

Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne.

Haasio, A. 2018. Vloggaajat, bloggaajat ja virtuaalihahmot idoleina. Ilkka 6.7.2018, 30.



SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

[www.seamk.fi](http://www.seamk.fi)

[verkkolehti.seamk.fi](http://verkkolehti.seamk.fi)

# Vloggaajat, bloggaajat ja virtuaalihakmot idoleina

## Kolumni

Nuorena miehenä Suosikin kultaturbo-numerot ja Music TV:n videot kertoivat miten pukeutua ja mitä kuunnella. Oikeat farkkumallit löytyivät niistä ja parturiin mennessä leikattiin kuva Suosikista malliksi. Pikkukaupungin parturin naamanilmeen ja syvän huokauksen muistan vieläkin kun ohjeistin häntä leikkaamaan kuvan mukaisen takatukan.

Suosikki ei ole ilmestynyt vuosiin ja musiikkivideotkin ovat menneen talven lumia.

Miss Farkku-Suomi ei enää pitkään aikaan ole ollut teinipoikien päiväunien kohde ja rokkareiden kuvia ei leikellä lehdestä oman huoneen seinälle.

Muodin viimeiset virtauksetkin löytyvät muualta.

**Bloggaajat** ja tubettajat luovat trendejä ja ovat nykynuorten idoleita. YouTuben merkitys muodin luojana on suurempi kuin television. Yhä harvempi nuori edes katsoo televisiota - omat suosikki-ohjelmat katsotaan Netflixistä tai muista suoratoistopalveluista.

Verkko on viihteen keskus, josta nykynuoret ammentavat ison osan tyylistään ja näkemyksistään.

Suosituimpiin suomalaisiin tubettajiin kuuluvat Mmiisas ja Roni

### Ari Haasio

Filosofian tohtori ja SeAMK:in yliopettaja



**Miss Farkku-Suomi ei enää pitkään aikaan ole ollut teinipoikien päiväunien kohde ja rokkareiden kuvia ei leikellä lehdestä oman huoneen seinälle.**

Back tekevät videoita, joita seuraa reilusti yli 300 000 katsojaa. Heidän mielipiteensä, vinkkinsä ja ajatuksensa ohjaavat muiden koti- ja ulkomaisten tubettajien sekä bloggaajien kanssa nuorten mielipiteitä.

Nykynuorten maailmakuvaa muovaavatkin pitkälti heidän vertaisensa nuoret, jotka tekevät videoita ja julkaisevat blogeja muodista, peleistä, musiikista ja monista muista yhteiskunnan ilmiöistä.

**Bloggaajiin** ja tubettajiin on helppo samaistua. Mediatutkija Don Tapscott totesi aikanaan, että diginatiivit luottavat vertaistietoon,

koska heidän ikätovereillaan ”ei ole agendaa”.

Idoleiksi muodostuneet bloggaajat ja tubettajat ovat lihaa ja verta.

Uusi ilmiö sen sijaan on virtuaalihakmojen esiinmarssi aatteiden ja muodin edelläkävijöinä. Miquela Sousa eli Lil Miquela on esimerkki tällaisesta hahmosta.

**Miquelalla** on Instagramissa 1200 000 seuraajaa ja hahmo on jopa levyttänyt ja jakaa musiikkiaan Spotifyssä.

Lil Miquela ottaa kantaa ajankohtaisiin asioihin ja mainostaa näyttävästi muotiluomuksia. Käyttäjät ihastelevat sen vaatteita ja fannittavat Miquelaa sosiaalisessa mediassa.

Ensi katsomalta Miquela vaikuttaa oikealta pintajulkikselta. Instagramin postaukset ovat täynnä oikeissa paikoissa otettuja kuvia ja poseerauksia julkisten kanssa.

Aluksi jopa arvuuteltiin sitä, onko Miquela todellinen hahmo vai ei.

**On ymmärrettävää**, että tubettajat ja bloggaajat muokkaavat tyylejä, mielipiteitä ja asenteita. Mutta kun virtuaalihakmo ottaa kantaa ajankohtaisiin asioihin ja toimii tyylikonina, alkaa heikompa hirvittää.

Joskus sitä Suosikin kultaturboa tulee ihan ikävä.