erilaisia. Siitä huolimatta erikoisissakin ympäristöissä katseen kohteena säilyy bloggaaja itse – huomiota ei käännetä hänestä hetkeksikään pois (kuva 4).

Tunnelmaltaan kuvat ovat seesteisiä ja rennon huolettomia. Tunteista saateen kirjoittaa, mutta kuvissa niitä ei juuri tuoda esiin: ilmeet ovat joko tasaisen levollisia tai sitten maltillisen hymyileviä. Tunteiden ääripäitä, kuten vihaa, surua tai suurta riemua ei näytetä. Myöskään pelleilyä tai irvistyksiä ei harrasteta. Kaiken kaikkiaan itsensä esittämiseen suhtaudutaan tosissaan: huumoria tai itseironiaa ei kuvissa ole.

Aina kuvissa ei esiinny bloggaaja itse. Kuvia on usein myös tuotteista, joita bloggaaja joko omistaa tai toivoo itselleen (kuva 5). Toivetuotekoosteissa on usein käytetty valmiita kuvia suoraan yritysten verkkosivuilta. Toisinaan kuvissa taas saatetaan esitellä bloggaajan kotia, mutta se on vain toinen tapa tuoda hänen persoonaansa esille. Silotellun kiiltokuvaelämän epärealistisuus konkretisoituu kuvissa, jotka esittävät kuvaavansa bloggaajan arkea, mutta ovat kaikkea muuta kuin arkisia (kuva 6).

Tämän ryhmän kuvat olivat kaikissa tutkituissa blogeissa valokuvia. Vaikka kuvat on tarkoitettu esteettisesti miellyttäväiksi, valokuvataiteellisia pyrkimyksiä niissä oli havaittavissa harvemmin. Kuvissa ei näkyvästi leikitellä muokkauksin tai kuvasuotimin, vaikka niitä todennäköisesti onkin muokattu enemmän tai vähemmän. Koska kuvan tehtävä on olla dokumentti, ”aitouden tae” bloggaajan täydellisyydestä, sen uskottavuuden ja todistusarvon epäilyksenalaiseksi asetavalta hulluttelulle tai taiteelliselle toiminnalle ei ole sijaa.

Tutkitusta aineistosta harvinaisina esiin nousivatkin ne kuvat, joissa tavoiteltiin taiteellista tunnelmaa tai muuten erilaista näkökulmaa (kuva 7). Tällaisia olivat esimerkiksi ne kuvat, joissa bloggaaja ei esiintynyt omassa roolissaan, vaan oli stailattu joksikin muuksi. Kasvot oli saatettu peittää huomiota herättävästi, tai ilme olla erikoinen. Myös meikittömänä esiintyminen oli harvinaista. Erottavia seikkoja olivat lisäksi humoristisuus, epätyypillinen kuvakulma ja ympäristö aktiivisena osana kuvaa.

Poikkeuksena aineistosta nousi esiin kuvan 8 esittämä suomalainen blogi Colour me !, jonka erottavana tekijänä on selkeästi rajattu näkökulma väreihin. Vaikka blogi noudattaa monia Minä-blogien käytäntöjä, sen hyvin omanlainen

värimaailma tekee siitä erityislaatuisen. Blogi on poikkeus myös siksi, että sen kuvissa on selkeästi käytetty kuvasuotimia ja muokkauksia halutun väriefektin aikaansaamiseksi, mikä tuo blogiin luovaa ja taiteellista tunnelmaa.

Poikkeuksista huolimatta Minä-blogien ryhmässä oli nähtävissä kaikkein vähiten luovuutta ja mielikuvituksen käyttöä. Tämä kategoria ei kyseenalaista valitsevia käytäntöjä. Blogit muistuttivat toisiaan eniten niin sisältönsä kuin esitustavankin suhteen. Ne noudattivat kaikkein tarkimmin omia sisäänkirjoitettuja normejaan ja juurtuneita oletuksia siitä, millainen muotiblogin kuuluu olla. Minä-blogeista erottuminen olisi varsin helppoa, sillä pienilläkin tavoilla totuista käytännöistä poikkeaminen näkyisi heti.

#### 4.3.2 Taito-blogit

Taito-blogit ovat tutkimuksen kolmesta muotiblogikategoriasta monimuotoisin. Osan tämän ryhmän blogeista olisi voinut lajitella myös toisiin kategorioihin, sillä monissa blogeissa oli erittäin rajattu näkökulma aiheeseensa, ja osassa taas bloggaajan persoona oli paljon esillä.

Ehtona ollut bloggaajan töiden esittely kuvien välityksellä oli hiukan tulkinnanvarainen. Taitoja kun ovat myös Minä-blogeissa välttämätön tyyli- ja Näkökulma-blogeissa yleinen tilannetaju ja -nopeutta vaativa valokuvaustaito. Ja mitä muutakaan ammattimallin kuvat ovat kuin työnäytteitä, jotka esittelevät hänen taitoaan olla kuvassa. Tarkoitan taidolla kuitenkin tässä ryhmässä enemmän käden taitoa tai luovuutta, ja valitsin mukaan vain sellaista osamista edustavia blogeja.

Taito-kategoriassa blogien diversiteetti on suurin. Siihen kuuluvat muun muassa useimmat vaatesuunnittelu-, kuvitus- ja DIY-blogit (do it yourself; tee se itse). Blogeissa esitellään esimerkiksi itse tehtyjä vaatteita, asusteita, koruja tai piirroksia. Bloggaajat ovat usein muodin tai muotoilun ammattilaisia, joille blogi on alusta omien töiden esittelylle. Ei siis liene ihme, että monet tämän ryhmän blogit ovat hyvin portfolioimaisia.

Kuvalla on eniten käyttötarkoituksia tässä blogiryhmässä. Valmiin työn esittelyn lisäksi niillä voidaan tuoda esiin työn taustoja tai inspiraatiota. Lisäksi voidaan myös dokumentoida työvaiheita (kuva 9). DIY-muotiblogeissa yleisiä

ovat vaatteen muokkauksen ennen ja jälkeen -kuvat, ja bloggaaja saattaa toisinaan itsekin esiintyä kuvissa, vaikka yhtä yleistä se ei ole kuin Minä-blogeissa (kuva 10).

Selkeitä Taito-blogeihin lajiteltavia olivat muotikuvitusblogit, joita suurin osa ryhmän blogeista ovatkin. Siksi päätin käsitellä kuvitusblogeja erillisenä ryhmänä. En käsittele tässä kuvitustyylejä ja -tekniikoita, joita on laidasta laitaan. Koin tämän työn kannalta kiinnostavammaksi keskittyä sisältöihin ja aiheisiin myös piirretyissä kuvissa.

Kuvitusblogeissa yleinen aihe on tunnettujen muotisuunnittelijoiden luomukset, joita piirretään omalla tyylillä (kuva 11). Toinen usein toistuva aihe on muotitalojen hajuvedet, joista tehdään mainoksenkaltaisia piirustuksia (kuva 12). Yleisimmin kuvissa esiintyvät henkilöt ovat kauniita, nuoria, hoikkia, valkoihoisia naisia. Muodin kauneushanteet vaikuttavat selvästi myös muotikuvitusblogeissa. Tämä on samanlaista vallitsevien käytäntöjen noudattamista kuin Minä-blogeissa. Kenties taustalla vaikuttaa pelko siitä, että kuvia ei enää pidettäisi muotipiirustuksina, jos ne kyseenalaistaisivat liikaa muodin ja muotikuvien totuttuja esitystapoja. Lopputuloksena kuvat ovat teknisesti hienoja ja taitavia, mutta aiheiltaan usein mitäänsanomattomia tai persoonattomia, joskus jopa kliseisiä kuvia muodista ja kauneudesta. Ne saattavat olla esteettisesti upeita, mutta eivät ole sisällöiltään kovin puhuttelevia tai viesteiltään vaikuttavia.

Nämäkin blogit ottavat itsensä aika vakavasti. Kykyjään blogissaan esittelevät haluavat antaa itsestään kuvan mahdollisimman taitavana, jolloin epäonnistumisten näyttäminen ei käy. Kenties koetaan, että jos ammattilainen nauraa itselleen tai ottaa rennommin, hänen arvostuksensa laskee. Huumori on tämänkin blogiryhmän kuvissa harvinaista, mutta ei täysin tavatonta.

Fifi Lapin on esimerkki huumorin avulla erottuvasta taito-blogista (kuva 13). Sen bloggaajana esiintyy piirretty kani, joka kuvataan vaihtuviin huippusuunnittelijoiden luomuksiin sonnustautuneena. Piirroksen vieressä on aina muotinäytöksestä otettu valokuva alkuperäisestä asusta mallin päällä. Idea huippumuotiin pukeutuvasta kanista on niin absurdi ja yllättävä, että kuviin on vaikea suhtautua tosissaan, varsinkin kun piirrookset ovat yksinkertaisesti tai jopa hiukan kömpelösti toteutettuja.



Myös Nancy Zhangin blogi erottuu edukseen (kuva 14). Siinä tosin on melko paljon myös Minä-blogien piirteitä, vaikka kuvitus on erottamaton osa blogin konseptia. Zhang esiintyy sekä valokuvissaan että piirroksissaan useimmiten itse, mutta lajittelin blogin kuitenkin Taito-kategoriaan, koska mielestäni kuvien tarkoitus on tuoda esille hänen osaamistaan kuvittajana. Zhangin blogissa on joitakin samoja piirteitä kuin Fifi Lapinissa. Zhang piirtää itsensä erilaisissa asuissa ja ympäristöissä. Piirrosten vieressä on valokuva hänestä kyseisessä asussa. Kuvasta on siis tavallaan kaksi versiota, valokuva ja piirros, joita blogin lukija voi vertailla keskenään.

Omalta mukavuusalueelta ei Taito-blogeissa poistuta kauas. Niissä keskitytään yleensä vain yhteen taitoon, esimerkiksi juuri kuvitukseen, jolloin blogi ei sisällä vaikkapa vaate- tai korusuunnittelua. Uudet aluevaltauksset ovat epätavallisia.

Odotin tältä kategorian blogeilta suurempaa mielikuvituksellisuutta, joten tarkemmin niitä läpi käydessäni petyin hieman. Poikkeuksia kuitenkin löytyi, sillä ryhmässä on pari blogia, jotka ovat sekä idealtaan että kuviltaan todella omaperäisiä. Kaiken kaikkiaan Taito-blogeissa on silti näistä kolmesta kategoriasta eniten luovuutta, vaikka odotukseni olivatkin korkeammalla.

Tämäntyyppisiä blogeja ei tahdo löytyä suomalaisten muotiblogirankingien suosituimpien joukosta. Taito-blogeihin päätyi vain yksi aineiston suomalaisista blogeista, joka sekään ei ole luetuimpien blogien listalta poimittu. Eivätkö taito- ja taidepainotteiset muotiblogit menesty Suomessa? Jos eivät, niin miksi? Vai eivätkö suomalaiset muodin taitajat ole vielä tajunneet aloittaa bloggaamista?

#### 4.3.3 Näkökulma-blogit

Näkökulma-blogeissa on nimensä mukaisesti tarkasti rajattu näkökulma muotiin. Blogi on tavallaan opastettu teemakierros, jonka kuvat asettavat lukijan katsomaan maailmaa bloggaajan silmin. Kuvissa esitellään muotia bloggaajan valitsemasta perspektiivistä, mutta ei kuitenkaan hänen henkilökohtaista tyyliään.

Määritelmä sallisi lähes minkälaiset perspektiivit tahansa, mutta jostain syystä suosittujen muotiblogien listauksista ei löytynyt monia kovin omintakeisen näkökulman omaavia blogeja. Voi olla, että hyvin spesifin näkemyksen blogin on vaikea saavuttaa suuren yleisön suosio. Kategorian yleisimpiä ja tunnetuimpia edustajia ovat katumuotiblogit, jotka kuuluvat muotiblogosfäärin klassikkoihin. Tämä blogiryhmä on kuitenkin suhteellisen moninainen, sillä katumuotiblogien lisäksi siihen kuuluu myös huippumuotia näytöksissä kuvaavia blogeja ja suunnittelijoiden töitä kommentoivia blogeja. Löytyy ryhmästä lisäksi pari aivan omanlaisensa näkökulman omaavaakin blogia.

Joidenkin tämän ryhmän blogien lajittelu tuotti vaikeuksia. Osa olisi voinut olla myös Taito-blogeja, koska niissä niin selvästi esitellään valokuvaamisen taitoa: tilannetajua, nopeutta, esteettistä silmää, sommittelutaitoa ja teknistä osaamista. Päätin kuitenkin sijoittaa ne tähän kategoriaan, koska kuvien aiheet noudattivat selkeää linjaa, ja ne täyttivät ehdon rajatusta näkökulmasta muotiin.

Näkökulma-blogeissa bloggaajan persoona on monesti häivytetty taka-alalle, ja hän esiintyy itse kuvissa vain harvoin tai ei koskaan. Sen sijaan on yleistä, että bloggaaja toimii valokuvaajana. Monet tämän kategorian blogit ovat saaneet alkunsa ammattivalokuvaajan projekteina, joten kuvat voivat olla teknisesti todella korkealaatuisia.

Katumuotiblogit muodostavat Näkökulma-blogiryhmän sisällä oman, yhtenäisen ryhmänsä. Koska ne ovat myös kategorian enemmistö, on ne syytä ottaa perusteellisemmän tarkastelun kohteiksi.

Katumuotiblogit ovat kaupunkien kaduilla kulkevien ihmisten pukeutumiseen keskittyneitä blogeja. Kuvilla on niissä paljon suurempi merkitys kuin tekstillä, jota ei välttämättä ole ollenkaan. Katsojalle ilmoitetaan yleensä kuvan ottopaikka ja siinä esiintyvän henkilön nimi sekä kuvan ottamisen päivämäärä. Joissain blogeissa kuvattava henkilö saa tilaisuuden kertoa lyhyesti jotakin tyylistään.

Hyvin monet katumuotiblogit toistavat samaa kaavaa. Valokuvilla dokumentoidaan kadulla kulkevien, kuvaajan valitsemien ihmisten tyylejä. Toisaalta kuvan tarkoitus on myös esitellä bloggaajan valokuvaustaitoa ja kykyä havaita tyylikkaita ihmisiä katukuvasta. Kuten kuva 15 osoittaa, kuvattujen henkilöiden tyylit

voivat olla hyvinkin erikoisia, mutta valokuvat itsessään ovat melko samanlaisia. Katumuotibloggaajien puolustukseksi on tosin sanottava, että kuvaan poimittujen kiireisten, tuntemattomien ohikulkijoiden kanssa voi olla vaikeaa pitää kovin ihmeellisiä kuvauksia äkkiseltään. Kuva on yleensä kohdehenkilöstä edestäpäin otettu kokovartalokuva, jonka taustalla on seinä tai näkymä kadulle. Kuvassa on yleensä vain yksi henkilö, jos takana mahdollisesti näkyviä kadunkulkijoita ei lasketa. Kohde on useimmiten sommiteltu kuvan keskelle. Kuvat ovat värivalokuvia, joissa ei ole näkyviä muokkauksia. Useimmissa katumuotiblogeissa on sivun katselun helpottamiseksi päätetty julkaista vain pysty- tai vaakakuvia.

Katumuotiblogien sisältäkin löytyy usein vielä oma näkökulmansa. Ne ovat saattaneet erikoistua kuvaamaan vain esimerkiksi muodin ammattilaisten pukeutumista, malleja vapaalla, nuoria tyttöjä omaperäisissä asuissa tai tyylikkäitä vanhoja ihmisiä. Hyviä esimerkkejä rajatun näkökulman katumuotiblogeista ovat Vanessa Jackman (kuva 16) ja Advanced Style (kuva 17). Monet ovat myös paikkasidonnaisia, eli omistettu kuvaamaan pukeutumista jonkin tietyn kaupungin kaduilla. Blogikuvat eivät kuitenkaan edusta demokraattisesti kaikenlaisten kadulla kulkevien ihmisten pukeutumista, vaan huomion kohteiksi näissäkin blogeissa pääsevät yleisimmin kauniit ja nuoret, kiinnostavasti pukeutuneet ihmiset.

Huomionarvoinen blogi on StyleClicker, jonka kuvissa esille tuntuvat nousevan katumuotiblogeille poikkeuksellisesti vaatteiden sijasta henkilöt niiden sisällä (kuva 18). Vaikuttaa siltä, että tämän blogin kuvien ensisijaisena tavoitteena ei ole dokumentoida kohteidensa pukeutumista, vaan olemusta tai luonnetta, mikä saa kuvat näyttämään hyvin yksityisiltä, vaikuttavilta ja pysäyttäviltä. StyleClickerin valokuvat poikkeavat muutenkin muiden katumuotiblogien kuvista. Ensinnäkin niitä on harvemmin kuvattu kadulla, ja toiseksi niihin on valittu hyvin erilaisia ihmisiä. Rajaukset, sommitelut ja kuvakulmat ovat myös erikoisia verrattuna muihin katumuotiblogeihin. Joissain kuvissa on havaittavissa filmikameran jälkeä muistuttavaa rakeisuutta. Kyseessä voi olla kuva-suodin tai jälkikäteinen muokkaus, mutta efekti tuo osaltaan kuviin tietynlaista tunnelmaa. Koin blogin kuvat mukaansatempaavan jännittävinä, mikä on todella harvinainen ominaisuus minkäänlaisen muotiblogin kuville. StyleClickerin

kuvia katsellessa ei ole epäilystäkään siitä, etteivätkö muotiblogikuvat voisi olla taidetta.

Muut Näkökulma-blogeihin valitut blogit keskittyvät yleisimmin muotiuutisiin ja suunnittelijoiden uusien mallistojen analysointiin. Kuten kuvasta 19 käy ilmi, tällaisten blogien kuvat ovat useimmiten melko tavanomaisia otoksia muotinäytöksistä ja esillepanoista. Kuvia ei useinkaan ole otettu itse, vaan kerätty internetistä yritysten ja lehtien verkkosivuilta. Niiden tarkoitus on havainnollistaa tekstiä, joka on useimmissa tämänkaltaisissa blogeissa kuvia suuremmassa roolissa. Aina pääpaino ei tosin ole syvällisessä analyysissä, vaan joskus tarkoituksena on inspiraation jakaminen, jolloin kuvat nousevat merkittävämpään osaan.

Inspiraatiota ja oivalluksia kuvien kautta jakaa vahvalla kädellä Patternity (kuva 20). Blogi on omistettu mitä erilaisimpien kuosien ja tekstuurien löytämiselle ympäröivästä maailmasta. Kuvissa saattaa esiintyä mitä tahansa rauskuparvesta alkaen, mutta se nähdään kuosina tai pintana. Toisinaan kuvilla havainnollistetaan, kuinka jokin esimerkiksi luonnosta poimittu kuosi-idea tulee esille muodissa. Patternityssä on aineiston blogeista kaikkein tarkimmin rajattu näkökulma, ja sen sijoittuminen tähän kategoriaan oli varsin selkeää, vaikka se sisältääkin myös tekijöidensä työnäytteitä. Helposti muistettavan ja omaleimaisen näkökulmansa ansiosta blogi erottuu muista Näkökulma-blogeista.

#### 4.4 Tutkimuksen johtopäätökset

Tutkimuksen perusteella voi sanoa, että käytännössä kaikissa muotiblogeissa kuvataan kauneutta, nuoruutta, tyylikkyyttä ja rikkautta. Ihaileva katse kohdistuu menestyviin, elinvoimaisiin ja terveisiin: vammaisuutta, köyhyyttä, sairautta tai muita ongelmia ei näytetä. Mikä tosin ei ole vain muotiblogien erityispiirre, vaan ihmiskunnassa yleisesti esiintyvä toimintamalli.

Jo alussa on todettava, että missään kategoriassa erottumisen tavaksi eivät riitä teknisesti laadukkaat kuvat. Menestyvää blogia tavoitellessa ne ovat välttämättömyys. On vaikea kuvitella yhtään syytä, miksi yleisö haluaisi katsella huonolaatuisia kuvia, kun blogosfääri on täynnä teknistä taituruutta. Vaikka kuvien laatu on vakiintunut käytäntö, on sen noudattamista järkevintä pitää lähtökohtana muotiblogikuvien tekemisessä. Erottumisen tapoja kannattaa sen sijaan etsiä sisällöistä ja asenteista.

Muotiblogeissa aiheet ovat aika pinnallisia, lähinnä ulkonäön ja tyylliseikkojen taltiointia. Kuvien sisältönä on useimmiten tavara ja sanomana kulutus. Syvä-  
lisempiä aiheita ja teemoja ei juuri ole. Kuitenkin blogikuvilla voisi olla muuta-  
kin kuin esteettis-dekoratiivista arvoa. Kuten kuvalla parhaimmillaan, myös  
blogikuvalla voi puhutella, jopa koskettaa ihmisiä. Tuntuukin, että tällä hetkellä  
niiden mahdollisuuksia ei hyödynnetä täysin. Muotiblogeilla on toisinaan jopa  
todella suuria lukijakuntia, ja ne voisivat olla kuviensa avulla väline vaikuttaa  
ihmisten ajatteluun ja maailmaan – ainakin enemmän kuin nyt. Inspiraation ja  
kenties jonkintasoisen elämyksen lisäksi muotiblogikuvat voisivat tuoda katso-  
jalleen uusia ajatuksia, tietoa ja näkökulmia pohdittavaksi.

Blogikuvat eivät myöskään juuri keskustele katsojan kanssa. Voisiko kuvien  
käyttö olla vuorovaikutteisempaa ja haastaa katsojan osallistumaan aktiivi-  
semmin? Voisiko lukija esimerkiksi vaikuttaa kuvien sisältöön, vaikkapa esittä-  
mällä toiveita blogin kommenttiosiossa? Osallistumisen kokemusta voisivat  
tuoda myös kekseliäät kuvat, jotka antavat katsojallekin mahdollisuuden tehdä  
oivalluksia.

Kaikki kategoriat ovat varsin vakavamielisiä, jolla tarkoitan sitä, että niissä  
suhtautuminen itseensä ja blogin tekemiseen on totista. Bloggaajat haluavat  
antaa itsestään kuvan tyylikkäänä, kauniina, taitavina ja vakavasti otettavina.  
Tekemisen riemu ei paista läpi, eikä kuvissa yleisesti ottaen leikitellä tai ir-  
vailla. Huumori tai itseironia, jopa älyvapaa revittely silloin tällöin voisi toimia  
erottumisen välineenä. Toisaalta ei kannata nojata pelkästään siihenkään,  
varsinkaan jos blogissa on ammatillisia tavoitteita, eikä toivota mainetta vitsi-  
sivustona.

Minä-blogiryhmässä halutaan antaa itsestään edustava, ihanteellinen, täydelli-  
nen mielikuva. Mielikuva on todella vahvasti ohjailtu blogikuvien kautta. Esiin-  
tyessä kaikki on hallittua – tunteita myöten. Vaikka kyseessä on selkeä blog-  
gaajaminän rooli, lukijoille pyritään antamaan käsitys siitä, että bloggaaja on  
läsnä aitona itsenään. Minä-blogeista voisikin erottua sillä, että ei yrittäisi ra-  
kentaa kuvaa itsestään niin täydelliseksi. Antamalla kontrollin pettää ja rentou-  
delle, aidolle henkilökohtaisuudelle ja tunteille tilaa, voisi tulla nähdyksi rehelli-  
syydessään erilaisena bloggaajana.

Yksinkertaisin erottumisen tapa Minä-kategoriasta olisi se, ettei esiinny kuvissa itse ollenkaan. Vaikka siinä tapauksessa blogia ei ehkä voisi enää luokitella Minä-blogeihin. Yksi tapa toteuttaa tämä olisi heittäytyä kuvissa reilusti erilaisiin rooleihin, jopa roolihahmoin. Tarkoitus ei olisikaan esiintyä itsenään ja näyttää hyvältä, vaan hakea taiteellista lähestymistapaa vain sitä tarkoitusta varten rakennettujen kuvien avulla. Selkeän lavastetusta, esityksellisestä kuvasta ei jää epäilystäkään, että se voisi olla ”aidoksi” tarkoitettu. Lopputulos voisi olla jopa liioitellun dramaattista. Toisin kuin Minä-blogiryhmässä yleensä, vaatteet eivät olisi vain näyttelykappaleita, vaan merkityksellisinä kuvan osina kertomassa tarinaa.

Sukupuoliroolien haastaminen toimii huomion kiinnittämisessä yleensä aina, eikä sitä tutkitussa blogosfäärissä tuntunut erityisemmin tekevän kukaan. Perinteiset sukupuoliroolit jylläävät blogikuvien pukeutumisessa: miehet eivät käytä naisten vaatteita, eivätkä naiset yleensä pue ylleen miesten pukimia. Tasa-arvon – muunkin kuin pukeutumiseen liittyvän – asialla oleminen olisi paitsi merkityksellistä, myös hyväksi blogin imagoa rakennettaessa.

Useimmat blogit perustuvat naturalistiseen, esittävään valokuvaan. Ehdoton enemmistö tutkitun blogosfäärin kuvista oli digitaalisia värivalokuvia. Mustavalkoiset tai filmikameralla otetut, skannatut valokuvat ovat harvinaisia, samoin piirros muissa kuin siihen erikoistuneissa kuvitusblogeissa. Kaikkein harvinaisinta on piirroksen ja valokuvan yhdistäminen samassa blogissa tai postauksessa, saati samassa kuvassa: sillä voisi erottua. Tätä kannattaa mielestäni harkita. Mietittäväksi jääkin, millä keinoin valokuvaa ja piirrosta voi yhdistää, ja onko olemassa muita käyttökelpoisia kuvan tuottamisen tapoja.

Ympäristön innovatiivinen hyödyntäminen voi tehdä kuvista mielenkiintoisia. Samoin epätavalliset kuvakulmat ja rajaukset säästeliäästi käytettyinä: kaikkien kuvien ei kannata olla edestäpäin otettuja kokovartalokuvia. Yleistä kaikissa kategorioissa oli, että kuvassa esiintyy vain yksi ihminen. Ryhmäkuvat ovat harvinaisia, joten niillä voi erottua. Kannattaa myös harkita joihinkin kuviin poikkeuksellisia poseerauksia, kuten makaamista tai päällään seisomista. Idea kuulostaa naurattavalta, mutta kuten todettiin, harkittu huumorin käyttö on erottautumiseen soveltuva tapa kaikissa muotiblogikategorioissa.

Tärkeimmiksi erottumisen keinoiksi nostaisin Sauma-blogiin tutkimuksen pohjalta mielikuvituksellisuuden, taiteellisuuden, puhuttelevat viestit ja tekijöille henkilökohtaisesti tärkeät aiheet, eli kaiken kaikkiaan merkitykselliset sisällöt. Kuvien avulla tarinankerronta on harvinaista muotiblogeissa, samoin kuin muistot ja nostalgia. Muotiblogosfääri on aika historiaton ja elää taakseen katsoimatta, kuin mennyttä ei olisikaan – tärkeintä on uutuus ja nykyhetki. Samaa tekee muoti itse, vaikka kierrättääkin vanhoja ideoitaan. Siksi juurien esiin nostaminen on lähtökohtaisesti poikkeavaa toimintaa muotiin keskittyvissä blogeissa. Olipa erottumisen keino mikä hyvänsä, sen on oltava kokonaisvaltaista ja johdonmukaista läpi koko blogin, ei vain yksittäisissä kuvissa.

## 5 KUVIEN TOTEUTUS

### 5.1 Lähtökohdat

#### 5.1.1 Minä kuvittajana

Hahmotan maailman hyvin visuaalisesti. Värit, muodot ja erilaiset pinnat ovat aina saaneet minussa aikaan vahvoja tuntemuksia, ja suhteeni kuviin on ollut intohimoinen jo lapsesta asti. Jo ennen kuin osasin lukea, saatoin viettää tunteita kuvakirjojen ääressä niiden kuvia katsellen. Kuvat olivat tie ihmeellisiin maailmoihin ja saivat mielikuvitukseni lentämään paremmin kuin mikään muu.

Ei siis liene mikään ihme, että olen harrastanut piirtämistä niin kauan kuin muistan. Lapsena mikään ei aiheuttanut samaa tyytyväisyyden ja ylpeyden tunnetta kuin onnistunut piirustus. Yhtä tärkeää kuin lopputulos on minulle kuitenkin aina ollut työn tekeminen ja siihen uppoutuminen. Yhä nykyäänkin kuvia tehdessäni unohdan täysin ympäröivän maailman. Aika tuntuu pysähtyvän.

Olin noin kuusi- tai seitsemänvuotias, kun tajusin, että piirtäminen voi olla työ. Silloin siitä tuli välittömästi toiveammattini, ja päätin isona ryhtyä kuvittajaksi. Vuosien saatossa toiveammatti ehti vaihtua moneen kertaan, mutta en koskaan päästänyt alkuperäisestä haaveestani kokonaan irti.

Peruskoulusta menin kuvataidelukioon, jonka jälkeen päätin hakeutua luovalle alalle. Muodin opiskelu ei tosin ollut siihen mennessä käynyt mielellään, mutta ajauduttuani Kymenlaakson ammattikorkeakoulun designer-stylisti-

linjalle opiskelemaan, tiesin pian löytäneeni paikkani. Kymenlaakson ammatti-korkeakoulussa piirustuskurssit olivat suosikkieni joukossa, ja siellä tutustuin ensimmäisen kerran myös muotikuvitukseen.

Erityisen tärkeää aikaa oli Italiassa vaihdossa vietetty lukukausi vuosina 2013–2014, jolloin viimeisetkin palaset loksahelivat paikoilleen ja löysin oman ydinosaamiseni. Milanossa vanha unelmani kuvittamisesta sai uudet siivet, kun pääsin syvemmälle muotikuvittamisen maailmaan ja löysin oman muotikuvitustyylini. Sain paljon hyvää palautetta töistäni ja kipinän jatkaa muotiopiirtämisen parissa.

En kuitenkaan halua tehdä tavanomaisia muotikuvia, vaan tavoitteeni on tehdä merkityksellisempiä, syvällisempiä ja sielukkaampia kuvia kuin mitä muotiopiirustukset yleensä ovat. Korkealle asetettu tavoitteeni ei ehkä ole edes saavutettavissa, mutta se tekee jokaisesta työstä uuden opettelua. Teen yhä myös muunlaisia kuvituksia ja muillakin tyyleillä, mutta tässä opinnäytetyössä keskityn muotikuvitustyylini, jota käytän Saumaan tulevassa kuvasarjassa.



Kuva 21. Esimerkki aiemmista kuvitustöistäni (Juvonen 2015)

Piirrän yleensä käsin. Kuvassa 21 on esimerkki aiemmin tekemästäni kuvasarjasta. Pidän käsintehtyä piirustusjäljestä ja haluan sen näkyvän töissäni. Käsin tehdessä on helpompi saada kuviin hiukan vanhanaikaista tunnelmaa,



joka kuuluu tyyliini. Käytän usein sekatekniikkaa, jossa aloitan hiilikynällä tai mustalla puuvärillä ja jatkan kerroksellisesti nestemäisellä musteella maalamalla. Monesti kuvat ovat mustavalkoisia, mutta joskus käytän osana työtä myös vesivärejä. Joka tapauksessa toteutustapa riippuu ennen kaikkea teosten aiheesta ja niihin tavoitellusta tunnelmasta. En tahdo rajoittua tekniikkoihin tai väreihin, vaan pohdin joka työn kohdalla erikseen sopivaa tyyliä ja toteutustapaa.

Jos teen kuvasarjaa, työstän yleensä kaikkia kuvia yhtä aikaa. Minulle on tärkeää nähdä alusta asti kokonaisuus ja miten yksittäiset kuvat toimivat osana sarjaa. Kun töiden teema on tiedossa, ensimmäinen askel on tiedonhaku ja oman näkökulman valitseminen. Varsinainen työprosessi alkaa luonnostelusta, jolloin hahmottelen kaikki kuvat luonnospaperille ja päätän aiheet, rajaukset ja värimaailman. Käytän luonnostelun pohjana monesti valokuvia, jotka voivat olla itse ottamiani tai internetistä etsittyjä. Yhden piirroksen pohjalla voi olla useampi valokuva, mutta työ voi perustua yksittäiseenkin valokuvaan. Helpompia aiheita, ilmeitä ja asentoja piirrän myös suoraan mielikuvituksestani. Joissain töissä käytän peiliä tai elävää mallia apuna. Luonnostelun jälkeen teippaan varsinaisten töiden paperit levyille vierekkäin. Aloitan työkentelyn kevyellä otteella ja siirryn asteittain peittävämpään jälkeeseen.

Tyyliini on esittävä ja aika realistinen, jossain määrin valokuvamainenkin, vaikka en tavoittele valokuvamaista todenmukaisuutta. Koen sen turhaksi, sillä kamera on keksitty todellisuuden realistisen tarkkaa tallennusta varten. Se ei mielestäni ole enää piirustuksen tehtävä. Piirroksen etu valokuvaan nähden on sen mielikuvituksen ja ilmaisun vapaus. Piirtäen voi esittää sellaisiakin ideoita, mikä ei valokuvin ole mahdollista, sillä piirroksen ei tarvitse noudattaa aiheissaan mitään todellisen elämän rajoituksia.

### 5.1.2 Kuvasarjan aihe ja tavoitteet

Kuvasarjan aihetta ei ole Sauman puolesta ennalta määrätty, joten saan päättää sen itse. Koska kuvat ovat kuitenkin blogissa julkaistavaksi tarkoitettuja, niiden olisi hyvä liittyä jotenkin sen aihepiiriin. Erityisen tärkeää tämä on mielestäni ensimmäisten postausten kohdalla, kun blogi on vasta alussa ja etsii paikkaansa muotiblogosfäärissä, vaikka Sauma ei pelkkä muotiin keskittyvä blogi olekaan.

Koska kyseessä ovat ensimmäiset kuvitukseni Saumassa, eli ensiesiintymiseni blogissa kuvittajana, ajattelin että kuvasarja voisi toimia eräänlaisena itseni esittelyinä. Aiheen tulisi siis olla jotenkin itseni liittyvä. Haluaisin, että kuvat kertoisivat jotain olennaista siitä, miksi tätä teen: miksi olen mukana blogissa, minkälaista näkökulmaa tuon siihen ja millainen tekijä kaiken kaikkiaan olen.

Tutkimusosioon pohjautuen aihe voisi olla esimerkiksi jotain syvällistä ja puhuttelevaa, mielikuvituksellista, humoristista tai henkilökohtaisesti merkittävää. Viimeksi mainittu painottuu luonnollisimmin itsensä esittelyssä. Ajattelin lähteä liikkeelle perusasioista ja käsitellä kuvissa sitä, mitä muoti merkitsee minulle. Tarkemmin sanottuna valitsin kuvasarjan aiheeksi *pukeutumisen ilon*.

Monet pitävät muotia pinnallisena ja turhanpäiväisenä, ja sitä se ehkä joskus onkin. Mutta miksi kaiken pitäisi olla aina niin tarkoituksenmukaista ja vakavaa?

Minulle muoti ei ole koskaan tarkoittanut kalliita merkkituotteita ja statussymboleita tai loputonta ajankohtaisuuden tavoittelua. Eikä se ensisijaisesti ole tarkoittanut taiteellisia muotiluomuksiakaan, vaikka niistä pidänkin.

Minulle muodin ytimessä on aina ollut vaatteilla leikkimisen lapsellinen ilo. Se kokeilemisen riemu ja yhteenkuuluvuuden tunne, joka syntyy kavereiden kanssa vaatteilla hassutellessa. Se, kuinka taianomaista on, kun voi pukeutulla muuttaa ulkonäköään ja olla hetkessä joku muu. Se, kuinka vaatetta voi rakastaa ja saada suosikkivaatteestaan kallisarvoiset muistot eliniäksi. Se on arjesta irtautumista, halki elämän kulkeva seikkailu.

Minun maailmassani muoti ei merkitse halua olla täydellinen. Se ei ole itsensä peilaamista muiden silmistä hyväksyntää tai arvostusta hakien. Se on rohkeutta kelvata itselleen, itsevarmuutta omasta kehostaan ja persoonastaan sekä siitä kumpuavaa hyvää oloa. Se on uskallusta astua rajojensa yli, kokeilla uutta ja heittäytyä elämään ajattelematta muiden mielipiteitä. Minun mielestäni se ei ole turhamaista.

Perustan kuvasarjan itsestäni otettuihin valokuviin, joissa näkyy pukeutumisen ilo. Myönnän, että minulle on vaikeaa ottaa aiheeksi jotain niin henkilökoht-

taista, mutta näen itseni likoon laittamisen tämän työn kannalta välttämättömänä. Pakottamalla minut pois mukavuusalueeltani se myös tuo tervetullutta haastetta, koska haluan kaikissa töissäni kehittyä ja ylittää itseni.

Tavoitteeni kuvasarjaan on, että katsojalle välittyy siitä sama tunne, joka itselläni valokuvissa on – ei vain pukeutumisen, vaan elämisen riemu. Toivoisin, että ne herättäisivät katsojien omia muistoja ja innoittaisivat tyyliseikoilla leikkimiseen. Kenties ulkonäköpaineiden keskellä elävä katsojakin voisi oivaltaa, että pukeutumista ja itseään ei ole aina pakko ottaa niin vakavasti.

## 5.2 Työprosessi

Kuvitustöiden pohjaksi etsin valokuvia elämäni varrelta. Aloitin käymällä läpi digi- ja paperivalokuvia omista, vanhempieni ja serkkuni albumeista. Työ oli hidasta, koska kuvia oli paljon. En tiennyt tarkalleen mitä etsin, koska valittu aihe on sen verran laaja ja voi näkyä kuvissa niin monella eri tavalla. Monissa kuvissa oli nähtävissä iloa, mutta ei niinkään pukeutumiseen liittyvää. Toisissa taas pukeutuminen oli suuressa osassa, mutta iloa ei välttämättä näkynyt.

Päätin etsiä kuvia, joissa oli iloinen tunnelma ja ulkonäkö merkityksellisessä roolissa kuvan tunnelman luomisessa, mutta kuvan ottohetkellä huomio ei ole välttämättä kohdistunut vaatteisiin. Esimerkiksi pukeutuminen 1990-luvulla otetuissa lapsuudenkuvissani pistää nykyään silmään, mutta sitä ei ole aikoihin pidetty erikoisena. Siihen aikaan otetuissa kuvissa vaatteet ovat muutenkaan harvoin itse valitsemiani, enkä silloin edes kiinnittänyt huomiota arkena käyttämiini vaatteisiin. Niinpä lapsuuskuvissani ei juurikaan ole nähtävissä vaatteilla leikkimistä, eikä iloisuus kuvan ottohetkellä ole todennäköisesti johnut ulkonäöstä. Monissa kuvissa keskitinkin huomioni asenteeseen, eli siihen, miten vaatetta kannetaan ja miten se vaikuttaa kuvan tunnelmaan nykykatsojan silmissä. Otin mukaan myös sellaisia kuvia, joissa näkyi vaatekappaleita, joilla on minulle erityistä tunnearvoa.



Kuva 22. Valokuvien valintaa kuvitustöitä varten (Juvonen, 2015)

Valokuvia kertyi lopulta varsin paljon, kuten kuva 22 osoittaa. Keräsin osuvimmat, tunnelmaltaan oikeanlaisimmat kuvat talteen ja aloin niistä rajata tarkemmin aihetta. Mietin, mitkä kuvat toimisivat sarjassa parhaiten. Valitsin lopulta kahdeksan valokuvaa, joiden pohjalta suunnittelin tekeväni viisi piirrosta.



Kuva 23. Sarjan ensimmäinen kuva perustuu tähän valokuvaan (Juvonen 2015)

Ensimmäinen kuva perustuu valokuvaan, jossa olen noin viisivuotias (kuva 23). Valokuvassa olen veljeni ja kahden serkkuni kanssa retkellä eläintarhassa, ja muistan kuvan ottohetken hyvin. Olin sen ikäisenä varsinainen vintiö, ja juuri ennen kuvan ottamista oli mielestäni ratkiriemukasta nostaa paidanhelma ylös – ihan vain äitini kiusaksi. En voi valokuvaa katsoessani olla

nauramatta ilmeelleni ja kuvan tunnelmalle. Vaaleanpunaiset vaatteeni, erityisesti pussimaiset collegehousut, ovat olennainen osa kuvan viehätystä.



Kuva 24. Sarjan toinen kuva perustuu näihin valokuviin (Juvonen 2015)

Toinen kuva on koostettu useasta valokuvasta, joissa olemme veljeni kanssa ulkoilemassa täysissä talvivaatteissamme (kuva 24). Olimme varmasti melko hilpeä näky lähes samanlaisissa pukineissamme pihalla mönkiessämme. Tämä kuva perustuu omaan vaatenostalgiaani: kyseiset talvihaalarit ja erityisesti hatut ovat Aleksis Kiveä lainaten ”ainiaaksi painuneet sydämeni syvyyteen”. Käytin isomummolta saamaani turkishäntäistä pipoa usean vuoden ajan, ja siitä on jäänyt monet lämpimät talvimuistot. Suru oli suuri kun valkoinen häntä kerran katosi pulkkamäkeen, enkä sitä enää sen koommin löytynyt. Pipo kuitenkin säilyi, ja minun jälkeeni sitä käyttivät pikkusisarukseni.



Kuva 25. Sarjan kolmas kuva perustuu tähän valokuvaan (Juvonen 2015)

Kolmas kuva perustuu suhteellisen tuoreeseen, vuonna 2015 otettuun valokuvaan (kuva 25). Sen taustalla ei ole suurempaa tarinaa. Serkkuni oli ostanut omaa projektiaan varten paketillisen värikkäitä miesten alushousuja, joista päätimme hetken mielijohteesta vetää yhdet päällemme. Yhdistimme niiden kanssa värikkäät henkselit ja otimme muutaman hupaisan yhteiskuvan, jotka kaivoin esille tätä työtä varten.



Kuva 26. Sarjan neljäs kuva perustuu tähän valokuvaan (Kuvaaja tuntematon, 1994)

Neljännessä kuvassa olen noin kaksivuotias (kuva 26). Istumme sohvalla vierekkäin veljeni ja kolmen serkkuni kanssa. Valitsin kuvan mukaan sen hilpeän energisen tunnelman ja hyväntuulisuuden vuoksi. Näen siinä myös sitä yhteenkuuluvuutta, jota halusin tuoda kuvasarjassanikin esiin. Pukeutumisen ei tarvitse aina olla ihmeellistä tai outoa: joskus pelkkä värikkyyys riittää.



Kuva 27. Sarjan viides kuva perustuu tähän valokuvaan (Juvonen 2015)

Viidennessä valokuvassa minulla on päälläni huopa ja pino hattuja (kuva 27). Se on otettu tänä vuonna, eikä senkään taustalla ole mitään arkipäiväistä pelileilyä kummempaa. Valitsin valokuvan mukaan, koska pidin sen sommittelusta ja se näytti mukavalta piirrettävältä.



Kuva 28. Luonnostelua (Juvonen 2015)

Kuvien valinnan jälkeen jatkoin luonnostelemalla (kuva 28). Erityisesti epätavallisten ilmeiden piirtäminen vaati harjoittelua. Osa kuvista perustui suoraan valokuviin, mutta en kuitenkaan tavoitellut niiden tarkkaa jäljentämistä. Valokuvat olivat keskenään hyvin erilaisia, eivätkä ne itsenään olisi voineet muodostaa toimivaa sarjaa. Muutenhan olisin voinut käyttää niitä sellaisenaan, eikä niiden uudelleentekemisessä ei olisi ollut järkeä. Piirtäessä tärkein tehtäväni olikin saada valokuvien pohjalta aikaan yhtenäinen kuvasarja.

Yhden kuvan rakensin monesta eri valokuvasta, ja toisessa taas rajasin kaiken muun paitsi itseni pois. Mietin paljon piirrosten rajauksia, sillä halusin että sarjasta tulisi niiden suhteen monipuolinen. Yhtenäisyyttä kuviin oli tarkoitus tuoda paitsi kaikissa käytetty sama tekniikka ja värimaailma, myös ympäristöjen sumentaminen taustoiksi, jolloin kuvien kohteina olevat ihmiset korostuvat.





Kuva 29. Värilliset kohdat maalattiin vesiväreillä (Juvonen 2015)

Luonnostelun jälkeen ryhdyin piirtämään varsinaisia töitä. Aloitin hahmottelemalla kuvat lyijy- ja hiilikynillä papereille. Seuraavaksi teippasin paperit levyyn ja jatkoin maalaamalla vesiväreillä, ensin hennommin ja sitten vähän peittävämmiin (kuva 29). Tässä vaiheessa en enää käyttänyt apuna valokuvia, vaan kuvat saivat muotoutua omannäköisikseen. Käytin värikerrosten välissä hius-tenkuivaajaa nopeuttamaan kuivumista. Värillisten osuuksien jälkeen jatkoin nestemäisellä musteella ja siveltimellä, samalla tavalla kuin vesiväreilläkin. Ensin maalasin vaaleammalla, veteen sekoitetulla musteella, johon lisäsin mustetta vähitellen. Lopussa käytin pelkkää mustetta kaikkein tummimpiin kohtiin.

Maalatessa oli tärkeää käyttää erilaisia ja erikokoisia siveltimiä. Erityisen tärkeää tämä oli erilaisten pintojen luomisessa. Myös siveltimen kosteus vaikuttaa lopputulokseen: kuivasta siveltimestä jää erilaista jälkeä kuin kosteasta. Joissain kohdissa käytin erityyppisten efektien aikaansaamiseksi pelkkää vettä tai täysin kuivaa sivellintä aiemmin maalattujen pintojen päälle.

Yleensä maalatessani tiedän milloin työ on valmis. Tätä kuvasarjaa tehdesäni olisin kuitenkin voinut jatkaa maalaamista vielä vaikka kuinka pitkään, vaikka kuvat eivät enää suuremmin muuttuneet. Jossain vaiheessa oli vain

päätettävä, että maalaustyö on valmis. En halunnut pilata kuvasarjaa liialla työstämisellä. Kuvista irti päästäminen on minulle toisinaan vaikeaa, ja ylityöstäminen on piirtäessä helmasyntini. Kokeilin tosin vielä lopussa lisätä pinnalle kevyesti hiilikynää, mutta se ei näkynyt juuri missään, joten annoin olla.

Skannasin kuvat ja tallensin ne koneelle. Kuvanmuokkausohjelman avulla rajasin niitä vähän ja muokkasin kevyesti kontrasteja ja värimaailmaa. Suurempia muutoksia en kuviin kuitenkaan tietokoneella tehnyt.

### 5.3 Valmiit työt ja itsearviointi

Alun perin tarkoitukseni oli tehdä vain neljän kuvan sarja, mutta suunnittelin niitä varmuuden vuoksi viisi. Varauduin siihen, että yksi kuva menisi toteutusvaiheessa pilalle, niin kuin toisinaan käy, tai ei jostain syystä sopisi kuvasarjaan, jolloin voisin jättää sen pois. Kaikki piirrokset kuitenkin onnistuivat, ja niinpä sarjasta tuli viisiosainen.



Kuva 30. Kooste valmiista kuvista (Juvonen 2015)

Olen melko tyytyväinen valmiisiin kuviin (kuva 30 - kuvat ovat nähtävissä isompina liitteessä 3, kuvat 31, 32, 33, 34 ja 35). Mielestäni ne käsittelevät monipuolisesti valitsemaani aihetta ja ilmaisevat varsin hyvin sitä, mitä hain takaa. Lopputuloksesta tuli ehjä ja yhtenäinen kuvasarja, mikä ei alussa ollut ollenkaan itsestään selvää. Erityisesti pidän kuvien tunnelmasta. Valmista kuvasarjaa katsellessani mieleeni tulee sana *inhimillinen*, vaikka en osakaan selittää miksi. Jotain tekemistä voi olla sillä, että aihe on niin henkilökohtainen.

Toisaalta myös tekniikka ja kädenjälki vaikuttavat kuvien tunnelmaan, erityisesti elävöpintaisten, epätasaisten taustojen kautta. Löydän työnjäljestä myös hienoista kömpelyyttä, vaikka teknisesti piirrokset ovatkin ihan kelvollisia. Ne eivät kuitenkaan ole taitavimpia aikaansaannoksiani – myönnän tavoitelleeni hiukan parempaa. Vaikutusta lopputulokseen saattoi olla sillä, että tein työt pienemmässä koossa kuin mihin olen tottunut, koska käytössäni oli tällä kertaa vain A4-skanneri. Pienemmälle paperille ei luonnollisestikaan voi tehdä yhtä yksityiskohtaista työtä kuin isommalle. Joka tapauksessa olen ylpeä kuvasarjasta, sillä tein sen eteen suuren työn ja mielestäni täytin itselleni asettamani tavoitteet kohtuullisen hyvin.

Jälkikäteen tarkastellessa jäin silti epäröimään muutamasta asiasta. Ensinnäkin pelkään, että kuvasarja on tulkittavissa turkismyönteiseksi, vaikka se ei todellakaan ollut tarkoitus. Lienee tarpeellista korostaa kuvien yhteyteen tulevassa blogitekstissä, että syy turkispipokuvan valintaan ja tekemiseen oli puhtaasti nostalginen, ja että en kannata turkistarhausta. Myös hattukuvan huopa saattaa näyttää turkikselta, vaikka se ei sitä esitäkään.

Ennen työhön ryhtymistä kirjoitin että kuvasarjan olisi hyvä liittyä jollakin tavalla muotiin. Lopputulosta katsellessani pelkään että linkki siihen on liian etäinen, ja että kuvien sanoma ei aukene katsojalle. En toki oletakaan, että kuvasarja voisi aueta samalla muille kuin itselleni, mutta toivon kuitenkin että edes pieni osa sen ideasta välittyisi muille. En oikeastaan osaa edes arvioida miten ulkopuoliset sarjan näkevät, koska aihe on niin lähellä itseäni.

#### 5.4 Kuvitustöiden analyysi

Kuva-analyysin pohjana käytän Erwin Panofskyn kehittämää kuvien ikonologista tulkintametodia. Kuvien aiheita tutkiva ikonologia sopii mielestäni viestien tulkintaan keskittyvää semiotiikkaa paremmin kuvien analysoimiseen tekijän

näkökulmasta. Ikonologia ottaa huomioon työn taustat, kuten syntyajankohdan, kuka teoksen on tehnyt, aiheen valinnan ja merkityksen alkuperäisessä kontekstissaan. (Anttila 1996, 262–263; Viestintätieteiden yliopistoverkosto s.a.)

Panofskyn analyysimalli on kolmivaiheinen. Ensimmäisessä vaiheessa kuvaa tarkastellaan sen ilmeisellä tasolla perustiedon pohjalta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että tunnistetaan mitä kuva esittää. Tätä vaihetta sanotaan esikonografiseksi kuvaukseksi. Toisessa vaiheessa syvennyttään tarkemmin kuvan aiheeseen ja teemaan, etsitään vertauskuvia ja sopimuksenvaraisia merkityksiä. Tätä vaihetta kutsutaan ikonografiseksi analyysiksi. Kolmannessa vaiheessa, ikonologisessa tulkinnassa, kuvan aihe ja merkitykset liitetään sen syntyajankohdan yhteiskunnalliseen, historialliseen ja kulttuuriseen kontekstiin. Tässä vaiheessa siis tutkitaan, miten kyseisen ajan vaikutukset näkyvät teoksessa ja kuva nähdään tekijään ja kulttuuriin sidonnaisena. (Anttila 1996, 262–263; Viestintätieteiden yliopistoverkosto s.a.)

Monesti kuvia on totuttu analysoimaan ulkopuolisen katsojan silmin, mutta tässä työssä luonnollisimmalta tuntuu tehdä analyysi tekijän näkökulmasta – varsinkin, kun aihe on niin henkilökohtainen. Vain kuviin kohdistuva analyysi ei ole tässä tapauksessa kovin mielekästä, koska piirroksia ei ole tarkoitettu tulkittavaksi yksinään. Ne tulevat blogissa esille selventävän kuvatekstin kanssa, jonka otan analyysin kahdessa myöhemmässä vaiheessa huomioon. Blogitekstiä ei ole tämän opinnäytetyön kirjoittamisvaiheessa vielä olemassa, mutta aion kertoa siinä lyhyesti kuvasarjan lähtökohdista, suhteestani pukeutumiseen ja kenties jotain aiheeseen liittyviä muistoja.

En käy Panofskyn analyysimallia läpi jokaisen kuvan kannalta, vaan tarkastele kuvia yhtenäisenä sarjana, joksi ne on tarkoitettukin.

Kyseessä on viiden piirretyn kuvan sarja (kuva 30). Ensimmäisessä kuvassa on vaaleanpunaisiin vaatteisiin pukeutunut pikkutyttö, joka paljastaa vatsansa nostamalla paitaansa (kuva 31). Toisessa kuvassa on kaksi talvivaatteisiin pukeutunutta lasta (kuva 32). Vain heidän kasvonsa näkyvät, ja nekin vain osittain. Kolmannessa kuvassa on kaksi nuorta naista pukeutuneena värikkäisiin

vaatteisiin (kuva 34). Neljännen kuvan viisi lasta ovat myös värikkäissä vaatteissa (kuva 33). Viidennessä kuvassa on nuori nainen, jonka päässä on pino hattuja (kuva 35).

Kaikki sarjan kuvat esittävät ihmisiä, ja ensinäkemältä kuvien aiheissa ei näyttäisi paljon muuta yhteistä olevankaan. Ihmiset ovat eri-ikäisiä, mutta kuitenkin aika nuoria. Vanhoja ihmisiä ei näy. Kuvien henkilöt edustavat kumpaakin sukupuolta, vaikka kaikista ei voikaan sanoa varmuudella kumpaa. Ainakin kolmessa kuvassa on pelkästään naispuoleisia henkilöitä. Ihmiset näyttävät valkoihoisilta länsimaalaisilta, mutta siitä ei voi olla varma – osa voisi olla myös vaikka aasialaisia. Lähes kaikki ihmiset hymyilevät, ja yleistunnelma kuvasarjassa on iloinen.

Ihmisten lisäksi kuvissa ei ole muuta. Vaatteiden ja asusteiden lisäksi ei näy muita esineitä ja ympäristö on esitetty sameana taustana. Vaikka joissakin taustoissa on nähtävissä hiukan väriä, käytännössä vain vaatteet ovat kuvissa värillisiä ja kaikki muu on mustavalkoista.

Kuvien ihmiset eivät ole tunnistettavissa miksikään yleisesti tunnetuiksi. Tiedämme kuitenkin, että esiinnyn itse kaikissa kuvissa, ja kuvatekstien ansiosta tieto on muidenkin katsojien saatavissa. Muut kuvissa esiintyvät ihmiset ovat joko perhettäni, ystäviäni tai sukulaisiani, ja piirroksiset perustuvat valokuvaan elämäni varrelta. Lapsuuskuvieni perusteella tehdyissä piirroksissa vaatteet edustavat siis 1990-luvun tyyliä. Kuvasarjan tulkinnan kannalta se ei kuitenkaan ole oleellista.

Kuvia yhdistää iloisen tunnelman lisäksi pukeutumisen korostaminen. Osassa kuvia pukeutumiskäyttäytyminen on epäsovinnainen: hattuja ei yleensä kulttuurissamme pidetä päässä kuin yksi kerrallaan, eivätkä naiset pukeudu miesten alusvaatteisiin – varsinkaan niitä ei pueta housujen päälle ja yhdistetä niiden kanssa henkseleitä. Myös paitaansa nostavan pikkutyön käytös on epätyypillistä, vaikkakaan ei ennenkuulumatonta lapsille. Vaikka pukeutuminen ei kahdessa muussa kuvassa ole yhtä erikoista kuin muissa kuvissa, on se niissäkin hupaisaa ja huomiota herättävää. Toisessa korostuu värikäs pukeutuminen ja erilaiset kuosit, kun taas toisessa huomiota herättää vaatteiden määrä ja lasten identtiset, nykykatsojan silmissä omituiset häntäpipot. Ilman kuvatekstejäkin ulkopuolinen katsoja voisi kenties päätellä kuvien aiheen olevan jotain

iloista vaatteisiin liittyvää. Blogipostauksessa kuvasarjan aihe, pukeutumisen ilo, joka tapauksessa kerrotaan lukijalle.

Pelkästään kuvasarjan näkemällä voisi sen syntyajan määrittelemisen olla varsin vaikeaa. Onneksi kuitenkin tiedämme, että kuvat on tehty vuonna 2015, ja voimme käsitellä niitä sen pohjalta. Kuvasarjan taustankin tiedämme: se on tehty muotiblogia varten. Kuvat eivät kuitenkaan edusta tyypillisintä 2010-luvun muotiblogien kuvastoa, joissa tavoitellaan itsensä esittämistä ihanteellisessa valossa tyylikkyyden kautta. Tämän kuvasarjan tärkein aihe ei ole vaatteet, vaan ennen kaikkea asenne niiden kantamisessa ja ihmiset niiden sisällä. Kuvien pellemäinen asenne ja hullutteleva, hieman junttimainenkin pukeutuminen laskevat bloggaajan jalustaltaan sekä korostavat elämäniloa ja oman pään pitämistä totutuista tavoista välittämättä. Kuvissa näkyy myös vaatetuksen sosiaalinen puoli ja siihen liittyvä yhteisöllisyys ja yhteenkuuluvuuden tunne.

Eräs pieni yksityiskohta, jonka avautuminen edellyttää länsimaisen populaarikulttuurin tuntemusta, on viimeisen kuvan punainen sulka vihreässä hatussa. Se viittaa Disneyn piirrettyyn Peter Pan -elokuvaan, jossa päähenkilöllä on vihreässä hatussaan punainen sulka. Peter Pan on tunnettu satuhahmo, joka kieltäytyy kasvamasta aikuiseksi, ja siitä syystä symboloi kulttuurissamme ikuista lapsuutta. Tässä kuvasarjassa sulka on tulkittavissa kunnianosoitukseksi lapsenmielisen asenteen säilyttämiselle pukeutumisessa ja elämissä, ja siihen tiivistyy kuvasarjan perimmäinen sanoma.

## 6 JOHTOPÄÄTELMÄT

Tavoitteeni tässä opinnäytetyössä oli selvittää, millainen on erottuva muotiblogikuva, ja sen perusteella toteuttaa Sauma-muotiblogiin kuvasarja.

Pääkysymyksessäni kysyin, miten kuvien avulla voi erottua muotiblogosfäärissä, ja alakysymyksilläni peräänkuulutin Sauma-blogiin sopivaa kuvaa. Kysymyksiin haettiin vastauksia muotiblogien tyypittelyn avulla. Valittu tutkimusmenetelmä palveli tämän työn tarpeita, mutta on huomautettava, että muotiblogien tyypittely niiden kuvien perusteella ei ollut aivan ongelmaton. Joistain

bllogeista löytyi useamman kategorian piirteitä, jolloin niiden yksiselitteinen sijoittaminen luokkiin saattoi olla hieman kyseenalainen ratkaisu. Joka tapauksessa tutkimusosio auttoi ymmärtämään muotiblogien kuvankäyttötapoja ja saamaan selville, kuinka muotiblogosfäärissä voi erottua kuvien avulla.

Tutkimuksessa selvisi, että muotiblogien kuvat noudattavat vahvasti omia käytäntöjään, joista vahvimpana kaikissa kategorioissa vaikutti bloggaajan vakavamielinen itsensä ihanteellisessa valossa esittäminen. Jokaisella blogityyppi-ryhmällä oli myös omia konventioitaan, jotka näkyivät esimerkiksi kuvien kohdehenkilöissä, miljöissä ja rajauksissa. Tärkeimmiksi erottumisen tavoiksi nousivat puhuttelevat aiheet, mielikuvituksellisuus, huumori ja aidosti henkilökohtainen sisältö. Myös vallitsevien muoti- ja kauneusihanteiden tai sukupuoliroolien kyseenalaistaminen kuvien avulla voi toimia. Nämä tavat sopivat erottumisen keinoiksi myös Saumalle.

Tutkimusosion perusteella saadut tiedot auttoivat opinnäytetyön produktiivisessa osassa toteuttamaan muotiblogosfäärin normeista poikkeavia kuvia. Niiden erottavia elementtejä ovat muun muassa tekijälleen merkityksellinen aihe, kuvissa esiintyvien henkilöiden vaihtelevat iät ja määrät sekä ennen kaikkea huumori ja leikkisä asenne.

Mielestäni täytin työhön asettamani tavoitteet varsin hyvin. Opin ymmärtämään, analysoimaan ja luokittelemaan kuvia ja niiden käyttötapoja muotiblogeissa. Löysin Saumaan sopivan tavan käyttää kuvaa, ja toteuttamani kuvamateriaali on ainakin omasta mielestäni kiinnostavaa.

Jokainen kuvitustyö on aina haaste josta voi oppia paljon, ja niin oli tämäkin projekti. Teknisestä näkökulmasta opin piirtämään paremmin erilaisia materiaaleja ja ilmeitä, eikä A4-kokoisen piirroksen työstäminen enää tunnu niin vaikealta. Taiteellisesta näkökulmasta työn tärkein anti löytyi toteutusvaiheen sijasta aiheen valinnasta ja käsittelystä, joka linkittyy osittain myös tutkimukseen ja sen johtopäätöksiin.

Olen tyytyväinen tekemääni kuvasarjaan. Kuvista ei tullut kaikkein tavanomaisimpia muotipiirustuksia, ja ne edustavat hyvin itseäni kuvittajana. Voin ylpeänä käyttää niitä työnäytekansiossani, ja ovathan ne tämän opinnäytetyönkin kautta esillä kuvitusnäytteinäni. Olen tyytyväinen myös tekemääni työhön

kokonaisuudessaan, sillä se on mielestäni yhtenäinen ja selkeä. Tutkimuksellinen ja produktiivinen osa ovat yhteydessä toisiinsa, ja työn lopputulos on toimeksiantajan hyödynnettävissä.

Tässä vaiheessa ei tosin voi vielä sanoa, täyttääkö tämä opinnäytetyö tarkoituksensa siinä, että se auttaa Sauma-blogia erottumaan ja saamaan jalansijaa muotiblogosfäärissä. Asia selvinnee vasta sitten kun blogi on perustettu ja toiminnassa. Nähtäväksi jääkin, herättääkö kuvasarja yleisön mielenkiinnon ja tuoko se näkyvyyttä blogille. Uskallan kuitenkin toivoa, että toteutettu kuvasarja välittää katsojalle edes osittain sen saman tunteen, hyvän mielen, jonka kuvien aihe ja niiden tekeminen itsessäni herättivät.



## LÄHTEET

- Anttila, P. 1996. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Helsinki: Akatiimi Oy
- Dodes, R. 2006. Bloggers Get Under the Tent. The Wall Street Journal 12.9.2006. Saatavissa: <http://www.wsj.com/articles/SB115801727410860002>. [viitattu 18.3.2015]
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2000: Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- Fogg, M. 2013. Fashion. The whole story. Lontoo: Thames & Hudson.
- Gaille, B. 2013. How Many Blogs are on the Internet. WPVirtuoso 20.11.2013. Saatavissa: <http://www.wpvirtuoso.com/how-many-blogs-are-on-the-internet/> [viitattu 19.2.2015].
- Google. 2015. Näin Google-haku toimii. Saatavissa: <https://support.google.com/webmasters/answer/70897?hl=fi> [viitattu 21.3.2015].
- Hatva, A. 2003. Verkkografiikka. Helsinki: Edita Publishing.
- Heinonen, V. 2000. Nälkämaasta moderniksi kulutusyhteiskunnaksi. Tieteessä tapahtuu 6/2000. Saatavissa: <http://www.tieteessatapahtuu.fi/006/heinonen.htm> [viitattu 12.3.2015].
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Kielitoimiston sanakirja. Kotimaisten kielten keskus. 2014. Hakusanalla muoti. Saatavissa: <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80> [viitattu 24.2.2015].
- Kääriäinen, S. 2014. Bloggaajan etiikka. Vapaus, vuorovaikutus ja vastuu Suomen luetuimmissa muotiblogeissa. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Valtiotieteellinen tiedekunta. Sosiaalitieteiden laitos. Saatavissa: [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/137630/Kaariainen\\_viestinta.pdf?sequence=1](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/137630/Kaariainen_viestinta.pdf?sequence=1) [viitattu 17.3.2015]

Köykkä, S. 2005. Montako blogia Suomessa on? Pinsiari 11.10.2005. Saatavissa: <http://www.pinsiari.com/2005/10/11/blogiasuomessa/> [viitattu 19.2.2015].

Laatio, M. 2012. Pääosassa minä. Muotiblogit itsensä esittämisen näyttämönä. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Valtiotieteellinen tiedekunta. Sosiaalitieteiden laitos. Saatavissa: [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/37168/Pro%20gradu\\_Laatio%20Maria.pdf?sequence=2](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/37168/Pro%20gradu_Laatio%20Maria.pdf?sequence=2) [viitattu 6.4.2015]

Lintulahti, M. 2005. Perustettujen blogien määrä kasvoi Suomessa neljässä kuukaudessa 65 % 172 000 blogiin. Mediablogi 11.10.2005. Saatavissa: <http://mattilintulahti.net/mediablogi/2005/10/11/perustettujen-blogien-maara-kasvoi-suomessa-neljassa-kuukaudessa-65-172-000-blogiin/> [viitattu 19.2.2015].

Lintulahti, M. 2006. Tulevaisuuden journalismin jalanjäljillä. Mediablogi 3.2.2006. Saatavissa: <http://mattilintulahti.net/mediablogi/arkisto/tulevaisuuden-journalismin-jalanjaljilla/> [viitattu 19.2.2015]

Luostarinen, M. 2010. Uusi mediayhteiskunta. Blogit ja sosiaalinen media innovaatioyhteiskunnan muutoksessa. Helsinki: Books on Demand GmbH

Lähdesmäki, T., Hurme, P., Koskimaa, R., Mikkola, L. & Himberg, T. (S.a.) Menetelmäpolkuja humanisteille. Jyväskylän yliopisto, humanistinen tiedekunta. <http://www.jyu.fi/mehu> [viitattu 2.3.2015].

Malmi, A. 2014. Tutkija: ”Moderointi on vallankäyttöä”. Yle Uutiset 25.9.2014. Saatavissa: [http://yle.fi/uutiset/tutkija\\_moderointi\\_on\\_vallankayttoa/7485914](http://yle.fi/uutiset/tutkija_moderointi_on_vallankayttoa/7485914) [viitattu 19.2.2015].

Manifeston Blogibarometri 2014: Blogimaailma jatkaa ammattimaistumistaan - sopimuskysymykset, verotus ja mainonnan etiikka askarruttavat. Manifesto 20.8.2014. Saatavissa: <http://www.manifesto.fi/fi/uutta/manifeston-blogibarometri-2014-blogimaailma-jatkaa-ammattimaistumistaan-sopimuskysymykset-verotus-ja-mainonnan-etiikka-askarruttavat-> [viitattu 18.3.2015]

Muodin trendit 70-luvulla. 1970. Artikkelissa Kuka määrää muodin? Yle Elävä arkisto 4.4.2014. Saatavissa: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2008/02/12/kuka-maaraa-muodin> [viitattu 11.3.2015].

- Myyryläinen, H. 1998. Elinkeinorakenteen muutos. Internetix. Saatavissa: [http://materiaalit.internetix.fi/fi/opintojaksot/9historia/maaseutuhistoria/elinkeinorakenteen\\_muutos](http://materiaalit.internetix.fi/fi/opintojaksot/9historia/maaseutuhistoria/elinkeinorakenteen_muutos) [viitattu 11.3.2015].
- Nieminen, T. 2004. Visuaalinen markkinointi. Helsinki: Wsoy.
- Noppiari, E. & Hautakangas, M. 2012. Kovaa työtä olla minä. Muotibloggaajat mediamarkkinoilla. Tampere: Tampere University Press.
- Oliver, W. 2012. Style Feed. The World's Top Fashion Blogs. München: Prestel.
- Pikamuoti: Uusia vaatteita ostetaan jopa päivittäin. 2013. Keskisuomalainen 28.12.2013. Saatavissa: <http://www.ksml.fi/uutiset/kotimaa/pikamuoti-uusia-vaatteita-ostetaan-jopa-paivittain/1743380> [viitattu 6.4.2015]
- Pönkä, H. 2014. Blogien määrä Suomessa 2005-2014. Lehmätkin lentäis 21.7.2014. Saatavissa: <https://harto.wordpress.com/2014/07/21/blogien-maara-suomessa-2005-2014/> [viitattu 19.2.2015].
- Reilly, A. 2014. Key concepts for the fashion industry. Lontoo: Bloomsbury Publishing
- Riley, D. 2005. The Blog Herald Blog Count October 2005: over 100 million blogs created. The Blog Herald 10.10.2005. Saatavissa: <http://www.blogherald.com/2005/10/10/the-blog-herald-blog-count-october-2005/> [viitattu 19.2.2015].
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. Tyypittely. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto (ylläpitäjä ja tuottaja). Saatavissa: [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_3\\_5.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_5.html) [viitattu 2.3.2015].
- Salmenkivi, S. & Nyman, N. 2008. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. Helsinki: Talentum
- Salminen, K. 2011. Puheenaihe: Pikamuoti tappaa maun, työn arvon ja ympäristön. Aamulehti 30.7.2011. Saatavissa: <http://www.aamulehti.fi/Kotimaa/1194689274359/artikkeli/puheenaihe+pikamuoti+tappaa+maun+tyon+arvon+ja+ympariston.html> [viitattu 6.4.2015]
- Simmel, G. 1986. Muodin filosofia. Helsinki: Kustannus Oy Odessa.

Suoranta, J. 2001. Populaarikulttuurin tuotteiden analyysi: kohti kriittistä elokuvalähtöistä aikalaisanalyysia. Teoksessa Ikkunoita tutkimusmetodeihin II – näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin, toim. Aaltola, J. & Valli, R., 188–210. Jyväskylä: PS-kustannus.

Tilastokeskus. 2007a. Suomen teollisuustuotannon kasvun vuodet. Saatavissa: <http://www.stat.fi/tup/suomi90/toukokuu.html> [viitattu 12.3.2015].

Tilastokeskus. 2007b. Suomalaisten kulutus yksitoistakertaistunut sadassa vuodessa. Saatavissa: <http://www.stat.fi/tup/suomi90/heinakuu.html> [viitattu 12.3.2015].

Trout, J. & Hafrén, G. 2003. Erilaistu tai kuole. Helsinki: Edita Publishing.

Vekkeli, P. 2005. Muodin käsiala. Kolme suomalaista piirtäjää. Helsinki: Helmi Kustannus.

Viestintätieteiden yliopistoverkosto. (S.a.) Ikonologia. Verkko-oppimateriaali. Saatavissa: [http://viesverk.uta.fi/kuvanluku/index.php?%20s=4\\_3](http://viesverk.uta.fi/kuvanluku/index.php?%20s=4_3) [viitattu 3.4.2015].

## KUVALUETTELO

Kuva 1. Viitekehys. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 2. Osa Minä-blogien kuvista muistuttaa muotilehtien kuvia. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 3. Kuvia Minä-blogien päivän asu -kuvasarjoista. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 4. Erilaisissa miljöissä. Ympäristöstä riippumatta bloggaaja on huomion kohde kuvassa. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 5. Toivetuotteista tehdään usein kollaaseja. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 6. Sisustuslehtimäiset kuvat ”arjesta” korostavat bloggaajan täydellisyyttä. (Juvonen, S. 2015)

Kuva 7. Poikkeuksellisia Minä-blogikuvia. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 8. Colour me ! –blogi erottuu selkeällä näkökulmallaan väreihin. (Juvonen, S. 2015)

Kuva 9. Valokuvilla voidaan dokumentoida työvaiheita. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 10. DIY-blogien kuvissa voidaan näyttää valmiiden töiden lisäksi niiden lähtötilanne. Bloggaajat toimivat toisinaan itse mallina töiden esittelyssä. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 11. Muotisuunnittelijoiden luomukset ovat yleinen aihe muotikuvitusblogeissa. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 12. Hajuvesimainoksia muistuttavat kuvat ovat yleisiä muotikuvitusblogeissa. Vallitsevat kauneusihanteet ovat selvästi havaittavissa piirroksista. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 13. Fifi Lapin -blogi erottuu humoristisuutensa ansiosta. Kuvat ovat hauskoja ja mielikuvituksellisia. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 14. Nancy Zhangin blogi on esimerkki erottuvasta Taito-blogista. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 15. Katumuotiblogien kuvat ovat keskenään hyvin samanlaisia. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 16. Vanessa Jackman kuvaa muodin ammattilaisten katutyylejä. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 17. Advanced Style keskittyy vanhojen ihmisten tyylien kuvaamiseen. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 18. StyleClickerin kuvat ovat erilaisia ja vaikuttavia. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 19. Muotiutisiin keskittyvissä blogeissa on kuvia muotinäytöksistä ja vaatteiden esillepanoista. (Juvonen, S. 2015.)

Kuva 20. Patternityn tarkasti kuoseihin rajattu näkökulma on mieleenpainuva. (Juvonen, S. 2015.)

- Kuva 21. Esimerkki aiemmista kuvitustöistäni. (Juvonen, S. 2015.)
- Kuva 22. Valokuvien valintaa kuvitustöitä varten. (Juvonen, S. 2015.)
- Kuva 23. Sarjan ensimmäinen kuva perustuu tähän valokuvaan. (Juvonen, S. 2015. Alkuperäinen kuva Juvonen, H. 1996.)
- Kuva 24. Sarjan toinen kuva perustuu näihin valokuviin. (Juvonen, S. 2015. Alkuperäiset kuvat Juvonen, H. & Juvonen, P. 1996.)
- Kuva 25. Sarjan kolmas kuva perustuu tähän valokuvaan. (Juvonen, P. 2015.)
- Kuva 26. Sarjan neljäs kuva perustuu tähän valokuvaan. (Kuvaaja tuntematon. 1994.)
- Kuva 27. Sarjan viides kuva perustuu tähän valokuvaan. (Juvonen, P. 2015.)
- Kuva 28. Luonnostelua. (Juvonen, S. 2015.)
- Kuva 29. Värilliset kohdat maalattiin vesiväreillä. (Juvonen, S. 2015.)
- Kuva 30. Kooste valmiista kuvista. (Juvonen, S. 2015.)
- Kuva 31. Kuvasarjan ensimmäinen kuva. (Juvonen, S. 2015.)
- Kuva 32. Kuvasarjan toinen kuva. (Juvonen, S. 2015.)
- Kuva 33. Kuvasarjan neljäs kuva. (Juvonen, S. 2015.)
- Kuva 34. Kuvasarjan kolmas kuva. (Juvonen, S. 2015.)
- Kuva 35. Kuvasarjan viides kuva. (Juvonen, S. 2015.)

## TUTKIMUKSEN MUOTIBLOGIT

### MINÄ-BLOGIT

Are You feeling fashionable? (<http://nadjastrange.indiedays.com/>)

Atlantic-Pacific (<http://atlantic-pacific.blogspot.com/>)

Beauty Box (<http://ellit.fi/muoti-ja-kauneus/beauty-box/>)

Colour me ! (<http://colourme.indiedays.com/>)

Fashiontoast (<http://fashiontoast.com/>)

Gal Meets Glam (<http://galmeetsglam.com/>)

Just my imagination (<http://just-my-imagination.indiedays.com/>)

Kayture (<http://www.kayture.com/>)

Mungolife (<http://www.rantapallo.fi/mungolife/>)

Nelliinan vaatehuone (<http://www.olivialehti.fi/nelliinan-vaatehuone/>)

No Fashion Victims (<http://nofashionvictims.bellablogit.fi/>)

P.S. I love fashion by Linda Juhola (<http://lindajuhola.com/>)

Pupulandia (<http://www.lily.fi/blogit/pupulandia>)

Sea of Shoes (<http://www.seaofshoes.com/>)

Sincerely Jules (<http://sincerelyjules.com/>)

Song of Style (<http://www.songofstyle.com/>)

Strictly Style (<http://www.olivialehti.fi/strictly-style/>)

Style Bubble (<http://stylebubble.co.uk/>)

The Blonde Salad (<http://www.theblondesalad.com/>)

The Dandy Project (<http://www.thedandyproject.com/>)

Tickle Your Fancy (<http://tickleyourfancy.indiedays.com/>)

Tuula (<http://www.tuulavintage.com/>)

Wendy's Lookbook (<http://www.wendyslookbook.com/>)

WeWoreWhat (<http://weworewhat.com/>)

Xenia's Day (<http://xeniasday.costume.fi/>)

Zanita (<http://zanita.com.au/>)

#### TAITO-BLOGIT

A pair & a spare (<http://apairandasparediy.com/>)  
Birdy & Me (<http://www.birdyandme.com.au/>)  
Fifi Lapin (<http://fifi-lapin.blogspot.com/>)  
Igor + André (<http://www.igorandandre.com/>)  
Nancy Zhang (<http://www.nancy-zhang.com/>)  
Outi Les Pyy (<http://outilespyy.com/>)  
Paper Fashion (<http://paperfashion.net/>)  
Sabine Pieper (<http://sabinepieper.com/>)  
Trash To Couture (<http://www.trashtocouture.com/>)

#### NÄKÖKULMA-BLOGIT

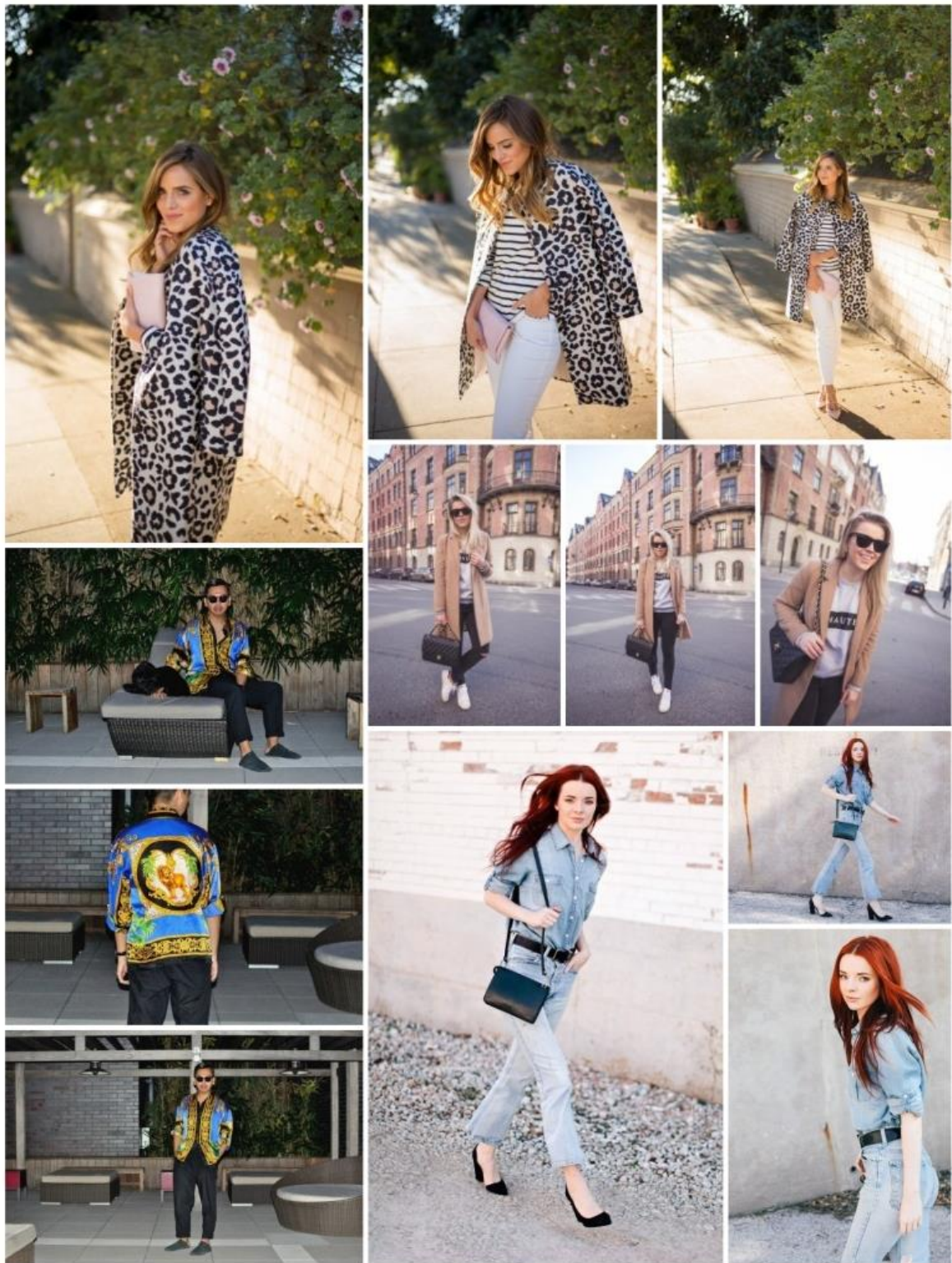
Advanced Style (<http://advancedstyle.blogspot.com/>)  
Altamira NYC (<http://altamiranyc.com/>)  
Dapper kid (<http://www.dapperkid.co.uk/>)  
FaceHunter (<http://www.facehunter.org/>)  
Fredbutlerstyle (<http://fredbutlerstyle.blogspot.com/>)  
Garbagelapsap (<http://garbagelapsap.com/>)  
Kingstonstyle (<http://www.kingstonstyle.com/>)  
Le 21ème (<http://le21eme.com/>)  
Mr. Newton (<http://mrnewton.net/>)  
Patternity (<http://patternity.org/>)  
Stockholm Streetstyle (<http://carolinesmode.com/stockholmstreetstyle/>)  
Streetgeist (<http://www.streetgeist.com/>)  
Street Peeper (<http://streetpeeper.com/>)  
Street Style Aesthetic (<http://www.waynetippetts.com/>)  
StyleClicker (<http://www.styleclicker.net/>)  
The Locals (<http://www.thelocals.dk/>)  
The Sartorialist (<http://www.thesartorialist.com/>)  
Tokyo Street Style (<http://www.style-arena.jp/en/>)  
Tommy Ton (<http://tommyton.tumblr.com/>)  
Un Nouveau Ideal (<http://www.filepomotwary.com/>)  
Vanessa Jackman (<http://vanessajackman.blogspot.com/>)



TUTKIMUSOSAN KUVAT



Kuva 2. Osa Minä-blogien kuvista muistuttaa muotilehtien kuvia (Juvonen 2015)



Kuva 3. Kuvia Minä-blogien päivän asu -kuvasarjoista (Juvonen 2015)



Kuva 4. Erilaisissa miljöissä. Ympäristöstä riippumatta bloggaja on huomion kohde kuvassa (Juvonen 2015)



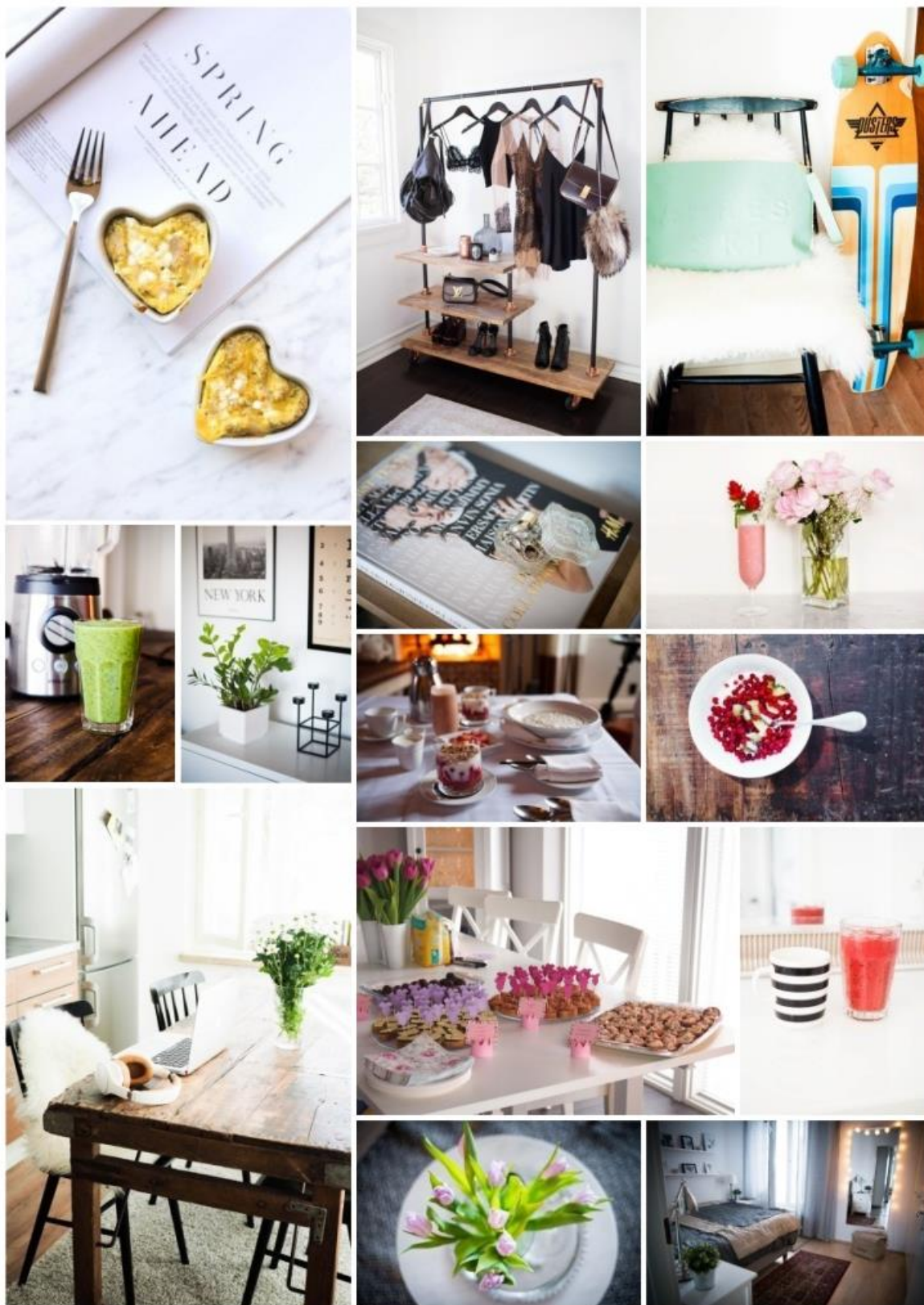
## DENIM on DENIM

Denim is a forever staple in my closet! A good pair of jeans can make any outfit perfect, but I am so into denim on denim right now. I am loving the idea of bringing denim into my look in different ways other than just your typical jeans, shorts and jacket. Let's get all denim on denim on denim!

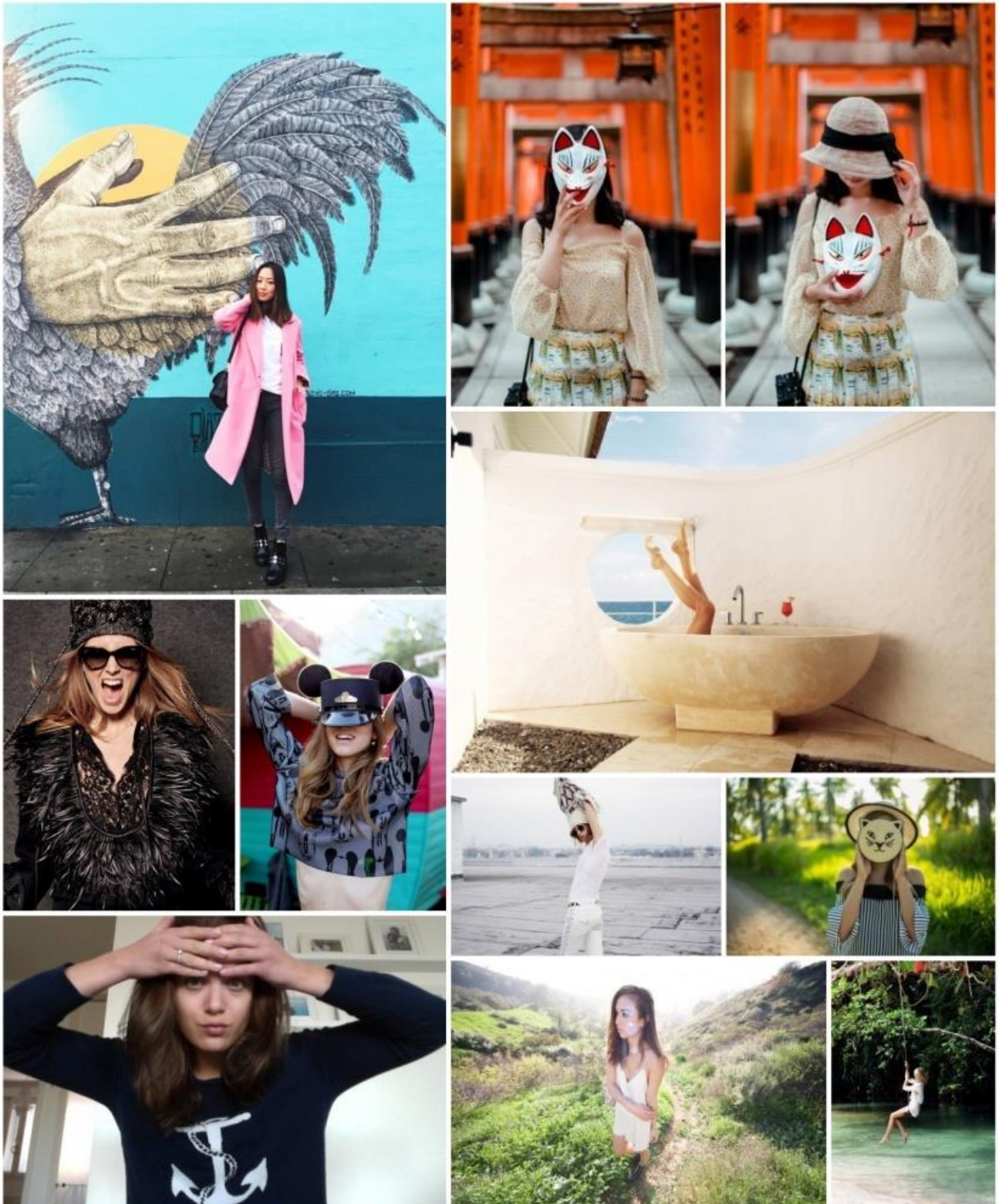


WWW.BINCERELYJULEE.COM

Kuva 5. Toivetuotteista tehdään usein kollaaseja (Juvonen 2015)

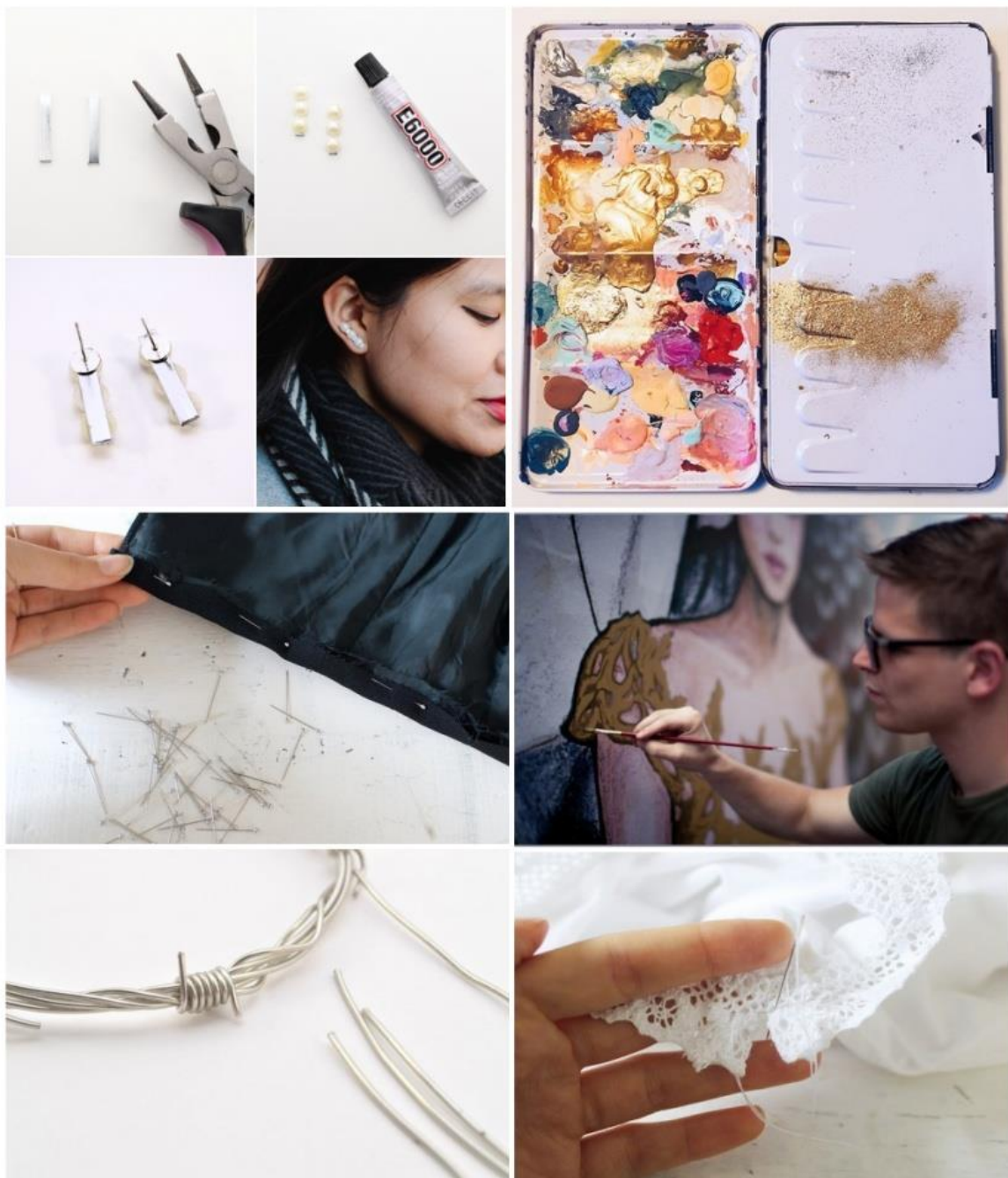


Kuva 6. Sisustuslehtimäiset kuvat "arjesta" korostavat bloggaajan täydellisyyttä (Juvonen 2015)



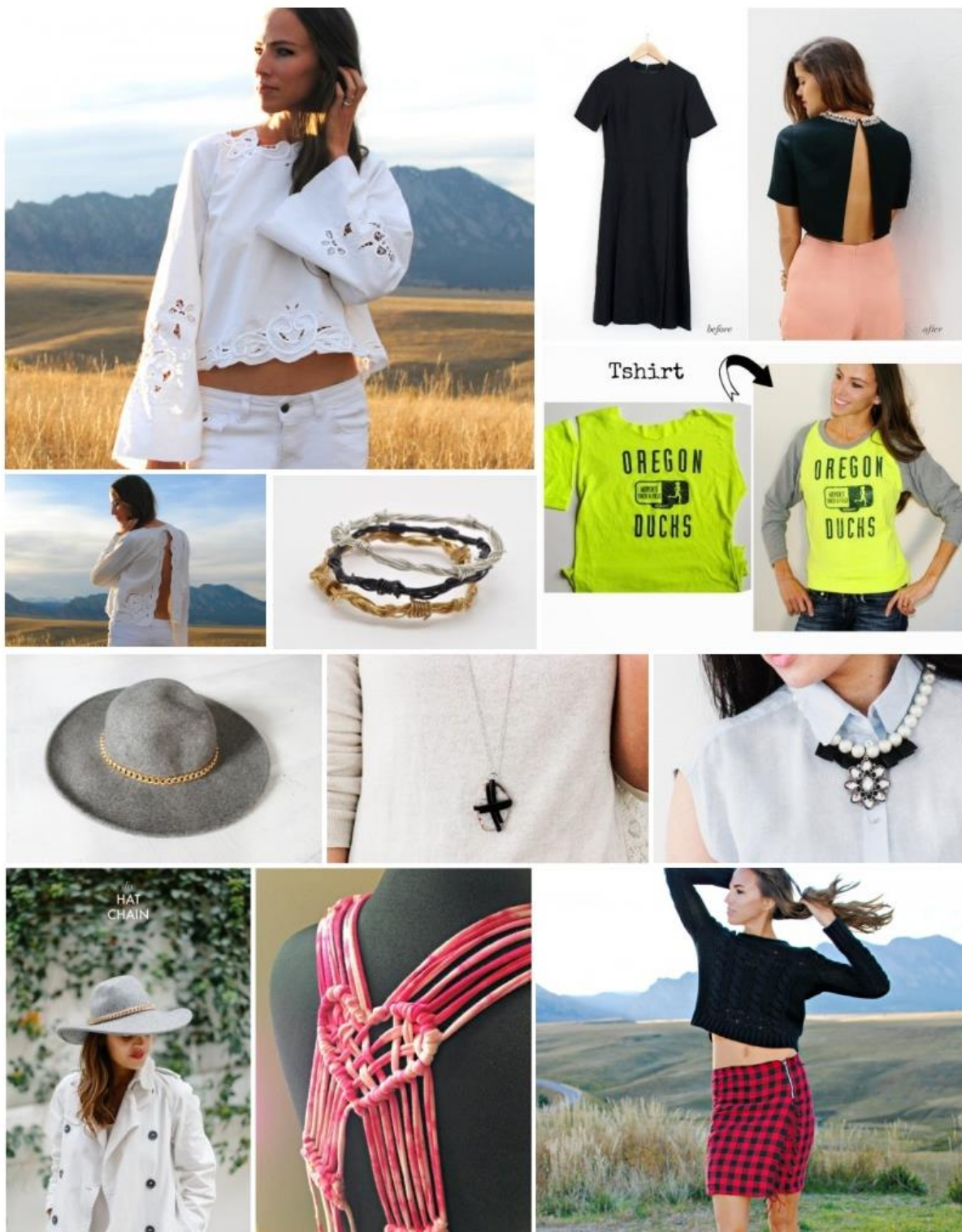
Kuva 7. Poikkeuksellisia Minä-blogikuvia (Juvonen 2015)





Kuva 9. Valokuvilla voidaan dokumentoida työvaiheita (Juvonen 2015)





Kuva 10. DIY-blogien kuvissa voidaan näyttää valmiiden töiden lisäksi niiden lähtötilanne. Bloggaajat toimivat toisinaan itse mallina töiden esittelyssä (Juvonen 2015)



Kuva 11. Muotisuunnittelijoiden luomukset ovat yleinen aihe muotikuvitusblogeissa (Juvonen 2015)





Kuva 13. Fifi Lapin -blogi erottuu humoristisuutensa ansiosta. Kuvat ovat hauskoja ja mielikuvituksellisia (Juvonen 2015)

Oriental Inspired



Sailor



Idyllic



Dandy Style



Kuva 14. Nancy Zhangin blogi on esimerkki erottuvasta Taito-blogista (Juvonen 2015)



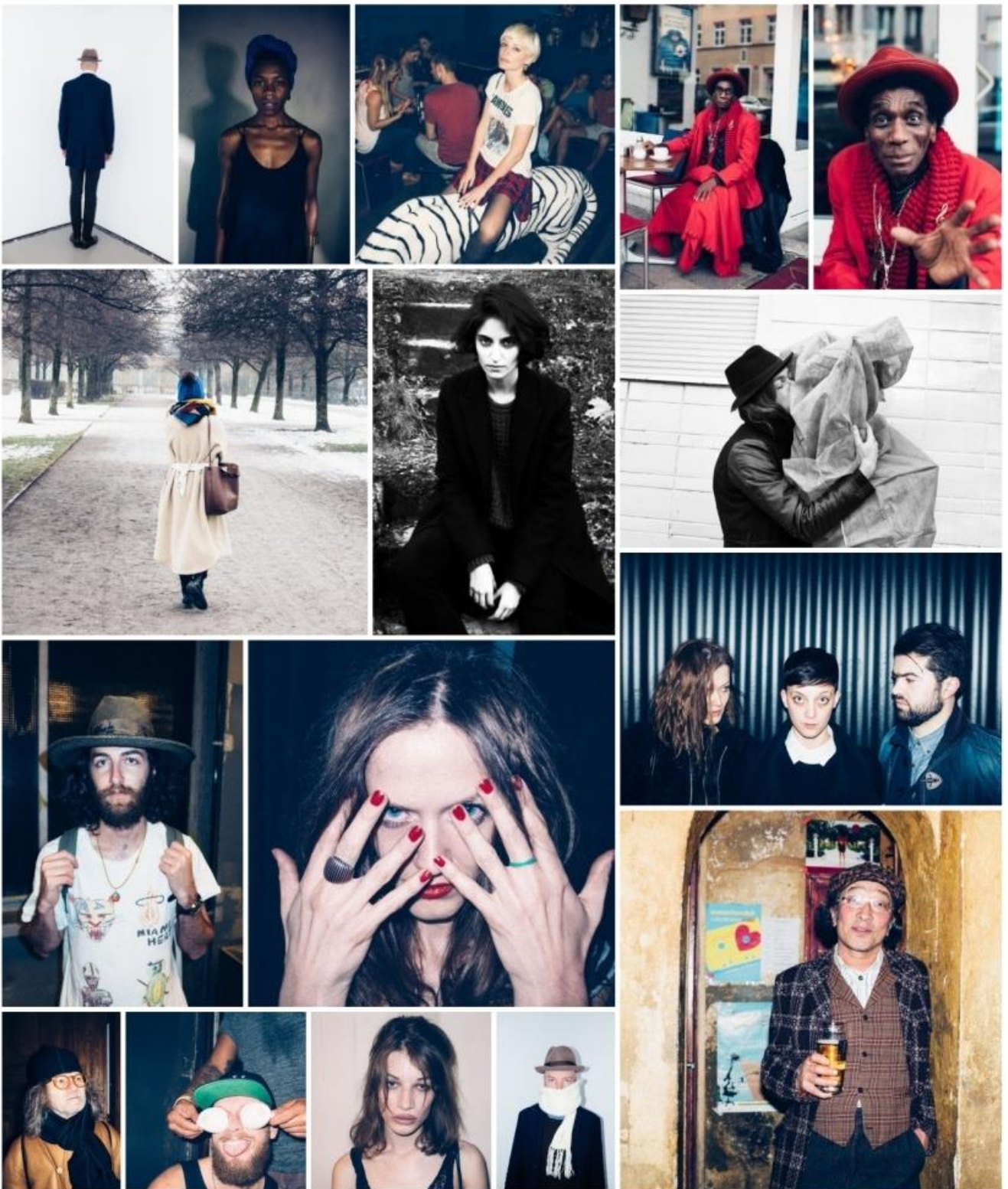
Kuva 15. Katumuotiblogien kuvat ovat keskenään hyvin samanlaisia (Juvonen 2015)



Kuva 16. Vanessa Jackman kuvaa muodin ammattilaisten katutyylejä (Juvonen 2015)

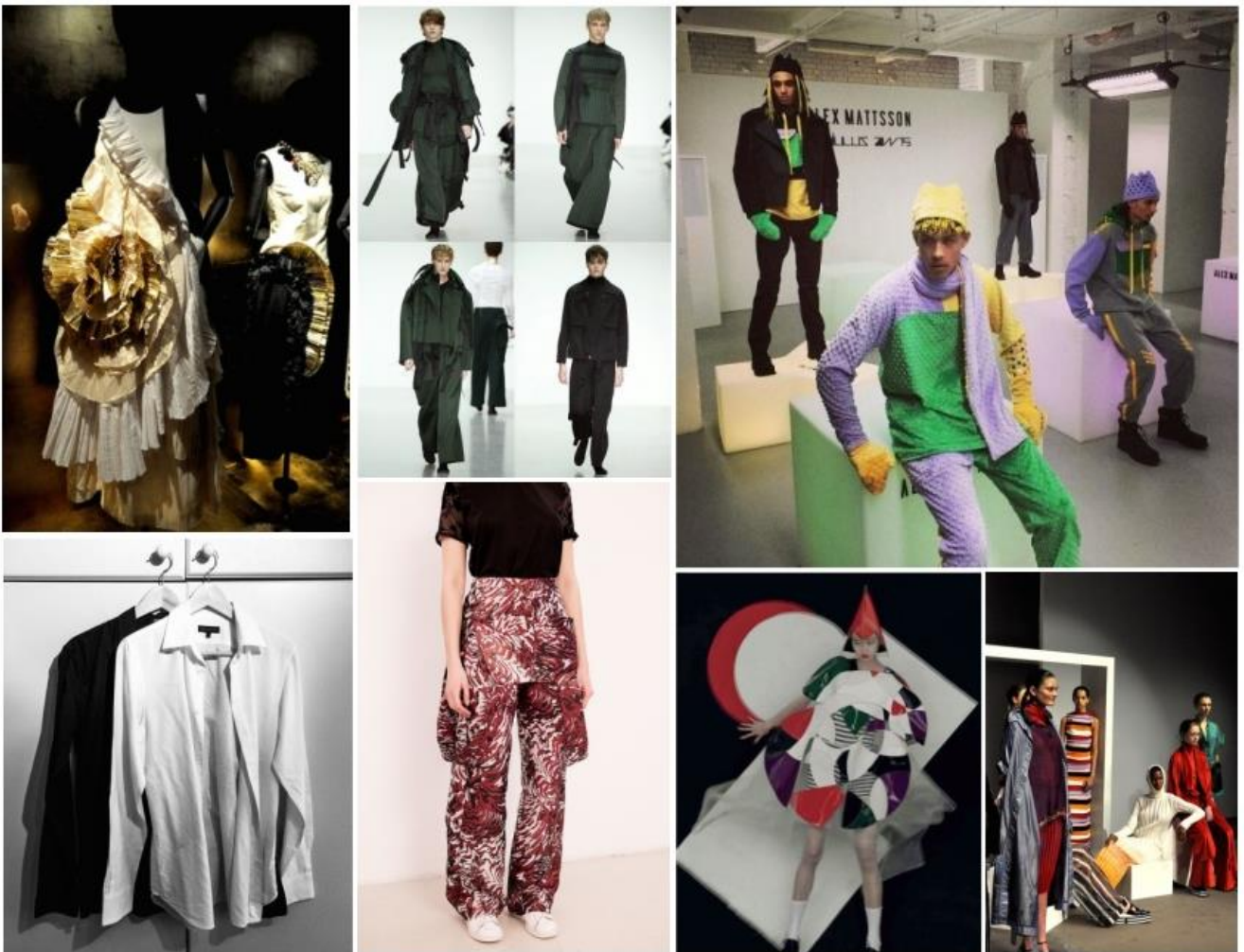


Kuva 17. Advanced Style keskittyy iäkkäiden ihmisten tyylien kuvaamiseen (Juvonen 2015)



Kuva 18. StyleClickerin kuvat ovat erilaisia ja vaikuttavia (Juvonen 2015)





Kuva 19. Muotiuutisiin keskittyvissä blogeissa on kuvia muotinäytöksistä ja vaatteiden esillepanoista (Juvonen 2015)



VALMIS KUVASARJA



Kuva 31. Kuvasarjan ensimmäinen kuva (Juvonen 2015)



Kuva 32. Kuvasarjan toinen kuva (Juvonen 2015)



Kuva 33. Kuvasarjan neljäs kuva (Juvonen 2015)



Kuva 34. Kuvasarjan kolmas kuva (Juvonen 2015)



Kuva 35. Kuvasarjan viides kuva (Juvonen 2015)