

#sexyhotbeautiful

Maria Hästbacka

Lahden Ammattikorkeakoulu
Media-ala
Valokuvaus
Opinnäytetyö AMK
Kirjallinen osuus
Kevät 2017
Maria Hästbacka

Lahden ammattikorkeakoulu

Valokuvauksen pääaine

HÄSTBACKA, MARIA:

Suuntautumisvaihtoehdon opinnäytetyö, 43 sivua,

13 liitesivua

Kevät 2017

Tiivistelmä

Opinnäytetyöni käsittelee nykyajan naiskuvastoa.

Valokuvat mitä näemme ympärillämme päivittäin, näyttävät suuntaa sille, miltä ihmisten kuuluisi ja haluttaisi näyttävän. Mutta mistä niissä kuvissa on oikeasti kyse?

Kirjallinen osuus käsittelee ja esittelee nykyaikaisen naiskuvaston eri osa-alueita. Olen rajannut osa-alueet sellaisiin, joihin huomioni on kiinnittynyt kaikkein eniten. Teksti on suurimmaksi osaksi omia ajatuksiani naiskuvastoista. Tekstissä ei ole tarkoitus tuomita tai ehdottaa vaihtoehtoisia tapoja tehdä asiat toisin kuin miltä naiskuvastot nyt näyttävät.

Opinnäytetyöni kuvallinen osuus koostuu kuudesta potrettivalokuvasta.

Esitän nykyajan naiskuvastoa karnevalistisesti, tehden pilkkaa.

Avainsanat nainen, naiskuvasto, muoti, porno, sosiaalinen media, media, mainonta

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Photography
HÄSTBACKA, MARIA:

Bachelor's Thesis in photography, 43 pages,
13 pages of appendices
Spring 2017

Abstract

My thesis discusses the female catalog of today. The images we see around us every day paint the picture of how people should look like according to the society and the media. But what are those images really all about?

The written presents and deals with the different sectors of the modern female catalog. I have restricted the sectors into those I have personally paid attention the most while working in the field of photography. The text consists mainly of my own observations and thoughts from my own point of view. The text is not meant to judge or look for new ways to do things.

The photography part of my thesis consists of six portraits. I am portraying the modern female catalog in carnevalisque, mocking way.

Keywords woman, woman catalog, fashion photography, pornography, social media, media, advertising

1 Tekijänä	1
2 Minä naisena	2
3 Naiskuvasto	3
3.1 Muotikuvasto	4
3.2 Porno	9
3.3 Mainonta	11
3.4 Sosiaalinen media	14
4 Prosessi	23
4.1 Kuvien suunnittelu	24
4.2 Kuvaideat	26
4.3 Järjestely	28
4.4 Kuvaustilanne	29
4.5 Kuvankäsittely	30
5 Yhteenveto	33
Lähteet	34

Tekijänä

Minulla ei ole tarkkoja muistikuvia siitä, miten innostuin muotikuvauksesta. Muistan vain, että aloin tarkemmin katsella muotikuvaston kuvia ammattikoulun puolesta välissä. Kiinnostuin enemmän niiden teknillisestä puolesta kuin sisällöstä. Miten saatiin luotua niin sadunomaisia ja kauniita kuvia? Sellaisia kuvia ei tuoteta sormia napsauttamalla.

Työssäoppimispaikan kautta tutustuin tarkemmin suomalaisen muotikuvaston tekijöihin. Olen toiminut muotivalokuvaajan Kira Gluschkoffin assistenttina jo viisi vuotta, siitä lähtien kun aloitin hänellä työssäoppimisen. Hänen kautta olen päässyt kokemaan ison luokan muotivalokuvauksia. Olen oppinut toimintatapoja sekä valaisutapoja, joita olen soveltanut omaan tekemiseen. Koen olevani etuoikeutettu päästyäni sellaiselle eturivin paikalle oppimaan muotivalokuvauksen saloja.

Muotivalokuvaajan opissa olen oppinut parhaiten ohjaamaan henkilöä kameran edessä. Enemmänkin sen suhteen, miten saada ihminen näyttämään parhaimmaltaan. Jokaisella on toki oma käsitys ”parhaimmasta puolesta” ihmisessä. Minulle parhainta on esteettinen ulkokuori.

Minä naisena

Synnyin vuonna 1993. Vietin onnellisen ja normaalin lapsuuden. Perheeseemme kuului isä, äiti ja pikkuveli. Lapsuuteeni kuului Barbie-nukkeleikit sekä junaratojen kasaamiset. Minut niin sanotusti kasvatettiin perinteiseen tytön rooliin.

Äitini ei pukenut minua vaaleanpunaiseen. Enemminkin pukeuduin äitini lempiväreihin: siniseen, beigeen sekä vihreään. Samoin pikkuveljeni. Vaatteeni olivat hyvin neutraaleja väreiltään ja muodoiltaan. Pihakavereilla oli taas söpöjä sydänkuviollisia glitter-paitoja, joista saatoin olla välillä kateellinen. Napapaidat sekä playboy pupu-logolla varustettu toppi olivat kovaa huutoa 2000-luvun alussa. Kumpakaan en koskaan omistanut, sillä äitini ei suostunut niitä ostamaan. Ehkä hyvä näin.

Äitini oli tarkka laittautumisen suhteen. Hän ei itsekään laittaudu päivittäin ammattinsa takia. Lähihoitajan pitää olla mahdollisimman neutraali. Hän ei meikkaa ihoaan tai korosta silmiään. Hiukset kuitenkin on tärkeätä pitää kunnossa. Aloin värjäämään maantienharmaita hiuksiani vasta vuonna 2006 ja meikkaamaan enemmän vuonna 2011, ollessani ammattikoulun toisella vuosikurssilla.

En tiedä, millaisessa kuplassa olen asunut, kun pystyin lapsena ja teininä olemaan välittämättä kaiken maailman kauneushömpötyksistä. Oli paljon kauneusmainontaa, mutta en kiinnittänyt siihen huomiota. Silloin ei toki ollut kummallisempaa kosmetiikkamarkkinointia, sillä kosmetiikka oli vielä silloin kovin alkutapailleella. Toki, kosmetiikkaa käytettiin jo minunkin teiniaikoina kovin paljon, mutta alkeellisesti ja mielikuvituksettomasti.

Olen monesti pysähtynyt miettimään omaa itseäni. En ole oikein koskaan seurannut trendejä tai tavoitellut tietynlaista ulkonäköä. Jokainen medioista on muokannut ulkonäkökäsitteitä niin sanotusta täydellisestä naisesta.

Moni ystäväni on matkinut kauneustrendejä melkein orjallisesti. Vaatteissa on näkynyt samaa vaikutusta. Jos trendiväriä on ollut vaaleanpunainen, on sitä hamstrattu. Kun brändimerkki Michael Kors oli kovinta huutoa, jokainen omisti hänen suunnittelemansa laukun tai lompakon. Minä taas ostin H&M valmistavan perusmustan puuvillapaidan.

Olen hyvin paljon tyttöpoika. En pukeudu niin sanotusti geneerisesti tyttömäisesti. Enkä poikamaisesti. Siltä väliltä kuitenkin. Yhdistelen tyylejä ja pukeudun miten lystää.

Ystäväpiirini muodostuu hyvin paljon miehenpuolisista henkilöistä. Heidän joukossa minun ei tarvitse esittää mitään. He eivät aseta paineita ulkonäkölleni, vaikka voisi kuvitella toisin. Tärkeintä on persoona, se mitä päässä liikkuu ja mitä suusta tulee ulos.

Naiskuvasto

Olen valinnut seuraavat kuvastot tarkasteluun sen mukaan, joihin olen kiinnittänyt huomiota eniten. Tuon omia huomioita nykyajan kuvastosta, joita tapaamme printtamediassa, mainoksissa, sosiaalisessa mediassa... Tarkoitukseni ei ole moittia tai tehdä ehdotuksia vaihtoehtoisista menettelytavoista.

3.1

Naiskuvasto

Muotikuvasto on ollut jatkuvasti puheenaiheena nimen omaan ihannemallien osalta. 2000-luvun alkumetreillä vallitsi laihiusbuumi. Oli ihanteellista olla hyvin laiha, jopa sairaalloisen laiha. Muistan, kuinka paljon puhuttiin anoreksiasta. Lehdissä puhuttiin sen vaaroista ja foorumien kysymyspalstoilta kysyttiin mistä tunnistaa mahdollisen syömishäiriön alkuoireet. Toisaalta taas, jotkut ihannoivat syömishäiriöstä johtunutta vartaloa. Kaikkein pienin vaatekoko oli ihanteellinen vaatekoko. Ruokaa pidettiin vihollisena ja kaloreita kuluttavaa liikuntaa suositeltavana. Onneksi tämä ei ole enää muotia vaan on tajuttu, että terveellisellä ruokavaliolla sekä normaalilla liikunnalla voi saavuttaa niin sanotusti ihanteellisen vartalon.

Muotikuvastossa näkyi langanlaihoja malleja. Käsissä ei ollut muuta kuin luuta ja nahkaa. Muoti luo illuusioita täydellisestä ulkonäöstä ja pukeutumisesta. Muotimaailma suunnittelee ja muokkaa osittain nykyajan kauneuskäsitteitä. Muotia ja kauneutta näkyy aivan kaikkialla, siltä ei pysty välttymään.



Kuva 1 / Anja Rubik + Quazi Limited Collection -kampanjakuva / © Artur Wesolowski

Muotiin sekä beauty-kuvissa on yleistä käsitellä ihoa. Ihon käsittely juurtaa jo valokuvauksen alkuaikoihin, jolloin ihosta tehtiin kuulas ja virheetön. Niin se edelleenkin on.

Digitaalisilla kuvankäsittelyohjelmilla on helppoa napsia virheitä pois kasvoista ja peittää silmäpussit. Sen lisäksi että saadaan iho virheetömäksi, on keksitty manipuloida muotoja. Ei enää riitä, että mallilla on tarpeeksi kapea vyötärö tai anorektiset jalat. Jälkikäsitteily on tavallaan pelastus mutta myös suuri kirous. Se on tuonut helpotusta alan ammattilaisille, mutta hämärtänyt monen mielen todellisuudesta. Osaako sitä enää pian itsekään erottaa, mikä on terveellisen näköinen vyötärö eikä näytä siltä että kylkiluita olisi poistettu? Kuvankäsittelyn ansiosta nykyinen ihannoitu kehonkuva ei ole edes todellinen.

Alan ammattilaiset osaavat katsoa kuvia suodattimen läpi, mutta peruskuluttaja ei osaa. Valokuvassa he näkevät vain totuuden. He näkevät kuvissa vain ihmisen, joka vastaa täydellistä kauneusihannetta.

Nykypäivän naisen ihanne vartalokuva ei ole millään tavoin realistinen. Victoria's Secret toteutti vuonna 2010 ensimmäisen ”Love My Body” kampanjan (Enid Portuguez, 2010), jonka kampanjakuvissa esiintyi sen ajan huippumalleja. Kampanja oli ajatukselta hieno, mutta kuvissa esiintyi huippumalleja, jotka olivat langanlaihoja ja trenattuja. Keskivertoinen naisvartalo ei vastaa millään tavoin samanlaista huippumallin vartaloa.



Kuva 2 / Victoria's Secret -alusvaatekampanja / © Victoria's Secret

Langanlaihojen ja anorektisten mallien ihannointi on onneksi muuttunut parempaan suuntaan, mutta silti ongelma ei ole kadonnut mihinkään. Mallit ovat edelleen pienemmän vaatekoon edustajia. Uskon, että tämä tulee säilymään näin vielä vuosia vaikka tätä normia yritetään tavalla tai toisella rikkoa myös suunnittelijoidenkin toimesta. Perinteisemmät isot muotitalot tekevät edelleen näytösvaatteensa nolla-kokoisille malleille ja karsastavat normaalikokoisia ihmisiä.



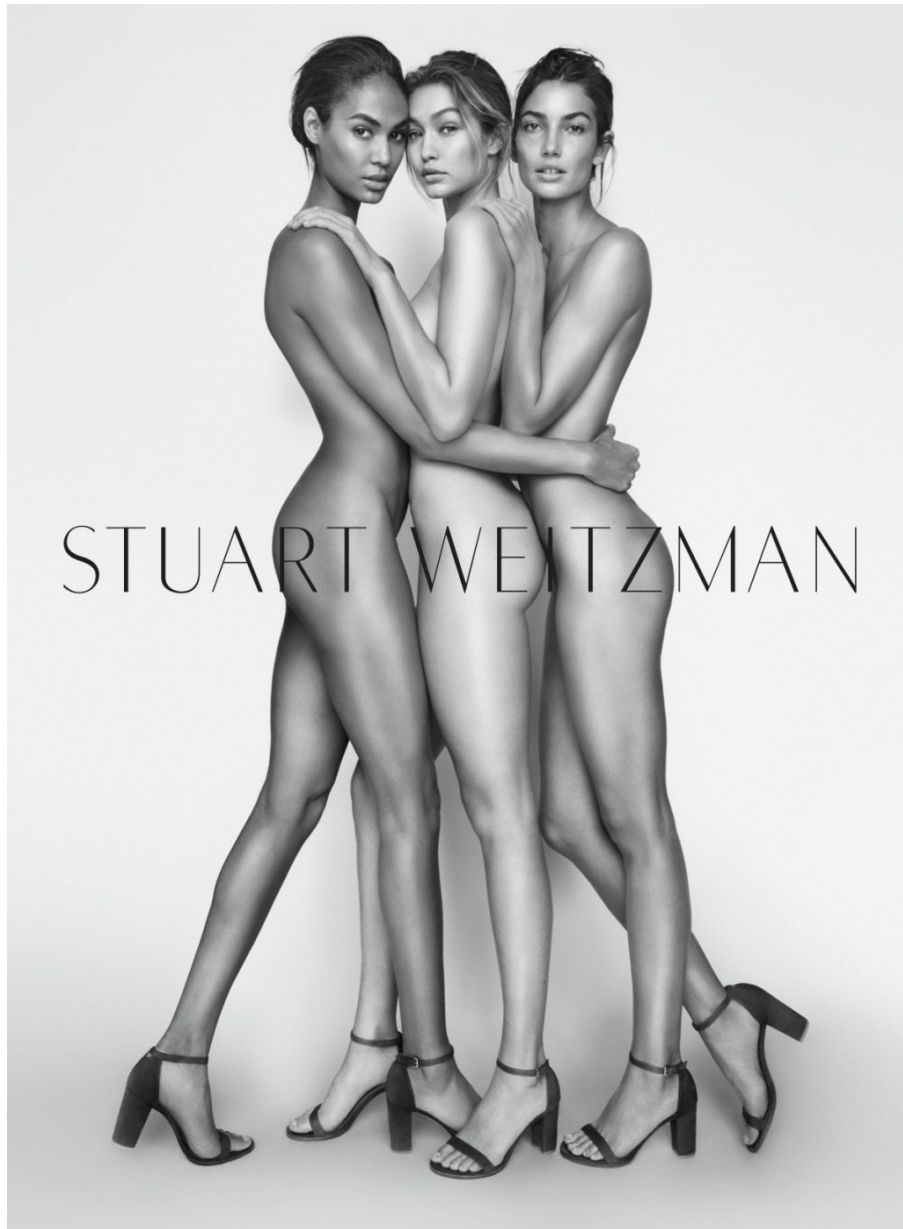
Kuva 3 / Winnie Harlow / © Nelson Simoneau

Vaikka muotimaailmalla on vielä parannettavaa ja hyväksyttävä normaali vartaloiset ihmiset, on myös esitelty maailmalle poikkeuksellisen eli aivan täysin normaalin näköisiä ihmisiä.

Winnie Harlow ponnahti julkisuuteen America's Next Top Model -tv-sarjan kautta. Harlow sairastaa valkopälvi pigmenttihäiriötä (*Eve Barlow, 2015*). Näiden ihmisten tuominen esille on hieno asia, sillä ihminen pitää hyväksyä itsensä sellaisena kun on. Ihmisen ei tarvitse omata virheetöntä ihoa, korkeita poskipäitä tai pituutta.

Minulla on selluliittia reisissä ja uskon, että jokainen nainen saa niitä jossain kohtaa elämäänsä. Se on arkipäiväistä, mutta silti sen olemassaoloa yritetään tavalla tai toisella peittää. Selluliitin ja muiden ihovirheiden olemassaolo hyväksyttäisiin nopeammin, jos sitä ei kuvankäsittelyllä peitettäisi. Virheiden ja iän tuomat jäljet eivät pitäisi olla häpeämisen aihe

Muotikuvastossa on hyvin yleinen ilmiö esittää naisvartalo alastomana tuotteen rinnalla. Tätä tapaa useimmiten kauneus- sekä hajuvesimainoksissa. Naisen vartalo esineellistetään. Tulkitsisin yhdeksi syyksi tällaiseen esittämiskäytökseen sen, että tahdotaan tuoda tuote näkyvämmiin esiin ja ylimääräinen hälinä, tässä esimerkissä muun muassa vaate, taustalla saattaa kiinnittää huomion pois itse mainostetusta tuotteesta. Koen sen kuitenkin huonoksi syyksi. Miksi mainoksessa pitää ylipäättensä esittää henkilö tai miksi se pitää esittää alastomana? Alastomuudella ei ole mitään tekemistä mainostetun tuotteen kanssa.



Kuva 4 / Stuart Weitzman -kenkäkampanja 2016 / © Mario Testino

Valokuvassa mainostetaan miessuunnittelijan Stuart Weitzmanin kenkiä ja kuvan on ottanut miesvalokuvaaja Mario Testino. Weitzman on yhdysvaltainen suunnittelija (FMD, 2017), joka suunnittelee naisten kenkiä. Valokuvan on ottanut perulainen valokuvaaja Mario Testino (Mariotestino.com, 2017). Asiakas sekä työn tehnyt ovat kummatkin miespuolisia henkilöitä, jotka ovat yhdessä esineellistäneet ja seksiobjektoineet naisen kampanjakuvaan esittämällä tämän alastomana kenkien kanssa. Miksi mallit ovat alasti, miksi ei vaatteet päällä ja luoden vaatteilla jonkinlaisen mielikuvan kenkien pitäjistä? Seksi toki myy, mutta luulisi korkean luokan kenkävalmistajalla olevan tarpeeksi vakaa maine tekijänä ettei tarvitsisi alentua tekemään halvan näköistä mainoskampanjaa alastomuudella.

Muotivalokuvissa alastomuus synnyttää erilaisia mielleyhtymiä. Itselläni se vahvasti liittyy seksiin.

Uskoisin, että paras ratkaisu tällaisen turhan alastomuuden esittämisen lopettamiseen olisi seksillä myymisen järkevöittäminen. Tälläkin olisi paljon vaikutusta nuoren naisen vartalokäsitykseen. Jos alastomuudella ei ole mitään mieltä räjäyttävää ideaa tuotteen kannalta, niin sen tilalle voisi keksiä jotain muuta fiksumpaa. Ideat eivät kuitenkaan lopu maailmasta.

Valokuvaaja Viivi Huuska on hieno esimerkki yhtenä edelläkävijöistä. Kuvastoa voi tehdä samalla lailla kuin isot muotitalot ja brändit, jolloin naiskuva on kaunisteltua ja vääristeltyä. Tai sitten sitä voi tehdä Huuskan tyyllillä eli vedetään kieli poskella. Naiset ja miehet ovat esineellistettyjä, mutta koska sisältö on vedetty yli, ei sitä enää kritisoi samalla tavalla kuin perinteistä naiskuvastoa. Alkaa enemmänkin miettimään kuvien kautta todellisuutta.

Tällaista kuvastoa olisi vielä joskus kiva nähdä myös isoimmilta nimiltä.



Kuva 5 / Denim X Alexander Wang -kampanjakuva / © Steven Klein

3.2

Porno

Jokaisella on ja saa olla oma henkilökohtainen mielipide pornosta. Oma mielipiteeni pornosta on hyvin neutraali. Minulle on ihan sama, jos joku katsoo sitä tai tekee pornoa. En pidä sitä vastenmielisenä mutta en kuitenkaan katsele sitä tarpeiden tyydyttämiseksi.

Kuitenkin seksi on aivan luonnollinen asia ja jotkut tykkäävät näyttää sitä hieman enemmän julkisemmin ja tai toteuttaa fantasioitaan.

Käytän Jon Millwardin tutkimustietoja (*Jon Millward, 2014*) puhuessani naisnäyttelijöiden määrästä pornoteollisuudessa. Puhun ihmisistä, jotka esiintyvät videoissa ja valokuvissa. En tiedä taustajoukoista eli kuka tuottaa, ohjaa, kuvaa tai käsikirjoittaa näitä kuvia.

Pornoteollisuudessa naisia on enemmän kuin miehiä. Jon Millward käytti tutkimuksessaan 10 000 tuhatta henkilöä. Tästä määrästä 7 000 oli naisia ja 3 000 miehiä. Ero on huikean suuri. Katsellessa ja selaillessa erilaisia aikuisviihdesivustoja, ovat naiset huomattavan isossa roolissa aivan kaikessa. Naiset ovat niin sanotusti tuotteita, jolla video myydään potentiaaliselle katsojalle.

Videoissa tai kuvissa käy useimmiten ilmi naisen (taiteellinen) nimi, mutta ei miehen. Miehet eivät ole yhtä paljon pääosassa kuin naiset.

Pornossa ei ole tietynlaista tunnettua kliseistä naiskuvaa. Varmana jokaiselle tulee heti ensimmäisenä mieleen vaaleahiuksinen nainen, jolla on jalassa korkeat piikkikorkokengät. Toki myös kirurgisesti suurennetut rinnat.

Katsellessa kuvastoa läpi sieltä löytyy kaiken näköisiä ihmisiä, harvakseltaan sitä kliseistä kuvaa naispuolisesta aikuisviihdetähdestä. Suurin osa näyttää aivan normaaleilta, aivan sellaiselta kuin itsekin olen tai joita kävelee kadulla vastaan.

Miten naiset esitetään pornossa? Rooleja on monenlaisia. Videoiden nimien perusteella on teinejä, punapäitä, äitejä, huoria, amatööriä tai naapurintyttöjä. Jokaisen ihmisen fantasiaan ja fetissiin löytyy jotain sopivaa.

Pornonäyttelijän tärkeimpiä työkaluja on rinnat. Pornokuva toimii seksuaalisen nautinnon ja tyydytyksen välineenä. Näyttelijällä on vastuu olla kiihottava, haluttava ja seksikäs katsojalle. Se on kuin virtuaalinen seksikumppani. Jos kumppani ei ole kiihottava, on helppo vaihtaa materiaalista toiseen.

Pitää olla haluttu. Ymmärrän hyvin, miksi aivan normaali nainen saattaa olla epävarma itsestään tai rinnoistaan vaikka oikeasti mitään ei ole vikana. Jos mies on tottunut katselemaan epätodellisia naisia aikuisviihdesivustolla, voi todellisen naisen ulkonäkö olla karvas pettymys.

Porno tuottaa miehille epätodellisia käsityksiä seksuaalisesta kanssakäymisestä sekä naisista. Naiset pornossa muokkaavat paineen alla itseään epätodellisen seksikkääksi saadakseen lisää työtä sekä katsojia.



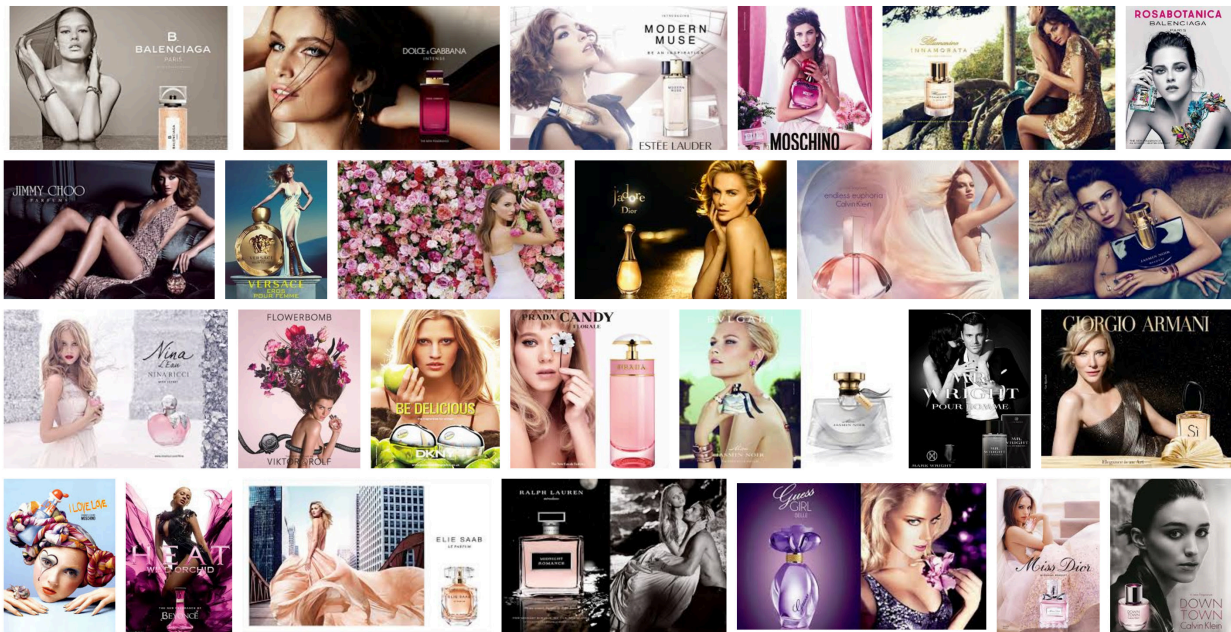
Kuva 6 / Tara Patrick



Kuva 7 / Jesse Jane

Mainonta

Hajuvesimainokset. Kirjoitin Google-hakukoneeseen ”perfume campaign” ja katsastin kuvahaun tulokset (kuva 8). En määritellyt haussani sukupuolta. 26 valokuvasta vain yksi hajuvesi oli suunnattu miehille, loput naisille. Jokaisessa kuvassa esiintyi nainen tuotteen kanssa tai sen rinnalla.

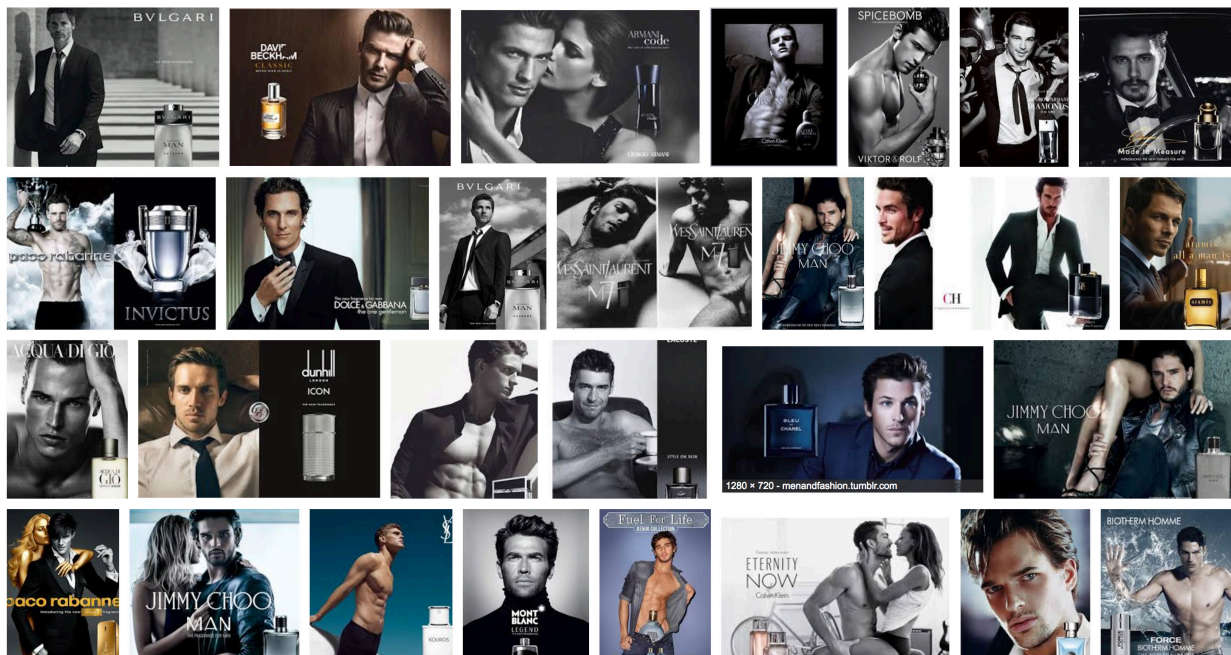


Kuva 8 / Kuvankaappaus Google-kuvahausta

Hajua ei voida fyysisesti välittää valokuvalla, mutta tuoksu voidaan kuvailla mielikuvilla. Tarkoitus on saada myytyä elämäntyyliä. Kuvien mielikuvat olivat toinen toisensa jälkeen hyvin samanlaisia. Jokaisessa oli oikeastaan samanlainen sisältö: naiset esiintyivät naisellisina tai tyttömäisinä, jota tehosti vaaleanpunaisen eri sävyt. Jokainen näyttää itsevarmalta, viettelevältä tai asenteelliselta. Perinteistä naiskuvaa sekä naissukupuolta alleviivasi vahvasti mekko sekä pitkät hiukset. Kuvissa esiintyy tuttuja näyttelijöitä elokuvateollisuudesta. Kuulusilla naamalla on helppo myydä tuotetta. Kuka ei nyt haluaisi tuoksua samanlaiselta kuin hän?

Katsastin myös miehillä suunnatut hajuvesimainokset (kuva 9). Hain hakusanalla perfume campaign men. Kuvasto oli värimaailmaltaan vastakohta naisille suunnatuista kuvista: murrettuja värejä, mustavalkoisia, kontrastisia ja tummia. Miehet on esitetty erittäin maskuliinisina. Vahvat kasvonpiirteet, lihaksikas vartalo ja tai miestenpuku. Sellainen miesihanne, jolta jokainen mies tahtoi näyttää.

Kuvastossa on myös mukana naisia sivuroolissa. Miehillä suunnatuissa hajuvesimainoksissa myydään vahvemmin elämäntyyliä: ostamalla hajuveden olet todella haluttu naisten keskuudessa. Naiset eivät saa pidettyä näppejään kurissa ollessaan lähelläsi. Kuvissa naiset ovat viehättävän seksikäitä mallinaisia, jotka muistuttavat enemmänkin mielikuvituksellista unelmanaista kuin oikeasti todellista. Ostamalla tuotteen, unelmasi toteutuvat.



Kuva 9 / Kuvankaappaus Google-kuvahausta

Nostan esiin yhtenä hajuvesimainoksena Tom Ford For Men –hajuvesimainoksen (kuva 10). Mainos on kielletty lukuisissa maissa sen hyvin seksuaalilatautuneen sisältönsä takia (NY Daily News, 2017) On menty mauttomuuden rajoille. Sinänsä pidän kampanjaa visuaalisesti ja ideapohjaisesti hyvänä, mutta ymmärrän hyvin mainoksen rajun sisällön.

Valokuvassa kirjaimellisesti myydään seksillä tuotetta miehille. Nainen on kaupanpäällinen, joka tulee mukana ostaessa tuotteen. Naisen vartalo on asetettu esittelyaluseksi.

Katsellessani lisää muita Tom Fordin hajuvesikampanjakuvia, jatkuu naisen seksiobjektointi monessa muussakin valokuvassa (kuva 11).



Kuva 10 / Tom Ford for Men -hajuvesimainos / © Terry Richardson



Kuva 11 / Tom Ford Black Orchid -hajuvesimainos / © Mario Sorrenti

Sosiaalinen media

Naistenlehtiä tuotetaan nykypäivänä, mutta ne eivät enää määrittele vahvasti ulkonäkötrendejä. Näin koen itse. Uudet trendit muodostuvat enemmän sosiaalisessa mediassa, nuorten keskuudessa.

Suurin trendijalostamo on sosiaalisen median kuvapalvelu Instagram. Palveluun jaetaan satojauhansia kuvia päivittäin.

Vielä 2010-luvun taitteessa kovinta huutoa oli nettiblogit, joita perustivat ennestään tuntemattomat henkilöt. Blogit kertoivat muun muassa tekijän omasta elämästä, esittelivät pukeutumistyyliä ja omia tunteita. Silloin kehittyivät muun muassa tälläkin hetkellä toimivat isot lifestyle & muotiblogit. Ihmisillä oli kova tarve esitellä omien vaatekaappien sisältöjä, vaateostoksia ja elämäntyyliä. Aikakauslehdissä esitellään uuden kauden trendit ja vaatekappaleilla saattaa olla hintaa enemmän kuin normaali ihminen saattaa tienata kuukaudessa. Vaatteet esitellään ammattimallien päällä. Muotibloggaajat ovat tulleet siinä kohtaan tärkeiksi, sillä he ovat useimmiten keskiverto vartalon omaajia. Vaatteet käyttäytyvät eri tavalla heidän päällään kuin oikean mallin. On siis tärkeämpää nähdä esimerkki vaatteesta normaalin ihmisen päällä kuin katalogimallin päällä. Myös vaatteiden lisäksi lukijoita kiinnostaa asukokonaisuudet, josta voi saada inspiraatiota omaan päivittäiseen pukeutumiseen. Bloggaajat olivat suunnannäyttäjiä normaaliin arkipukeutumiseen: miten voi miksata korkean luokan muotia ja halpamuotia keskenään arkikäyttöön.

Lifestyle & muotiblogit ovat paljolti valokuvapainotteisia. Vuosien saatossa panostus kuvamateriaaliin ja kuvien sisältöön on lisääntynyt, sillä valokuvat myyvät ja keräävät kiinnostusta. Se ei enää ole snapshot peilin edessä vaan tavoitellaan laadukkaan editorial-valokuvan laatua. Panostus on kova.

Blogien suosio on hiipunut, mutta huippunsa saavuttaneet ovat edelleenkin kovaa huutoa ja he ovat tehneet siitä itselleen työn. Nykyisen sosiaalisen median suunta on muuttunut jatkuvasti. Instagram on blogien uusi sukupolvi. Valokuva on pääosassa ja kuvateksti on vapaaehtoinen lisäys tukemaan valokuvan sisältöä.

Julkisuuden henkilöt olivat ennen sosiaalisen median kehittymistä ylijumalia, joiden tapaaminen oli kaukainen haave. Yksityiselämästä ei jaettu kuvia, paitsi paparazzien ottamat salavalokuvat näyttivät jotain heidän salatuista elämästään.

Instagram on räjäyttänyt tämän potin. Paparazzikuvia ei tarvita, sillä suuren suosion saavuttaneet ihmiset jakavat kuvia omasta elämästään.

Teininä matkittiin supermallien kliseisiä poseerauksia. Leveä hymy, painon asettaminen toiselle jalalle, lantion työntäminen sivulle ja käsi lantiolle. Perinteinen poseeraus, jonka jokainen tietää ja ensimmäisenä tekee kun joutuu kameran eteen.

Siitä perinteisestä poseerauksesta on kyllä kehitytty uuteen suuntaan. Selatessa Instagramia ja moneen eri ihmisen profilia ei ole vaikeata huomata nykyajan poseerausstandardeja. Rinnat ja takapuoli on huomion keskipisteenä. Parempi jos saat esitettyä keskivartalon kapeana. Mitä paremmalta näyttät, sitä enemmän tykkäyksiä ja ihannoitua saat osaksesi.

Tällaisten kuvien julkaisijat ovat mitä luultavimmin aivan tavallisia tallaajia. He eivät ehkä ole malleja, mutta ihmisiä jotka ovat seuranneet myllänneen trendin aallossa ja sitä kautta saavuttaneet julkisuutta tehden sillä hetkellä suosittua kuvamateriaalia. Ehkä he ovat treenanneet fitness-buumin ollessa kuumana ja esitelleet vartalonsa kehittymisprosessia sosiaalisessa mediassa.



Katsellessani näitä tällaisia kuvia, joita he julkaisevat itsestään Instagramissa, ihmettelen monia asioita. Ensinäkin, valokuvassa esiintyvä nainen ei työskentele pornoteollisuudessa tai mallina. Silti, valokuvat ovat hyvin seksuaalilatautuneita. Miten he päätyvät tuottamaan itsestään tuollaista materiaalia tai määrittelevät sen normaaliksi?

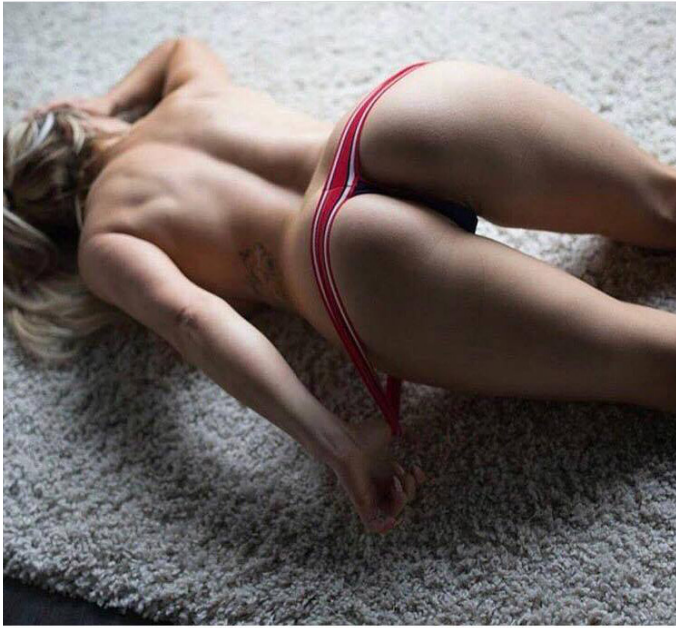
Toisena, huomioni kiinnittyy vähäiseen vaatetukseen. Mitä enemmän näyttää olevan paljasta pintaa, sitä parempi. Kriittiset paikat peitetään siltikin minimaalisella asustuksella ja pyritään kuitenkin paljastamaan jotain minkä esittäminen ei saattaisi olla hyväksytyin soveliaasta katsojalle. Kyseessä on sivusto, jonka materiaalia ei ole rajattu tietyille yleisölle ja kaikki materiaali on saatavilla kaikenikäisille.

Henkilökohtaisesti näen nämä valokuvat hyvin paljon puhtaana eroottisena tai jopa jo pornokuvastona. Silti porno on kuitenkin joillekin vastenmielinen asia, vaikka he itse tuottavat melkein tismalleen samanlaista kuvastoa, omasta tahdostaan.

Miksi tällaista tuotetaan? On ihailtavaa ja hienoa, mikäli henkilöllä on hyvä itsetunto. Oman vartalon rakastaminen on tervettä ja hieno asia. Miksi tämän asian esittäminen tehdään hyvin seksikkäästi?



cor_fitness



2 338 tykkäystä

cor_fitness 🔥 I ...live...to...push...the...limits 🔥
by @portraitsbydanailya #bootysofttheworld
#frinightfeels

Näytä kaikki 76 kommenttia

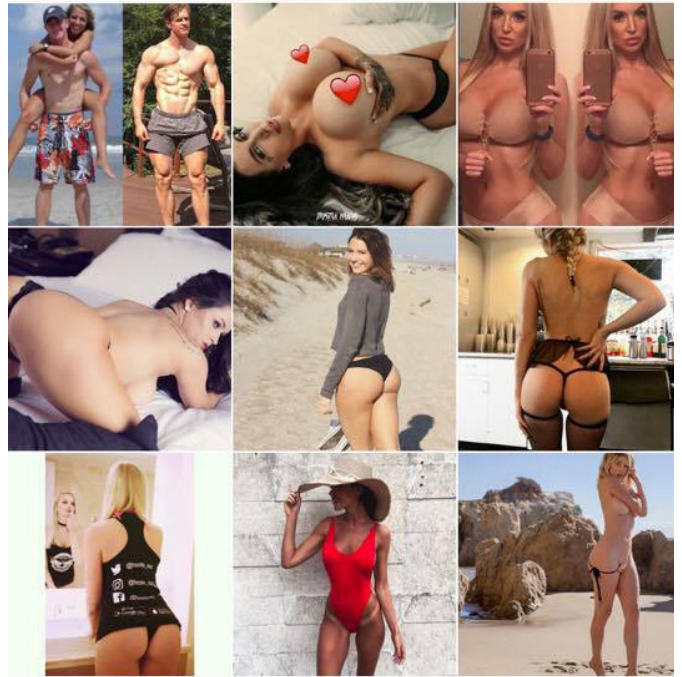


#babesofinstagram



Aiheeseen liittyviä: #girlnextdoor #lingieriemodel #babec

HUIPPUJULKAISUT

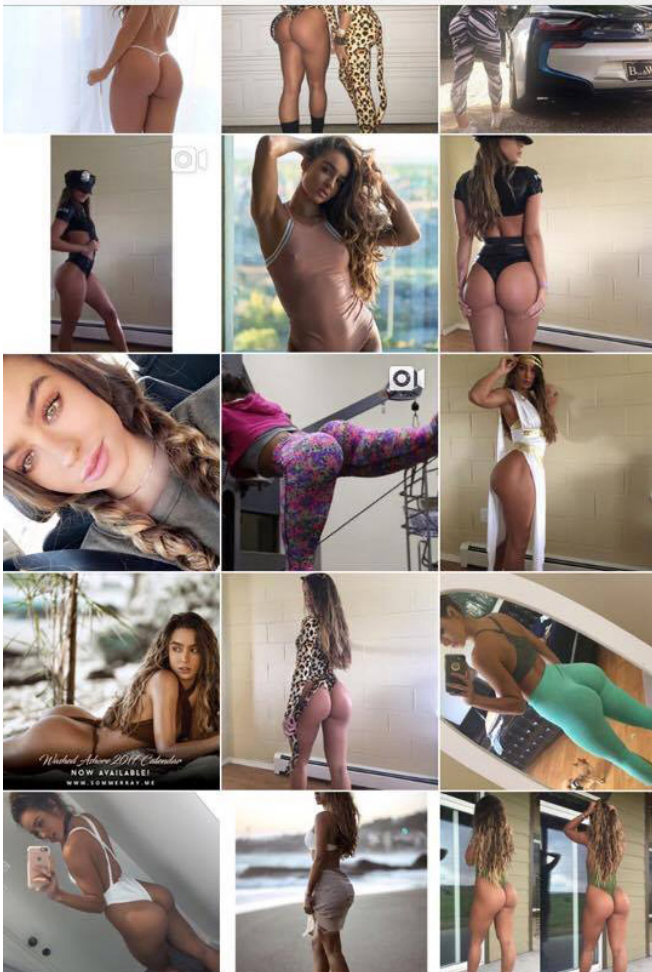


VIIMEISIMMÄT

245 988 julkaisua



sommerray



fabuliciouscc



sephoralindsay ja 1 904 muuta tykkäävät

fabuliciouscc One of the best things you can do for your girl is to treat her with beautiful lingerie 🍷
@Mymuselingerie has such a beautiful range of sets of lingerie for women of all sizes of breasts 😍
Aikaisemmin en ole netistä rintsikoita uskaltanut tilata, mutta nämä 65E-kokoiset kaverit istuivat mu yllätyksekseni täydellisesti. 🙏💖 #mymuse 💋

Yläriivi vasen kuva 14 / oikea kuva 15

Alarivi vasen kuva 16 / oikea kuva 17

Hyvin seksuaalilatautuneet valokuvat keräävät huomiota sekä tykkäyksiä erilaisissa medioissa. Mitä enemmän ne keräävät huomiota, sitä enemmän saadaan itselle tunnettavuutta. Useimmiten ei ole oikeastaan väliä, mitä teet työkseksi, harrastat tai kuka olet. Vain ulkonäkö merkitsee. Monella on niin kova halu päätyä julkimoksi ja sen saavuttamiseksi tehdään mitä vaan. Helpoin tie siihen on tuottaa kuvamateriaalia, joka kiinnittää huomiota.



1 616 tykkäystä

anskuyo maybe I came on too strong / maybe I waited too long / maybe I played my cards wrong 🙄
#gottaloveedsheeran #finnishgirl #besttagsever

Kuva 18



9 158 tykkäystä

belle_lucia If you need me I'll be here 🌊🌊🌊
@banyantreebali

Kuva 19



kimkardashian



tarnanensara, lisa.hooks ja 1 814 442 muuta tykkäävät

kimkardashian When you're like I have nothing to wear LOL

Kuva 20

Hyvänä esimerkkinä pidän julkimoklaania Kardashian. Heihin kuuluu kuusi henkilöä: äiti, neljä tyttärtä ja yksi poika. Julkimopiirejä seuraava tuntee satavarmasti heidän sukunimensä. Kardashiani-sisaret edustavat nykypäivän naiskuvaa, kauneusihanteita sekä vaatekuvaa. Heidät tunnetaan tosi-tv ohjelmasta *Keep up with Kardashians*, jossa heidän elämänsä ja draamaa seurataan intensiivisesti.

Heistä yksi, Kim Kardashian West, julkaisi keväällä 2016 itsestään peilin kautta otetun selfien. Valokuvassa hän on täysin alasti, mutta mustat palkit peittävät ns. kriittiset paikat. Valokuva on kerännyt 1 814 431 tykkäystä sekä herättänyt paljon huomiota mediassa.

Kim Kardashian Westillä on 98,2 miljoonaa seuraajaa (*Instagram 12.4.2017*) Instagramissa. Kaikenikäiset ihmiset seuraavat hänen kuviaan. Yksi ryhmä heistä on nuoret naiset, jotka seuraavat herkästi nykyajan muotia, kauneuskäsitteitä ja toimintaa. Kim Kardashian West julkaisemalla alastonvalokuvan itsestään, voi se aiheuttaa samanlaista toimintaa nuorissa. On siis ok julkaista itsestään valokuva, jossa näkyy enemmän pintaa. Hienoa, että ihmiset arvostavat ja pitävät omasta vartalostaan, mutta tällaisissa kuvissa on riskinsä. Julkaisija voi kokea valokuvan lisäämisen itsetunnon boostamisena, mutta se voi vaikuttaa toisen silmissä erilaiselta viestiltä. Normaalina ihmisenä naisvartalon esittämistä julkisesti sosiaalisessa mediassa voi kokea seksuaalisena viestittelynä, vaikka alkuperäinen syy valokuvan julkaisuun ei ole se.

Media

Tässä keskityn pelkästään suomalaiseen mediaan. Keskityin katselemaan kahden suuren iltapäivälehden Internet-sivuja. Varsinkin Viihde-kategoria kiinnosti.

Huomasin oudon ilmiön. Kun puhuttiin naispuoleisesta henkilöstä, oli se sitten tusinajulkimo tai presidentin vaimo, kuvailtiin naista jollain adjektiivillä. Otsikoissa käytetympiä sanoja olivat rohkea, viehättävä, seksikäs ja sädehtivä. Miehistä taas ei puhuttu samalla tavoilla vaan hyvin neutraaliin sävyyn. Ei ollut komeaa, seksikästä tai hurmaavaa. Sen lisäksi että mitä tahansa naista piti jollain hurmaavalla adjektiivillä kehua, iski silmääni ainainen viittaus naisen miesystävään. Se ei nyt kuitenkaan liity tähän asiaan.

Iltapäivälehti Ilta-Sanomilla on tapana uutisoida aivan kaikista, tuntemattomista sekä tuntemattomien naisista otetuista kuvista, jossa näkyy pikkaisen normaalia enemmän pintaa. Oli sitten bikini kuva tai tiukka mekko, on se uutisen paikka. Uutisoimalla tällaista normaalille kansalle, asettaa se normaalille ihmiselle ulkonäköpaineita. Jos ja kun haluat olla seksikäs, niin muistathan näyttää laihalta ja treenatulta! Ja niin tosiaan, olet sädehtivän seksikäs kun käytät vartaloa nuolevaa mekkoa, joka korostaa takapuoltasi sekä rintoja.

Jenni Vartiainen lumoavana dekolteen ja reiden paljastavassa gaalamekossa: "Huomio tuntuu hassulta"

Laulaja Jenni Vartiainen saapui Venla-gaalaan erittäin syvään uurretussa luomuksessa. [Lue lisää >](#)



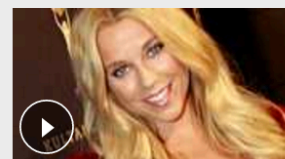
Emilia Vuorisalmi räväytti todella syvään uurretussa gaala-asussa – olkaimeton luomus sai salamavalot räiskymään

Emilia Vuorisalmella oli yksi gaalaillan rohkeimmista asuista. [Lue lisää >](#)



Krista Siegrifridsillä rohkea gaalatyyli – tyköistuva ja avonainen mekko imartelea timmiä vartaloa

Krista Siegrifrids saapui Kultainen Venla -gaalaan upeassa tummanpunaisessa mekossa. [Lue lisää >](#)



Hiihtäjistä Therese Johaugista tehtiin ulkonäköuutinen (IS 25.1.2017), kun hän oli laittautunut hieman enemmän kuulemistilaisuuteen tammikuussa. Ulkonäköä verrattiin lokakuussa 2016 otettuun valokuvaan tiedotustilaisuudessa, jolloin hänellä ei ollut meikkiä, hiukset oli sidottu ponihännälle ja päällä oli tuiki tavallinen harmaa collegepaita. Otsikossa sanotaan ”huima muutos Therese Johaugin ulkonäössä – ei näytä enää väsyneeltä ja huolittelemattomalta”.

Nopeasti ajateltuna Ilta-Sanomien mukaan luonnolliselta näyttävä minä on huolittelemattoman näköinen ja se ei ole okei. Nainen on siis hyvinvoiva sekä paljon menevämpi, kun se on laittautunut. Siitä saa hyväksyntä-merkin yhteiskunnalta.

ILTA-SANOMAT

MAASTOHIIHTO

ETUSIVU

UUTISET +

VIIHDE +

URHEILU +

TALOUS +

LIFESTYLE +

JUURI NYT

Huima muutos Therese Johaugin ulkonäössä – ei näytä enää väsyneeltä ja huolittelemattomalta



Therese Johaug kuvattuna lokakuun tiedotustilaisuudessa ja keskiviikkona Oslossa järjestetyssä kuulemistilaisuudessa.

Julkaistu: 25.1. 11:13

Kuva 22 / Kuvankaappaus uutisesta 25.1.2017

Media kiinnittää hyvin paljon huomiota naisten rintoihin. Ilta-Sanomilla on tapana tehdä uutinen jostain täysin tuntemattomasta naisesta, joka esittelee rintavarustustaan. ”Yhden yön” julkkikseksi ponnahtanut Samantha Sepulvedan rintakuvat ylittivät uutiskynnyksen. Samantha toimii poliisina New Yorkissa mutta vapaalla ajalla alusvaatemallina neljättä vuotta. (MailOnline, 2017) Hänellä on seuraajia Instagramissa 253 miljoonaa (Instagram 7.4.2017). Tämäkin piti uutisoida vain siksi, että hän on hyvän näköinen nainen, jolla on näyttävän upeat rinnat. Ja hyvä plussa: hän on poliisi.

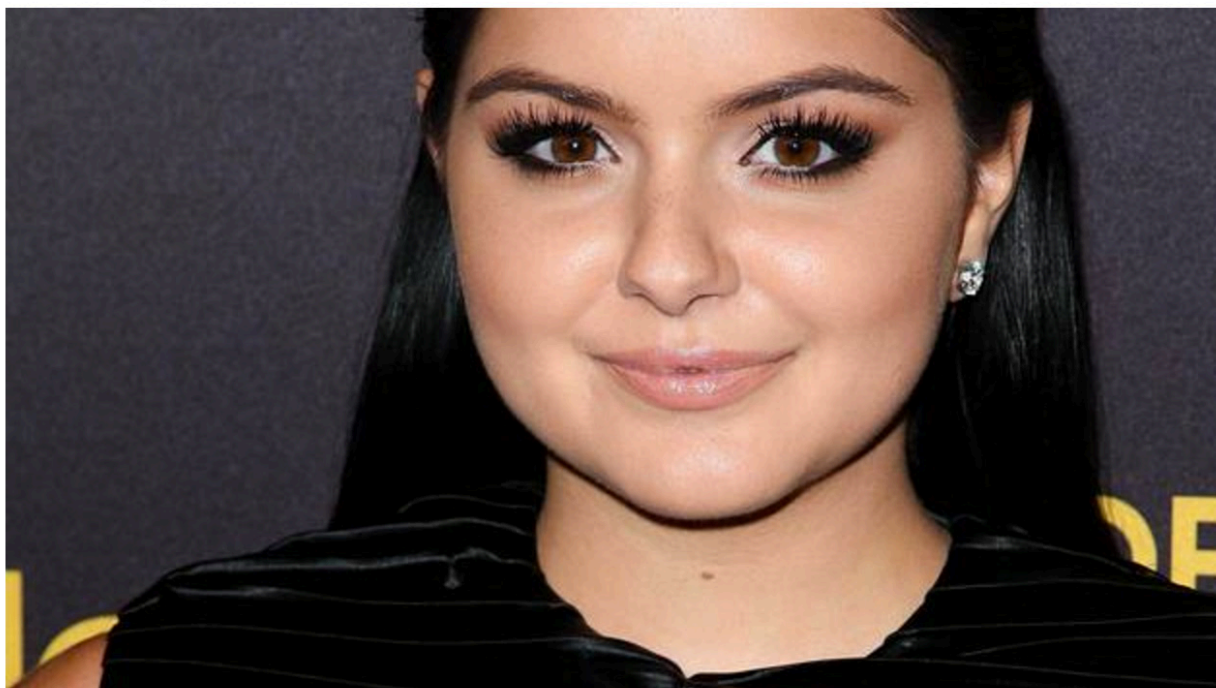
”Maailman seksikkäin poliisi” poseeraa nyt yläosattomissa Samanthasta, 32, tuli julkkis yhdessä yössä



8:15 New Yorkissa poliisina työskentelevästä Samantha Sepulvedasta, 32, on tullut nopeassa ajassa julkkis ja seksisymboli. Nyt Sepulvedasta on julkaistu uusia vähäpukeisia kuvia. [Lue lisää >](#)

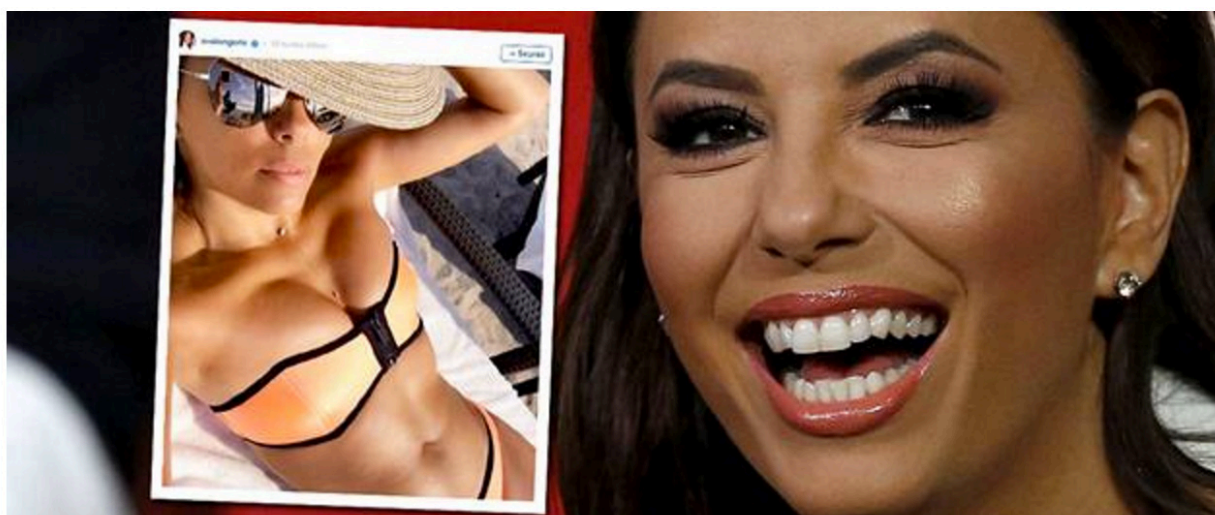
Kuva 23 / Kuvankaappaus uutisesta 31.1.2017

Kurvikas Moderni perhe -kaunotar lomailee Bora Boralla – tiirailee meren otuksia pakarat paljastavassa uimapuvussa



Kuva 24 / Kuvankaappaus uutisesta 12.1.2017

Eva Longoria, 41, vietti joulua bikineissä Upea vartalo mykisti fanit: ”Henkeäsalpaavaa kauneutta”



10:17 Eva Longoria nauttii joululomasta etelän auringossa. [Lue lisää >](#)

Kuva 25 / Kuvankaappaus uutisesta 28.12.2016

4

Prosessi

Kuvien suunnittelu

Kuvien valaisumaailma oli minulle tosi selkeä jo heti alusta alkaen. Ehkäpä jopa lähdin ideoimaan aihetta ja maailmaa valaisusta inspiroituneena. Minkälainen maailma tai aihe sopisi valaisuun? Olen käyttänyt paljon värikalvoja edellisissä töissäni ja tahdoin käyttää niitä lisää. Joskus ne näyttävät halvalta kun niitä käyttää huonosti, mutta sitten taas hyvin käytettynä ne tuo lisää syvyyttä valaisuun ja tarinaan.

Käytin hyvin paljon aikaa Pinterest-sivuston selailuun. Katselin sieltä kuvia, joista hankin inspiraatiota kuvasisältöön, mallien asentoihin ja valaisuun. Sen lisäksi katselin meikkaaja-kampaajalle esimerkkikuvia kampauksista sekä meikeistä. Sivustolla rakennetut moodboardit ovat oikein oivia projektin muille tekijöille.

Etsin kuvia valokuvaajilta Mert Alas, Mario Testino ja Steven Klein. Valokuvaajat ja heidän tuottama sisältö ovat tuttuja ennestään. Varsinkin Mario Testino ja Steven Klein tunnetaan muotimaailman hovivalokuvaajina. He ovat kuvanneet lukuisia kertoja muotilehden Vogue kansia tai editorial-sarjoja. Isommat julkimot ovat jopa uskaltaneet riisuutua alasti heidän linssiensä edessä.



Kuva 26 / Dior Secret Garden / © Steven Klein



Kuva 27 / Alexander Skarsgård / © Steven Klein

Pyörittelin todella pitkään ja paljon mielessäni kuvieni sisältöjä ja aiheita. Koin välillä paniikinomaisia hetkiä ja taas toisaalta valaistuksen hetkiä aiheiden suhteen. Tiesin jo heti alkuun, että tahdon tehdä todella irstaita kuvia, karnevalistisia. Sellaisia, jotka herättävät keskustelua ja kysymyksiä.

Myöskin halusin tehdä niin sanotusti pilaa ja näyttää toisenlaisen nähdyn totuuden brändien kampanjakuvista. Ehkä olen hieman kiero mieleltäni, sillä näen kuvissa jonkinlaisen toisenlaisen ajatuksen alkuperäisen läpinäkyvän idean rinnalla. En ole ennen tehnyt provosoivia kuvia, joten tällaisten kuvien tekeminen oli uuden kokeilua. Lupa tehdä opiskelijastatuksella jotain aivan hullua.

Alkuperäiseen suunnitelmaan kuului monta kuvauspäivää ja erilaisissa paikoissa valokuvaamista. Suunnitelma kuitenkin vaihtui matkan varrella toiseen suuntaan, sillä aloin miettiä ideoitani toteutettaviksi studiotilassa.

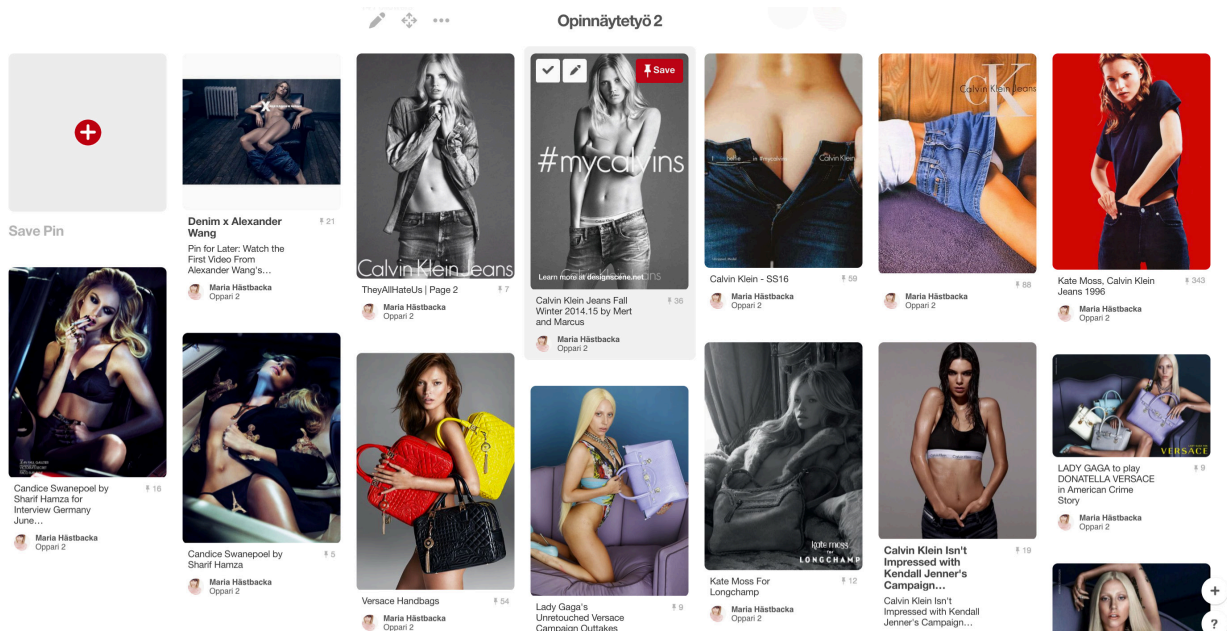
Kuvaideat

Rakastan muotikuvia ja niiden visuaalisuutta. Minun mielestä muotikuvat ovat valokuvauksen kermää, omassa sarjassaan. Muotikuvaa ja dokumentaarista valokuvausta ei voi verrata keskenään, ne kamppailevat aivan omissa sarjoissaan.

Muotivalokuvat eivät ole vain vasemmalla kädellä tuotettuja ja kuvattuja kuvia. Ne suunnitellaan tarkasti, alusta loppuun. Valokuvat ovat visuaalisuuden lisäksi myös puhdasta tekniikan esittelyä. Tekovalaisun rakentaminen ei ole helppoa. Jokainen osaa pystyttää salamavalon, suunnata sen mallia kohti ja ottaa valokuvan. Asia erikseen on, millainen on lopputulos. Miten rakennetaan esimerkiksi sellainen valaisu, että sen mieltää aidoksi? Tai erikoisemmassa valaisussa varjot eivät ole ylitsepääsemättömiä.

Olen sanonut monet kerrat, että muotikuvia ei ole tehty analysoitavaksi. Ne ovat vain puhdasta karkkia silmille. Joskus pysähtyy katsomaan jotain muotivalokuvaa ja miettii, että miten tässä valokuvassa on päädytty tällaiseen tulokseen. Miksi tämä malli poseeraa alasti laukkujen kanssa? Mitä tällä alastomalla mallilla on haluttu kertoa?

Jos asustetta mainostetaan mallin kanssa, on mallilla suuntaa antava puvustus, millaiseen lifestyleen asuste pitäisi enemmänkin mieltää tai minkälaisen profiilin asuste antaa ostajalleen. Mutta entä sitten alaston malli? Toki, tässä kohtaa on voitu päätyä yksinkertaisesti tulokseen, jossa on haluttu tehdä visuaalisesti hieno mainos.



Kuva 28 / Kuvankaappaus Pinterest-moodboardistani

Ideani syntyivät suurimmaksi osaksi inspiraatiokuvien pohjalta. Sovelsin inspiraatiokuvien ideoita omiini. Käytin Instagram-sivustolle ladattuja kuvia muodostamaan ideoita. Tutkin millaista sisältöä ihmiset ovat jakaneet itsestään ja sen mukaan kehitellyt omia ideoita päässäni. Keksinkin kuusi kuvaidea.

Kuvien nimet juontavat brändien sloganeista tai kampanjan iskulauseista.

A Lee Is Washed With Your Sweat (Lee)

Puhtaalla seksillä myydään farkkuja ja alusvaatteita. Huvittaa, millainen mielikuva niiden omistamisesta on tehty. Niiden omistaminen on niin kiihottavaa.

The Luxury of Dirt (Diesel)

Valokuva esittää tilannetta, mihin lopputulokseen haluttaisiin päästä mallien kanssa.

You're Worth It (L'Oréal)

Nykyaikainen meikkaustapa on todella runsas. Kasvojen ehostamiseen käytetään paljon aikaa, panostusta ja rahaa. Korjaavalla peitevoiteilla saa ihovirheet piiloon tai kulmakarvat muotoillaan tummiksi ja tuuheiksi. Meikillä korjataan ja peitetään niin paljon omaa itseä, luodaan täydellistä versiota omasta itsestä että meikin poistamisen jälkeen omat meikittömät kasvot tuntuvat todella vierailta.

Just Do It (Nike)

Alusvaatteet ovat maailman normaalein asia ja niistä tehdään kuvia, jotta mahdollinen ostaja näkee miltä ne näyttävät päällä. Luodaan mielikuvia alusvaatteita ja no, ne valokuvat ovat välillä jopa turhan seksikkäitä.

Reveal the Goddess in You (Gilette venus)

Malli poseeraa muuten täysin alasti valokuvassa, mainostaen jotain tuotetta. Todellisuudessa haluttaisiin nähdä kuitenkin malli ilman laukkua ja vielä enemmän paljasta pintaa.

Share the Fantasy (Chanel)

Idea on lähtöisin omasta nuoruudesta, kun yläasteella pojat naureskelivat banaanin syönnille. Banaaninsyönti assosioidaan suihinotoksi. Näen itse monet tilanteet samanlaisina, muun muassa jäätelön nauttiminen tv-mainoksessa.

Järjestely

Projektin konkreettinen aloittaminen oli raskasta ja vaikeata. Syksyllä koin olevani aivan hukassa aiheeni kanssa. Tiesin suurin piirtein, mistä aiheesta teen. Tiesin, että tällaisia aiheita ja asioita haluaisin pyöritellä kuvissani. Mielessä pyöri sanat sovinismi, seksismi ja naiskuvasto. Usein mietin myös, että olenko oikeasti tarpeeksi pätevä tekemään tällaisesta aiheesta opinnäyte-työtä tai osaanko toteuttaa ideoimiani valaistuksia ja kuva-aiheita.

Aloin vuoden 2016 lopulla järjestää kuvauksia: kysyin yhteistyökumppaneita mukaan sekä pistin sponsorointikyselyn sähköpostitse valaisukalustovuokraamoon. Valitettavasti sain sieltä kielteisen vastauksen. Mitään kuvausjärjestelyjä en ollut vielä tehnyt, mutta alustavat kuvauspäivien määrät olin ajatellut mielessäni. Silloin taas mietin idean vaihtamista tai valmistumisen siirtämistä. Sain kuitenkin tehtyä valokuvaaja-kollegani Vessi Hämäläisen kanssa sopimuksen siitä, että miljöökuvauksia varten voisin lainata hänen valaisukalustoaan. Kaverisopimukset ovat parhaita.

Kun teen kuvia, haluan toteuttaa ne mahdollisimman hyvin. Olen oman osa-alueeni osaaja, mutta tarvitsin mukaan valokuvan toteuttamiseen muitakin alan osaajia.

Mukaani lähti meikkaaja-hiusstylisti Jannica Stelander. Tämä oli meidän ensimmäinen yhteinen projekti. Olin jo pitkään haaveillut tekeväni Jannican kanssa yhteistyötä, joten tämä oli oiva tilaisuus työskennellä hänen kanssaan. Stylisti Patisse A Lody on näkyvä persoona sosiaalisessa mediassa. Pidän hänen tyylistään ja erikoisista ratkaisuista.

Valikoin mallit aikalailla heidän ulkonäkönsä perusteella. Minulla on paljon malliystäviä. Projektiin lupautui Camilla, Ada ja Anna, joista kaikki lähtivät mukaan kuvauksiin ilman sen kummallisempia kosiskeluja. Ideani kiehtoi heitä ja oli hauskaa heittäytyä johonkin tavallisesta poikkeavaan projektiin.

Haastavinta oli saada viiden ihmisen aikataulut sopimaan yhteen ja järjestettyä yhteinen kuvauspäivä. Ensimmäinen kuvauspäivä saatiin järjestettyä 3. helmikuuta ja silloin tehtiin 4 valokuvaa. Toinen kuvaus toteutettiin 5. huhtikuuta, jolloin kuvasin kaksi viimeistä valokuvaa. Kummatkin kuvaukset toteutettiin yhdessä saman stylistin sekä meikkaaja-kampaajan kanssa.

Kuvaustilanne

Vaaleanpunainen tausta tuo valokuvaan tyttömäistä pehmeyttä. Vaaleanpunainen mielletään usein naisten väriksi.

Värikalvojen värillä ei ole kummallisempaa ideaa, valitsin ne oman maun mukaan ja mikä sopii kokonaisuuteen. Punaisen ja sinisen yhdistelmällä saa luotua karkkisen sävytyksen. Karkkinen värimaailmaa sopii hyvin kuvieni ideamaailmaan.

Valokuvasin puolivartalokuvia, sillä se toimi parhaiten tarkoitukseeni. Kokovartalokuvat eivät olisi tuoneet yhtään ylimääräistä informaatiota valokuvaan, sillä kaikki tarvittava keskittyi kasvoihin ja keskivartaloon, joista huokuu tärkeimmät eleet. Kasvojen ilmeet ja asento kertovat tarinaa. Vartalon muoto vahvistaa vain kasvojen ilmettä. Jalat ovat tärkeitä silloin kun esitellään housuja tai kenkiä. Kuvissani vaatetus keskittyy enemmänkin keskivartaloon ja sinne painottunut vaatetus kertoo tarpeeksi informaatiota.

Kuvaustapaani kuuluu olla intensiivisessä kontaktissa mallin kanssa. Ensin käydään läpi haluttu tunnelma ja tarina. Näytän inspiraatiokuvia ja kuvista kohtia, joita haluaisin itsekin valokuvaan mukaan. Ohjaan puhumalla ja neuvon mallia näyttämään itse ensin esimerkkiä. Parhaan lopputuloksen saa saavuttamalla tällä tavoin, näin olen itse kokenut parhaaksi.

Ensimmäiselle kuvauspäivälle minulla oli todella tarkka visio valoista ja mitä tahdoin mallilta. Kuvaukset toteutettiin Muotoiluinstituutin studiossa. Rakentaessani valoja ja testaillessani niitä ehdisti aivan mielettömän paljon, sillä en saanut toteutettua visiotani. Valokuvasin studiosta löytävällä kalustolla, joiden kanssa olin aiemminkin kokenut paljon haasteita. Samat haasteet seurasivat nytkin. Tiesin, että olisin saanut toteutettua valaisun sormia napsauttamalla toisenlaisilla salamoilla, jotka edustavat uudempaa tekniikkaa.

Aikaa oli kulunut jo turhan paljon ja olimme myöhässä aikataulusta.

Seuraavassa valokuvassa sain korjattua valaisun sellaiseksi kun halusin sen olevan. Aika paljon jätin myös jälkikäsitteilyn varaan, sillä en henkisesti jaksanut enää taistella salamavalojen kanssa ja pilata jo sitä, mitä olin vihdoinkin saanut rakennettua.

Luottamus mallin ja valokuvaajan välillä pitää olla. Varsinkin silloin, kun osittainen alastomuus on läsnä. Itselle oli uutta keskustella mahdollisista paljaan pinnan esittämisistä linssin edessä. Minusta oli ihanaa, miten mallini luottivat minuun valokuvaajana ja olivat aivan kaikessa mukana, muun muassa valmiina esittämään enemmän paljasta ihoa. Kahden keskeinen luottamus on tärkeää. Myös muun tiimin positiivinen asenne, rentous ja meininki on tärkeitä.

Toisena eli viimeisenä kuvauspäivänä toteutin kuvaukset vuokrastudiossa ja ystäväni kalustolla. Tällä kertaa käsilläni oli salamavalotekniikkaa, jolla tiesin saavuttavani halutun tuloksen. En joutunut kauankaan säätämään valaisua. Kun valaisu oli kunnossa, olotilani oli helpottunut ja kevyt. Kuvaukset sujuivat loppuun asti leppoisasti. Sain mallista todella paljon irti ja hän ymmärsi visiotani. En kertakaan kokenut ohjaamisen tai valaisun kannalta epätoivoa.

Kuvankäsittely

Teen itse kuvavalinnat. Koen omistavani hyvän maun kuvien valitsemisessa. Katsellessani ensimmäisen kuvauspäivän tuottoa, koin todella paljon mielialavaihteluja kuvien suhteen. Olin samaan aikaan todella epävarma, mutta taas todella innoissani. Tuntieni itseni, mielipiteeni kuvista muodostuu vasta käsitellessäni niitä kuvankäsittelyohjelmassa. Katsellessani raakakuvia läpi, ne ovat todellakin vain raakakuvia. Vähän niin kuin alkuluonnos. Olen intohimoinen kuvankäsittelijä!

Kuvankäsittelyn aikana korjatessani mallin ihoa mietin, että miksi edes teen tätä. Naiskuvasto on nykyään aika raadollista, sillä kuvissa naisella on aina täydellinen siloteltu iho eikä silmien alla ole edes jokaiselta ihmiseltä löytyvät silmäpussit. Syyllistyn siis todellisuuden peittelyyn kun nyt olisi tilaisuus korjata tämä ”väärä” jättämällä iho sellaiseksi kuin se oli kuvaustilanteessa. Kuitenkin hienojen kuvien tekeminen oli painavampi syy. En pystyisi seisomaan kuvieni takana, jos ne eivät olisi viety loppuun asti. Niin kuin ylempänä mainitsin, kuvankäsittely on osa prosessiani valokuvan työstämisessä.

Perus ihonkäsittelyn lisäksi käsitelin mallien vartaloita rankemmalla kädellä. Muutamien kuvien kohdalla käsitelin mallin rintoja paljon suuremmaksi ja kavensin vyötäröitä. Tällä rakensin mielikuvituksellista ihanteellista vartaloa.

Teknillisesti kuvankäsittelystä. Käytin käsittelyssä paljon erilaisia värejä muokkaavia työkaluja, muun muassa *Selective Color* ja *Color Balance*. Tein yksityiskohtaisia värimuutoksia maskaamalla. Isoin haaste oli saada taustat saman värisiksi sekä yhtä tummaksi. Värikalvojen värit piti käsitellä yhtenäisiksi, sillä ne eivät olleet kuvaustilanteissa samat kalvot.

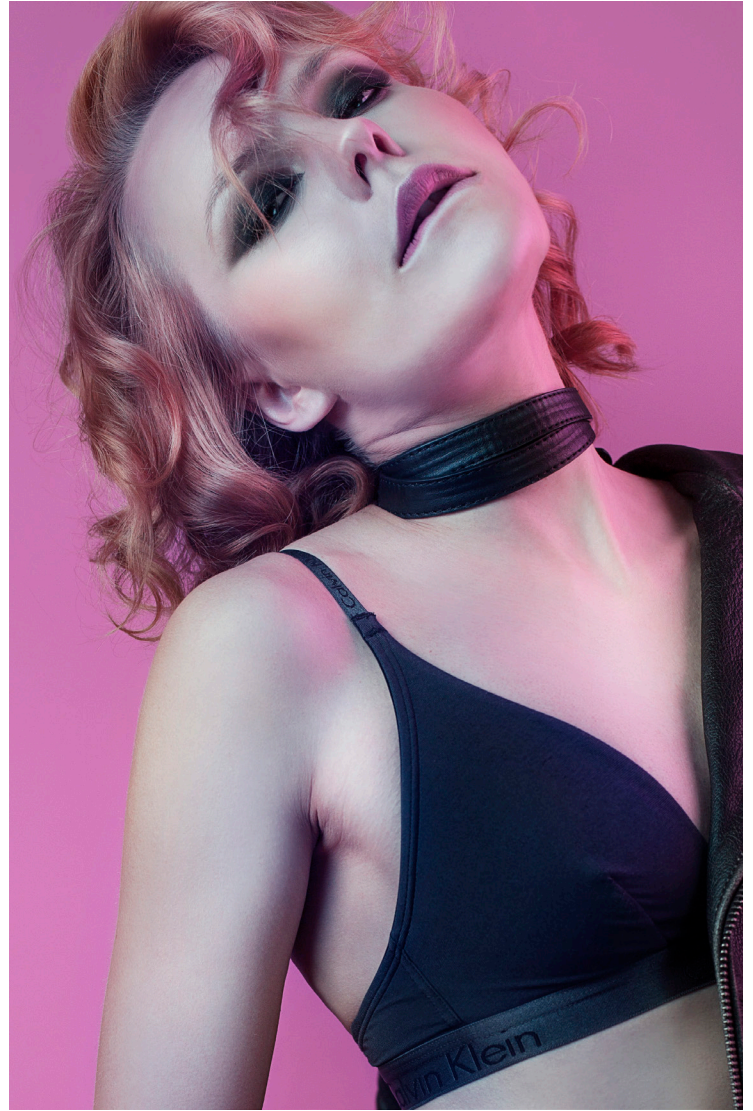
Ihonkorjaukset tein hyvin perinteisesti: *Clone Stamp Tool* ja *Spot Healing Brush Tool*. Ensimmäisellä työkalulla pystyn korjaamaan epämiellyttäviä varjoja sekä silottamaan ihoa. Ihoa käsitellessä on tärkeitä pitää ihon tekstuuri tallessa. Tekstuuriton iho näyttää muoviselta ja epäaidolta.

Yksi tärkeimpiä työkaluja oli *Liquifyid*, jolla pystyy manipuloimaan muotoja. Tällä työkalulla sain muotoiltua vyötäröä uusiksi sekä suurennettua rinnat. Työkalulla on hauska leikkiä ja kokeilla ja tehdä epätodellisia muotoja.

Viimeistelyssä käytin *Dodge Tool*-työkalua, jolla korostin lisää kiiltoja. Tätä käytin ihoon sekä joihinkin vaatteisiin. Ihon korostaminen tuo ihmiseen enemmän kolmiulotteisuutta.



Kuva 29 / Ennen



Kuva 30 / Jälkeen



Kuva 31 / Ennen



Kuva 32 / Jälkeen

Yhteenveto

Projektissa kaikkein haastavinta oli miettiä aiheitani syvemmin. Isojen kysymysten ja asioiden käsitteleminen ei ole ollut koskaan minun vahvuuteni. Tykkään seurata vierestä keskusteluja ja tarkastella ympäristöäni, mutta en sen kummemmin osallistua keskusteluun muuta kuin pienillä kannanotoilla.

Tämä oli minulle iso projekti. Tehdä tavallista isompi ja näyttävämpi kannanotto. Poistua omalta mukavuusalueeltani.

Naiskuvasto on aiheena mielenkiintoinen ja kuuma peruna. Luotuja kauneuskäsitteitä naisista on näkynyt valtavirrassa kaikin tavoin, jopa minussa itsessäni. Naisena seuraan näitä muutoksia herkeämättä ja tarkastelen, mikä asia kehittyy mihinkin suuntaan.

En tiedä mitä mieltä olen tämän hetkisestä naiskuvastosta. Toisaalta mennään parempaan suuntaan, sillä näkyvämmässä kuvastossa on alettu käyttämään normaalin näköisiä ja kehollisia ihmisiä. Ei enää tarvitse olla perinteisen missikaunis kasvoiltaan tai xs-kokoinen menestyäkseen. Body Positive -kampanjoinnin avulla pyritään ihmisiä hyväksymään itsensä. Olet kaunis sellaisena kuin olet!

Toisaalta taas anorektisen laihan vartalon ihannointi on mennyt toisenlaisen laihuuden ihannointiin. Fitness-mallit ovat uusi ihannointi kohde ja nyt urheilemalla sekä niin sanotusti terveellisellä ruokavaliolla voi saavuttaa jumalattoman litteän vatsan ja vyötärön. Uskon, ettei laihuuden ihannoinnista ja tavoittelusta koskaan päästä eroon. Se tulee olemaan ikuisesti jokaisen naisen salainen kirous.

Itse valokuvaajana, varsinkin muotikuvaston tuottajana, minulla on vaikutusvaltaa vaikuttaa tietynlaisen kuvaston syntyyn. Se on tavallaan etuoikeus, josta olen kiitollinen. Oikeastaan, jokainen nainen voi vaikuttaa siihen, millaista kuvastoa meistä tai itsestään tuottaa, muun muassa sosiaaliseen mediaan.

Naiset eivät ole vain esineitä ja seksiobjekteja.

Lähteet

Kirjallisuus

Kalha, Harri (2007), Pornoakatemia! Tampere: Eetos

Marianna Laiho & Iris Ruoho (2005) Median Merkitsemät. Jyväskylä: PS-Kustannus

Muotikuvasto

Viitteet

Enid Portuguese, 1.3.2010. *Victoria's Secret Launches "I Love My Body" Campaign*, InStyle [viitattu 12.4.2017]
Saatavissa: <http://www.instyle.com/news/victorias-secret-launches-i-love-my-body-campaign>

FMD, 2017. *Stuart Weitzman*, FMD [viitattu 14.4.2017]
Saatavilla: <http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/stuart-weitzman/>

Mariotestino.com, 2017. *Mario Testino Biography* [Viitattu 14.4.2017] Saatavilla:
<http://www.mariotestino.com/biography/>

Kuvat

Kuva 1 / Wesolowski, Artur. *Anja Rubik + Quazi Fall 2010 -mainoskampanja (2010)*. Saatavissa:
<https://viciomusicayelamor.blogspot.fi/2010/09/scary-thin-anja-at-quazi-fall-2010-ad.html>

Kuva 2 / Victoria's Secret, *Victoria's Secret Love My Body -kampanja (2010)*. Saatavissa:
<http://www.instyle.com/news/victorias-secret-launches-i-love-my-body-campaign>

Kuva 3 / Simoneau, Simon. *Elle Canada February 2017 (2017)*. Saatavissa:
<http://forums.thefashionspot.com/f78/elle-canada-february-2017-winnie-harlow-nelson-simoneau-289095.html>

Kuva 4 / Testino, Mario. *Stuart Weitzman Spring/Summer 2016 -kampanja (2016)*. Saatavissa:
<http://www.mariotestino.com/photography/latest-work/stuart-weitzman-springsummer-2016/>

Kuva 5 / Klein, Steven. *Denim X Alexander Wang -kampanjakuva (2014)*. Saatavissa:
<http://xxivmagazine.com.au/denim-x-alexander-wang/>

Porno

Viitteet

Jon Millward, 14.2.2013. *Deep Inside: A Study of 10,000 Porn Stars and Their Careers* [Viitattu 7.4.2017] Saatavilla:
<http://jonmillward.com/blog/studies/deep-inside-a-study-of-10000-porn-stars/>

Kuvat

Kuva 6 / *Jesse Jane (2017)*. Saatavissa: <http://joshcroyle.com/2010/06/girlfriend-of-the-week-32/>

Kuva 7 / *Lisa Ann (2017)*. Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/410249847290904376/>

Mainonta

Viitteet

NY Daily News, 2017. *Most Controversial ads that have been banned*, NY Daily News [viitattu 16.4.2017]
Saatavissa: <http://www.nydailynews.com/entertainment/controversial-banned-ads-gallery-1.2245644?pmSlide=1.2245635>

Emma Hope Allwood, 2016. *Fashion v censorship: a history of banned ads*, Dazed Digital [viitattu 16.4.2017] Saatavissa:
<http://www.dazeddigital.com/fashion/article/24720/1/fashion-v-censorship-a-history-of-banned-ads-miu-miu-tom-ford>

Kuvat

Kuva 8 / *Kuvankaappaus Google-kuvahausta (2017)*

Kuva 9 / *Kuvankaappaus Google-kuvahausta (2017)*

Kuva 10 / Richardson, Terry. *Tom Ford for Men -hajuvesikampanja (2007)*. Saatavissa: <http://www.sleek-mag.com/2016/06/17/banned-fashion-advertisements/>

Kuva 11 / Sorrenti, Maria. *Tom Ford Black Orchid -hajuvesimainos (2014)*. Saatavissa: <http://ftape.com/media/cara-delevingne-for-tom-ford-black-orchid/>

Sosiaalinen media

Kuvat

Kuva 12 / *Kuvankaappaus "cor_fitness" käyttäjän Instagram-profiilista (2017)*.

Saatavilla: <https://www.instagram.com/p/BSnV6XrDe4s/>

Kuva 13 / *Kuvankaappaus "tammyhembrow" käyttäjän Instagram-profiilista (2017)*.

Saatavilla: <https://www.instagram.com/p/BQqynDdjWEF/>

Kuva 14 / *Kuvankaappaus "cor_fitness" käyttäjän Instagram-profiilista (2017)*.

Saatavilla: <https://www.instagram.com/p/BSVezh2jn0T/>

Kuva 15 / *Kuvankaappaus "#babesofinstagram" hakutuloksista Instagramissa (2017)*.

Kuva 16 / *Kuvankaappaus "sommerray" käyttäjän Instagram-profiilista (2017)*.

Saatavilla: <https://www.instagram.com/sommerray/>

Kuva 17 / *Kuvankaappaus "fabiliciousc" käyttäjän Instagram-profiilista (2017)*. Saatavilla: <https://www.instagram.com/p/BRdD4T-PDghb/>

Kuva 18 / *Kuvankaappaus "anskuyo" käyttäjän Instagram-profiilista (2017)*.

Saatavilla: <https://www.instagram.com/p/BRv16aNac5k/>

Kuva 19 / *Kuvankaappaus "belle_lucia" käyttäjän Instagram-profiilista (2017)*.

Saatavilla: <https://www.instagram.com/p/BMGOo08F4F4/>

Kuva 20 / *Kuvankaappaus "kimkardashian" käyttäjän Instagram-profiilista (2017)*.

Saatavilla: <https://instagram.com/p/BCpQBQROS5l/>

Media

Viitteet

MailOnline, 22.1.2017. *New York's finest! Sexy female cop arrests suspects by day, and works as lingerie model by night*, MailOnline [viitattu 7.4.2017]

Saatavilla: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-4145516/New-York-s-finest-Sexy-cop-works-lingerie-model.html>

Kuvat

Kuva 21 / *Kuvankaappaus uutisista (2017)*. Saatavilla: <http://www.is.fi/viihde/art-2000005044940.html> / <http://www.is.fi/viihde/art-2000005044958.html> / <http://www.is.fi/viihde/art-2000005044784.html>

Kuva 22 / *Kuvankaappaus uutisesta (2017)*. Saatavilla: <http://www.is.fi/maastohiihto/art-2000005059924.html>

Kuva 23 / *Kuvankaappaus uutisesta (2017)*. Saatavilla: <http://www.is.fi/viihde/art-2000005067659.html>

Kuva 24 / *Kuvankaappaus uutisesta (2017)*. Saatavilla: <http://www.is.fi/viihde/art-2000005041693.html>

Kuva 25 / *Kuvankaappaus uutisesta (2016)*. Saatavilla: <http://www.is.fi/viihde/art-2000005023498.html>

Kuvien suunnittelu

Kuva 26 / Klein, Steven. *Dior Secret Garden* (2015).

Saatavilla: <http://thefashionography.com/rihanna-steven-klein-dior-secret-garden-2015/>

Kuva 27 / Klein, Steven. *Alexander Skarsgård* (2011).

Saatavilla: http://www.interviewmagazine.com/film/alexander-skarsgard/#slideshow_27643.5

Kuva 28 / *Kuvankaappaus Pinterest-moodboardista* (2017)

Kuvat 29-32 / Hästbacka, Maria. Alkuperäinen versio sekä käsitelty versio opinnäytetyökuvista.

Kuvaideat

Viitteet

The Luxury of Dirt (Diesel)

Bianca Bartz, 18.4.2008. *Successful Living from Diesel*, TrendHunter [Viitattu 10.4.2017]

Saatavilla: <http://www.trendhunter.com/trends/successful-living-diesel-home>

Share The Fantasy (Chanel)

Elle, 24.4.2009. *Enduring Fragrance: The Story of Chanel No. 5's Longtime Appeal*, Elle.com [Viitattu 10.4.2017]

Saatavilla: <http://www.elle.com/beauty/news/a1763/enduring-fragrance-the-story-of-chanel-no-5s->

A Lee Is Washed with Your Sweat (Lee)

GQ South Africa 2017, A Lee Don't Lie [Viitattu 10.4.2017]

Saatavilla: <http://gq.co.za/2011/04/a-lee-don-t-lie/>

Just Do it (Nike)

Marcus Fairs, 14.3.2015. *Nike's "Just Do It" slogan is based on murderer's last words, says Dan Wieden*, Deezee [Viitattu 10.4.2017]

Saatavilla: <https://www.dezeen.com/2015/03/14/nike-just-do-it-slogan-last-words-murderer-gary-gilmore-dan-wieden-kennedy/>

You're worth it (L'Oréal)

L'Oréal Elnett Hairspray, Jennifer Aniston, 1998 [Viitattu 10.4.2017]

Saatavilla: <https://www.youtube.com/watch?v=17Uhv131Ggk>

Reveal the Goddess in You (Gillette Venus)

Gillette Venus, 2017 [Viitattu 10.4.2017] Saatavilla: https://www.youtube.com/watch?v=XEh55_c8Irs

Kiitos

Äiti, isä & koirat

Anu Akkanen & Raakel Kuukka

Jannica Stelander & Patisse A Lody
Camilla Adolfsson, Anna Talvela ja Ada Miret

Vessi Hämäläinen & Anna Valli