

Tyylivinkkejä ja puuterihuiskuja

Kiinnostavan ja piilomainoksettoman muoti- ja kauneusjutun toimittaminen
kaupunkilehteen

Tiina Kuusisto

Viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyö
Monimediajournalismi
Medianomi (AMK)

TORNIO 2012

TIIVISTELMÄ

KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU

Tekijä(t):	Tiina Kuusisto
Opinnäytetyön nimi:	Tyylivinkkejä ja puuterihuiskuja. Kiinnostavan ja piilomainoksettoman muoti- ja kauneusjutun toimittaminen kaupunkilehteen.
Sivuja (joista liitteitä):	Sivuja 43 (6)
<p>Opinnäytetyössäni tutkin muoti- ja kauneusjuttujen ammattimaista toimittamista ja sitä, kuinka jutuista saadaan kiinnostavia ja piilomainoksettomia. Päättökysymykseni on: Kuinka muoti- ja kauneusaiheinen juttu toimitetaan ammattimaisesti? Tarkentavia tutkimuskysymyksiä on kolme. Kuinka tuotokeskeisestä aiheesta kirjoitetaan ilman mainostamista? Mikä tekee muoti- ja kauneusjutusta kiinnostavan? Kuinka kaupunkilehti Forum24:n Muoti ja Kauneus -liitteessä toteutuvat kiinnostavuus ja ammattimaisuus?</p> <p>Opinnäytetyöni pohjautuu paitsi omiin työharjoittelukokemuksiini Forum24:n Muoti ja Kauneus -liitteen parissa sekä kahden Forum24:n toimittajan tukihaastatteluun, myös journalismia, toimittajan ammattitaitoa ja -etiikkaa sekä piilomainontaa käsitteleviin kirjallisuus- ja internetlähteisiin.</p> <p>Opinnäytetyöni on toiminnallinen. Teososa koostuu kolmesta kirjoittamastani Muoti ja Kauneus -liitteen jutusta, jotka valitsin sille perusteella, että niistä löytyy niin onnistumisia kuin epäonnistumisiakin, ja jutut ovat keskenään hyvin erityyppisiä.</p> <p>Opinnäytetyöni tutkimustuloksista merkittävin on se, että muoti- ja kauneusjutut vaativat toimittajalta aikaa ja tarkkuutta, kiireessä tehtyjen juttujen sisältö jää usein latteaksi ja sekaan saattaa jopa lipsahtaa piilomainontaa. Myös juttuaiheiden ja haastateltavien valinta on haasteellista. Juttujen ammattimainen toteutus onnistuu kuitenkin myös kaupunkilehdessä, jonka resurssit ovat usein pienemmät, kuin naistenlehtien, joissa vastaavia juttuja useimmiten ilmestyy.</p>	
Asiasanat: journalismi, viihdejournalismo, piilomainonta, tekstimainonta, mediakriittikki, Forum24	

ABSTRACT

KEMI-TORNIO UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Author:	Tiina Kuusisto
Thesis Title:	Style tips and powder puffs. Editing an interesting and hidden advertisement free fashion and beauty article for a local news paper.
Pages (Appendices):	43 (6)
<p>In my thesis I studied the professional editing process of a fashion and beauty related article in an interesting and hidden advertisement way. The main question I find answers to is how to write a fashion and beauty related article professionally. There are three additional questions as follows: How to write about a product based subject without advertising? What makes a fashion and beauty related article interesting? How does the local news paper Forum24 succeed in professional and interesting producing of their Fashion and Beauty pages?</p> <p>In my thesis I use my own experiences in writing for the Fashion and Beauty pages for Forum24, two interviews of journalists working for Forum24, and related literature and Internet sources.</p> <p>My thesis is practice-based. The product part consists of three articles that I have written for the Fashion and Beauty pages in Forum24. I chose these articles because they both have well written articles and include also failures and the topics of the articles are very different from each other.</p> <p>The most significant findings of my thesis are that writing these stories requires time and precision, since otherwise the result may be flat and even hidden advertising may slip into the article. Choosing the topics and interviewees can also be a challenge. However, these topics can also be published in a local newspaper in a professional way, even though their resources are smaller than in women's magazines where readers would usually find these kinds of articles.</p>	
Keywords: journalism, entertainment journalism, hidden advertisement, text advertisement, media criticism, Forum24	

SISÄLLYS
TIIVISTELMÄ
ABSTRACT

1 JOHDANTO	5
2 TEOREETTINEN VIIITEKEHYS JA KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELEMINEN	7
2.1. Journalismi ja toimittajan ammattitaito ja -etiikka.....	7
2.2. Piilo- ja tekstimainonta	9
2.3. Kaupunkilehti Forum24 ja Muoti ja Kauneus -liite	10
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	12
3.1. Tutkimusmenetelmät.....	12
3.2. Tutkimusaineiston keruu ja käsittely	13
4 MUOTI JA KAUNEUS -LIITTEEN RAKENNE JA TYÖPROSESSI.....	15
5 SUURIMMAT HAASTEET MUOTI JA KAUNEUS -LIITTEESSÄ	18
5.1. Aihepiirin yrityskeskeisyydestä syntyvät haasteet.....	18
5.2. Liitteen säännöllisyydestä ja lukijoiden kiinnostuksen herättelystä syntyvät haasteet.....	19
5.3. Toimituksen sisältä tulevat haasteet.....	20
6 KOLMEN MUOTI JA KAUNEUS -JUTUN ANALYYSI	22
6.1. Riinan tyyli syntyy omin käsin	22
6.1.1. Työprosessi	22
6.1.2. Jutun rakenne	23
6.1.3. Analyysi lopputuloksesta	24
6.2. Myös miehen iho kaipaa hoitoa	25
6.2.1. Työprosessi	25
6.2.2. Jutun rakenne	26
6.2.3. Analyysi lopputuloksesta	27
6.3. Kaunista kauniin alle.....	28
6.3.1. Työprosessi	28
6.3.2. Jutun rakenne	29
6.3.3. Analyysi lopputuloksesta	30
7 POHDINTA	32
Liiteluettelo	37

1 JOHDANTO

Muoti- ja kauneusaiheisia juttuja luetaan ja julkaistaan yhä enemmän. Samalla, kun juttuja julkaistaan, nousevat esille myös kysymykset siitä, mikä on hyvää journalismia ja mikä piilomainontaa. Mitä hyvän muoti- ja kauneusjutun kirjoittamiseen vaaditaan? Viime vuonna julkaistiin Suomessa ensimmäistä kertaa lehti, jonka toimittajina toimivat suurimmaksi osaksi suomalaiset muoti- ja kauneusblogien pitäjät, joista suurimmalla osalla ei ollut minkäänlaista journalistista koulutusta. Lehti sai osakseen murskakritiikkiä (Vapautus, hakupäivä 19.3.2012). Alun perin kahdeksan kertaa vuodessa ilmestyväksi lehdeksi tarkoitetusta julkaisusta on huhtikuun 2011 lanseerauksen jälkeen ilmestynyt yhteensä kolme numeroa, ja mukana olleet bloggaajat ovat yksi toisensa jälkeen jättäneet lehden, ensimmäinen lähti heti ensimmäisen numeron ilmestyttyä (Charming Cava, hakupäivä 19.3.2012).

Muoti- ja kauneusaiheisen jutun kirjoittaminen ei siis ole niin helppoa, kuin aluksi voisi luulla. Opinnäytetyössäni tutkin näiden juttujen kirjoittamista ammattimaisesti omien kokemuksieni kautta. Olin työharjoittelussa oululaisessa kaupunkilehdessä Forum24:ssa yhteensä viisi kuukautta, ja jatkoin harjoittelun jälkeen töitä lehdelle avustajan roolissa. Tänä aikana olen työskennellyt lehden Muoti ja Kauneus -liitteen parissa, joka ilmestyy noin kerran kuukaudessa.

Muotia ja kauneutta journalismissa on aiemmin tutkittu lähinnä naisille suunnattujen aikakauslehtien yhteydessä. Piilomainontaa muoti- ja kauneusaiheisissa julkaisuissa on aiemmin tutkittu enimmäkseen television ja blogien kautta. Oma opinnäytetyöni lähestyy aihetta kuitenkin käytännöllisestä näkökulmasta. Mitä hyvältä jutulta vaaditaan? Millaisia haasteita näiden juttujen teossa on yleisesti? Opinnäytetyöstäni on hyötyä myös Forum24:lle liitteen tekemisessä tulevaisuudessa.

Tavoitteenani on selvittää, kuinka muoti- ja kauneusaiheinen juttu toimitetaan ammattimaisesti. Mikä tekee muoti- ja kauneusaiheisesta jutusta kiinnostavan? Kuinka piilomainonnan voi välttää? Lähestyn aihetta tutkimalla, kuinka Forum24:n Muoti ja Kauneus -liite onnistuu juttujen ammattimaisessa toimittamisessa kiinnostavuuden ja piilomainonnan kannalta.

Opinnäytetyöni on toiminnallinen, ja sen teososa muodostuu kolmesta itse kirjoittamastani jutusta, jotka julkaistiin Forum24:n Muoti ja Kauneus -liitteessä. Analysoin opinnäytetyössäni näitä juttuja erityisesti kiinnostavuuden ja piilomainonnan välttämisen näkökulmasta.

2 TEOREETTINEN VIIITEKEHYS JA KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELEMINEN

2.1. Journalismi ja toimittajan ammattitaito ja -etiikka

Journalismi on ajankohtaisten ja faktapohjaisina esitettävien, pääosin yhteiskunnallista ainesta sisältävien joukkoviestintäsanomien tuottamista esimerkiksi lehdistä, radiossa ja televisiossa. Journalismin tehtävät ovat pitkälti yhdenmukaisia joukkoviestinnän tehtävien kanssa. Näitä tehtäviä ovat totuudenmukaisen ja olennaisen tiedon välitys, yhteiskunnan kriittinen tarkkailu ja yhteiskunnan vallankäytön valvonta, sekä sananvapauden ja julkisen keskustelun edistäminen. (Kuutti 2006, 73.)

Vaikka journalismista puhutaan idealistisesti vallan vahtikoirana, eli keinona puuttua yhteiskunnassa vallitseviin epäkohtiin yhteisen hyvän puolesta (Kuutti, 2006, 248), on media ja sitä kautta journalismi viihteellistynyt yhä enemmän jo 1960-luvulta alkaen (Edu.fi, hakupäivä 6.3.2012). Viihteellistyminen näkyy jo koko journalismin kentällä, eikä vain viihteeseen erikoistuneilla osa-alueilla. Viihdeaiheisia juttuja ja osioita näkyy yhä enemmän esimerkiksi sanomalehtien sivuilla, ja "vakavampien" juttujen ohella uutisoidaan myös kevyemmistä, "hauskoista" aiheista. (Edu.fi, hakupäivä 6.3.2012.)

Viihteellistymisen lisäksi myös muut tekijät muokkaavat nykypäivän journalismia. Sanomalehteä ei enää voida tehdä samalla tavalla, kuin ennen, vaan sanomalehden on tultava lähemmäksi lukijoita. Sanomalehden on oltava kiinnostavampi, helppolukuisempi ja myyvämpi. Ihmisläheisyys ja markkinaehtoisuus ovat tärkeitä tekijöitä siinä, mitä pidetään hyvänä journalismina. Hyvin myyviä juttuja pidetään hyvänä journalismina. (Hujanen 2009, 113-115.)

Toimittaja etsii, valitsee, käsittelee ja taustoittaa informaatiota, jonka tuo suuren yleisön tietoon esimerkiksi television, radion tai lehtiartikkelin välityksellä. Toimittajan työn perustana toimivat arvot, joiden kanssa hän on työssään jatkuvasti tekemisissä. Toimittajan työtä ohjaavat hänen omat arvonsa ja maailmankatsomuksensa. Toisaalta myös jutun vastaanottajalla ja yhteiskunnan muilla toimijoillakin on omat arvonsa ja maailmankatsomuksensa. Omien arvojen ja maailmankatsomuksensa perusteella toimittaja etsii ja valitsee juttuaiheensa, jotka ovat yhteiskunnallisesti oleellisia ja hyödyttävät vastaanottajia. Toimittaja ei saisi kuitenkaan toimia vain omien subjektiivisten arvojen-

sa varassa, vaan hänen tulisi pystyä myös ottamaan huomioon myös omaa arvomaailmaansa vastustavat arvot ja mielipiteet. (Huovila 2005, 43.)

Hyvä toimittaja tuntee vastuunsa. Toimittajan kokoaman tiedon perusteella lukijan on pystyttävä muodostamaan oma mielipiteensä asiasta, toimittaja ei saa antaa vastaanottajalle valmiita mielipiteitä ja tuomioita. Kritiikkiä ei tule antaa pelkän kritisoinnin takia, sillä jos jokainen juttu toteutetaan ylikriittisesti, hukkuvat oikeasti kritiikkiä vaativat aiheet turhan kritiikin joukkoon. Toimittajan suurin vastuu onkin puolustaa totuutta ja oikeudenmukaisuutta. (Huovila 2005, 44–45.)

Toimittajan työtä säätelevät paitsi oma arvomaailma, myös ulkoiset vaikuttajat, kuten laki ja alan omat itsesääätelytahot, ohjeet ja periaatteet. Julkisen sanan neuvosto on tiedotusvälineiden kustantajien ja toimittajien perustama neuvosto, joka tulkitsee hyvää journalistista tapaa ja puolustaa sanan- ja julkaisemisenvapautta. JSN käsittelee myös toimittajien toimintaa esimerkiksi tietojenhankinnassa ja voi ottaa kantaa yrityksiin puuttua sanan- ja julkaisunvapauteen. JSN ei ole tuomioistuin, eikä se käytä julkista valtaa. JSN:n antamia päätöksiä seurataan kuitenkin tarkoin. (Journalistiliitto 2011a, hakupäivä 6.3.2012.)

Journalistin ohjeisiin kiteytyy journalistien ja julkaisijoiden näkemys siitä, millaisten eettisten periaatteiden mukaan he haluavat toimia (Journalistiliitto 2011a, hakupäivä 6.3.2012). Ohjeissa käsitellään muun muassa toimittajan ammatillista asemaa ja vastuuta, haastattelijan ja haastateltavan oikeuksia, yksityisen ja julkisen rajoja, virheiden korjausta sekä toimittajan omia kannanottoja. (JSN, 2011, hakupäivä 27.1.2012.)

Suomessa sananvapaus on turvattu perustuslain toisen luvun kahdennessatoista pykälässä, jonka mukaan jokaisella on oikeus sananvapauteen. Sananvapauteen sisältyy oikeus ilmaista, julkaista ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja muita viestejä kenenkään ennalta estämättä. Tarkempia säännöksiä sananvapauden käyttämisestä annetaan lailla. Sananvapauden lisäksi sama pykälä turvaa ihmisten oikeuden saada tieto julkisesta asiakirjasta tai tallenteesta. Pykälän mukaan viranomaisen hallussa olevat asiakirjat ja tallenteet ovat julkisia, mikäli niiden julkisuutta ei ole välttämättömien syiden vuoksi erikseen rajoitettu lailla. (Perustuslaki 731/1999 2:12 §.)

Sananvapauteen pyritään Suomessa puuttumaan mahdollisimman vähän, eikä oikeuden ydinajatusta tällöinkään saa rikkoa. Vaikka ennakkosensuuria ei Suomessa ole, sananvapauden käyttöön voidaan puuttua myöhemmin, mikäli julkaistu viesti osoittautuu lainvastaiseksi. (Journalistiliitto 2011b, hakupäivä 6.3.2012.)

2.2. Piilo- ja tekstimainonta

Kuluttajavirasto määrittelee piilomainonnaksi tilanteen, jossa mainos tai muu markkinoitviestinnän tuote ei näytä mainokselta, vaan se on rakennettu esimerkiksi lehtijutun muotoon. Tekstimainonnasta puhutaan tilanteessa, jossa tekstin, esimerkiksi vaate- tai kosmetiikka-aiheisen lehtijutun sisältö esimerkiksi hyödyttää jotain yritystä tai edistää tuotteen tai palvelun myyntiä perusteettomasti. (Kuluttajavirasto 2012a, hakupäivä 28.1.2012.)

Piilomainonta on selkeästi kielletty Julkisen sanan neuvoston laatimien Journalistin ohjeiden kohdassa 16, jonka mukaan ilmoitusten ja toimituksellisen aineiston raja on pidettävä selvänä, ja piilomainonta on torjuttava (JSN, 2011, hakupäivä 27.1.2012).

Vaikka Journalistin ohjeita ei ole tarkoitettu käytettäväksi rikos- tai vahingonkorvausvastuun perusteena, on piilomainonta kielletty myös laissa. Kuluttajansuojalain toisen luvun neljännessä pykälässä sanotaan, että markkinoinnista on selkeästi käytävä esille sen kaupallinen tarkoitus sekä se, kenen lukuun markkinoidaan (Kuluttajansuojalaki 38/1978 2:4 §).

Piilo- ja tekstimainontaa voi päästä toimituksellisen aineiston sekaan monesta syystä. Sisältöön voivat pyrkiä vaikuttamaan esimerkiksi sponsorit tai ilmoittajat. Mainonnan päätyminen toimituksellisen aineiston sekaan voi olla tahallista tai tahatonta, mutta toimituksellisen aineiston sisällön tulisi aina olla journalistisin perustein valittua. Tarkoilla, perustelluilla valinnoilla varmistetaan se, että aineisto on lukijalle joko hyödyksi tai huviksi. Aineiston julkaiseminen ei pelkästään saa hyödyttää jotain intressiryhmää tai henkilöä, eikä kytkeytyä lehden ilmoittajiin. (Kuluttajavirasto 2012b, hakupäivä 28.1.2012.)

Kaupallinen tavoite saattaa hämärtä esimerkiksi viihdejutuissa. Jutut, joissa kerrotaan esimerkiksi tulevista tapahtumista tai uusista tuotteista ja palveluista ovat usein ongelmallisia, sillä niissä saatetaan lipsua mainonnan puolelle. Syynä tähän ovat usein joko toimittajan ajattelemattomuus ja lähdekritiikittömyys tai taloudellinen hyöty, jonka tiedotusväline saa markkinointiviestinnän sallimisesta yhteistyöstä yrityksen kanssa. (Kuluttajavirasto 2012b, hakupäivä 28.1.2012.)

Markkinointiviestintää valvotaan ja säädellään useilla tavoilla. Kuluttajansuojalakia ja tuotevastuulakia valvoo kuluttaja-asiamies, ja tavoitteena on taata kuluttajalle ostopäätösrauha. Lisäksi mainontaa säätelevät kansainväliset perussäännöt, ilmoitusten julkaisusäännöt sekä erilaiset eettiset säännöt, joita valvoo Julkisen sanan neuvosto. Näiden tavoitteena on varmistaa tiedonvälityksen sekä tiedotusvälineiden uskottavuus. Piilo- ja tekstimainonnan torjuminen hyödyttää kaikkia. Kuluttaja saa ostopäätösrauhan, eikä tiedotusvälineiden tai mainostajien uskottavuus kärsi. Tiedotusvälineisiin on totuttu luottamaan. Puolueettomilla ja itsenäisillä tiedotusvälineillä on tärkeä merkitys demokratiassa. Lahjomattomuus on yksi uskottavuuden edellytyksistä, ja sitä tulee suojella. (Kuluttajavirasto 2012a, hakupäivä 28.1.2012.)

2.3. Kaupunkilehti Forum24 ja Muoti ja Kauneus -liite

Vuonna 2001 perustettu Forum24 on kaupunkilehti, joka jaetaan kotitalouksiin Oulun, Kempeleen, Oulunsalon, Kiimingin, Limingan, Haukiputaan, Iin, Muhoksen ja Tyrnävän alueella (Forum24.fi, hakupäivä 26.1.2012). Vuodesta 2004 alkaen Forum24 on ollut osa Kaleva-konsernia. Forum24 julkaisee myös Kemi-Tornion alueella ilmestyvää kaupunkilehti LounaisLappia. (Turunen 2012.)

Forum24 ilmestyy kaksi kertaa viikossa, tiistaisin ja torstaisin. Lehti keskittyy Oulun seudun uutisiin ja ajankohtaisiin asioihin. Lisäksi lehdestä löytää myös tausta-, henkilö- ja viihdejuttuja. Forum24:n toimitukseen kuuluu päätoimittaja Martti Turusen lisäksi kolme muuta toimittajaa sekä kaksi graafikkoa. Lisäksi mukana on osa-aikaisesti valokuvaaja, vaihtelevasti harjoittelijoita sekä vakituisia avustajia. (Kuusisto 2012.)

Itse suoritin viiden kuukauden mittaisen työharjoitteluni Forum24:ssa vuonna 2011, kesäkuun alusta lokakuun loppuun. Halusin suorittaa koko työharjoitteluni yhdessä paikassa, jotta saisin mahdollisimman kattavan kuvan itse työstä, ja pääsisin mukaan myös toimituksen arkirutiineihin. Tahdoin nimenomaan Forum24:lle harjoitteluun, sillä mielikuvani mukaan lehti oli Oulun seudulla monipuolisin ja mielenkiintoisin vaihtoehto. Kalevaan en tahtonut, sillä koin, että kaksi kertaa viikossa ilmestyvän lehden tahdissa olisi tarpeeksi haastetta minulle, sillä minulla ei ollut aiempaa kokemusta siitä, millaista on olla mukana printtitoimituksen päivittäisessä työssä. Työharjoitteluun hakeuduin ottamalla yhteyttä päätoimittaja Martti Turuseen, jonka kanssa tein harjoittelusopimuksen työharjoitteluhaastattelun jälkeen. Erillisiä juttunäytteitä minun ei etukäteen tarvinnut toimittaa. (Kuusisto 2012.)

Työharjoitteluni aikana toimin osana Forum24:n toimitusta, ja tein samoja töitä, kuin vakituisetkin toimittajat, aina tiedotteiden käsittelystä laajempien juttujen ideointiin, kirjoittamiseen ja kuvitukseen. Tekemiini juttuihin kuului niin lyhyitä, noin 500 merkin mittaisia juttuja, kolumneja, urheilu- ja viihdejuttuja, uutisia kuin henkilökuvakiin. Harjoittelun päätyttyä olen jatkanut Forum24:n vakituisena avustajana nuorisosivu Voorumin sekä Muoti ja Kauneus -liitteen parissa. Lisäksi olen tehnyt lehdelle myös sekalaisia muita juttuja avustajan roolissa. (Kuusisto 2012.)

Muoti ja Kauneus -liite on noin kerran kuussa ilmestyvä juttukokonaisuus, joka oli ensimmäistä kertaa mukana lehdessä vuoden 2005 paikkeilla, ennen kuin se lakkautettiin väliaikaisesti. Nykyisessä muodossaan liite on ollut mukana lehdessä noin kolme vuotta. (Turunen 2012.) Päävastuu juttujen kirjoittamisesta on Forum24:n vakituisella toimittajalla, Satu Koholla. Koho on ollut Forum24:n palveluksessa viisi vuotta, ja vastaanut Muoti ja kauneus -liitteestä alusta alkaen pääasiassa yksin. Ajoittain Koho on saanut liitteeseen myös apua naispuolisilta harjoittelijoilta ja avustajilta. (Koho 2012.)

Liitteessä käsitellään nimensä mukaisesti muoti- ja kauneusaiheisia ilmiöitä ja trendejä paikallisesta ja ajankohtaisesta näkökulmasta. Noin neljäsvuinen liite koostuu muutamasta laajemmasta, kuvitetusta jutusta sekä lyhyemmistä, ilmoituksilta vapaaksi jääneistä tiloista täyttävistä jutuista. Liitteen ilmoitukset ovat niin ikään muotiin ja kauneuteen liittyviä. (Kuusisto 2012.)

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

3.1. Tutkimusmenetelmät

Etnografinen tutkimusmenetelmä koostuu aidossa ympäristössä tehtävästä kenttätyöstä, joka sisältää useita erilaisia tiedonkeruu menetelmiä, kuten osallistumalla havainnointia ja haastatteluita. Menetelmään kuuluu olennaisesti myös aineiston kuvailu ja analyysi. (Vuorinen 2005, 67.)

Journalismia ja sanoma- ja aikakauslehtityötä on tutkittu etnografisesti melko vähän, sillä sen on ajateltu mahdollisesti vaikuttavan tutkimuskohteeseen ja siten vääristävän tutkimustuloksia. Toisaalta tutkimus on aina toimintaan puuttuva tapahtuma, tehtiinpä se millä menetelmällä tahansa. 1980-luvun jälkeen journalismia ja mediaa on tutkittu etnografisesti lähinnä siitä näkökulmasta, miten verkkomedian tuottamista on organisoitu. (Helle 2009, 91–94.)

Omiksi tutkimusmenetelmikseni valikoituivat kuitenkin luontevasti organisaatioetnografinen osallistumalla havainnointi sekä tekemällä tutkiminen viettäessäni viisi kuukautta Forum24:n toimituksessa työharjoittelussa. Muoti ja Kauneus -liitettä tehtiin tuona aikana kolme kuukautta, jonka jälkeen olen ehtinyt jatkaa liitteen parissa vielä kaksi kuukautta työsuhteisena toimittajana.

Omaa työtäni tutkin oman työharjoitteluajankaisen oppimispäiväkirjani kautta sekä analysoimalla jälkikäteen kolmea kirjoittamaani Muoti ja Kauneus -liitteen artikkelia. Tutkimuksen aikana huomasin, että tekemällä tutkimisen menetelmässä on omat haasteensa, sillä omaa työskentelyään täytyy pystyä analysoimaan kriittisesti.

Viisi kuukautta Muoti ja Kauneus -liitteen parissa antoi mahdollisuuden seurata liitteen tekoa läheltä niin toimituspalavereissa kuin liitteen parissa työskentelevän toimittajan, Satu Kohon kanssa käytyjen keskusteluiden kautta. Myös juttujen ideointi, kirjoittaminen ja kuvaaminen toivat runsaasti käytännön kokemusta ja uusia näkökulmia tutkimukseeni.

3.2. Tutkimusaineiston keruu ja käsittely

Toiminnallisen opinnäytetyöni tietoperusta rakentuu neljästä osiosta. Ensimmäinen pidin työharjoitteluni aikana oppimispäiväkirjaa Forum24:n toimituksen arjesta. Toinen keskeinen osa opinnäytetyöni tietoperustaa ovat kolmen kirjoittamani Muoti ja Kauneus -liitteen reflektiiviset, tekemällä tutkimisen analyysit. Lisäksi tukihaastattelin Forum24:n päätoimittaja Martti Turusta sekä Muoti ja Kauneus -liitteestä vastaavaa toimittaja Satu Kohoa. Kirjallisuus- ja nettilähteitä käytin apuna työharjoittelun aikana keräämäni aineiston jäsentelyssä.

Oppimispäiväkirjani sekä kirjoittamani jutut ovat itse tuottamaani aineistoa, joista minun täytyi poimia olennaiset osat, joista on todella hyötyä tutkimukselleni. Esimerkiksi Muoti ja Kauneus -liitettä varten kirjoitettuja juttuja löytyisi lisääkin, mutta valitsin tutkimustani varten kolme keskenään mahdollisimman erilaista juttua, joista löytyy niin onnistumisia kuin epäonnistumisiakin. Jutut on kirjoitettu eri aikoihin eri liitteisiin, ja niissä on kaikissa jotain tutkimuksen kannalta arvokasta.

”Riinan tyyli syntyy omin käsin” (Liite 1) oli ensimmäinen Muoti ja Kauneus -liitteeseen kirjoittamani juttu. Se ilmestyi Forum24:ssa 25. elokuuta 2011. Oululaisesta muotibloggarista kertova juttu ilmestyi liitteen sisäsivuilla, mutta oli koko lehden päävinkkinä.

”Myös miehen iho kaipaa hoitoa” (Liite 2) oli viimeinen juttu, jonka kirjoitin työharjoitteluni aikana. Se ilmestyi Muoti ja Kauneus -liitteen etusivulla 10. marraskuuta 2011. Juttu oli Muoti ja Kauneus -liitteessä harvinaisempi, sillä se oli suunnattu miehille, siinä missä liitteen jutut yleensä ovat lähinnä naisille suunnattuja.

”Kaunista kauniin alle” (Liite3) oli hääteemaiseen Muoti ja Kauneus -liitteeseen kirjoitettu juttu, jonka kirjoitin työharjoitteluni jälkeen avustajan roolissa. 12. tammikuuta ilmestynyt juttu käsitteli hääpuvun alle sopivien alusvaatteiden valintaa ja trendejä, ja sen kuvamateriaali oli niin itse kuvattua kuin lainattuaakin.

Työni kannalta tärkeässä roolissa ovat myös tukihaastattelut, jotka tein päätoimittajan Martti Turusen sekä Muoti ja Kauneus -liitteestä vastaavan toimittaja Satu Kohon kans-

sa. Haastatteluissa keskityin hakemaan heidän mielipiteitään muun muassa liitteen teossa ilmenevistä haasteista, yrittäjien suhtautumisesta liitteeseen sekä siitä, miten liite ylipäätään on lehdessä menestynyt. Haastatteluja tehdessäni ilmeni, että vaikka Turunen ja Koho ovat suurelta osin asioista samaa mieltä, käytännön asioista Koholla on vahvemmat mielipiteet ja enemmän tietoa.

Tukihaastattelujen perusteella Muoti ja Kauneus -liitteen teon suurimmat haasteet ovat jaoteltavissa kolmeen eri tyyppiin. Ensinnäkin haasteena ovat yrittäjäkeskeisestä aihepiiristä johtuva mainostamisen välttäminen, juttuideoiden ja haastateltavien valinta ja torjuminen sekä uskottavuuden säilyttäminen. Liitteen säännöllisyyden takia nousee esille haaste lukijoiden mielenkiinnon säilyttämisestä, liitteen tuoreuden säilyttämisestä sekä uusiutumisesta. Toimituksen sisältä tulevia haasteita ovat muun muassa aikataulutus sekä liitteen vaatima suunnitelmallisuus, sillä Muoti ja Kauneus -liite on tietyllä tavalla kuin pieni lehti lehden sisällä. Sekä Turunen että Koho olivat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että liite on nykyisessä muodossaan tällä hetkellä hyvin menestyvä, vaikka tulevaisuudesta ei koskaan voi olla pidemmän päälle varma. (Koho 2012 ; Turunen 2012.)

Kirjallisuutta ja nettilähteitä hyödyntäessäni painotin sitä, että lähteet tuovat mahdollisimman monipuolisia näkökulmia tutkimukseeni. Hyödynsin niin kuluttajansuoja-asioita kuin lakejakin, sekä lähteitä journalismin kaupallistumista ja viihteellistymistä ja journalistisen kirjoittamisen peruseriaatteista.

4 MUOTI JA KAUNEUS -LIITTEEN RAKENNE JA TYÖPROSESSI

Muoti ja Kauneus -liite ilmestyy Forum24:ssa noin kerran kuukaudessa. Yleensä noin neljän sivun mittainen juttukokonaisuus sisältää aiheeseen sopivia mainoksia sekä juttuja, joiden pituudet vaihtelevat muutamasta sadasta merkistä noin neljään tuhanteen. Liite yleensä aloitetaan tiiviillä, noin puolen sivun kokoisella jutulla, joka herättää lukijan kiinnostuksen. Kuvia liitteen ensimmäisellä sivulla on yleensä yksi, korkeintaan kaksi. Seuraavalta aukeamalta löytyy laajempi artikkeli useammilla kuvilla, ja viimeisellä sivulla on taas joko noin puolen sivun juttu tai lyhyitä juttuja, joita kirjoitetaan myös pienempiin, ilmoituksilta vapaiksi jääneisiin paikkoihin. Lyhyillä jutuilla saatetaan myös laajentaa artikkeleiden aihepiiriä kertomalla artikkelin aiheesta esimerkiksi historiallisesta näkökulmasta. (Koho 2012 ; Kuusisto 2012.)

Liitteen parissa työskentelevät toimittajat kuvaavat liitteen kuvat pääasiassa itse, ja lisäksi liitettä täydennetään esimerkiksi kuvapankeista saatavilla aihekuvilla tai haastateltavalta saaduilla kuvilla, sillä esimerkiksi vaatteita on hankala kuvata henkarista roikottamalla, ja malleja on jutuissa harvoin käytettävissä. Kuvitusta on niin sanottuihin normaaleihin Forum24:n juttuihin verrattuna enemmän, ja niihin pyritään saamaan mukaan enemmän mielenkiintoisia elementtejä, kuten liikettä ja väriä. Kuvat ovatkin yksi tärkeimmistä keinoista houkutella lukijoita liitteen pariin. (Koho 2012 ; Kuusisto 2012.)

Muoti ja Kauneus -liitteiden ilmestymispäivämäärät ja mahdolliset erityisteemat sovitaan kerran vuodessa yhdessä toimituksen ja ilmoitusmyyjien kanssa. Nykyiseen liitteeseen panostetaan aiempaa enemmän koko toimituksessa, ja liitettä toimitetaan aiempaa suunnitelmallisemmin, mikä näkyy liitteen edelleen jatkuvassa suosiossa sekä ilmoittajien suuressa kiinnostuksessa. (Koho 2012 ; Turunen 2012.)

Liitteen ilmestymispäivän lähestyessä aletaan suunnitella liitteeseen tulevia juttuja tarkemmin. Juttuaiheita etsitään muun muassa sen mukaan, millaisia trendejä on tällä hetkellä pinnalla, mitä vuodenaikaa eletään ja millaisia juttutoiveita ja -ehdotuksia toimitukseen on saapunut. Juttuaiheista valitaan, mitkä tulevat liitteen etusivulle, mitkä sisäisivuille ja niin edelleen. Yksi liitteen haasteista onkin se, että Forum24:n ilmoittajat ovat erittäin tietoisia liitteestä ja sen säännöllisestä ilmestymisestä, ja siksi he tarjoavat-

kin jatkuvasti omia tuotteitaan ja palveluitaan juttujen aiheiksi. (Koho 2012 ; Turunen 2012.)

Juttujen haastateltavat valitaan ennen kaikkea asiantuntijuuden ja relevanssin perusteella, mutta jos valinnan varaa on, haastateltavat valitaan yleensä esimerkiksi sellaisten kampaajien joukosta, jotka ovat Forum24:ssa ilmoittajina, sillä toimittaja on yleensä ollut heidän kanssaan aiemminkin tekemisissä, ja tietää, että heiltä saa toimivia vastauksia juttuja varten. Haastateltavan valinnassa täytyy ottaa huomioon myös se, ettei Forum24:ssa ilmoittaminen saa rajata ilmoittajaa haastateltavien ulkopuolelle. Haastateltavan omaa ilmoitusta ei kuitenkaan koskaan laiteta jutun kanssa samalle sivulle, mieluiten ei edes samaan lehteen. Forum24 ei myöskään lähde tekemään juttuja pelkästään tietyn yrityksen tuotteista ilman pätevää syytä, esimerkiksi täysin uudelta palvelusta tai tuotteesta kertominen on poikkeus tähän sääntöön. (Koho 2012 ; Turunen 2012.)

Forum24:n toimittajalle Satu Koholle tarjotaan mahdollisuuksia tulla testaamaan esimerkiksi erilaisia kauneushoitoja. Forum24:n omat toimittajat ja avustajat eivät kuitenkaan yleensä lähde itse näitä palveluita ja tuotteita testaamaan. Juttu saatetaan kuitenkin toteuttaa niin, että ulkopuolinen henkilö tuodaan testaamaan palvelua, mikäli aihe on tarpeeksi mielenkiintoinen ja ajankohtainen. (Koho 2012.)

Yritysten omiin juttuehdotuksiin varauksella suhtautumisella varmistetaan se, että liitteen uskottavuus lukijoiden joukossa säilyy, eikä journalistinen päätösvalta pääse lipsumaan toimituksen sisältä ilmoittajille ja yrityksille. (Koho 2012 ; Turunen 2012.)

Itse juttujen kirjoittaminen on loppujen lopuksi hyvin samantyylistä kuin muidenkin Forum24:n juttujen, mutta tuote- ja palvelukeskeisestä aiheesta johtuen on toimittajan oltava hyvin tarkkana siinä, ettei juttu lipsahda mainostuksen puolelle. Esimerkiksi haastateltavan yritystä ei tuoda vahvasti esille, vaan se mainitaan lähinnä jutun alussa haastateltavan taustojen yhteydessä. Tarkkoja hintoja esimerkiksi palveluille tietyssä paikassa ei anneta, vaan kerrotaan esimerkiksi kasvohoidolle arvioitu hintaluokka Oulun seudulla. Tuotteista ja palveluista ei yksityiskohtaisen tarkasti puhuta, ellei aihe sitä vaadi, vaan keskitytään yleisempiin ja laajempiin trendeihin ja kuvioihin esimerkiksi hiusalalla. (Kuusisto 2012.)

Muoti ja Kauneus -liite tuotetaan muun päivittäisen toimitustyön ohella, joten juttujen suunnitteluun ja toteutukseen joudutaan varautumaan jo aiemmin, kuin niin sanotun normaalin, yksittäisen jutun kanssa. Haastetta työhön tuo se, että liitteen ollessa kuin pieni lehti lehden sisällä, tekijöitä on kuitenkin hyvin vähän, ja heilläkin on myös muut toimituksen päivittäiset vastuut hoidettavanaan. (Kuusisto 2012.)

5 SUURIMMAT HAASTEET MUOTI JA KAUNEUS -LIITTEESSÄ

Kuten mihin tahansa säännölliseen julkaisuun, myös Muoti ja Kauneus -liitteeseen liittyy haasteita, jotka on otettava huomioon juttuja kirjoittaessa ja liitteen kokoamisessa. Tässä luvussa käsittelen Muoti ja Kauneus -liitteen suurimpia haasteita, jotka olen jakanut kolmeen ryhmään. Ensimmäisessä ryhmässä ovat aihepiirin yrityskeskeisyydestä syntyvät haasteet, toisessa liitteen säännöllisyydestä ja lukijoiden houkuttelemisesta syntyvät haasteet ja kolmannessa ryhmässä ovat toimituksen sisältä tulevat haasteet.

5.1. Aihepiirin yrityskeskeisyydestä syntyvät haasteet

Koska muoti ja kauneus ovat erittäin kaupallisia aloja, ovat juttujen aiheet usein erittäin sidottuja eri yrityksiin ja niiden tuotteisiin ja palveluihin. Tämän takia myös haastateltavat Muoti ja Kauneus -liitteen jutuissa ovat yleensä sidoksissa johonkin yritykseen, joko omistajina, johtajina tai rivityöntekijöinä. (Kuusisto 2012.)

Koska aiheet ovat niin yrityskeskeisiä, nousee helposti haasteeksi se, miten aiheita käsitellään niin, ettei jutuista tule piilo- ja tekstimainontaa. Muoti ja Kauneus -liitteessä mainostamista pyritään välttämään monella tapaa. Mainostamisen välttäminen on tärkeä tekijä jo juttuaiheiden ja haastateltavien valinnassa. (Koho 2012 ; Turunen 2012.)

Koska Muoti ja Kauneus -liite ilmestyy säännöllisesti, ja jutut ovat laadukkaita, ovat ilmoittajat ja yrittäjät jo hyvin tietoisia liitteestä ja sen ilmestymisrytmistä. Tämän takia toimitukseen ja suoraan liitteestä vastaavalle toimittaja Satu Koholle tulee jatkuvasti juttuehdotuksia sekä kutsuja tulla testaamaan eri tuotteita ja palveluita. Vaikka juttuehdotukset sinänsä ovat toimitukselle myös hyödyllisiä, niiden runsas määrä tuo esille myös haasteita. Miten perustellaan se, että esimerkiksi kahden kampaamon juttuehdotuksista toisesta tehdään juttu, mutta toisesta ei? Sama haaste on jo haastateltavien valinnassa, kun useista kampaajista pitäisi valita juttua varten vain yksi haastateltavaksi. Yleensä juttuehdotuksista valitaan ne, jotka sopivat tulevaan liitteeseen esimerkiksi ajankohtaisuuden tai uutisarvonsa kannalta parhaiten, ja haastateltava valitaan aina asiantuntijuuden ja jutun kannalta suurimman relevanssi perusteella, kuitenkin niin, ettei

saman jutun yhteydessä, tai mielellään edes koko lehdessä olisi haastateltavan omaa ilmoitusta. (Koho 2012 ; Turunen 2012.)

Tuotteiden ja palveluiden testaamiskutsuja eivät toimittajat yleensä ota vastaan, vaan juttu saatetaan toteuttaa niin, että toimittaja tuo ulkopuolisen henkilön testaamaan tuotetta tai palvelua. Näin pidetään lehtijutussa uskottavuus, kun toimittajan objektiivisuus ei pääse hämärtyämään ilmaisen tuotteen tai palvelun takia. (Koho 2012.)

Uskottavuuden säilyttäminen yleensäkin on liitteessä haaste. Yleensä Forum24:n yhdessä numerossa on vain yksi yrityskeskeinen juttu, mutta Muoti ja Kauneus -liitteessä niitä on monta peräkkäin. Tämä saattaa luoda mainosliitemäisen kuvan, jota tulisi välttää. Siksi juttujen teko vaatii erityistä tarkkuutta ja suunnitelmallisuutta. (Turunen 2012.)

Mainostamista voidaan välttää myös kirjoitusvaiheessa. Ensinnäkään tarkkoja tuotenimiä tai niiden hintoja ei koskaan luetella jutuissa. Haastateltavan taustalta löytyvää yritystä ei tarpeettomasti korosteta, vaan se mainitaan lähinnä alussa haastateltavan taustoissa. Jutuissa pitäydytään laajemmissa kokonaisuuksissa yksittäisen firman palveluiden ja tuotteiden sijaan, ellei tietystä palvelusta tai tuotteesta uutisoinnille ole erityistä syytä. Haastateltavaa ei myöskään päästetä perusteettomasti kehuaan yritystään lehdessä. Suurimmaksi osaksi tässä myös onnistutaan, sillä esimerkiksi naistenlehdissä listataan tarkat tuotetiedot ja hinnat lähes poikkeuksetta, ja lopputulos on usein mainosmainen. (Koho 2012.)

Piilo- ja tekstimainontaa voi eksyä toimittajan kirjoittamiin juttuihin vahingossakin, joten yrityskeskeisissä jutuissa tulisi toimittajan olla erityisen tarkkana. Valmiiseen juttuun päätyvän materiaalin tulisikin aina olla tarkasti journalistisin perustein valittua. (Kuluttajavirasto, hakupäivä 28.1.2012.)

5.2. Liitteen säännöllisyydestä ja lukijoiden kiinnostuksen herättelystä syntyvät haasteet

Muoti ja Kauneus -liite ilmestyy säännöllisesti, noin kerran kuukaudessa. Tämän takia jutut saattavat helposti lähteä niin sanotusti kiertämään kehää, jolloin samat aiheet kiertävät liitteessä vuoden aikojen mukaan. Esimerkiksi kesällä kirjoitetaan juttuja ihon

suojaamisesta auringolta, syksyllä syystakeista, joulun aikaan pikkujoulumuodista ja keväällä kesäkunnon tavoittelusta. Tätä pyritään välttämään hakemalla juttuihin uusia vinkkejä ja näkökulmia eri-ikäisiltä ja erilaisissa elämäntilanteissa olevilta ihmisiltä, sekä uusista pinnalla olevista asioista. (Koho 2012.)

Muoti ja Kauneus -liitteen lukijat ovat suurimmaksi osaksi sellaisia ihmisiä, joita aihe kiinnostaa jo ennestään. Haastavaa on kuitenkin se, kuinka liitteestä saadaan tarpeeksi kiinnostava heille, sillä aihetta käsitteleviä naistenlehtiä on tarjolla runsaasti. Naistenlehdillä on paremmat resurssit tehdä muoti- ja kauneusaiheisia juttuja, heillä on käytössään paremmat kuvaajat ja lehdetkin painetaan laadukkaammalle paperille. Forum24:ssa toimittavat kuvaavat juttunsa suurimmaksi osaksi itse. Satu Koho jopa kyseenalaistaa sen, onko tämäntyylisten juttujen paikka paikallislehdessä ollenkaan. (Koho 2012.)

Muoti ja Kauneus -liitteen kiinnostavuutta pyritään lisäämään näyttävillä kuvilla, paikallisilla ja ajankohtaisilla aiheilla, sekä sillä, että liitteestä löytyisi jotain kaiken ikäisille, niin miehille kuin naisillekin. Miehille suunnattuja juttuja on kuitenkin harmittavan vähän. Tilannetta voisi Kohon mukaan helpottaa se, että myös toimituksen miespuoliset toimittajat osallistuisivat liitteen tekoon enemmän. Yhtenä kiinnostavuutta lisäävänä tekijänä on käytetty myös lyhyitä ”palstantäytejuttuja”, joilla aukeaman pääjutun aihetta syvennetään esimerkiksi kertomalla aihepiirin historiasta. (Koho 2012.)

Muoti- ja kauneusaiheiset jutut kiinnostavat ihmisiä entistä enemmän. Ihmiset haluavat lukea kevyitä, arkisia juttuja ja saada esimerkiksi vinkkejä siitä, mistä saa parasta palvelua tai kivoimmat kengät. Juttujen paikallistaminen vain lisää kiinnostavuutta, kuten myös juttujen kirjoittaminen tavallisen ihmisen näkökulmasta. (Hujanen 2009, 120-121.)

5.3. Toimituksen sisältä tulevat haasteet

Muoti ja Kauneus -liite on kuin pieni lehti lehden sisällä (Turunen 2012). Vakituksista toimittajista liitteen parissa työskentelee kuitenkin tällä hetkellä vain yksi. Satu Kohon lisäksi juttuja liitteeseen ovat toimittaneet naispuoliset harjoittelijat, mutta liitteen juttu-

jen teko yksin muiden toimituksen päivittäisten velvollisuuksien ohella on vaativaa, sillä jutut vaatisivat monesti paljon aikaa. (Koho 2012 ; Turunen 2012.)

Näin laajan erikoisjuttujen kokonaisuuden säännöllinen ilmestyminen vaatii suunnitelmallisuutta niin koko lehden toimitukselta kuin ilmoitusmyynnin puoleltakin. Hyvin suunniteltua kokonaisuutta eivät kaada esimerkiksi sairastumiset tai muut odottamattomat takaiskut. Muoti ja Kauneus -liitteiden omat teemat sekä liitteiden ”luurangot” suunnitellaan yhdessä toimituksen ja ilmoitusmyynnin kesken vuosittain, minkä lisäksi liitteestä vastaava Satu Koho sekä mahdolliset muut liitteeseen osallistuvat toimittajat suunnittelevat liitettä tarkemmin vielä keskenään liitteiden ilmestymisen lähestyessä. Suunnitelmallisuutta onkin lisätty liitteen ”ensimmäiseen kierrokseen” verrattuna, ja sen hyödyt ovat olleet selkeästi nähtävissä muun muassa liitteen nykyisessä pitkässä iässä. (Koho 2012 ; Turunen 2012.)

Vaikka Muoti ja Kauneus -liite on tällä hetkellä suosittu, täytyy toimituksessa muistaa myös se, että mikään liite ei ole ikuinen, ainakaan samassa muodossa. Lehti ja liitteet kaipaavat silloin tällöin uudistusta, eikä muutosta tai jopa liitteen väliaikaista tai lopullista pois jättämistä saa pelätä liikaa. (Turunen 2012.)

Yksi tärkeä tekijä, joka helpottaa Muoti ja Kauneus -liitteen toimittamista, on rutiini. Kolmen vuoden aikana Koholle ja muulle toimitukselle on kehittynyt omat rutiininsa liitteen suhteen, ja se auttaa aikatauluissa pysymisessä, laadukkaan tekstin tuottamisessa sekä juttuaiheiden teossa. Rutiiniin ei saa kuitenkaan liikaa jumittua, sillä sen avulla toimittajavoit tehdä enemmän virheitä, ja toisaalta rutiinien muutokset voivat sekoittaa pakkaa. (Suhonen, Turunen, Varis 2005, 23.)

6 KOLMEN MUOTI JA KAUNEUS -JUTUN ANALYYSI

Tässä kappaleessa analysoin kolme Muoti ja Kauneus -liitteeseen kirjoittamaani juttua. Yhteensä kirjoitin elokuun 2011 ja tammikuun 2012 välisenä aikana liitteeseen kuusi juttua, joista valitsin tutkimustani varten kolme mahdollisimman erilaista analysoitavaksi. Näitä juttuja analysoin erityisesti kiinnostavuuden ja piilomainonnan välttämisen kannalta, mutta avaan myös hieman juttujen teon työprosessia.

6.1. Riinan tyyli syntyy omin käsin

Riinan tyyli syntyy omin käsin ilmestyi Muoti ja Kauneus -liitteessä 25. elokuuta 2011. Juttu oli ensimmäinen, jonka kirjoitin liitettä varten. Juttu kertoo Oulussa opiskelevasta Riina Kortesojasta, joka suunnittelee ja ompelee suurimman osan vaatteistaan itse, ja jakaa tyyliään ja elämäänsä blogissaan. Jutun teon aikaan häneltä oli hiljattain tilattu myös mallisto erään nettikaupan valikoimaan. Tässä vaiheessa suosittelen tutustumaan Liitteeseen 1.

6.1.1. Työprosessi

Työprosessi sujui tämän jutun kanssa hyvin kivuttomasti. Idean juttuun sain toimituspäivästä, kun keskustelimme tulevasta Muoti ja Kauneus -liitteestä. Otin yhteyttä Kortesiemiin, ja sovimme haastattelun seuraavalle päivälle.

Kortesiemi oli haastattelun aikana rento ja puhelias, joten häneen sai helposti kontaktin. Myös kuvattavana olemiseen hän oli jo aiemmin tottunut bloginsa merkeissä, ja värikkään tyyliinsä ansiosta kuvista tuli näyttävät niin henkilökuvan kuin aihekuvienkin kannalta.

Koska haastattelu sujui luontevasti, ja minulla oli jo ennestään pohjatietoa ja omaa kiinnostusta asiaan, itse kirjoittaminenkin sujui helposti, eikä niin sanottua tyhjän paperin kammoa päässyt syntymään. Minulla ei myöskään samalle päivälle ollut muita isompia juttuja kirjoitettavana, joten pystyin keskittymään tähän juttuun hyvin.

Kuvien valintaa ja taittoa suunniteltiin ja pohdittiin yhdessä graafikoiden kanssa, ja päädyimme valitsemaan jutun pääkuvaksi henkilökuvan Kortesojasta itsestään, sekä aihekuviksi kuvat värikkäistä korkokengistä sekä ompelunurkkauksesta, jossa syntyvät Riinan mekot. Koska jutusta tehtiin myös koko lehden päävinkki, valitsimme kansikuvaksi puolilähikuvan Riinasta. (Kuusisto 2012.)

6.1.2. Jutun rakenne

Riinan tyyli syntyy omin käsin -juttu ilmestyi Muoti ja Kauneus -liitteen sisäsivulla, koko lehden keskiaukeamalla. Jutun elementtejä ovat otsikko, leipäteksti, väliotsikot, kolme kuvaa sekä sitaattilaatikko ja faktalaatikon muodossa oleva Kortesojan blogin osoite.

Vaikka otsikko ”Riinan tyyli syntyy omin käsin” on pitkäkö, se mahtuu yhdelle riville juuri keskiaukeamalle sijoittamisen ansiosta, ja on siis helposti ymmärrettävissä. Se myös antaa kuvan siitä, missä jutussa on kyse, ja herättelee kiinnostusta kielikuvansa ansiosta. Myös verbin käyttö synnyttää kuvan nasevuudesta. (Suhonen ym. 2005, 130-131.)

Ingressiä ei tässä jutussa ole, kuten ei monissa muissakaan Forum24:n jutuista. Leipäteksti on hyvän kielen mukaista, tarpeeksi nasevaa ja elävää, eikä liian vaikeasti ymmärrettävää. Kappaleet ovat lyhyitä, ja tekstin kielikuvat välittävät myös mielikuvaa siitä, millainen Kortesoja on ihmisenä. (Suhonen ym. 2005, 134-137.)

Väliotsikot antavat tarkoituksenmukaisesti kuvan siitä, mistä jutussa on kyse. Ne myös jaksottavat jutun kulkua. ”Kolme vuotta asuja blogissa”-väliotsikko aloittaa jutussa osion, jossa kerrotaan Kortesojan blogiharrastuksesta, kun taas ”Mahdollisuus tienata” aloittaa osion, jossa käsitellään hänen ompeluharrastustaan, jolla hän on saanut myös hieman sivutuloja.

Koska kuvat ovat erityisen tärkeässä roolissa Muoti ja Kauneus -liitteen jutuissa, on tähänkin juttuun valittu kolme kuvaa (Koho 2012). Kuva on aina viesti, joten kuvan tai

kuvien käyttöä tulee harkita tarkoin (Suhonen ym. 2005 152). Tähän juttuun valitsin pääkuvaksi Kortesojan henkilökuvan, josta saa hyvin käsityksen siitä, millainen tyyli tällä on, ja aihekuviksi värikkään kuvan Kortesojan kenkäkokoelmasta sekä ompe-lunurkkauksesta.

Taitolliset elementit, kuten leipätekstistä nostettu sitaattilaatikko sekä faktalaatikkoon sijoitettu Kortesojan blogin osoite elävöittävät taiton ilmettä. Blogin osoitteen sijoittaminen faktalaatikkoon oli myös käytännön valinta, sillä leipätekstin sekaan ei osoitetta olisi yhtä luontevasti sijoittaa. (Kuusisto 2012.)

6.1.3. Analyysi lopputuloksesta

Riinan tyyli syntyy omin käsin -jutussa on paljon kiinnostusta lisääviä ominaisuuksia. Ensimmäisenä lukijan huomio kiinnittyy värikkäisiin kuviin. Kuvat ovatkin lehden elementeistä kaikkein vetovoimaisimpia (Suhonen ym. 2005, 151). Joillekin kuvat ovat itse asiassa se, mihin huomiota lehdessä kiinnitetään ylipäätään, kuvat katsotaan ensin, lukupäätös tehdään monesti vasta sen jälkeen (Ang 2006, 173). Tässä jutussa kuvat ovat erityisen värikkäät ja näyttävät, sillä Kortesojan tyyli on värikäs ja niin sanotusti mas-sasta poikkeava, ja tyylin sai helposti vangittua myös kuviin.

Otsikko, väliotsikot sekä sitaatti- ja faktalaatikot tässä jutussa antavat hyvän mahdollisuuden siihen, että vilkaisemalla saa jo hyvän käsityksen siitä, mistä koko jutussa on kyse, joten lukupäätös on helppo tehdä. Taitto on kevyt ja ilmava, ja yksi vinoon asetettu kuva sekä faktalaatikon pohjan ympyrämuoto sekä vaalean violetti väri tuovat jutun ilmeeseen lisää raikkautta. Taiton avulla lukijaa ohjataan aukeaman tärkeimmille sisäl-löille (Huovila 2005, 155.)

Jutun sisältö itsessään on ajankohtainen, sillä nuorten naisten lifestyle- ja muotiblogit ovat kovassa nosteessa. Esimerkiksi suomalaisen Blogilista.fi-palveluun listattujen blogien 25 luetuinta blogia ovat kaikki muotiin, kauneuteen ja lifestyleen liittyviä (Blogi-lista.fi, hakupäivä 15.3.2012). Juttu on myös Forum24:n jakelualueelle paikallistettu, sillä Kortesoja asuu ja opiskelee Oulussa. Ajankohtaisuus ja paikallisuus ovatkin yksinä

tärkeimmistä kriteereistä, kun juttuideoista valitaan niitä, jotka päätyvät lehteen asti. (Huovila 2005, 66-67.)

Piilomainontaa ei tässä jutussa ole lainkaan, vaikka ompeluharrastuksesta saatavat sivutulot ja nettikaupalle tehty mallisto mainitaankin, sillä esimerkiksi hintatietoja tai yhteydenotto-ohjeita ei jutussa mainita lainkaan.

6.2. Myös miehen iho kaipaa hoitoa

Myös miehen iho kaipaa -juttu hoitoa ilmestyi Muoti ja Kauneus -liitteessä 10. marraskuuta 2011, pian työharjoitteluni päättymisen jälkeen. Jutussa käsitellään miesten ihonhoitoa ja kosmetologin palveluita. Haastateltavina olivat oululaisen kauneushoitola BellaBellan vastaava kosmetologi Helena Tauriainen sekä toimitusjohtaja Jorma Alatorvinen. Tässä vaiheessa suosittelen tutustumaan Liitteeseen 2.

6.2.1. Työprosessi

Juttu sai alkunsa, kun mietimme Satu Kohon kanssa sitä, millaisia miehille suunnattuja juttuja Muoti ja Kauneus -liitteessä voisi olla. Miehille suunnattu juttu sopi hyvin liitteen ilmestymisajankohtaankin, sillä isänpäivä osui seuraavalle viikonlopulle. Jutun kirjoittaminen sattui kiireiseen aikaan elämässäni niin koulun kuin henkilökohtaisen elämän menojen kasaantuessa.

Alkuperäinen suunnitelma oli viedä mies ensimmäistä kertaa kasvohoitoon ja hankkia samalla tietoa miesten ihonhoidon yleisimmistä ”virheistä”. En kuitenkaan onnistunut saamaan aikatauluja soviteltua niin, että olisin saanut miestä kasvohoitoon sellaisena aikana, joka olisi sopinut sekä minulle, miehelle että kauneushoitolalle. Tämän takia jouduin tekemään hätäratkaisun ja haastattelemaan juttua varten kauneushoitola BellaBellan vastaavan kosmetologin Helena Tauriaisen lisäksi toimitusjohtaja Jorma Alatorvista, jotta juttuun saataisiin edes vähän miesnäkökulmaakin asiasta, kun kerran kyseessä oli nimenomaan miehille suunnattu juttu. Alatorvisen haastattelun ansiosta sain myös otettua kuvan itse kasvohoitotilanteesta, lavastettuna tosin.

Sekä Tauriainen että Alatorvinen vaikuttivat hiukan kiireisiltä haastattelutilanteessa, ja olivat hieman lyhytsanaisia. Tämä vaikutti myös siihen että kirjoitusvaiheessa oli hankalampaa saada jutusta sujuvaa. Lopputulos oli kuitenkin tekstin sujuvuuden kannalta kohtalainen. (Kuusisto 2012.)

6.2.2. Jutun rakenne

Muoti ja Kauneus -liitteen etusivulla ilmestyneen jutun elementtejä ovat otsikko, leipäteksti, väliotsikot, kuva sekä sitaattilaatikko.

Otsikko ”Myös miehen iho kaipaa hoitoa” asettuu luontevasti yhdelle riville, mutta on tylsähkön toteava eikä naseva. Otsikon avulla olisi voinut lisätä kiinnostavuutta, mikäli sen olisi muotoillut esimerkiksi jostain haastateltavan antamasta kommentista. Jälkikäteen ajateltuna vauhdikkuutta ja nasevuutta otsikossa olisi ollut, jos sillä olisi korostettu esimerkiksi sitä, ettei kasvohoito satu. (Suhonen ym. 2005, 130-131.)

Ingressiä ei tässä jutussa ole. Leipäteksti etenee kyllä loogisesti ja on kieleltään hyvää, mutta jää latteaksi. Kielikuvia ei juuri ole, ja haastateltavista ei saa kuvaa siitä, millaisia persoonia he ovat. (Suhonen ym. 2005, 134-136.)

Väliotsikot ”Kasvohoito rentouttaa” ja ”Ihotyyppin mukaan” ovat siitä hyviä, että ne ovat suunnilleen samanmittaisia, selkeitä ja informatiivisia. Ne asettuvat molemmat kahdelle riville. ”Kasvohoito rentouttaa” aloittaa jutussa osion, jossa Alatorvinen kertoo omista kokemuksistaan miehenä, joka hoitaa ihoaan ja käy kasvohoidoissa. ”Ihotyyppin mukaan” taas aloittaa osion, joka selvittää sitä, mitä miehille suunnatussa kasvohoidossa tapahtuu. Väliotsikot ovat sinällään toimivia, mutta hieman tylsähköjä. (Suhonen ym. 2005, 137-138.)

Kuvia Muoti ja Kauneus -liitteen etusivun jutussa on perinteisesti vain yksi. Lavastetussa kuvassa Tauriainen tekee Alatorviselle kasvohoitoa. Kuva toimii yhteistyössä tekstin kanssa, sillä siitä välittyy sekä Tauriaisen että Alatorvisen välittämä viesti, jonka mukaan kasvohoito on rentouttava kokemus myös miehelle. (Suhonen ym. 2005, 151-153.)

Taitto jutussa on hyvin perinteinen, eikä sitaattilaatikon lainaus ”Nyky menetelmät ovat miellyttäviä ja kivuttomia” erityisemmin hetkauta lukijan tunteita suuntaan tai toiseen. (Huovinen 2006, 155.)

6.2.3. Analyysi lopputuloksesta

Myös miehen iho kaipaa hoitoa -juttu jää kiinnostavuudeltaan latteaksi. Kuva on sinänsä informatiivinen, muttei millään lailla näyttävä, vaikka Tauriaisen työasun väri pelastaa tilannetta hieman. Kuva jää tällaisenaan lähinnä taittopalaksi, mikä ei ole koskaan hyvä. (Suhonen ym. 2005, 151.)

Otsikko, väliotsikko ja sitaattilaatikat antavat kyllä hyvän kuvan siitä, mistä jutussa on kyse, mutta eivät varsinaisesti houkuttele lukijaa syventymään juttuun tarkemmin, sillä niistä puuttuu nasevuus ja houkuttelevuus (Suhonen ym. 2005, 130-131, 137). Taitto tässä jutussa ei myöskään mitenkään poikkea Forum24:n perinteistä taittotyylistä. Taitto on toimiva ja ilmava, mutta mitään erityistä jujua siinä ei ole.

Jutun aihe on kyllä ajankohtainen, sillä juttu julkaistiin juuri ennen isänpäivää. Juttu oli myös Muoti ja Kauneus -liitteen yleisestä juttuvalikoimasta poikkeava, sillä miehille suunnattuja juttuja liitteestä löytyy harmittavan vähän (Koho 2012). Se, että haastateltavina oli vain kauneushoitola BellaBellassa työskenteleviä henkilöitä, vei kuitenkin jutulta niin kiinnostavuutta kuin uskottavuuttakin, sillä Alatorvisen kommentit antavat kuvan siitä, että toimitusjohtajana hän yrittää kommentteillaan edistää myyntiä (Kuusisto 2012). Juttu olisi toiminut paremmin, jos olisin saanut niin sanotun tavallisen miehen testaamaan kasvohoitoa ja kertomaan kokemuksistaan.

Piilomainnon kannalta Myös miehen iho kaipaa hoitoa -juttu on ongelmallinen. Toisaalta esimerkiksi hinta- tai tuotetietoja ei luetella tarkasti, mikä on usein piilomainnon merkki, mutta toisaalta taas koko juttu pyörii kauneushoitola BellaBellan ympärillä hyvin vahvasti juuri tavallisen miehen näkökulman puutteen takia. Yleensä yrityksen vahva esillä olo jutussa tuo mukaan piilomainnon makua, ja sitä tulisi yrittää välttää. (Koho 2012.)

Jälkikäteen ajateltuna juttua olisi parantanut tavallisen miehen tuominen kasvohoitoa testaamaan sekä elävämpi kieli leipätekstissä. Myös näyttävämpi kuva sekä nasevampi otsikointi olisi pelastanut paljon.

6.3. Kaunista kauniin alle

Kaunista kauniin alle -juttu ilmestyi Muoti ja Kauneus -liitteessä 12. tammikuuta 2012. Liite oli hääteemainen, ja juttu käsitteli hääpuvun alle tulevien alusvaatteiden valintaa ja trendejä. Haastateltavana jutussa oli kauppakeskus Zeppelinissä avatun uuden Change-liikkeen myymäläpäällikkö Jenni Kinnunen. Kuvamateriaali oli puoliksi itse kuvaamaani sekä puoliksi lainattua.

6.3.1. Työprosessi

Hääteemaista juttua suunnitellessani pohdimme Satu Kohon kanssa sitä, millaisia juttuja voisimme kirjoittaa liitteeseen tuoreella otteella ja uudesta näkökulmasta. Hääpuvun alle tulevista alusvaatteista kertova juttu tuli mieleeni, sillä usein lehdissä näkyy juttuja siitä, millaisia hääpuvut ovat, muttei siitä, mitä niiden alle tarvitaan, vaikka alusvaatteet vaikuttavat koko ulkonäköön huomattavasti.

Tätä juttua tehdessäni minulla ei ollut muita kiireitä, ja ehdin hyvin niin valmistautua haastateltavan etsimiseen ja haastatteluun kuin varata aikaa jutun kirjoittamiseen. Haastateltavan sainkin nopeasti.

Valitsin juttua varten haastateltavaksi uuden Change-myyvälän myymäläpäällikkö Jenni Kinnusen, sillä liike oli uusi Oulun seudulla, ja erikoistunut tarjoamaan rintaliivejä monenkokoisille naisille. Haastattelussa Kinnunen oli selkeästi tottunut kertomaan tuotteista ja osasi kertoa myös tulevista trendeistä. Kinnuselta sai myös hyvin neuvoja siihen, mitä alusvaatteiden valinnassa kannatti ottaa erityisesti huomioon, kun kyseessä oli hääpuvun alle tulevat alusvaatteet.

Juttua varten kuvasin sekä haastateltavan että alusvaatteita Changen liikkeessä, mutta osa kuvamateriaalista täytyi hakea muuta kautta, sillä ymmärrettävästi alusvaatteissa poseeraavia malleja ei liikkeeseen saanut haastattelutilanteeseen.

Haastattelu sujui tätä juttua tehdessä ongelmitta, joten myös kirjoittaminen oli helppoa. Jutun kuvitusta pohdittiin yhdessä Satu Kohon kanssa, ja taittoon tuotiin ilmettä asettamalla pääkuva hiukan vinoon. (Kuusisto 2012.)

6.3.2. Jutun rakenne

Kaunista kauniin alle -juttu ilmestyi Muoti ja Kauneus -liitteen sisäsivuilla, koko lehden keskiaukeamalla. Jutun elementtejä ovat otsikko, leipäteksti, väliotsikot, sitaattilaatikko sekä neljä kuvaa.

Otsikko ”Kaunista kauniin alle” on ihanteellisen lyhyt, vaikka se on suuren pääkuvan takia asetettu kahdelle riville. Vaikka otsikossa ei ole verbiä, se on lyhyytensä ja sanoilla leikittelynsä ansiosta sopivan naseva. (Suhonen ym. 2005, 130-131.)

Leipäteksti jutussa on kieliopillisesti oikeaa, sujuvaa ja värikästä. Loogisesti etenevä juttu alkaa lukijan kiinnostusta herättelevällä kuvitteellisella tilannekuvauksella, josta siirrytään luontevasti mutta selkeästi itse asiaan haastateltavan kommenttien kautta. (Suhonen ym. 2005 134-136.)

Väliotsikot ”Jotain sinistä ja persoonallista” ja ”Jatkoaika juhlalle” ovat eripituisia, mutta asettuvat taitossa silti molemmat kahdelle riville. ”Jotain sinistä ja persoonallista” aloittaa jutussa osion, jossa kerrotaan hääpuvun alle tulevien alusvaatteiden tyylistä ja trendeistä. Väliotsikko muistuttaa teemaan sopivasti vanhasta sanonnasta ”jotain uutta, jotain vanhaa, jotain lainattua ja jotain sinistä”, mutta antaa silti kuvan siitä, mistä seuraavaksi puhutaan. ”Jatkoaika juhlalle” taas aloittaa osion, jossa kerrotaan vinkkejä siitä, millaisia alusvaatteita tai yöasuja voi hankkia hääyötä ja seuraavaa aamua varten, ja näin hieman jatkaa hääjuhlaa. Väliotsikko on naseva lyhyytensä ja alkusointunsa ansios- ta, ja antaa edelleen vinkin siitä, mistä seuraavaksi puhutaan. (Suhonen ym. 2005, 137-138.)

Kaunista kauniin alle –jutun kuvista puolet on itse kuvaamiani, puolet lainattuja. Pääkuvaksi valittiin näyttävä kuva alusvaatteisiin ja huntuun pukeutuneesta naisesta. Kuvaa myös nostetaan esille erityisen paljon, sillä keskiaukeamalle sijoitetussa jutussa kuvan saa mukaan suurempana kuin tavallisesti. Muut kuvat toimivat yhteistyössä tekstin kanssa ja korostavat jutun tärkeimpiä pointteja. (Suhonen ym. 2005, 151-155.)

Jutun taitossa on korostettu erityisesti kuvia, ja ilmettä ja ilmavuutta on saatu asettamalla pääkuva hieman vinoon. Sitaattilaatikon kommentti ”Muotoilevat alushousut eivät valitettavasti ole erityisen seksikkäät” on huomiota herättävä ja hieman provosoivakin. Taitto korostaa erityisesti näyttäviä kuvia. (Holmes 2006, 170-171 ; Huovinen 2006, 155.)

6.3.3. Analyysi lopputuloksesta

Ensivilkaisulla huomio kiinnittyy Kaunista kauniin alle -jutussa suureen pääkuvaan. Jutun kuvat ovat paitsi näyttävät, myös rohkeat, sillä Forum24:n tyyllisissä lehdissä on harvemmin suuria kuvia alusvaatteisiin pukeutuneista naisista. Kuvissa on näyttävyyttä kauniiden naisten sekä alusvaatteiden yksityiskohtien muodossa.

Otsikko, väliotsikot ja sitaattilaatikko herättelevät lukijan kiinnostusta luomalla kuvaa kauneudesta ja seksikkyydestä. Jo ensivilkaisulla lukija saa hyvän kuvan siitä, mistä jutussa on kyse. (Suhonen ym. 2005, 130-131, 137.)

Muoti ja Kauneus -liitteen teemana oli häät, sillä tulevana viikonloppuna oli Oulussa häämessut. Aihe oli siis automaattisesti ajankohtainen, mutta tuoreutta haettiin valitsemalla juttuaiheeksi nimenomaan alusvaatteet, eikä esimerkiksi tulevan kesän trendejä hääpuvuissa. Juttu paikallistettiin hakemalla haastateltava paikallisesta alusvaateliikkeestä. (Kuusisto 2012.)

Vaikka jutun haastateltava on alusvaateliike Changen palveluksessa, ei jutusta syntynyt mielikuvia piilomainonnasta, sillä juttu käsitteli asiaa yleisellä tasolla, eikä keskittynyt nimenomaan liikkeen tuotteisiin. Myös se auttoi, etteivät kaikki kuvat olleet liikkeestä.

Juttu on hyvin tyypillinen esimerkki Muoti ja Kauneus -liitteessä julkaistavista jutuista, joissa piilomainonta on onnistuttu välttämään, vaikka haastateltava on yrityksen palveluksessa. (Koho 2012.)

7 POHDINTA

Tutkimuksessani kävi ilmi se, että muoti- ja kauneusaiheiset jutut vaativat kirjoittajaltaan ennen kaikkea aikaa, suunnitelmallisuutta ja tarkkuutta. Suurimmat haasteet näiden juttujen kirjoittamisessa piilevät piilomainonnan välttämässä ja lukijoiden houkutte- lussa. Nämä ongelmat pystytään kuitenkin välttämään, kun kaikki valinnat jutussa teh- dään journalistisin perustein, ja esimerkiksi kuvitukseen ja jutun visuaaliseen ilmeeseen panostetaan erityisen paljon. Journalistinen päätösvalta tulee aina pitää toimituksessa.

Huomasin nämä asiat käytännössä analysoidessani kirjoittamiani juttuja. Kiire, visuaali- sen ilmeen yksinkertaisuus, vain yrityksen palveluksessa olevat haastateltavat ja aiheen liian löyhä rajaus vaikeuttivat kirjoittamista huomattavasti. Toisaalta ilman kiirettä to- teutettujen, visuaalisesti näyttävien ja tarkkaan rajattujen aiheiden jutut olivat lopputu- lokseltaan paljon parempia.

Organisaatioetnografista sekä tekemällä tutkimisen tutkimusmenetelmiäni rajoittivat muun muassa se, miten omaa työtään pystyy arvioimaan objektiivisesti ja myöntämään virheensä, sekä esimerkiksi tukihaastatteluissa ilmennyt seikka, että Muoti ja Kauneus -liitteestä on pääasiassa vastuussa vain Satu Koho. Tämän takia päätoimittaja Martti Turusen kanssa tehdystä tukihaastattelusta sain enemmän tietoa Forum24:n yleisten linjausten selvittämisessä, kuin käytännön työstä liitteen parissa.

Tutkimukseni lisää käytännön tietoisuutta siitä, mitä muoti- ja kauneusaiheisen jutun kirjoittajalta vaaditaan, jotta lopputulos on hyvä. Muoti ja Kauneus -liitteen jutut ovat kyllä yleensä onnistuneita, mutta toimituksessa voitaisiin harkita esimerkiksi miestoi- mittajien aktiivisempaa osallistumista juttujen kirjoittamiseen. Näin näkökulmia saatai- siin laajennettua, ja Satu Kohon taakka liitteestä yksin vastaavana vakituisena toimitta- jana kevenisi. Jatkossa voisikin sitten tutkia sitä, miten useamman toimittajan osallistu- minen liitteen tekoon on vaikuttanut liitteeseen.

Tutkimukseni tulokset ovat suurelta osin myös yleistettävissä, lukuun ottamatta Muoti ja Kauneus -liitteeseen suoraan liittyviä tuloksia. Kiire, juttuaiheiden valinta, haastatel- tavien valinta ja journalistisen päätösvalan toimituksessa säilyttäminen ovat asioita, jotka ovat läsnä jokaisessa toimituksessa. Ja jokaisessa toimituksessa joudutaan harkit-

semaan, kuinka paljon esimerkiksi yrityskeskeisiä juttuja voidaan päästää lehteen, ja kuinka paljon yrittäjä saa kehua omaa tuotettaan tai palveluaan. Jokainen toimittaja joutuu joskus pohtimaan, miten paljon yritystä voi tuoda jutussa esille ilman, että lopputuloksesta tulee piilomainontaa.

Opinnäytetyöprosessi on opettanut minulle paljon siitä, mitä kaikkea muoti- ja kauneusaiheisessa, ja missä tahansa yrityskeskeisessä jutussa täytyy ottaa huomioon, ja kuinka tarkkaan erilaisia valintoja tulee harkita. Jatkotutkimusaiheita voisi löytää kaivelemalla useita, mutta selkeimpinä esille nousevat muun muassa se, minkä verran naistenlehdissä on piilomainontaa, kuinka muoti- ja kauneusaiheisesta jutusta saisi laajempaa yleisöä kiinnostavan, ja kuinka miehet otettaisiin paremmin huomioon Muoti ja Kauneus -liitteen jutuissa.

LÄHTEET

Ang, Tom 2006. Magazine illustration and picture editing. Teoksessa McKay, Jenny (toim.) The Magazine Handbook. Oxon: Routledge. s. 173 - 186.

Charming Cava, 2011. Naiset huopaa ja soutaa, siksi siis minäkin. Hakupäivä 19.3.2012.

<<http://charmingcava.blogspot.com/2011/04/naiset-huopaa-ja-soutaa-siksi-siis.html>>

Edu.fi, 2012. Median viihteellistyminen. Hakupäivä 6.3.2012.

<http://www.edu.fi/yleissivistava_koulutus/aihekokonaisuudet/viestinta_ ja_ mediataito/lahestymistapoja_mediaan/median_valta/median_viihteellistyminen>

Forum24.fi. Yhteystiedot. Hakupäivä 26.1.2012.

<<http://www.forum24.fi/yhteystiedot>>

Helle, Merja 2009. Journalistisen työn muutos. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. s. 91 - 111.

Holmes, Tim 2006. Magazine design. Teoksessa McKay, Jenny (toim.) The Magazine Handbook. Oxon: Routledge. s. 161 - 172.

Hujanen, Jaana 2009. Kiinnostavaa vai tärkeää? Ihmisläheisen journalismin kaksi polkua. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. s. 112 - 128.

Huovila, Tapani 2005. Toimittaja – tiedon etsijä ja vaikuttaja. Helsinki: WSOY.

Journalistiliitto 2011a. Journalistin ohjeet. Hakupäivä 27.1.2012.

<<http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohjeet/>>

Journalistiliitto 2011b. Sananvapaus. Hakupäivä 27.1.2012.

<<http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/sananvapaus/>>

Julkisen sanan neuvosto 2011. Journalistin ohjeet. Hakupäivä 27.1.2012.

<http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/>

Kuluttajansuojalaki 38/1978.

Kuluttajavirasto 2012a. Mainonnantunnistettavuus tiedotusvälineissä. Hakupäivä 27.1.2012.

<<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajakasvatus/mainonta-ja-kaupallinen-media/tietoa-mainonnasta/mainonnan-tunnistettavuus-tiedotusvalineissa/>>

Kuluttajavirasto 2012b. Markkinoinnin keinoja. Hakupäivä 27.1.2012.

<<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajakasvatus/mainonta-ja-kaupallinen-media/tietoa-mainonnasta/mainonnan-tunnistettavuus-tiedotusvalineissa/>>

Kuusisto, Tiina 2011a, Riinan tyyli syntyy omin käsin. Forum24, 25.8.2011 12 - 13.

Kuusisto, Tiina 2011b, Myös miehen iho kaipaa hoitoa. Forum24, 10.11.2011 19.

Kuusisto Tiina 2012a, Kaunista kauniin alle. Forum24, 12.1.2012 20 - 21.

Kuusisto Tiina, 2012b, Oppimispäiväkirja. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu, Oulu.

Kuutti, Heikki 2006. Uusimedian sanasto. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Perustuslaki 731/1999.

Suhonen, Aino & Turunen, Seppo & Varis, Markku 2005. Journalistisen kirjoittamisen perusteet. Jyväskylä: Oy Finn Lectura Ab.

Vapautus, 2011. New Look? Hakupäivä 19.3.2012.

<<http://vapautus.blogspot.com/2011/04/new-look.html>>

Vuorinen, Kimmo 2005. Etnografia. Teoksessa Ovaska, S. & Aula, A. & Majaranta, P. Käytettävyyttutkimuksen menetelmät. Tampereen yliopisto, Tietojenkäsittelylaitos B-2005-11. s. 63 - 78.

LIITELUETTELO

Liite 1 Riinan tyyli syntyy omin käsin

Liite 2 Myös miehen iho kaipaa hoitoa

Liite 3 Kaunista kauniin alle



www.forum24.fi – 11. vuosikerta – n:o 69 – Torstai 25. elokuuta 2011

Antell uusii leipomokuvionsa
Sivu 8

Korjus panostaisi valmentajiin
Sivu 31

Riina luottaa taitoihinsa
Sivut 12–13

A portrait of a young woman with vibrant red hair styled in a bob with bangs. She is wearing a light green cardigan over a dark top with a floral pattern. A pink flower is tucked into her hair. She is looking slightly to the right with a gentle smile. The background is a solid red color.

seat.fi

SINULLE, JOKA HALUAT **ILMASTOINNIN,**
VAKIONOPEUSSÄÄTIMEN,
ALUMIINIVANTEET
JA MITÄ KAIKKEA VIELÄ...

UUSI IBIZA ST 1.2 TSI
295 € KÄSIRAHALLA!

A red SEAT Ibiza ST 1.2 TSI hatchback car shown from a rear three-quarter view. The SEAT logo is visible in the top right corner of the advertisement.

Riinan tyyli syntyy omin käsin

Liite 1 2 (3)

Muoti & kauneus

Riinan tyyli syntyy omin

OULU
Tiina Kuusisto
tiina.kuusisto@forum24.fi

21-vuotias Riina Kortesoja erottuu varmasti edukseen liikkueensa Oulun kaduilla. Käädöksi opiskeleva Riina saa tyyliinsä inspiraatioita muun muassa vanhoista lehdistä ja elokuvista. Tyylin kulmakivenä toimivat mekot, joista suurimman osan tyttö tekee itse.

- Olen aina ommellut. Nuorempana ompelin tosin vain helppoja juttuja, vaatteita barbeille ja itselle joitain trikootoppeja, Riina kertoo.

Abituotensa kevaalla, vuonna 2008, Riinalla oli paljon vapaa-aikaa, joten hän päätti alkaa opettelemaan ompelamista enemmänkin.

- Nykyään on helpompi tehdä mekko itse, kuin lähteä etsimään sitä kaupoista.

Kolme vuotta asuja blogissa

Samalla kun ompelminen tuotti tulosta, alkoi Riina kaivata kanavaa, jossa esitellä tuotoksiaan. Tämän yhtälön tuloksena syntyi Oh Molly! -blogi, joka on toiminut edelleen.

Blogissaan Riina esittelee tyyliään, asujaan ja itse ompelamia vaatteitaan sekä elämänsä mukavia asioita kuvin ja tekstein.

Riina Kortesoja
ompelee suurimman osan mekoistaan itse.



TINA KUUSISTO



Kenkiä löytyy tilaisuuteen kuin tilaisuuteen.

//

Nykyään on helpompi tehdä mekko itse, kuin lähteä etsimään sitä kaupoista.

Riina Kortesoja

- Aiemmin blogissani oli paljon enemmän tekstiä, mutta nyt kun olen kiireisempi kuin lukuloman aikaan, on painotus siirtynyt enemmän kuville.

Riina on päättänyt pitää bloginsa niin sanotusti hömppälinjalla ja keskittyy tyyli- ja vaateasioihin sen sijaan, että kirjoittaisi mielipiteitään eri asioista. Hömpä tuntuu kuitenkin vetoavan

lukihoihin, sillä blogissa vieraillee puolisisentoista tuhatta kävijää joka viikko.

- Aina joskus joku uusi lukija kertoo lukeneensa koko blogin saman tien, kaiken yli kolmen vuoden ajalta.

Niin Riina kuin blogikin ovat muuttuneet kolmen vuoden aikana, ja välillä Riinasta tuntuu, että voisi saman tien pilloittaa bloginsa ensimmäiset kaksi vuotta

RIPSIPIDENNYS

Yksittäiset ripset, 15 eri pituutta,
4 eri paksuutta, TUNNISSA!
Ammatti taidolla, 2:n vuoden kokemuksella.

49€

Oppilastyönä (29.9- 31.10)

KASVO- JA JALKAKAHOITO YHDESSÄ 65 €

Myös HIERONTAA



KauneusKamari
P. 0400 848 646

Rautatiekatu 10 B 4
www.kiertavafysio.fi
Eina Kokkonen

ALE ALE**RUNSAASTI KANKAITA****ULOSHEITTOHINNOIN!**

Outlet
AicoTex

Hajottamotie 7,
Takalaanla, Hiltusenperä,
90620 Oulu, P. 040 727 5 175

Avoinna
ma-pe 9.30-18, la 9.30-15

Easy Gym

Lyömätön hinta-laatusuhde!

• Jatkuva sopimus 25€/kk • 3 kk 90€
• KERTATREENI 5€

• Avoimna joka päivä klo 6-22
• Uusikatu 22, Oulu

(ex Portfolis, ex Reidar, ex Cuba, ex Lupt, ex HTC)

www.easyygym.fi

Riinan tyyli syntyy omin käsin

Liite 1 3 (3)

Muoti & kauneus

käsin



Täällä syntyvät Riinan mekot.

salasanan taakse.

- Toisaalta osa bloggaamisen hauskuutta on myös se, kun näkee, miten on kehittynyt ja muuttunut vuosien varrella. Eikä kukkaan lukijoista ole koskaan tullut sanomaan, että voi kun olet ollut nolo kaksi vuotta sitten, Riina selittää.

Mahdollisuus tienata

Ompeluharrastus ja blogin ylläpito ovat tuoneet Riinalle myös mahdollisuuksia tienata hieman ylimääräistä. Riina on myynyt mekkojaan esimerkiksi kirpputorilla ja nettihuutokaupassa sekä omassa epävirallisessa nettikaupassa.

Riina tekee mekkoja sil-

loin tällöin myös tilaus-

toimä, ja tänä ke-

sänä häneltä

tilattiin ko-

konainen

mallisto

Salos-

sa toi-

mivaan

Superu-

pee-liik-

keeseen.

- Epä-

röin aluk-

si, koska en

halunnut tehdä

monta samanlaista mek-

koa eri koossa. Se on tylsää.

Sitten tajusin, että voisin

koota malliston uniikkikap-

paleista. Jokaista mekkoa

on vain yksi, mutta niitä ei

ole tehty vain yhden koon

ihmisille.

Riinan vaatteista noin

puolet on itse tehtyjä. Mek-

koista vain noin viidesosa

on kaupan hyllyltä, mut-

ta perusvaatteet Riina mie-

lueummin ostaa.

- Tavallisten paitojen omp-

pelu on aika tylsää, hän

naurahtaa.



Teatteribasaarissa on tarjolla muun muassa uniikkeja pukuja.

Kultaa ja samettia basaarista

Oulu

Oulun kaupunginteatterin ala-aulassa järjestetään tänään kirppis kello 15-21 Oulun Taiteiden yön merkeissä.

Teatteribasaarissa on myynnissä muun muassa satakunta upeaa design-pukua, joita on jo kyselyt esimerkiksi vanhojen päivien ja naamiaisten asuiksi.

Basaarihinnat lähtevät

muutamasta eurosta.

Pukujen lisäksi tarjolla on uniikkia teatterirekvisiittia, joka toimii vaikkapa näyttävä sisustuselementtinä.

Myynnissä on myös työkoneita, huonekaluja ja lastustusten osia.

Basaarihengen kuuluu tietysti tinkiminen. Maksu vain käteisellä.

Hauskaa hikoilua

Oulu

Sh bam on Les Millsin keksimä vastine Zumballe.

Tanssillisen, biletyylisen tunnin ideana on hyvä fiilis ja kuumat liikkeet. Hiki tulee taatusti vaikka sitä ei itse huomaa.

Sh bam-liikuntatunti keskittyy yksinkertaiseen mutta vangitsevaan koreografiaan. Hauska tunti lanseerataan kaikissa Suomen SATS-keskuksissa viimeistään 29. elokuuta.

FightCircuit on saanut ideansa kamppailulajeista, mutta osallistujat eivät kamppaile toisiaan vastaan ja vältyvät mustelmilta.

Tämä ryhmäliikuntamuoto yhdistää löylyä ja potkut kivenkovaan kuntoharjoitteluun. Se sopii kaikille, jotka etsivät vaihtelevaa ja intensiivistä treeniä.

Myös FightCircuit-tuntia pääsee testailemaan SATS-keskuksissa 29. elokuuta alkaen.

SYYSUUTUUKSIA SAAPUNUT RUNSAASTI!
Käy katsomassa pikku-riikan facebook-sivulta



Kedonperäntie 30, 91900 Uiminka 050 - 435 8282
Avoinnna ma-pe 12-18, la 12-16

Timantti- ja jalokivikorut
- toiveittesi mukaan

Kura Wella

HEDGAME

"PIKKUSEN PAREMPAA TYYLIÄ"

Parturi-kampaamo Ripsistudio Kynsistudio
Pigmentointistudio Wella-Shop

Hiusvärjäykset
Sim Sensitive **Sim**
SENSITIVE
tuoksuttomilla väreillä.

HIUSHOITOLA 55

Kirkkokatu 55, 90100 Oulu p. (08) 311 3925, 040 724 0923

HIUS- JA KAUNEUSHOITOLA POSTIAUKKIOLLA!

Ärsyyntyykö ihosi kosmetiikasta? Tule tutustumaan ja kokeilemaan luonnokosmetiikkaa ja luomumeikkejä.

Henk.koht. meikin opastus Couleur Caramellin luomumeikeillä **40€**

Kesän jälkeen iho kaipaa kosteutta, hemmotteleva eeteristen öljyjen kasvohoito **59€**

Hetki Komeudelle, miesten kasvohoitto **50€**

Myynnissä: Mary Cohr ihonhoitotuotteet, Couleur Caramel meikit, Lavera luonnokosmetiikkaa

Teitä palvelee:
SKY-Kosmetologit
Outi Hernekaski
Hällituskatu 33
(postiaukiö)
p. 0503229350

AVOINNA:
ma-pe 10-17
la sop. mukaan

Voimassa 10.9. saakka

HETKI KAUNEUELLE ...JA KOMEUELLE
www.hetkikauneudelle.com

PUTIIKKI 27

65€ **59€**

Syksyn ihanuuksia

Asemakyläntie 27, 90840 Haukipudas. P. 044 747 2702
www.putiikki27.fi
Av: ma-pe 12-18, la 11-15 www.facebook.com/putiikki27

Vartalooa kauniisti muotoilevat tuotteet

Myös miehen iho kaipaa hoitoa

Liite 2 1 (1)

Muoti & kauneus

Myös miehen iho kaipaa hoitoa

OULUTiina Kuusisto
toimitus@forum24.fi

Miesten ihonhoitoon satsataan nykyään entistä enemmän.

Etenkin nuoret miehet osaavat jo huolehtia ihonsa kunnosta paremmin, sillä esimerkiksi hoitotuotteita on saatavilla enemmän.

Miehet eivät ole enää outo näky kauneushoitoloissaan. Oululaisen BellaBellan asiakkaista jo parkyymmentä prosenttia on miehiä.

– Useimmat tulevat ensimmäistä kertaa kasvohoitoon esimerkiksi tyttöystävän tai vaimon ostamalla lahjakortilla ja jatkavat sitten käyntejä, kertoo vastaava kosmetologi Helena Tauriainen.

Miesten ihosta näkyy kuitenkin hoidon puute edelleen.

Tyypillisimpiä hoitovivhteitä ovat Tauriainen mukaan kosteutuksen puute ja ihon puhdistamisen laiminlyöminen ennen parranajoa.

Kasvohoito rentouttaa

BellaBellan toimitusjohtaja Jorma Alatorvinen on yksi niistä miehistä, jotka huolehtivat ihostaan.

Hän käy kasvohoidoissa, mutta myöntää unohtavansa ihonhoidon kotona helposti.

Jorma Alatorvinen on yksi niistä miehistä, jotka uskaltavat kasvohoitoon. Helena Tauriainen muistuttaa hoidon säännöllisyydestä.



TIINA KUUSISTO

"

Nyky menetelmät ovat miellyttäviä ja kivuttomia.

Kosmetologi
Helena Tauriainen

Alatorvinen hoidatti ensin kasvoistaan kuntoon kulmakarvat.

– Kulmakarvat kannattaisi ehdottomasti hoitaa kuntoon, sillä siistit kulmakarvat tuovat kasvopiirteet selkeämmin esiin. Etenkin vanhemmilla miehillä kulmakarvat saattavat helposti harmaantuakin, hän perustelee.

Ensimmäinen kasvohoito jännitti häntäkin, mutta kokemus oli kaikinensa niin rentouttava, että Alatorvinen suosittelee sitä mielellään myös muille.

– Samalla tavalla miehet hoitavat hiuksiaankin, mikseivät siis ihoa?

Muiden kommentit eivät koskaan ole miellyttäneet Alatorvista.

Hänestä ihonhoito on nykypäivänä aivan normaalia, ja perisuomalainen jurous ja kosteusvoiteista kieltäytyminen on jo vanhanajan kaista.

Kasvohoito on hänen mielestään myös oiva lahjavinkki esimerkiksi isänpäivää silmällä pitäen.

– Ihmisillä on nykyään niin paljon tavaraa. Miksei siis voisi antaa miehelle lahjaksi kokemuksia ma-

terian sijaan? Alatorvinen vinkkaa.

Ihotyypin mukaan

Kasvohoito aloitetaan tekemällä ihoanalyysi ja karvoittamalla ihon sen hetken kunto, jonka jälkeen sovitaan hoidosta ottamalla myös asiakkaan toiveet huomioon.

– Miehen iholle ei valittamatta lähdetä ensimmäisenä tekemään rajua mekaanista puhdistusta. Esimerkiksi rutikuiva iho vaatii ensin tehokasta kosteutusta, Tauriainen sanoo.

Mekaanista puhdistustakaan ei enää tarvitse pelätä, vaan nyky menetelmät ovat miellyttäviä ja kivuttomia, hän lupaa.

Kasvohoidon lopuksi tehdään asiakkaalle hoitosuunnitelma, katsotaan sopivat kotihoitotuotteet ja sovitaan seuraava hoitokerta.

– Kasvohoitossa olisi hyvä käydä säännöllisesti kuukauden tai kahden välein, jolloin ihon kuntoa seurataan ja "päivitetään". Samalla tarkistetaan, että kotihoitotuotteet toimivat oikein, Tauriainen toteaa.

SALON VIPHO

Häät!



Luovaa Hääkuuvasta.



Lumoavat dokumentaariset
hääkuuvaspaketit 2012 nyt myynissä.
Varaa hääkuuvaspaketisi ajoissa!

petteri@lumoiimage.fi | 050 388 3310 | www.lumoiimage.fi

Talvilankoja
vielä ehdit tehdä lämpimiä neuleita
polsuilla puikoilla

**NEULE-
LANGAT**

-15%

Tarjous voimassa 21.1. saakka

www.kangasvilla.fi

Tetä pukevat Aija ja Miia arkisin klo 9-18, lauantaisin klo 9-14

KANGASVILLA

UUSI OSOITTEEMME: OLLILANTIE 1

Nordea-pankin talossa

Puh. 515 284 | anna-riitta.koret@kangasvilla.fi

Kaunista kauniin alle

OULU
Tiina Kuusisto
tinzus@forun24.fi

Hääpäivänä kaikki katseet ovat morsiamessa ja hänen puvussaan, mutta kokonaisuuteen vaikuttaa suuresti myös se, mitä vieraat eivät pääse näkemään.

Alusvaatteisiin kannattaa panostaa erityisesti hääpäivänä, eikä niiden hankintaa kannata jättää viime hetkeen.

- Mielellään alusvaatteet kannattaisi ostaa ihan ensimmäisenä, sillä itse hääpukua sovitettaessa on suositeltavaa, että alusvaatteet ovat samat, kuin sitten hääpäivänakin, vinkkaa Zeppeleihin uuden alusvaateliike Changen myymäläpäällikkö Jenni Kinnunen.

Vaikka alusvaatteita ei aivan ensimmäisenä hankkisi, kannattaa pukuja sovitellessa ottaa ne kuitenkin huomioon. Esimerkiksi selästä hyvin avonaisen ja olkaimeettoman puvun alle ei saa rintaliivejä, jotka tukisivat isompia rintoja tar-



- Monet hankkivat häitä varten esimerkiksi korsetin tai sukkanauhavyön, Jenni Kinnunen kertoo.

peeksi.

- Alusvaatteilla on suuri merkitys siinä, miltä hääpuku ja vaatteet yleensäkin näyttävät päällä. Viimeis-

tään omia häitä varten kannattaisi ehdottomasti käydä erikoisliikkeessä hankkimassa oikean kokoiset liivit, Kinnunen muistuttaa.

Kinnusen mukaan alusvaatteet tulisi hankkia viimeistään kuukautta tai edes paria viikkoa ennen häitä.

Jotain sinistä ja persoonallista

Oikeanlaisilla alusvaatteilla voi muokata kehoaan ja si-
lottaa ylimääräisiä kummu-
roita.

Perinteisen hääpuvun alle voi alusvaatteilla tuoda mukaan myös omaa persoonaansa, ja ovatpa alusvaatteet myös kätevä tapa tuoda asuun jotain sinistäkin.

- Hääpuvut ovat usein niin paksua kangasta, etteivät mustatkaan liivit näy kankaan läpi. Monet rok-



On tärkeää, että vartaloa kaunisti korostava alusasu myös tuntuu hyvältä päällä.



Alusvaatteilla voi tuoda asuun myös jotain sinistä uuden, vanhan ja lainatun rinnalle.

Kauneushoitola
Ihanainen

Kirkkokatu 7, 90100 Oulu
044-0556962

Ammattitaitoilla. Sinulle ja HÄNelle.

Avoinna:
ma-pe 10-19
la 11-16
Muut ajat
sop. mukaan

Tarjoushinnat
voimassa 31.1.
saakka

Hehkeyttä ja hyvää oloa Ihanaisesta!

Käikille aijien ja juhlien sankarittarille ja sankareille...

Ihanaisen luksus kasvohoito, 100 min

79,-

Perusteellinen kasvohoito, 70 min

52,-

Tiimanttihionta ja ihonpuhdistus, 60 min

45,-

Ihanaisen upea jalkahoito, 90 min

55,-

Ripsienpidennykset, sis. huollon

75,-

Sokeroinnit edullisesti, esim säareit

25,-

Tervetuloa rentoudumaan!

www.kauneushoitolaihanainen.com

Tapaat meidät
hämmessällä 22.1.
Club Teatrilla!

Kun tahdot ikimuistoiset juhlat





Muotoilevat alushousut eivät valitettavasti ole erityisen seksikkäät.

Jenni Kinnunen, alusvaatelike Change

karityyliset morsiamet ostavatkin räväkämät alusvaatteet perinteisen puvun alle, Kinnunen kertoo.

Trendit häitä varten ostettavissa alusvaatteissa mukaillevat pukujen tyyliä. Monet suosivat nyt olkaimettomia pukuja ja rintaliivejä.

Myös värejä näkyy alusvaatteissa yhä enemmän, vaikka valkoinen ja kerma ovatkin perinteisesti suosiossa.

Monet haluavat myös hääpuvun alle jotain erikoista tuomaan juhlan tunnelmaa, ja panostavat esimerkiksi korsetteihin tai sukkanauhavöihin, joita arkena harvemmin käytetään. Myös perinteinen reisinauha kuuluu morsiamen alusasuun usein.

Jatkoaika juhlaile

Juhlien jälkeen on edessä vielä häyö, johon halutaan myös panostaa. Moni morsian hankkii alusvaatteisiinsa sopivan yöasun.

– Monet hankkivat myös häyöä varten kokonaan toiset alusvaatteet, sillä esimerkiksi muotoilevat alushousut eivät valitettavasti ole erityisen seksikkäät, Kinnunen huomauttaa.

Kun hankkii vielä yöasuun ja alusvaatteisiin sopivan silkkinen aamutakin, saa hääjuhlan tunnelmaa venytettyä vielä seuraavaan aamuunkin, kun päälle ei vielä vedäkään arkisesti verkkareita ja villasukkia.

Alusvaatteiden vilettelevät yksityiskohdat ovat sulhasta varten.



Perhejuhlat ja karonkat Ynninkulman juhlatiloissa

Kulttuurihistoriallinen Ynninkulma tarjoaa elämykselliset puitteet kaikenkokoisille perhejuhlille, luokkakokouksille, karonkajuhlille ja vaikka illalliselle ilman sen juhlavampaa syytä. A la carte -iltaan lisäksi tarjolla on useita historiallisia erikoisuuksiamme kuten *Riimihärkää à la Franzen*.



Tervetuloa juhlapöytään!



Holiday Inn

TIEDUSTELUT JA VARAUKSET:

Holiday Inn Oulu, Kirkkokatu 3 - Puh. (08) 883 9111
oulu.holidayinn@restelfi - www.finland.holidayinn.com



Upeat morsiuspuvut omaksi tai vuokralle

Miesten juhlapuvut

- Turo
- Cavalier

Esim. Bonjour-puvun vuokraus 280e

Kaason asut ja iltapuvut

Varaathan maksuttoman