

“Otin sen vastaan kuin nainen. Itkin.”

Naisille mahdollistuvat toimijuudet tyyliblogeissa

Noora Lindroos
Pro gradu -tutkielma
Jyväskylän yliopisto
Taiteiden ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Kirjallisuus
Kevät 2015

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Taiteiden ja kulttuurintutkimuksen laitos
Tekijä – Author Noora Lindroos	
Työn nimi – Title ”Otin sen vastaan kuin nainen. Itkin” Naisille mahdollistuvat toimijuudet tyyliblogeissa	
Oppiaine – Subject Kirjallisuus	Työn laji – Level Pro gradu - tutkielma
Aika – Month and year Kesäkuu 2015	Sivumäärä – Number of pages 90
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tutkin naisten kirjoittamia tyyliblogeja feministisen kirjallisuudentutkimuksen ja sukupuolentutkimuksen kontekstissa toimijuuden, naistapaisuuden sekä naiskuvien tuottamisen ja uusintamisen näkökulmasta.</p> <p>Tarkastelen blogitekstien sisältöjä ja pyrin havainnoimaan, miten bloggaamalla rakennetaan toimijuutta ja omaa identiteettiä. Tutkin blogien antamaa yleisvaikutelmaa kirjoittajistaan ja tyyliblogeissa vallitsevasta naiskuvasta. Sivuan tutkielmassani blogien keskeisiä sisältöjä, kielellisiä ja visuaalisia piirteitä sekä lukijan roolia peilinä. Tarkastelen myös Pro Ana - ja XL-blogeja ja niissä esiintyviä, tavanomaisista tyyliblogeista poikkeavia diskursseja ja naistapaisuuden esittämistapoja.</p> <p>Tutkielmani ensisijaisia metodeita ovat sisällönanalyysi sekä lähiluku feministisen tutkimuksen kontekstissa. Analyysini tukena hyödynnän kontekstien tutkimuksen, kulttuurintutkimuksen, diskurssianalyysin ja representaatiotutkimuksen metodologiaa ja termistöä.</p> <p>Peilaan havintojani tyyliblogeista valtamedian esittämiin naistapaisuuden representaatioihin. Tuon esille tyyliblogien aseman erityisesti naisten omana tilana ja blogin luonteen reaaliaikaisena, henkilökohtaisena ilmaisukanavana ja toisaalta (puoli)julkisena foorumina ja vuorovaikutuksen välineenä.</p>	
Asiasanat-Keywords Feministinen kirjallisuudentutkimus, sukupuolentutkimus, tyyliblogit, blogosfääri, toimijuus, naistapaisuus, performatiivisuus, tila	

SISÄLLYS

1. NIIN MÄ LUINKIN SUN BLOGISTA

- 1.1 Blogit tutkimuskohteena
- 1.2 Teoreettinen viitekehys, aineisto ja tutkimuskysymykset

2. PERSOONALLINEN TYYLI, TUNNELMALLISET KUVAT

- 2.1 Blogosfääri julkisena tilana
- 2.2 Tyyliblogien rakenteesta ja sisällöistä

3. SAANKO NÄYTTÄÄ SELLAISELTA KUIN OLEN?

- 3.1 Sukupuolitapaisuus
- 3.2 Sukupuolen performatiivisuus
- 3.3 Toimijuus

4. MINÄ MYSTISESTI SÄILYIN OMANA ITSENÄNI

- 4.1 Verkossa muuttuva ja kehittyvä minuus
- 4.2 Lukijat peilinä

5. HALUTAAN LAATUA, KUKA TARJOIS?

- 5.1 Blogien kaupallistuminen
- 5.2 Kuluttaminen naisellisena diskurssina

6. VIHREÄÄ TEETÄ JA KIINTEYTTÄVÄÄ PIKAKAUNISTAJAA

- 6.1 Keinotekoinen ja luonnollinen kauneus kuvissa ja kielessä
- 6.2 Ikinuori vai ikivanha?
- 6.2. Äitikortti

7. JUOKSEN SHORTSEISSA VAIKKA MINULLA ON SELLULIITTIÄ

- 7.1 Puhetta ruumiista
- 7.2 Fitness
- 7.3 Pro Ana
- 7.4 Ihanat lihavat

8. ILMAN BLOGIA EN OLISI TÄSSÄ

Päätäntö

LÄHTEET

1. NIIN MÄ LUINKIN SUN BLOGISTA

1.1 Blogit tutkimuskohteena

Pro gradu-tutkielmassani tarkastelen tyyliblogien merkitystä naisten omana tilana ja henkilökohtaisena ilmaisukanavana sekä toisaalta (puoli)julkisina foorumeina jotka mahdollistavat bloggajille lukuisia eri toimijuuksia.

Blogitutkimus on kasvattanut suosiotaan Suomessa, ja blogeista on tehty jo jonkin verran graduja ja opinnäytetöitä. Blogeihin tutkimuskohteena suhtauduttiin yleisön taholta aluksi varsin kriittisesti. *”Aiheista, joista olisi aiemmin tehty sivun juttu Me Naisten jämäosastolle, rakennetaan nyt HS Säätiön rahoilla 150 000 euron tutkimusprojekteja. Esimerkiksi käy Tampereen yliopiston journalismin tutkimusyksikössä toteutettava hanke: ”Muotiblogit maineenrakentamisen ja markkinoinnin paikkoina”*(anonyymi, Vihreä lanka 27.9.2010) Sittenmin blogien suosio on alati kasvanut, ja tyyliblogeista on muodostunut yksi suosituimmista blogityypeistä.

Naistenlehdillä on merkittävä rooli suuren määrän naisia tavoittavana kanavana . Lehtiä lukevat eri-ikäiset, eri elämäntilanteissa olevat naiset ja siispä lehdet pyrkivät käsittelemään heitä kaikkia koskettavia ja kiinnostavia aihepiirejä sekä synnyttämään esimerkiksi yhteisiä kulutustarpeita. Yleisessä kulttuurissa lehdistö valikoi käsiteltävät teemat miesnäkökulmasta ja sijoittaa naisia mahdollisesti koskettavat asiat vähäarvoisemmille "naisten sivuille" (Wolf 1996, 94). Naistenlehdet, joita voisi pitää sisältöjensä ja kohderyhmänsä puolesta blogien edeltäjinä ja nyttemmin niille rinnasteisina medioina, olivat pitkään ainoita populaarikulttuurin tuotteita, jotka muuttuivat naisten todellisuuden mukaan, mutta 2000-luvulla blogit ovat löytäneet asemansa naisen arkitodellisuuden kuvaajana. Merkittävää on, että tyyliblogeja kirjoittavat etupäässä naiset, jotka suhtautuvat naisten asioihin vakavasti.

Ensimmäiset muotiblogit perustettiin vuosina 2006-2008, ja ne ovat muotouuneet vähitellen kokonaisvaltaisemmiksi elämäntyyliä (*lifestyle*) käsitteleviksi blogeiksi. Tyyliblogien kiistatton asema uutena julkaisutyypinä, joka jopa määrittää jopa sen, mihin lehtiala on menossa . Esimerkiksi ruotsalainen Bonnier toi elokuussa 2013 hetkeksi markkinoille

uuden 18-29-vuotiaille suunnatun muotilehden, *Costumen*, jonka kohderyhmää olivat muotiblogeja lukevat sekä itse bloggaavat nuoret naiset.

Koska kulutus on olennainen osa tyyliblogeja, suuri osa niitä käsittelevistä tutkimuksista lähestyy aihetta kaupallisesta näkökulmasta (Puolimatassa, 1.6.2011). Mielestäni blogit ovat kuitenkin myös merkittävä kanava nuorten naisten oman äänen kuuluville saamiseksi, ja niitä olisi syytä tutkia entistä laajemmin myös feministisellä tutkimuskentällä.

Tutkin naisten kirjoittamia tyyliblogeja sukupuolentutkimuksen sekä feministisen kirjallisuudentutkimuksen kontekstissa, naistapaisuuden sekä -toimijuuden näkökulmasta.

Tarkemmin tyttöjen blogeihin keskittyviä tutkimuksia on tehty ja tekeillä eri tieteenaloilla, jo valmistuneista esimerkkinä Larissa Potkosen pro gradu -tutkielma *Ihanat tytöt verkossa - tutkimus blogeissa yhteisöllisesti tuotetusta tyttöydestä* (2012), Elina Nopparin ja Mikko Hautakankaan *Kovaa työtä olla minä- Muotibloggaajat mediamarkkinoilla* (2012) ja Susanna Härkösen *Ihanan överi ja juhlallinen jakku olisi kyllä kiva piristys vaatekaappiin – tutkimus kuluttamisesta ja professionalisoitumisesta elämäntyyliblogeissa* (2011).

Tuoreista näkökulmista blogeja käsittelevät myös Saara Jäntti ja Suvi Järvinen artikkelissaan *Kotiblogien julkiset käpertymisen maisemat* sekä Tuija Saresma artikkelissaan *Maskulinistiblogin sukupuolimaisema feministidystopiana ja kolonialistisena pastoraalina*, jotka molemmat ovat ilmestyneet teoksessa *Maisemassa* (2014).

1.2 Teoreettinen viitekehys, aineisto ja tutkimuskysymykset

Tutkin siis naisten kirjoittamia tyyliblogeja sukupuolentutkimuksen sekä feministisen kirjallisuudentutkimuksen kontekstissa naistoimijuuden, naistapaisuuden sekä naiskuvien tuottamisen ja uusintamisen näkökulmasta. Tutkielmani perustuu ajatukseen sukupuolesta performatiivina.

Teoksessa *Feministinen tietäminen* (Liljeström 2004, 11) esitetään Elizabeth Groszia (1995, 9-24) mukailleen, että tutkimuksesta tekee feministisen se, että tutkimus pohtii tavalla tai toisella suhdettaan sitä ympäröiviin hallitseviin normeihin ja ihanteisiin, on dialogissa feministiseen tulkintayhteisöön sekä myötävaikuttaa uusien diskursiivisten tilojen tuottamiseen, Tutkimuksessani peilaan havintojani tyyliblogien aiempaan naisten

kulttuurisia tiloja sekä naiseuden representoimista käsitteleviin tutkimuksiin ja valtamedian esittämiin tapoihin olla nainen. Tuon esille tyyliblogien aseman erityisesti naisten omana tilana ja blogin luonteen reaaliaikaisena, henkilökohtaisena ilmaisukanavana ja toisaalta (puoli)julkisena foorumina ja vuorovaikutuksen välineenä.

Pyrin tarkastelemaan blogitekstien sisältöjä ja havainnoimaan, miten bloggaamalla rakennetaan toimijuutta ja identiteettiä. Analysoin blogien antamaa yleisvaikutelmaa kirjoittajistaan ja tyyliblogeissa vallitsevasta naiskuvasta. Sivuan tutkimuksessani blogien keskeisiä sisältöjä, kielellisiä ja visuaalisia piirteitä sekä lukijan roolia peilinä. Kysyn aineistoltani

- 1) Millaisia toimijuuksia tyyliblogit naisille mahdollistavat?
- 2) Millainen on tyyliblogien rooli omana, henkilökohtaisena ilmaisukanavana ja toisaalta julkisena foorumina?

Tarkastelen myös Pro Ana - ja XL-blogeja ja niissä esiintyviä, mahdollisesti tavanomaisista tyyliblogeista poikkeavia diskursseja ja naistapaisuuden esittämistapoja.

Tutkimuksen taustalla on tietoisuus siitä, että henkilö voi myös olla esimerkiksi biologisesti "nainen" mutta sosiaalisesti jotain muuta. Yksilön biologiset piirteet eivät ole ehto tiettyyn sukupuoleen kuulumiselle. Biologinen sukupuoli on vain yksi mahdollisista naisena olemisen piirteistä. On sosiaalisia konteksteja, joissa yksilö voi olla täysin määrittelemättä itseään tai olla tulematta määritellyksi nais- tai miespuoliseksi. Miehyyden, naiseuden tai muun sukupuolen raja kunkin henkilön kohdalla riippuu aina siitä, mihin käsiteltävä henkilö on sen päättänyt piirtää.

Tutkimukseni ensisijaisia metodeita ovat sisällönanalyysi sekä lähiluku feministisen tutkimuksen kontekstissa. Analyysini tukena hyödynnän kontekstien tutkimuksen, kulttuurintutkimuksen, diskurssianalyysin ja representaatiotutkimuksen metodologiaa ja termistöä.

Tutkimukseni aineistona ovat nuorten naisten tyyliblogit. Olen seurannut yleisluontoisesti Blogilistan luetuimpia tyyliblogeja. Blogilista.fi on suomalainen internet-sivusto, jonka

alle on listattu suuri määrä suomalaisia blogeja aihepiireittäin (Potkonen, 2012). Sivusto lopetti toimintansa 1.6.2015 muuttaen osaltaan blogien luku- ja selailutottumuksia.

Syventääkseni analyysiani olen valinnut rihmastomenetelmällä (Jäntti & Järvinen 2014) lähilukuun kolme tyyliblogia: *Kaikki mitä rakastin*, *Pupulandia* ja *White Trash Disease*, joita olen seurannut jokapäiväisesti koko tutkimukseni ajan. Blogit linkittyvät toisiinsa lukijakommenttien ja sivupalkkilinkityksien kautta muodostaen väljän keskinäisen yhteisön. Kaikki kolme blogia päivittyivät myös joitakin vuosia samalla sivustolla (*Lily*), kunnes *Kaikki mitä rakastin* siirtyi henkilökohtaiseen osoitteeseen. Aineistovalinnan perusteena olivat myös rikas kieli, aktiivinen päivitystahti, runsas lukijakunta sekä blogisisältöjen keskinäinen yhteneväisyys.

Kaikki mitä rakastin on Eeva Kolun kirjoittama suosittu tyyliblogi, jossa blogin kuvauksen mukaan “*Inspiroidutaan ihmisistä, kirjoista ja elokuvista, sisustetaan ja syödään. Puretaan vaatekaapin sisältöä ja päivän aikana päähän pälkähtäneitä ajatuksia - yleensä pilke silmäkulmassa ja viiniä lasissa.*” (<http://eevakolu.fi/>) Kolu vetoaa lukijoihin erityisesti runollisella kielellä, matkakuvauksilla, aforisminomaisilla elämänohjeilla ja suosituksilla mielikirjoistaan sekä herkullisimmista kokkauksistaan. Blogia on kritisoitu epätodellisena ruusuilla tanssimisena ja moitittu laallisesta “hyviä asioita tapahtuu niille jotka uskovat”-asenteesta mutta toisaalta myös kiiteltä laajalti optimistisesta katsantokannasta elämään ja arkeen.

“*Kolmekymppinen esteetikko nauttii elämästä intohimoinaan muoti, tyyli, kauneus, sisustus, musiikki, taide ja kulttuuri sekä etsii siinä sivussa liikunnan iloa ja hyvää oloa.*” (<http://www.lily.fi/blogit/pupulandia>.) *Pupulandia* on pitkään päivittynyt blogi, jota kirjoittaa tyylibloggauksen pioneeri Jenni Rotonen. Jenni on taiteen rakastaja, fashionista ja omien sanojensa mukaan tyttönainen,, joka tarjoaa lukijoilleen muotia, ammattimaisia valokuvia ja menovinkkejä matkailun ja kulttuurin saralla. Rotonen on ammattimainen bloggaaja, joka päivittää usein, kirjoittaa huolellista kieltä ja käsittelee kattavasti eri aihepiirejä.

Whit Trash Disease on teräväkynäisen ja provosoivan Natan tyyliblogi, jossa keskitytään erityisesti muotiin, ruokaan ja kodinsisustukseen. Nata on tunnettu paitsi monipuolisista tyylikokeiluistaan, myös kohua herättäneistä bloggauksistaan koskien muunmuassa äänestämättä jättämistä ja Suomessa asumisen hyviä puolia. “*Ekstrovertti individualisti eli*

suomeksi rääväsuinen ryönäilijä, joka on sydämeltään ikuinen tamperelainen, ulkomuodoltaan joka mummon painajainen ja ulosanniltaan Kummeleitakin pahempi sketsiautomaatti.” ([http://www.lily.fi/blogit/white-trash-disease.](http://www.lily.fi/blogit/white-trash-disease))

Käsittelen tutkimuksessasi myös Pro ana ja XL-blogeja, jotka toimivat esimerkkeinä tyyliblogien reunamille sijoittuvista naisten kirjoittamista blogeista. XL-blogien kirjoittajat ovat nimen mukaisesti pluskokoisia (naisia), jotka kirjoittavat lihavuudesta positiiviseen sävyyn, esittelevät XL-muotia ja taistelevat verbaalisesti lihavuuteen liitettyjä negatiivisia määreitä vastaan. Pro ana- blogeissa taas ihannoidaan anoreksiaa elämäntapana ja jopa uskontona. Näiden blogien kohderyhmä on pienempi, ja fokus bloggaajien fyysisissä ominaisuuksissa (lihavuus, merkittävä alipaino) toisin kuin tyyliblogeissa on yleensä tapana. Koen kuitenkin molemmat blogigenret tyyliblogien alalajeiksi, joissa kirjoittajien tyyli ja elämäntapa poikkeaa valtavirrasta. “--*anorexia nervosa viittaa psykiatriseen, kliinisesti diagnosoitavaan sairauteen, kun taas pro analla (tai Analla) voidaan tarkoittaa joissakin tapauksissa anoreksiaa hallittuna ja valittuna elämäntapana.*”(Makkonen, 2014) XL-blogit ovatkin jo jossain määrin osa tyyliblogien verkostoa yhteneväisten teemojensa ja tyyliblogien yhä heterogeenisemmäksi muuttuvan yhteisön ansiosta, mutta Pro ana -blogien on mahdotonta päästä marginaalista anoreksian tautiluokituksen ja siihen liittyvän sosiaalisen stigman vuoksi.

XL-blogeja käsitellessä käytän pääasiallisena aineistonani *More to love* -blogin postauksia vuodesta 2009 blogin lopettamisvuoteen 2013. Kahden nuoren naisen, Pepin ja Mimmin, blogi oli Suomen ensimmäisiä menestyneitä XL-blogeja.

Pro ana- blogit ovat usein osa suurta kansainvälistä verkostoa, joten tästä syystä suurin osa siteeraamistani pro ana-blogeista englanninkielisiä vaikka muu aineistoni on suomenkielistä. Pro ana- bloggaajat eivät ole yksilöitävissä kuten tyylibloggaajat. Blogit ovat myös muodoltaan keskustelufoorumimaisempia ja yhdelle sivustolle saattaa olla koottuna useiden bloggaajien tuoreimpia postauksia. Säännöllisesti päivittyviä Pro ana-blogeja on myös vaikeampi löytää internetin hakukoneilla. Pro ana-bloggaajan rooli on enemmänkin julistaa yhteistä missiota kuin tuoda esiin omaa persoonaansa.

Lukuun ottamatta paikoin anonyymeja Pro ana -bloggaajia seuraamani bloggaajat esittäytyvät blogeissaan noin 20-35-vuotiaiksi naisiksi, ja he esiintyvät blogissaan omalla

nimellään ja kasvoillaan. Nämä sinänsä jo aikuiset naiset edustavat iästään huolimatta myös tyttökkulttuuria; he kirjoittavat isosiskomaisesti tytöille suunnattua tekstiä ja elävät itsekin blogiensa kautta jatkettua nuoruutta ja tyttöyttä.

Visuaalisuudella on merkittävä rooli kaikissa blogeissa. Kuvat tukevat tekstiä ja paikoin jopa korvaavat sen. Kuvat osoittavat myös blogien pitäjien yhteiset ajatukset kauneudesta ja arjen estetiikasta (Jäntti&Järvinen, 2014). En keskity sinänsä kuva-analyysiin, mutta huomioin kuvat blogi-identiteetin rakentamisen välineinä sekä naisrepresentaatioiden tuottajina. Blogikuvaston tuottaminen on myös yksi toimijuuden tasoista (Jäntti&Järvinen, 2014).

Aineiston valinnan taustalla vaikuttavat myös henkilökohtaiset havaintoni blogosfääristä - olen seurannut aktiivisesti erilaisia blogeja vuodesta 2007 alkaen.

Selkeyttääkseni runsaan aineiston käsittelyä ja hahmottamista jaottelen aineistonkäsittelyprosessini osiin, joiden avulla uskon pääsevän syvemmälle tekstiin. Tasot eivät ole toisistaan irrallisia vaan kaikki ovat kulkeneet mukana koko tutkimuksen ajan mahdollistaen näin rikkaamman analyysin.

Feministisen tutkimusviitekehyksen puitteissa tarkastelen ensin yleisluontoisesti suosituimpia naiskirjoittajien tyyliblogeja kiinnittäen huomioni niihin, joissa korostuu sukupuolen ja sen tuottamisen tematiikka. Tässä vaiheessa teen myös kontekstien tutkimusta, eli havainnoin blogisisältöjä suhteessa naiskulttuuriin, blogien tuottamaa kulttuuria suhteessa sitä ympäröivään netti- ja muuhun populaarikulttuuriin sekä blogeja uutena mediana.

Siirryn lähilukemaan valikoituneita blogeja analysoiden niiden mahdollistamaa naistoimijuutta, ja yleisemmin kirjoitustyyliä, kuvia ja sanavalintoja, joilla naisrepresentaatioita tyyliblogeissa tuotetaan. Sisällönanalyysin avulla pystyn erottelemaan paitsi erilaisia naiseuden diskursseja, myös toistuvia teemoja kuten ulkonäkö, äitiys ja kaupallisuus.

Peilaan tutkimuksessa havaintojani tyyliblogeista uutena naisten mediana aiempaan, esimerkiksi naistenlehdissä tuotettuun, naiskulttuuriin. Vertailemalla naiskulttuurin muotoja toisiinsa pyrin saavuttamaan kattavamman käsityksen siitä, millaisia uusia

itseilmaisun mahdollisuuksia blogosfääri oikeastaan naisille tarjoaa ja miten blogeissa käsitellään sukupuolta ja naiseuteen kohdistuvia normeja ja ihanteita.

Sivuan tutkimuksessa lyhyesti myös blogien rakennetta ja yleisimpiä sisältöjä, koska blogiformaatti vaikuttaa merkittävästi myös sen sisältöihin.

Tutkimuksessa käsitteet tyyliblogi ja lifestyle-blogi limittyvät, tyyliblogin ollessa sanana sujuvampi kuin suora käänös ”elämäntyyliblogi”. Tutkimuksessani tyyliblogi ja lifestyle-blogi tarkoittavat siis samaa asiaa, erottuen muotiblogista sillä että jälkimmäinen on keskittynyt ainoastaan muotiin ja ulkoiseen olemukseen siinä missä tyyliblogeissa käsitellään kokonaisvaltaisemmin useampia bloggaajan elämän osa-alueita.

Tutkimuksessani termit bloggaaminen ja bloggaus viittaavat blogin kirjoittamiseen, bloggaaja blogin pitäjään (kirjoittajaan), lukija blogin lukijoihin ja kommentoija blogia kommentoineisiin lukijoihin. Yksittäisestä blogikirjoituksesta käytetään vaihtelevasti käsitteitä postaus, merkintä ja päivitys. Edellä mainitut termit ovat myös bloggaajien itsensä käyttämiä.

Siteeraamieni blogien sijainnit löytyvät lähdeluettelosta. Poikkeuksena en julkaise lukijakommenttien tai Pro Ana -bloggauksien lähteitä niiden sisältöjen arkaluontoisuuden vuoksi.

Siteeraamieni blogien sijainnit löytyvät lähdeluettelosta. Poikkeuksena en julkaise lukijakommenttien tai Pro Ana -bloggauksien lähteitä niiden sisältöjen arkaluontoisuuden vuoksi.

2. PERSOONALLINEN TYYLI, TUNNELMALLISET KUVAT

2.1 Blogosfääri julkisena tilana

Blogeja ja niiden keskinäisten linkkien muodostamaa verkostoa kutsutaan nimellä blogosfääri (*blogosphere*). Internetiä voi pitää tietynlaisena imaginaaristen yhteisöjen rakentajana. Blogosfääri ei tarjoa kasvokkainkontakteja eikä fyysistä yhteisön kokoontumisympäristöä, mutta se on paikka, jossa oma identiteetti ja elämänfilosofia rakentuvat siellä tuotetun verkkoyhteisyyden tuella ja ehdoilla. Blogosfäärissä ei esiinnyä kuitenkaan yleisin (ulkomaailman) ehdoin, vaan tilaa voi muokata omanlaisekseen. Vaikka

blogikonseptin niukkuus rajoittaa ilmaisua, on identiteetillä leikittely ja julkinen näyttäytyminen siellä kuitenkin omaehtoisempaa kuin reaali maailmassa - blogin pitäminen on leikkiä julkisessa tilassa. Weblogit muodostavat hyvät rakenteelliset edellytykset julkiselle keskustelulle mm. niiden mahdollistamien ei-hierarkkisten verkostomaisten vuorovaikutussuhteiden, keskustelijoiden itsenäisyyden ja osallistumisen avoimuuden vuoksi (Majava, 2006).

Henkilö on julkisessa tilassa heti astuttuaan ulos asunnostaan, ja tiettyä samankaltaisuutta on bloggaajan kirjautumisessa blogosfääriin ja omaan blogiinsa. Tyylibloggaaja tekee uuden sisääntulon virtuaaliselle näyttämölle kerta toisensa jälkeen. Pukeutuminen on julkisen esille tulemisen muoto (Warner 2005), ja sitä tarkkailemalla muodostetaan mielikuva henkilön persoonallisuudesta ja elämäntyylistä. Blogimaailmassa se, miten ja millaisena näyttäytyy lukijoiden silmissä, on lukijoille koko totuus bloggaajasta. Pukeutumisen ja bloggaajan ulospäin näkyvän tyylin voisi näin ollen sanoa olevan positiivista valehtelua.

Tyyliblogeja yhdistää toisinaan pakottamiseksiin kääntyvä pyrkimys positiiviseen ilmapiiriin, bloggaajat toivovat yhdistävänsä henkilöitä nimenomaan myönteisellä tavalla; kyse on siitä, mitä yhteistä heillä on. Toki usein ryhmään samastumisen varjopuolia on se, että yhteisen identiteetin pönkittäminen saattaa tapahtua myös vahvistamalla ulkoryhmiin kohdistuvia ennakkoluuloja (Mustonen 1997).

Kulttuurit – kuten esimerkiksi juuri tyttökulttuuri – sisältävät merkityskarttoja, jotka tekevät maailmasta ymmärrettävän niiden jäsenille. On vaikea tuntea itseään, jos ei tunnista niitä käsityksiä, joilla on kyllästetty. (Lehtonen 2000.) Ajatukset siitä, millainen käytös palkitaan omassa kulttuurissa ja mikä on palkinnon luonne, voi vaikuttaa suuriinkin elämän valintoihin, esimerkiksi ammatinvalintaan. Blogikulttuuri on alakulttuuriksi melko laaja-alainen ja salliva, näennäisestä heteronormatiivisuudestaan huolimatta se ei sulje täysin pois vaihtoehtoisempiakaan sukupuolen esittämisen tapoja. Monet bloggaajista mainitsevat erikseen blogissaan olevan nollatoleranssi esimerkiksi nettikiusaamisen ja rasismien suhteen, joskaan tämä ei aina toteudu kommentoijien keskuudessa. Jokaisella bloggaajalla on valta toimijana ja oman bloginsa muokkaajana ja järjestäjänä.

Ihmiset etsivät yleensä mediasisältöjä, jotka vahvistavat heidän samastumistaan johonkin sosiaaliseen ryhmään. Blogosfääri palveelekin niin bloggaajien kuin lukijoidenkin yleisen identiteetin vahvistamista sosiaalisen identiteetin ja ryhmään kuulumisen nojalla. Nuorille naisille suunnattu ja heidän itsensä tuottama tyyliblogien maailma vahvistaa ryhmään kuulumisen tunnetta, minkä lisäksi tytöille tarjoutuu tilaisuus valmistaa itseään aikuistumiseen seuraamalla hieman itseään vanhempien naisten elämää.

Koska tyyliblogeja kirjoittaa nuorten naisten alati kasvava joukko, ne koetaan väistämättä naisten ”omaksi huoneeksi” (Laukkanen, Mulari 2011, 173-212); mekkoleikit on siirretty makuuhuoneista keskustelupalstoille ja lopulta blogeihin. (Tyyli)Bloggaaminen onkin yksi uuden ajan tyttökulttuurin ilmenemismuoto. *Jenna.K.* -blogia kirjoittanut Jenna Kämäräinen tunnistaa tyylibloggaamisen nimenomaan naisten ”omaksi jutuksi”, mutta haluaa korostaa blogia pitävän naisen roolia toimijana, ei niinkään omaa tilaansa etsivänä heikompana sukupuolena.

Mä oon niin ilonen ett naiset tienaa tuhansia euroja niiden blogeilla, nimenomaan naiset, ei niinkään miehet--- että nuoret naiset ja myöskin tytöt on pystyny luomaan tällä tavalla oman kulttuurin ja oman tälläsen myös niinku toimeentulon, oman julkasualansa ja siin mä oon tosi mielelläni mukana.-- -et on tällänen tekninen juttu jonka naiset on ottaneet haltuun edelläkävijöinä, ihan mielettöntä. Mut mä en pidä siitä, miten sillon ku siitä ruettiin kirjoittelemaan --- heti leimattiin sellaseks et tyttöjen paperinukkeleikit, ku se ei oo pelkästään sitä, vaan myös itseilmasuu ja luovuutta ja ihmiselle tosi tärkeitä juttuja --- muutakin ku vaatteita ja kynsilakkoja. (Kämäräinen, 5.4.2012.)

Oman huoneen käsitteen avulla on jäsennetty tyttökulttuureja aina 1970-luvulta asti. Käsite kuvaa osuvasti tyttöjen keskinäisiä maailmoja, viitaten alun perin konkreettisesti tytön oman huoneeseen kodissa, mutta nytemmin laajentuneena kattamaan abstraktimman ajatuksen tytön omasta tilasta. Tällaiset tilat ovat tyttöjen omia sosiaalisia saarekkeita. (Anttila, Ojanen, Saarikoski ja Timonen 2011, 135.) Tyttökulttuuri muodostuu juuri näissä omien tilojen keskinäisissä käytännöissä. Voisi itse asiassa sanoa hieman kärjistäen, että tyttökulttuurit ovat yhtä kuin tyttöjen omat tilat. Tila tarkoittaa moniulotteista ja merkityksellistä paikkaa, joka voi muodostua vaikkapa puheesta, mielipiteistä tai käsityksistä (Anttila, Ojanen ym. 2011, 135). Tilat ovat sukupuolittuneita, ja ne tuottavat

yhdessä kulttuuristen konventioiden kanssa sen, miten tilaa käytetään, miten käyttäytyään ja millaisia toimijoiden suhteet ovat.

Oman tilan ja huoneen käsite palautuu feministisessä tutkimuksessa Virginia Woolfin teokseen *A Room of One's Own* (1919, suom. *Oma huone* 1980), jossa Woolf kritisoi naisten ja miesten eriarvoista asemaa yhteiskunnassa. Tämän vuoksi oman tilan käsite on viitannut aiemmin nimenomaan alistettujen ryhmien kulttuurisiin tiloihin, mutta nykyään sillä ei ole tyttötytötkimyksessä lähtökohtaisesti tätä merkitystä. 1970-luvulla nuorisotutkijat nimittivät tyttöjen tilaa "makuukamarikulttuuriksi" (*bedroom culture*). Termi on varsin asenteellinen, ja siihen sisältyy patriarkaalinen ajatus siitä, millainen ajanvietto on nuorille naisille hyväksyttävää: meikkaaminen, pojista sekä poptähdistä puhuminen ja haaveilu. Sitten on havaittu, että tyttöjen ja naisten kulttuurit eivät rajoitu vain yksityisiin tiloihin makuuhuoneen seinien sisään, vaan ne toimivat myös julkisissa tiloissa ja muototutuvat jatkuvassa vuorovaikutuksessa julkisuuden kanssa. Makuukamarikulttuurin käsite korvattiin *omahuonekulttuurilla* joka viittaa laajemmin tyttöjen kulttuuriseen omaan tilaan. (Ojanen 2011.)

Oma huone vertautuu omaan kotiin, joka on myös yksi bloggaajan identiteettiä rakentava tekijä. Koti materiaalisena, fyysisenä tilana näyttelee keskeistä osaa blogien kuvastoissa. Blogissa tuotetaan aktiivisesti blogin kautta internetiin kodin representaatiota, kotia verkkoon. Kotiin liittyy ajatus yksityisyydestä, se suojaa myös katseilta. (Jäntti, Järvinen 2014.) Ajatus oman virtuaalisen huoneen rakentamisestakin tukee siis näkemystä yksityisen ja yleisen välillä tasapainottelusta ja blogin puolijulkisesta luonteesta

Artikkelissa *Kotiblogien julkiset käpertymisen maisemat* (Jäntti, Järvinen 2014) todetaan Lauren Berlentiä (1990) mukaillen, että blogit liittyvät osoittain prosessiin, jota Berlent on nimittänyt julkisen tilan intiimistymiseksi. Tällä hän tarkoittaa sitä, että ihmiset ovat yhä enemmän esillä yksityiselämänsä kautta. Vaikka artikkeli käsittelee kotiblogeja, ajatus on verrannollinen myös tyyliblogeihin, joissa rakentuva koti (ja minuus) on sekä julkinen että yksityinen. Julkinen yksityinen on se osa yksityiselämää, jonka bloggaaja kulloinkin päättää jakaa lukijoidensa kanssa, yksityinen yksityinen taas se piiloon jäävä yksityisyys josta blogissa vaietaan. Blogissa siis tietoisesti rajataan pois aiheita, jotka eivät kuulu niiden maisemaan. (Jäntti, Järvinen 2014)

Valtaosa blogilistan kärjessä olevien tyyliblogien pitäjistä on nuoria naisia, ja kommenttiosoiden ja seuraajalistojen perusteella myös suuri osa lukijoista näyttää edustavan samaa ryhmää.

2.2. Tyyliblogien rakenteesta ja sisällöistä

Blogeja päivitetään yleensä yksinkertaisilla julkaisujärjestelmillä. Esimerkiksi ilmaispalvelu Blogger mahdollistaa omien sivustojen aloittamisen ja päivittämisen ilman erityistä tekniikan osaamista tai erityisohjelmia. Blogit ovat tällä hetkellä tavallisten kansalaisten helpoin väylä julkaista materiaalia internetissä. Julkaisujärjestelmä huolehtii sivuston rakenteesta, merkintöjen arkistoinnista ja sisäisistä linkeistä. Käyttäjän tehtäväksi jää sisällön kirjoittaminen ja ulkoasun valitseminen valmiista tyyleistä, joita voi halutessaan muokata persoonallisemmiksi. (Leppilahti 2011.)

Blogisivujen sommittelussa ei ole suuria eroavaisuuksia, mutta fontti-, väri- ja kuvavalinnoilla ja muilla graafisilla yksityiskohdilla pyritään tekemään eroa toisiin blogeihin ja luomaan omalle blogille yhtenevä, parhaimmillaan brändiksi muodostuva visuaalinen ilme. Blogitekstiä on mahdollista editoida, poistaa ja järjestellä ennen julkaisua ja sen jälkeen.

Blogissa yhdistyvät kotisivumainen henkilökohtaisuus, verkkoyhteisöllinen sosiaalisuus sekä keskusteluryhmien ajankohtaisuus ja nopeus. Blogissa olennaista on käänteinen kronologinen järjestys, vanhat kirjoitukset ja niiden saamat kommentit jäävät luettaviksi arkistoon ja uusin teksti avautuu aina etusivulle. Blogi muodostaa aina kumuloituvan prosessin, jossa vanha sisältö ei katoa uuden tieltä, vaan se on mahdollista löytää pitkänkin ajan jälkeen esimerkiksi hakukoneen avulla tai yksinkertaisesti selaamalla sisältöä taaksepäin. (Potkonen 2012.) Arkistoa on mahdollista selata aina blogin ensimmäiseen postaukseen saakka, eli kirjoituksista syntyy näin narratiivinen rakenne. (Majava 2006.)

Blogi on intertekstuaalinen. Vaikka se rakentuu hypertekstin ympärille, siinä on mahdollista julkaista sisältöä tekstin lisäksi myös kuvien, videokuvan tai äänen muodossa. Useat tyylibloggaajat linkittävät sivuilleen musiikkivideoita, asukuvia tai videomateriaalia, jossa he vastaavat vaikkapa lukijoiden esittämiin kysymyksiin. Viime vuosina myös esimerkiksi soittolistojen tekeminen Spotify-musiikkipalveluun tai instagram-tilin liittäminen blogin yhteyteen on noussut tyylibloggajien suosioon. Vaihtelevat sisällöt

antavat mahdollisuuden värittää tekstipainotteista postausta sekä jakaa helpommin kiinnostuksenkohteitaan lukijoiden kanssa. On myös blogeja, jotka keskittyvät julkaisemaan pääasiassa videokuvaa ja valokuvia. Näiden julkaisualustoista esimerkkeinä toimivat Tumblr ja YouTube. Nuorten naisten blogeissa saattaa useinkin käydä niin, että kuvat vievätkin tekstiltä päähuomion (Potkonen 2012) tai blogi-innostuksen hälvetessä bloggaaja postaa pitkään pelkästään kuvia lopettaen viimein päivittämisen kokonaan.

Ensisijainen sivusto blogien seuraamisen kannalta oli pitkään blogilista.fi. Se oli suomalainen internet-sivusto, jonka alle on listattu suomalaisia blogeja aihepiireittäin. Lista ei kattanut kuin murto-osan blogeista, mutta sen ulkopuolelle jäävillä blogeilla on auttamattomasti pienempi kävijämäärä. Blogilista ylläpiti kolmea eri listaa, joiden avulla saattoi tutustua Suomen suosituimpiin blogeihin: Kuuma lista esitteli blogit, jotka ovat juuri nyt pinnalla, luetuimmat-listalla oli nimensä mukaisesti eniten luettuja blogeja ja top-lista perustui blogien tilaajamääriin. Tämä tarkoitti sitä, kuinka moni blogilistan käyttäjä on merkinnyt lukemansa blogin suosikikseen. Blogilistalta pystyi myös hakemaan blogeja haluamallaan hakusanalla, esimerkiksi ”tyyli”. (Potkonen 2012.)

Suurimmassa osassa nuorten naisten blogeja kirjoitustyyli on päiväkirjamainen, mutta suosituimman blogigenren muodostavat ehdottomasti tyyliblogit. Yhä useampi bloggaaja onkin koonnut bloginsa paikoin varsin hajanaiset aihepiirit lifestyle-otsikon alle. Tällöin teksti voi käsitellä niin muotivinkkejä kuin bloggaajan lomamatkaa mummolaan. Keskitynkin tutkimuksessani nimenomaan tyyli-, en muotiblogeihin. Sanat muoti ja tyyli eivät ole sinänsä tieteellisiä määritelmiä, mutta ne herättävät lukijassa hieman erilaisia mielikuvia ja niiden käyttö kuvaa kirjoittajan suhtautumista asiaan. (Potkonen 2012.)

Tyyliblogien formaatti muodostuu blogiformaatista ja muotilehtien antamasta mallista. Erona muotiblogeihin tyyliblogit käsittelevät muitakin aiheita kuin pukeutumista. Ne mukailevat naistenlehden aihepiirejä: muotia, meikkausta, ruokaa, sisustusta, kulttuuria ja matkailua. (Vartama 2001.) Tyyliblogi perustuu kirjoittajan omiin henkilökohtaisiin mieltymyksiin, eikä niiden ole välttämätöntä kytkeytyä vaikkapa suurien muotitalojen vallitseviin trendikäsityksiin. Tyyliblogeissa esitelty tyyli ei siis välttämättä ole muotia tai pyri vaikuttamaan muotiin, joten termien tyyli ja muoti erottaminen toisistaan on varsin perusteltua. (Potkonen 2012.)

Tyyliblogit ovat rakenteeltaan ja ulkoasultaan varsin samankaltaisia. Niiden tarkempi sisältö selviää yleensä esittelytekstistä, joka toimii eräänlaisena blogin tuoteselosteena. Joissain blogeissa myös nimi tarjoaa blogille viitekehyksen tai ainakin antaa vihjeen kirjoittajan asenteesta sekä hänen käsittelemistään aihepiireistä. Nykybloggaajat eivät kirjoita anonyymeinä, vaan paljastavat kasvonsa ja kertovat henkilötietojaan. Näin kirjoittajasta tulee helposti brändi itsessään, ja siksi moni onkin nimennyt bloginsa yksinkertaisesti omalla nimellään (esim. *Nelliinan vaatehuone*). Blogin nimi on avainsana, jolla sivusto löytyy hakukoneista. Joskus bloggaajia palkataan myös lehtien omiksi bloggaajiksi, jolloin he kirjoittavat blogiaan osana lehden verkkojulkaisua. Taitavimmat bloggaajat kirjoittavat verkkojulkaisun lisäksi painettuun lehteen juttuja tai kolumneja. (Potkonen, 2012.)

Suurin osa suosituimmista blogeista on lähes päivittäin päivittyviä, jatkuvia blogeja, mutta osa blogeista on myös projektiluontoisia. Esimerkiksi ostolakko, tupakasta eroon pääseminen ja erilaiset urheilulliset tavoitteet ovat tyypillisiä projektiblogin teemoja. Myös tapahtumiin keskittyvät blogit kuten hääblogit ovat yleisiä, mutta tällaisten blogien kävijämäärät ja kohderyhmät ovat jokseenkin rajattuja ja suppeita.

Blogipohja tarjoaa mahdollisuuden usealle samanaikaiselle käyttäjälle, ja suomalaisen blogikulttuurin alkuvaiheissa tyttöjen yhteiset tyyliblogit olivatkin varsin yleisiä. Blogikollegoiden tuki antoi varmuutta omaan kirjoittamiseen ja kuvien julkaisemiseen, ja bloggaus saattoi olla kaveriporukan yhteinen harrastus. Kirjoituksen epätasainen taso ja vaihteleva päivitystahti erottivat kuitenkin niin sanotusti jyvät akanoista, ja eniten lukijoita ja kommentteja keränneet bloggarit alkoivat muodostaa omia, henkilökohtaisia blogejaan. Nykyään toiminassa olevilla kimpfablogeilla on usein yleensä jokin ammatillinen tai esimerkiksi opiskeluun liittyvä tarkoitus, tai vaihtoehtoisesti niiden pitäjät ovat huomattavan nuoria. Kaveriblogit ovat myös kirjoittajien ikääntyessä saattaneet vaihtua esimerkiksi parisuhde- tai äitiysblogeihin.

Tyyliblogeissa on usein jonkin verran erilaisia tee-se-itse eli do it yourself -sisältöjä: itse tehtyjä vaatteita ja asusteita, tuunattuja vaatteita ja asusteita sekä kierrätettyjä vaatteita ja asusteita. On tyyliblogeja, joissa käsitellään ainoastaan DIY-sisältöä, ja sellaisia DIY-tyyliblogeja, joissa käsitellään muutakin tyyliä. Tyyliblogien nykyinen DIY-ideologia

on konsumeristisempi kuin alkuperäinen. DIY-tuotoksiin suhtaudutaan kulutusnautintona niin kuin ostettuihinkin tavaroihin. (Vartama 2011.)

Tämä Tampellan vanha sydänkangas todella on se elämäni kangas. Sunnuntain kahvihetki oli hyvä syy pukea ylle Monan tekemä sydänmekko. Minulla on tätä kangasta jemmattuna varastossa Annia varten muutamassa eri värissä, sitten kun tyttö lähtee kävelemään niin ei muuta kuin mekkotehdas käyntiin. (Nelliinan vaatehuone, 2.3.2015.)

Nykyisissä muotiblogeissa kaupallisuudella on merkittävä rooli. Erilaiset yhteistyökumppanit ja sponsorit lähettävät bloggaajille tuotteitaan nettimarkkinoinnin toivossa. Tyyliblogeille ominaisia kuvatyyppejä, tuotekuvia ja asukuvia vastaavat muotilehtien tuotekuvat ja muotikuvat. Tuotekuvat ovat samanlaisia, mutta muoti- ja asukuvissa on eroja. Blogikuvien viehäytys perustuu sisältöön, ei pelkästään esteettisyyteen. (Vartama 2011)

Blogeissa on usein linkkejä ja viittauksia toisiin blogeihin. Linkkiä blogista toiseen pidetään sekä symbolisena että konkreettisena lahjana. Linkittämällä jokin tietty blogi tai sen ylläpitäjä omassa blogitekstissä tullaan samalla tunnustaneeksi linkitetyn kohteen arvo. Sitä pidetään kiinnostavana ja lukemisen arvoisena. (Potkonen 2012.) Tyyliblogien sivupalkissa saattaa olla lista bloggaajien omista suosikkiblogeista, ja vastaavasti nämä suosikit viittaavat postauksissaan takaisin heitä suositelleeseen bloggaajaan. Näin toisiaan ihailevien bloggaajien kesken vallitsee keskinäinen lojaalius ja blogitoveruus.

3. SAANKO NÄYTTÄÄ SELLAISELTA KUIN OLEN?

3.1 Sukupuolitapaisuus

Kategoria "nainen" ei ole itsestään selvä vakio, vaan sosiaalisesti, kulttuurisesti ja materiaalisesti tuotettu nippu määrittelyjä. Nämä määrittelyt yhtenäistyvät prosessissa, jossa joku henkilö nimetään jossain tilanteessa "naiseksi". Nimeämiseen kytkeytyy oletus essentiaalisesta, luonnollisesta naiseudesta. Postmodernin feminismin aikana ei naista, naiseutta ja naisellisuutta hahmotettu yhtenäisinä ja itsestään selvinä kategorioina. Kyse on erojen verkostosta, jota muovaavat esimerkiksi kansalliset, etniset, yhteiskunnalliset, kulttuuriset, seksuaaliset sekä sukupolvien väliset erot. Postmodernistit korostavat, että naiseus on kuvitelma pakeneva määre, jossa nainen edustaa metaforaa ilman kiintopistettä.

Vaikka naisen kategoria ymmärretään liikkuvammin kuin ennen, sukupuolijakoja pidetään yllä erityisesti institutionaalisissa rakenteissa. (Rantonen 2001,45.) Essentiaalista "naisuutta" täsmällisemmäksi määreeksi on hahmoteltu käsite "naistapaisuus" (Jokinen 2001).

Naisten on esimerkiksi ollut tapana hoitaa lapsia. Se on siis naistapaista. Naistapaisuus ei kuitenkaan merkitse, että naisen tarkoitus olisi hoitaa lapsia. Se ei myöskään tarkoita, että miehet eivät osaa, voi tai halua hoitaa lapsia. Sitä se kylläkin tarkoittaa, että jos mies ryhtyy hoitamaan lapsia, hän tietää tekevänsä miehenä jotain naistapaista ja ikään kuin neuvottelee tämän rakenteellisen tekijän kanssa ilmeisesti päivittäin. Äiti, joka ei toimi naistapaisesti eli huolehdi lapsestaan ja aseta lapsen tarpeita ensisijaiseksi, on luonnoton olio. Hän ei tule ymmärretyksi, sillä emme osaa sijoittaa häntä käsillä olevien sukupuolitapaisuuksien koodistoon. (Mies, joka unohtaa lapsensa on toki sangen paheksuttava olio, mutta ei luonnoton.) Tilanne, jossa sukupuolitapaisuuden noudattamatta jättäminen tekee toimijasta luonnottoman, näyttää meille hyvin tapaisuuden voiman. Tapa tai tottumus on toinen luonto, sanotaankin. Ihmiset solahtavat sukupuolitapaisuuksiin tai kiemurtelevat niiden pyörteissä tietyksi yksilöllisesti eri tavoin ja kaikkien muidenkin erojen värjääminä. Yhteistä kaikille on se, että tulemme mukaan tapaisuuksien virtaan, kun tämä virta on jo olemassa luonnolliseksi muuttuneine tapaisuuksineen. (Jokinen, 2004)

Sukupuolitapaisuuksista puhuminen tarjoaa etuja suhteessa rooleista puhumiseen, sillä tapaisuus viittaa sosiaalisen todellisuuden rakenteisiin eikä ihmisten tehtäviin tai funktioihin. Sukupuolitapaisuudet eivät liioin viittaa naisellisuuteen tai miehekkyyteen psykologisina saati normaaliutta määrittävinä ominaisuuksina ja päihittävät tässä mielessä jokseenkin epätasällisen tavan puhua feminiinisydestä ja maskuliinisuudesta.

Paljon käytetty sukupuolijaottelu on sex/gender. Se on suomennettu kömpelösti biologiseksi ja sosiaaliseksi sukupuoleksi (Jokinen toteaa, että tapaisuuden näkökulmasta voisi puhua luonnosta ja toisesta luonnosta). Ajatus on, että naiset ja miehet ovat toki biologisesti erilaisia, mutta tämän eron päälletulee kaikenlaista yhteiskunnallista ”vaatetta”, joka saa aikaan eron liioittelua, miesvaltaa, jäykkiä sukupuolirooleja. Jako sexiin ja genderiin on epäilyksen alaista moneltakin kantilta. Ihmisillä ei ole pysyvää biologiaa tai luontoa, vaan ihminen muuntuu ja sopeutuu. Tässä prosessissa vaikuttavat niin evolutiiviset, yhteiskunnalliset kuin yksilöpsykologiaan jakollektiiviseen muistiin

liittyvät seikat. Luonnollisena pidettyä ihmisruumista voi myöskin manipuloida hormoneilla, kirurgialla tai vaikkapa dieetillä. Kaikki nämä sopeutumiset ja muokkaamiset tapahtuvat viime kädessä ruumiin välityksellä. Inhimillinen ruumis on sekä toimija että kohde, muokkaaja että muokattava. Niinpä ruumiillisen subjektin jakaminen biologiseen ja sosiaaliseen vaikuttaa turhalta. (Jokinen 2004).

Naistapaisuus assosioituu tyyliin, tyyli liukuu performanssiin. Tyyli on omaksuttua, performanssi opittua. Naistapaisuus vaihtelee opitun, opastetun ja opeteltavissa olevan välillä. Kun naiseen ja naisellisuuteen liitetään olemuksellisuuteen viittaavia määreitä, naistapaisuudella on selkeästi tekemistä tyylin ja esittämisen kanssa. Se on toisaalta jokaisessa itsessään, toisaalta se on taas ulkopuolelta annettua. (Gordon 2001,16.)

3.2 Sukupuolen performatiivisuus

Otin sen vastaan kuin nainen. Itkin. Kyllä, stereotypia kaikelle nyyhkivästä ja tunteilevasta naisesta, se olen minä. (Kaikki mitä rakastin, 14.08.2011.)

Tyyliblogeissa sukupuolta tehdään näkyväksi tekemisen kautta. Vaikka erilaisilla feminiinisillä kliseillä ja naistapaisuuden variaatioilla leikitellään laajallakin skaalalla termejä nainen, naiseus ja naisellisuus ei vältellä vaan pidetään varsin vahvasti yllä. Amerikkalainen Mary Celeste Kearney toteaa, että globaalit mediaviestit tyttöydestä ja tyttöjen ja nuorten naisten oma, sähköiseen mediaan keskittyvä kulttuurintuotanto toimivat suhteessa toisiinsa: tytöt muokkaavat omissa blogeissaan mediaviestejä ja tuottavat näin tyttöyttä omista lähtökohdistaan. (Ojanen, Mulari, Aaltonen 2011, 187,)

Judith Butlerin teorian mukaan sukupuolella ei ole mitään luonnollista tai alkuperäistä, vaan se syntyy performatiivisesti eli muotoutuu toistoteoissa (Butler 1990)

Performatiivisuus tarkoittaa sitä, että jokin synnyttää itse itsensä toiston myötä. Sukupuolta toistetaan päivittäin, eikä sukupuolen performatiivi ole vain puhetta tai tekstejä, vaan se on myös ruumiillinen: eleet, liikkeet ja tyyli saavat aikaan vaikutelman pysyvistä ja alkuperäisestä sukupuolisesta toimijasta.

Performatiivisuuden sukupuolitapaistava voima liittyy siihen, että meidän on toimittava

joko naistapaisesti tai miestapaisesti, sillä ne ovat ainoat käsillä olevat, ymmärrettävät tavat. Henkilö ei koeta välttämättä vakuuttavaksi, jos tämä ei esiinny naisena tai miehenä. Sitten kun esiinnyimme, se vahvistaa vallitsevaa sukupuolieron kulttuuria. Toisaalta ajatus avaa mahdollisuuden toistaa toisin. Itse asiassa suhteessa ideaaliseen Mieheen tai Naiseen, toistamme aina vähän ”väärin”, ja tässä on paitsi sosiaalisen ongelman (esimerkiksi huonotapainen äiti) myös muutoksen mahdollisuus. (Rossi 2003.)

Naisellisia tekoja ei siis tee siksi, koska on nainen, vaan naiseksi tullaan tekemällä tietynlaisia tekoja (Butler 2006). Illuusio ja fantasia pysyvistä sukupuolesta tuotetaan toistamalla sukupuolta esittäviä tekoja. Erilaiset median välittämät representaatiot tyttöydestä ja naiseudesta määrittävät sitä, millaisiksi nuoret naiset rakentavat omat sukupuolen representaationsa (Potkonen 2012). Tyttöyden teknologia koostuu tekniikoista, joiden avulla kulttuurissa ja yhteiskunnassa tehdään tyttöyden tekoja ja luodaan tyttönä olemisen merkityksiä (Saarikoski 2009, 49). Vaikka vastustaisi sukupuolen normatiivisia muotoja, niitä ei voi vastustaa tiedostamatta samalla käsityksiä siitä, millaisia vallitsevat sukupuolinormit ovat. ”—*en usko että kauheen monet miehet pystys samaistuu tai et ei niitä varmaan kiinnostais mun postaukset iha hirveesti.*” (Kämäräinen 5.04.2012)

Butlerilaisessa sukupuolen tuottamisessa nähdään tärkeänä myös identiteetin diskursiivisuus. Identiteetti muodostuu eri merkityskäytännöistä käsin, ja näin ollen kulttuurisesti ymmärrettävät subjektit ovat monenlaisten sääntöjen sitomia, ja siksi myös diskurssien tulosta. Kulttuurin toistettavissa olevat sääntöjärjestelmät määrittävät kuulumisen tiettyyn sukupuoleen, eikä suinkaan se, minkä muotoiseen ruumiiseen sattuu syntymään. Sukupuoli on aina kulttuurisesti tunnistettavissa, ja tästä johtuen jotakin olemassa olevaa. Sitä voidaan toistaa ja muokata tietyn yhteiskunnallisen tilanteen puitteissa. (Potkonen 2012.)

Erilaisten sukupuolitapaisuuksien kehittyminen ilmenee erilaisena stereotyyppisenä käytöksenä. Naiset esitetään yleisesti herkemmiksi kuin miehet, heidät hahmotetaan emotionaalisesti muista riippuvaiseksi ja kykenemättömäksi erottamaan omat etunsa hoivaamiensa henkilöiden eduista. Tämän stereotyyppisen mielikuvan mukaan naisella on

vaikeuksia tunnistaa itsensä itsenäiseksi subjektiksi, ja näin ollen tämä helposti uhraa oman hyvinvointinsa esimerkiksi perheensä vuoksi.

3.3 Toimijuus

37 maassa ilmestyvän naistenlehti Cosmopolitanin ihanne ja kantava ajatus on "self made woman". Cosmo girlille ihmissuhteet, muoti ja kauneus ovat toki tärkeitä, mutta hän on myös uranainen (Saarinen 1999). Tällaista ihannetta näyttävät tyyliblogitkin kannattavan, ovathan blogien nuoret naiset itsenäisiä toimijoita ja omaksuneet ihanteita sekä perinteisestä miesten että naisten maailmasta.

Taipumusta löytää täyttymys työstä pidetään maskuliinisena piirteenä, ja mieheksi kasvattamiseen liittykin usein omien tarpeiden tunnistamisen ja vaatimisen korostaminen (Tripodi, 2014, 28). Naisbloggaajien teksteissä ja tavassa representoida sukupuoltaan yhdistyy mielenkiintoisella tavalla "kylmä" ja työorientoitunut sekä toisaalta hyvin lämmin, intiimi ja äidillinen lähestymistapa bloggaukseen tapana työskennellä, elää ja olla osana yhteisöä.

Malliala on ollut perinteisesti ollut toimi jossa naisilla on suurempi rooli ja paremmat tulot kuin miehillä. Mallina työskentelevät nuoret naiset ovat heteronormatiivisen katseen alaisia, mutta tyyliblogeissa naisten positio on erilainen. Bloggaava nainen on toimiva subjekti, joka luo itse merkityksiä kuvilleen ja tekstilleen. Nainen on kehittynyt merkkien kantajasta merkkien tuottajaksi, ja blogeissa naisten toimijuus tulee hyvin esille.

Tyyliblogeissa naiset kirjoittavat itsensä näkyviksi. Naiset voivat puhua internetissä samaan aikaan luottamuksellisesti ja julkisesti. Kotisivut- ja blogit mahdollistavat katsauksen elämäntilanteisiin, jotka voisivat muuten jäädä piiloon. Tyttöjen toimijuus ja sitä myötä voimaantuminen korostuu tyyliblogeissa, koska toimijuus käsitteenä kytkeytyy oletukseen omasta tilasta ja sen hallinnasta. (Laukkanen, Mulari 2011.)

Ajatusta siitä että naisten blogit ovat todella heidän "omiaan", voi toki kritisoida: Internetiin ladattavat kuvat voivat päätyä muiden käyttöön ja bloggaajille voi tulla epäilyttäviä ja ei-toivottuja kommentteja tai yhteydenottoja. Kuitenkin naisilla ja tytöillä on hallussaan monia keinoja joilla pyrkii pitämään tila hallussaan. Tällaisia ovat esimerkiksi huomiotta jättäminen, paljastaminen ja takaisinpääsyn estäminen. Internetin

keskustelukulttuuriin liittyy toisten käyttäjien tarkkailu, jossa arvioidaan kielenkäyttöä ja sen myötä uskottavuutta. Yhteisesti tapahuvalla arvioinnilla on merkittävä rooli tilan turvalliseksi tekemisessä. (Laukkanen, Mulari 2011)

Naisten blogi- ja internetkulttuuriin liittyvää keskustelua käydään usein jopa täysin vastakkaisista näkökulmista. Ääripäihin sijoittuvat ”tytöt vaarassa” ja ”oma huone”-diskurssit. Näissä ääripäissä tytöille määritelty toimijuus on joko hyvin heikkoa ja median luomien olosuhteiden estämää tai hyvin vahvaa ja samojen olosuhteiden mahdollistamaa. Julkinen puhe tuntuu usein painottuvan vaaran diskurssiin kun taas esimerkiksi tyttötutkimuksen sisällä painotetaan toimijuutta ja omaa tilaa. (Laukkanen, Mulari 2011.)

Naistoimijuus ei tarkoita siis välttämättä feminististä fantasiaa peppipitkätossuomaisesta sankariryöstöstä. Toki toimijuuden merkitys on tyyliblogeissakin osin sen emansipatorisessa voimassa, mutta toimijuutta voi nähdä myös siellä, missä naiset mukautuvat vallalla oleviin normeihin. Naiset voivat olla toiminallisia myös tavanomaisen naistapaisissa rooleissaan.

Nuoret naiset ovat tyyliblogeissa osallistujia, lukijoita, katselijoita, kuulijoita ja erityisesti toimijoita. Vaikka bloggaajat asettavat toki itsensä lukijoiden katseen alaiseksi esiintyessään esimerkiksi asuvalintoja esittelevissä kuvissa omilla kasvoillaan, tuo katse herättää heissä itsetietoisuuden joka antaa syyn luovuutta ruokkivalle itseihailulle (Mustonen 2000). Lukijoille bloggaaja on ennemmin sankari ja esikuva kuin objekti. Naiskuva on muotilehdissä ja tyyliblogeissa erilainen. Muotilehtien naiskuvan ollessa utopiaa tyyliblogien naiskuvan koetaan olevan realistisempi, ”tavallisempi” (Vartama 2011).

4. MINÄ MYSTISESTI SÄILYIN OMANA ITSENÄNI

4.1 Verkossa muuttuva ja kehittyvä minuus

Se on sellanen identiteetin työkalu et ku joka päivä kirjottaa itestään puolen tunnin verran.
(Kämäräinen 5.4.2012.)

Yksilön sisäinen minuus rakentuu merkkimateriaalista, joka on organisoituneen yhteisön synnyttämää (Lehtonen 2005, 54) Ihminen on selittävä olento, ja näin ollen teemme päätelmiä todellisuudesta, sosiaalisista tilanteista ja itsestämme ja tuotamme tätä kautta itsellemme ja muille käsityksiä siitä, mikä tämä maailma on ja mikä on meidän osamme siinä (Lehtonen 2000, 16). Blogin avulla nuori nainen voi etsiä ja paikantaa omaa positiotaan maailmassa ja omassa kulttuurisessa kontekstissaan. Ihminen käy jatkuvaa kamppailua saadakseen elämäänsä jotain mieltä, se voi tapahtua esimerkiksi bloggaamalla.

Vaikka tutkijat ovat yksimielisiä siitä, että nuoruus on identiteettityön kannalta merkittävintä aikaa, minäkuva ei ole milloinkaan lopullinen tai ”valmis”, vaan kehittyy läpi elämänkaaren (Mustonen 1997). Identiteetin ja minäkuvan käsitteitä käytetään melko kirjavasti, mutta eri tulkintatavoille yhteistä on nähdä identiteetti sisäisenä, minää kuvaavana rakennelmana tai prosessina. Kieltä ja puhetapoja analysoivat diskurssianalyttiset tutkijat, kuten Slugoski ja Ginsburg (1989), näkevät identiteetin puhetapana, joka tekee tietyn toiminnan ymmärrettäväksi tietyissä kulttuurisissa yhteyksissä. Erilaisia ajattelu- tai toimintatapoja ei vain valita tai niihin sitouduta, vaan niitä myös arvioidaan ja tutkitaan kertomuksen kautta jälkeenpäin (Mustonen 2000, 132).

Modernissa maailmassa identiteettiä ei voi määrittää pelkästään samuudeksi, sillä samastuminen johonkin alistaa yksilön ulkoapäin annetuille tavoitteille ja päämäärille. Muotibloggaajien identiteetin etsiminen liittyy myös oman tyylin etsimiseen sekä yksilöllisyyteen pyrkimiseen. Perinteinen näkemys kuluttajasta valitsijana ja passiivisena markkinoilla toimijana on väistymässä, sillä muotibloggaajat näyttäytyvät tutkimuksessa aktiivisina toimijoina ja tuottajina. Muotibloggaajat hakevat myös jatkuvasti uusia kulutuselämyksiä ja kommunikoivat toistensa kanssa välittämällä merkityksiä kuluttamisensa kautta.(Vartama 2011)

Blogi on nuorelle naiselle tärkeä minän kehittämisen väline ja alusta. Verkkoon jäävästä dokumentista on helppo seurata oman ajattelun muutoksia ja tyylin muotoutumista. Blogista, samoin kuin monista muistakin käyttäjäprofiileille perustuvista sosiaalisen median palveluista, syntyy ajan kuluessa verkkoon minä-narratiivi, jatkokertomus, jonka keskiössä on identiteetin ja minäkuvan pohdinta.(puolimatassa, 14.7.2011.) Esimerkiksi

teos *Postmodern self* (Karp, Yoels 1993) käsittelee laajalle levinneitä median ja populaarikulttuurin imagoja. Se korostaa, että postmoderni minuus vaatii itsemme jatkuvaa uudelleenmäärittämistä suhteessa toisiin. Verkkoviestinnän tutkijat ovat huomanneet, että esimerkiksi sähköpostiryhmissä kehittyvät ryhmänormit määrittävät ryhmien sisäistä viestintää, ja päättelivät, että verkkovuorovaikutuksen kuluessa rakentuneet identiteetit suuntaavat sosiaalisia konstruktioita. (Mustonen 2000.)

Yksilöllä oletetaan olevan erilaisia roolipositiota, jotka voivat vaihdella eri tilanteissa. Roolipositiolla tarkoitetaan sitä, kuinka yhdellä ja samalla henkilöllä voi olla käytössään eri tilanteissa hyvinkin erilaiset ”minät”. Sama henkilö siis tuottaa erilaisia versioita itsestään. Tämä on helppo huomata tyttöjen blogeja havainnoimalla: tyttö itsessään pysyy samana, mutta voi seuraavan päivän kuvissa näyttää aivan toiselta. (Potkonen 2012, 28.)

Diskurssianalyysi mahdollistaa sen, ettei identiteettiä ja minäkuvaa tutkittaessa tarvitse etsiä jotain kaikisista todellisista minää, vaan versioiden moninaisuus sellaisenaan on tutkimuksellisesti kiinnostavaa (Potkonen 2012). ”2 ja puoli vuotta bloganneena oma identiteetti on kietoutunu enemmän ja vähemmän blogiminän kanssa yhteen ja niistä on tullu aika hyvät kaverukset”. (Anna ja Sebastian 30.11.2014.)

Identiteetti ymmärretään diskurssianalyysin yhteydessä roolipositiota väljemmäksi yleiskäsitteeksi, jossa huomio keskittyy niihin oikeuksiin, velvollisuuksiin ja ominaisuuksiin, joita toimija olettaa itselleen ja toisille tai joita muut olettavat toimijalle. Identiteetti ja sen rakentuminen hahmottuvat tutkielmassani postmoderniin tapaan, jolloin subjektilla ei ymmärretä olevan pysyvää tai kiinteää identiteettiä. Identiteetti muokkautuu jatkuvasti suhteessa niihin erilaisiin tapoihin, joilla ympärillä oleva kulttuuri meitä representoi ja puhuttelee. (Potkonen 2012) Ajatus tällaisesta prosessinomaisesta minuudesta sopii luontevasti tyyliblogeihin. Nuoret naiset asemoivat itsensä siten, että he toteuttavat ajatuksiaan jonkinlaisesta haaveminästä sekä ”sijoittuvat niihin odotuksiin joita kuvittelevat lukijoillaan heitä kohtaan olevan” (Potkonen 2012, 29).

Populaarikulttuurissa, erityisesti blogikulttuurissa, identiteetti rakentuu suurelta osin yksilöllisen kuluttamisen ja tyylin näkökohdista. Bloggaajat tuottavat omaa elämäntyyliään aikaa ja rahaa säästämättä. Identiteetin rakentaminen nojaa esittämiseen ja itsen näyttämiseen erilaisten tuotteiden yhteydessä. Tuote ja identiteetti liitetään toisiinsa, ja näin markkinoidaan siis identiteettiä tuotteena. Nuoret naiset yhdistävät identiteettinsä haluttuun elämäntyyliin, kulutus- ja vapaa-ajan valintoihin ennemmin kuin vaikkapa uskonnollisiin, aatteellisiin tai ammatillisiin rooleihin.

Pukeutumistyyli on nostettu esille useissa nuoria käsittelevissä tutkimuksissa merkittävänä identiteetin ja ryhmään kuulumisen määrittelijänä: pukeutumistyylin avulla viestitään toisille omaa identiteettiä, ryhmään kuulumista sekä kulttuurista pääomaa. Pukeutuminen kantaa mukanaan monenlaisia itsestään selvinäkin pidettyjä erilaisia kulttuurisia merkityksiä, odotuksia ja koodeja.(Härkönen 2011)

Pukeutuminen on myös keskeinen tekijä, jolla tuotetaan sukupuolta ja sukupuolieroa. Vaatteet ovat usein sukupuolierityisiä (Jokinen 2001) eli ne korostavat naisellisina tai miehisinä pidettyjä ruumiinosia. Pukeutuminen rakentaa sukupuoli-identiteetin lisäksi myös henkilön sosiaalista asemaa.

Blogit ovat niitä pitävillä naisille alustoja oman naiseuden löytämiseen, tuottamiseen ja kokeiluun. Se antaa mahdollisuuden liikkua aikuisuuden ja lapsuuden tai vaikkapa feminiinisen ja maskuliinisuuden välillä. Tytöt osallistuvat kulttuurin tyttökuvien tuottamiseen samalla kun yleiset tyttökuvat ohjaavat heidän kokemuksiaan kulttuurissa (Anttila, Ojanen, Saarikoski, Timonen 2011, 144).Oman suosikkibloggaajan valikoista voisi ajatella sankarinvalintana, joka heijastelee sekä persoonallisen identiteetin kehitystä että kollektiivista ideaalia siitä, millainen on hyvä ja hyväksyttävä minuus. Bloggaajat toimivat paitsi itse esikuvina, keräävät inspiraatiota kanssabloggaajista sekä julkisuuden henkilöistä.

Kirjoittajan identiteetti ja sen esille tuomisen tapa on sekä luonnollisen kehityksen että tietoisien blogikonseptin selkiytymisen tulos. ”*Haluan että blogini näyttää minulta, ei siksi että olen kaikessa erinomaisuudessa oman blogin kokoisen show'n arvoinen vaan siksi*

etten osaa kirjoittaa blogia millään muulla tavoin.” (Paras aika vuodesta 11.04.2012.

”Tänään muutan elämäni ja alan pukeutua punaiseen”-tyyppistä kirjoittelua esiintyy etenkin nuorten, alle parikymppisten, blogeissa, vanhempien bloggaajien postauksissa tyyleillä (ja näin ollen erilaisilla rooleilla) leikittely on hienovaraisempaa.

Lukemisessa ja kirjoittamisessa on aina kysymys olemisestamme maailmassa, itse kunkin subjektiviteetista ja identiteetistä (Lehtonen 2000, 221). Usein lukeminen ja kirjoittaminen vahvistavat jo olemassa olevaa käsitystä omasta identiteetistä. Voi kuitenkin myös olla, ettei bloggaaja enää tunnekaan olevansa se sama minä, joka aloitti blogin. Blogi avaa kehittyessään uusia maailmoja ja tuo näin uudenlaista sanastoa bloggaajan käyttöön. Tekijä ei ole niinkään kirjoitusprosessia edeltävä, vaan sen kanssa samanaikainen ja jopa siinä muotoutuva hahmo. (Lehtonen 2000, 111.)

Arkea on vaikea havainnoida vain yhdestä positioista. Omasta elämästään kirjoittaminen edellyttää tarkentamista ja toisaalta myös etäisyyden ottamista. Kaikki tekstin sävyt ja merkitykset eivät välttämättä ole bloggaajan itsensäkään tiedostamia, tai ne aukeavat hänellekin vasta myöhemmin, saatuaan etäisyyttä tapahtuneeseen ja kirjoittamaansa. *Viime kesä oli aika vaikea vaihe mun elämässä – niin kyl niit postauksii ku lukee ni kyl se varmaan näkyy—et mä oon antanu kaksoismerkityksiä tai laittanu salaviestejä”*

(Kämäräinen 5.04.2012.)

Subjektipositio identiteettinä ei siis ole selvä ja ilmeinen, vaan joukko toisiinsa lomittuvia ja sovitettuja tilannekohtaisia identiteettejä, jotka testataan joka kerta erikseen kussakin kommunikaatiotilanteessa. Toisin sanoen subjektipositio rakentuu tilanteessa samanaikaisesti suhteena niin yhteisöön kuin toisiin subjektipositioihin. Subjektipositiot saavat merkityksensä suhteessa maailmaan, kokemusta jäsentäviin luokituksiin ja tarinoihin. Sen rakentumiseen vaikuttavat niin sosiaaliset motiivit, sosiaaliset suhteet kuin sosiaaliset instituutiotkin. (Törrönen 2000, 248.) *”Ensin olen maailman itsenäisin, tasapainoisin ja omavaraisin ihminen. Seuraavassa hetkessä olenkin sitten pieni ja paniikissa, epävarmuudessani ehdoton.”* (Jenna K. 30.03.1012.)

Sekä bloggaajat että lukijat arvottavat blogeja sen mukaan, kuinka paljon bloggaajan ”omaa persoonaa” on pelissä. Blogien koetaan kaupallistumisestaan huolimatta myös erottuvan esimerkiksi aikakauslehtimedioista juuri sillä, että blogi kasvaa kirjoittajansa mukana. Kuten reaalielämässäkin, liian yksipuoliseksi ajateltu tai vastaavasti kovin jäsentymätön blogi-identiteetti voi käydä bloggaajalle liian raskaaksi. Moni alun perin kapeaan aihealueeseen keskittynyt blogi on laajentanut aihepiiriään ja sen myötä blogin kuvausta esimerkiksi kosmetiikkablogista tyyliblogiksi.

Näkyvät muutokset blogin aihepiirissä, sisällöissä tai tavassa kirjoittaa vaativat bloggaajalta aukikirjoittamista ja perusteluja. Lukijat pysyvät mukana vain, jos muutos on heidän mielestään parempaan suuntaan ja jos se on perusteltu ymmärrettävästi. Liian radikaali muutos voi sysätä lukijat muiden, aiempaa suosikkiblogiaan muistuttavien blogien pariin, Esimerkiksi kosmetiikkablogi Karkkipäivän kirjoittaja joutuu pohdiskelemaan bloginsa uusia suuntia vakuutellaakseen niin pitkäaikaisia lukijoitaan kuin itseäänkin muutoksen välttämättömyydestä ja merkityksellisyydestä.

- - blogi saa kasvaa ja elää kirjoittajansa mukana. Sen kuuluukin tehdä niin. Sehän juuri on asia, joka kaiken kaupallistumisenkin keskellä vielä erottaa blogimedian aikakauslehtimediasta. Muotilehti on muotilehti eikä se voi yhtäkkiä muuttua kolmeksi kuukaudeksi Condé Nast Travelleriksi. Blogi voi. Alkuperäisen teeman muuttaminen ja hylkääminen totaalisesti on blogimaailmassa kirjoittamaton ”älä-tee-näin”. Sen ymmärrän. Lukijat ovat alkaneet lukemaan blogiasi koska kirjoitat aiheesta X. Kelkan suuntaa vaihtamalla voivat lukijat helposti jäädä kyydistä. Ehkä heitä ei tippaakaan kiinnosta uusi aiheesi Y. Tietysti minäkin mielelläni pidän alkuperäiset kosmetiikkalukijani kelkassa. Onneksi aihe ei ole blogista mihinkään katoamassakaan – siitähän sitä kirjoittaa mikä innostaa ;) Jos Karkkipäivälle tarjottaisiin duunia vaikkapa jonkun matkalehden bloggarina, niin joutuisin toteamaan, ”Pahoittelut, en valitettavasti voi mitenkään olla intoilematta myös uusista Diorin luomiväreistä tai edullisesta kynsilakkalöydöstä.” Mutta kyllä nyt on niin, että minun on aika luopua yksipuolisesta ’kosmetiikkablogi’ -nimityksestä. Rohkenin pitkän harkinnan jälkeen kirjoittaa uuteen esittelytekstiini sanat; ”Karkkipäivä on kauneus- ja lifestyle-blogi”. (Karkkipäivä 30.9, 2014.)

Blogi-identiteetti ja sen aitous mietityttää myös lukijoita. Heidän käsityksensä bloggaajan persoonasta perustuu paitsi tekstiin, myös mahdolliseen kuvamateriaaliin.”Sain tänä aamuna sähköpostin, jossa huolestunut lukijani tiedustelu, olenko ottanut huomioon, että julkaisemalla kuvan vatsastani muutin blogi-identiteettiäni lihavan ihmisen identiteetiksi.”(Moumou 22.8.2014.) Muutokset bloggaajan ulkonäössä tai sen kuvaamisessa

koetaan muutoksena koko tämän persoonassa. Vaikka ajatus muuttuvasta ja kehittyvästä identiteetistä on aukikirjoitettu useampaan kertaan niin tyylibloggaajien kuin heidän lukijoidensa toimesta, vaanii taustalla kuitenkin ajatus muuttumattomuudesta. Erityisesti vahvojen periaatteiden ja mielipiteiden muuttaminen herättää negatiivissävytteistä keskustelua. Yksityisautoilua kritisoineen bloggaajan autohankinta kohahduttaa, samoin aiemmin fitness-elämäntavan nimeen vannoneen bloggaajan uusi, rennompia tapoja elää. Bloggaajat ovat haasteen edessä pyrkiessään rakentamaan eheää mutta luonnollisen muutoksen mahdollistavaa blogi-identiteettiä pyrkien samalla koostamaan elämästään lukijaystävällistä narratiivia.

Seksuaali- ja sukupuoli-identiteetti eivät yleensä ole tyyliblogien keskiössä, vaan niissä vallitsee jonkinlainen heteroseksuaalinen itsestäänselvyys eivätkä mahdolliset seksuaalista suuntautumista koskevat neuvottelut tule kovinkaan näkyviksi tekstien tasolla. Naiskirjoittajien heterous tuodaan ilmi maininnoilla poikaystävistä, miehestä tai vaikkapa listauksilla haluttavista miesjulkkiksista.

Yleisemmin blogit kategorisoituvat myös seksuaalisen suuntautumisen mukaan, ja on merkille pantavaa, että kaikkien suosituimpien tyylibloggaajien seksuaalisessa (blogi-)identiteetissä on huomattavan vähän ambivalenssia. Puhuessaan esimerkiksi homoseksuaaleista he tekevät selkeän eron itseensä, puhutaan "muista", ei "meistä" saati "minusta". Mahdolliset lukijoiden esittämät arvelut kirjoittajien lesboudesta tai bi-seksuaalisuudesta kuitataan huumorilla. Niin sanottu homoystävällisyys (*gay-friendliness*) on sallittua ja suotavaa.

Hahaha KOSKA NÄYTÄN NIIN LESBOLTA, niin kyllä, olen saanut ainakin pari puhelinumeroa naisilta silloin kun olin duunissa baarimikkona. Otan tämän kohteliaisuutena! Minkäs sille mahtaa, että on niin vetävä.. Ja en voisi koskaan seurustella naisen kanssa, koska naisia pitää aina odottaa, ne valittavat kaikesta, niillä on aina kylmät varpaat ja kaikki ne hormonit.. (White Trash Disease 25.11.2013.)

Heteroidentiteetti on tyyliblogien taustalla oleva hiljainen oletus, mutta vastaavasti esimerkiksi lesbokirjoittajien blogeissa seksuaalinen suuntautuminen on merkittävä osa

postausten sisältöjä tai jopa koko blogia määrittävä tekijä. Homoseksuaalisuus muodostaa oman blogikategoriansa, joka ei mahdu tyyliblogien muottiin ja jonka lukijakunta ja näkyvyys on huomattavasti pienempi ja marginaalisempi. Tyyliblogeja paremmin lesboblogeja voikin verrata esimerkiksi XL-blogeihin, joissa henkilön yksittäinen ominaisuus on suurelta osin tämän blogin sisältöä määrittävä. On merkille pantavaa, että heteron pitämä blogi ei ole *heteroblogi*, mutta avoimesti lesbon blogi on lähes poikkeuksetta lukijoille *lesboblogi*.

Modernissa länsimaisessa kulttuurissa on säännöllisin väliajoin näyttänyt syntyvän tarve yhtäältä peitellä seksuaalisuutta ja toisaalta esittää sitä kyllästäväällä kulttuuri seksuaalisuuden diskursseilla ja representaatioilla (Karkulehto 2006). Bloggaajat ovat ottaneet seksuaalisuuteen ja seksiin liittyvissä kysymyksissä valistavan isosiskomaisen, hyväksyvän mutta myös lempeästi ohjailevan roolin.

Vaikka tyylibloggaajat lähes säännönmukaisesti tekevät linjanvedon olla kirjoittamatta seikkaperäisesti seksuaalisista mieltymyksistään, on vain ajan kysymys, milloin jokin ajankohtainen keskustelu tai blogi-ilmiö vapauttaa nämäkin aihepiirit julkiseen käsittelyyn. Monet aiemmin blogeissa vaietut aiheet ovat jo esiintyneet viime vuosien postauksissa. Tähän mennessä seksiä sivuavat aiheet ovat linkittyneet johonkin parhaillaan käytävään yleisluontoiseen keskusteluun tai naisen oikeuksiin (prostituutio, reproduktiivisuus, ehkäisy).

Ilmaisunvapaus, käyttivät se sitä tai eivät, on tyylibloggaajille tärkeää. Vapauden ajatus linkittyy myös heidän elämäntyyliinsä limittyen sitä myötä jälleen blogiin. Usein vapaus ymmärretään kyvyksi itsekontrolliin ja omiin kykyihin tehdä valintoja riippumattomana toimijana. Populaarikulttuurissa vapauden voi tulkita myös irtautumiseksi modernin hallintakoneiston tai kulttuurin kahleista. (Saastamoinen 2006, 152.) Vapaus ei merkitse kuitenkaan kaikille samaa, ja siksipä se onkin yksi käsitellyimmistä aihepiireistä pohdiskelevammassa, henkilökohtaisia valintoja käsittelevissä postauksissa.

Lähden, jään, myyn, ostan, häivyn, luovutan, aloitan, lopetan, keskeytän tai jatkan jos se tuntuu minusta oikealta, minulle. Ne yleisesti hienoina ja hyväksyttävänä pidetyt asiat eivät sitten välttämättä olekaan kaikille se oikea valinta.

Kun tekee itselleen oikein, on aika vaikeaa tehdä väärin muillekaan. Uskon vakaasti, että aidosti tasapainoinen, onnellinen ihminen ei halua viedä muilta mahdollisuutta tasapainoon ja onneen. Kun tuntee itsensä vapaaksi, ei ole tarvetta pyrkiä rajoittamaan muiden vapautta. (Kaikki mitä rakastin 12.8.2014.)

Autenttisuus ja oman itsensä tai niin sanotun "oman jutun" löytäminen ovat yksilöiden elämänprojektien keskeisiä imperatiiveja (Saastamoinen 2006, 152.) - *-pitää uskaltaa valita se oma ja omannäköinen polku. Valmiiksi tallattujen reittien kulkeminen on varmasti turvallisempaa ja helpompaa, mutta itse en ole katunut hetkeäkään, että lähdin tutkimaan tuntematonta (Pupulandia 1.7.2014).*

Vapauden ohella toinen tärkeä teema on onnellisuus. Onnellisuuden katsotaan olevan tie itsensä täydellistämiseen ja riippumattomuuteen. Onnellisuus konstruoidaan usein yksilön ristiriidattomana tilana, jossa hänellä on itseluottamusta ja kykyä tehdä valintoja sekä kontrolloida elämäänsä. (Saastamoinen 2006, 152.) Onnettomuus voidaan nähdä esteenä polulla kohti onnellisuutta tai uudistumisen ja muutoksen paikkana yksilön elämässä matkalla kohti suurempaa itsekontrollia. (Saastamoinen, 2006, 152.)

4.2 Lukijat peilinä

Tampereen yliopiston Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskuksen (COMET) sosiaalisen median ilmiöitä ja muotibloggaamista käsittelevässä tutkimusblogissa *Puolimatkassa* (<http://puolimatkassa.wordpress.com/>) todetaan, että tietyt bloggaajat kiinnostavat lukijoita, koska he ovat "vertaisia", ikään kuin kavereita, joiden elämää seurataan. He pukeutuvat samantyyliisiin vaatteisiin ja elävät samankaltaista elämää kuin lukijansa. Ennen muuta monien bloggaajien blogipanostus johtuu siitä, että he kokevat olevansa vastuussa lukijoilleen, he haluavat vastata niihin odotuksiin, joita lukijat hänen kohdistavat. Bloggaajien yleisösuhte onkin erilainen verrattuna perinteiseen ammattijournalismiin. (Puolimatkassa 9.8.2011)

Blogit perustuvat henkilökohtaisuudelle ja niissä on keskusteleva ote. Bloggaaja saa lukijoiltaan hyvinkin suoraa palautetta, ja hänen odotetaan myös reagoivan siihen. Lukijat kiintyvät bloggaajaan henkilökohtaisella tasolla ja kokevat ikään kuin tuntevansa seuraamansa bloggaajan.

Bloggaajat pukeutuvat usein suurin piirtein saman hintaluokan vaatteisiin ja elävät edes jossain määrin puitteiltaan samankaltaista elämää kuin lukijansa. Tyylibloggaajan roolia yleisönsä määrittää siis eräänlainen isosiskous. Bloggaaja on ehkä nähnyt hieman enemmän elämää kuin lukijansa, mutta hän on kuitenkin riittävän samanlainen kuin lukija itse. Toki yleisösuhte usein muuttuu sitä myötä kun blogin lukijamäärät ja tunnettuus kasvavat. Vertaistukea tarjonneesta isosiskosta voi kasvaa idoli, jonka suhde yleisöön on toki tällöin astetta etäisempi. (Puolimatassa 9.8.2011.) Bloggaajan kaltainen arjen naissankari on tärkeä roolimalli nuorille naisille, ja esikuva auttaa ilmaisemaan sekä omaa yksilöllisyyttä että yhteisiä arvoja. Bloggaajien ihannoiminen ilmentää myös kollektiivista mukautuvuutta tyttöjen blogikulttuuriin.

Olen äärimmäinen kiitollinen ja otettu jokaisesta teistä. Tämä on taas yksi niistä päivistä, joina ihmettelen, mistä tuollaisia loistavia tyyppejä oikein tulee. Ja miten te jaksatte olla niin rakkautellisia ja anteliaita päivästä ja viikosta toiseen. Kiitos. -- se merkitsee minulle ihan oikeasti hurjan paljon. (Jenna.K. 12.3.2012).

Kielellinen toiminta on kaksisuuntaista, ilmaukset sommitellaan enemmän tai vähemmän toimimaan vuorovaikutuksessa oletetun yleisön ennakkotietojen mukaan (Lehtonen, 2000). Olennainen osa blogikirjoittamista on vuorovaikutus lukijoiden kanssa, ja kirjoittajat kysyvätkin usein lukijoidensa mielipiteitä käsittelemäänsä aiheeseen saadakseen lisää kommentteja. Joidenkin blogien kommenttiboksissa keskustelu on erittäin kiihkeää ja paikoin aggressiivistakin.

Ideavaraston ehtyessä bloggaajat saattavat myös kysellä lukijoiltaan juttutoiveita, ja vastauksena saadut toiveet näyttävät lähemmän tarkastelun jälkeen liittyvän useimmiten yksityiselämään: kirjoittajalta toivotaan oman elämänsä, kotinsa, työpaikkansa ja läheistensä esittelyä sekä vastauksia henkilökohtaisiin kysymyksiin. Tällaisiin toiveisiin vastatessaan bloggaaja on haasteen edessä; kuinka paljon itsestään haluaa antaa, ja kuinka yksityiskohtaisen ja realistisen selonteon tehdä elämästään.

Lukijoilta saatu palaute on paikoin hyvinkin suorasanaista, jopa loukkaavaa. Negatiivisesti bloggaajan ulkonäköön tai henkilökohtaiseen elämään puuttuvat kommentoijat esiintyvät lähes poikkeuksetta anonyymeina. Esimerkiksi Motherfuckin' fashion –blogin kommenttiosiossa anonyymi kirjoittaja kritisoi bloggaajan miesystävää: ”

äääh, ällöttää toi -- inhoan niin paljon överi stailattuja poikia, ylipäättään poikia jotka laittautuu. -- varsinkin tollasta kireet housut -- ja kiree paita- comboa ällöttävällä treenatulla kropalla.. ” Vakituiset, nimimerkillä kirjoittavat lukijat sen sijaan käsittelevät ja pohtivat kommentissaan enemmänkin postausten aihepiirejä tai kyselevät erilaisia vinkkejä tai mielipiteitä bloggaajalta. Jos tällaisilta kommentoijilta tulee henkilökohtaisempaa palautetta, se on yleensä ylitsevuotavan kehuva. ” *Nata senkin ulkoisen täydellisyyden tiivistymä. I love you, that's it*” Lähes päivittäin suosikkiblogiaan seuraavat lukijat kehittävät ihailemaansa bloggaajaan hyvinkin intensiivisen suhteen, joka joka lähentelee rakkaussuhdetta. Niin intiimejä kehuja ja tunnustuksia esiintyy seurustelusuhteen lisäksi useimmiten vain nuorten naisten läheisissä, kahdenvälisissä ystävyys-suhteissa, niin sanotussa pariystävyydessä (Aapola 1992).

-- näitä bloggareita kun nykyään riittää niin pilvin pimein, oot rehellisesti sanottuna jäänyt vahvasti mieleen juuri aitoutesi ja fiksuutesi takia – vaikutat tyypiltä jolla on mahtava tunneäly! Oon hassulla tapaa kiintynyt suhun ja susta on tullu mulle ikäänkuin roolimalli – nuori nainen joka on ah-niin-tyylikäs (!) ja järkevä, on mielestäni aika hyväkin roolimalli tällaiselle teinitytölle :) Jatka samaan malliin Jenni, oot mahtava! (nimimerkki emmasmorninsong 21.07.2011)

Koska lukijat tietävät bloggaajasta enemmän kuin bloggaaja heistä, rakkaussuhde on yksipuolinen. Lukijan rooli bloggaajalle on ystävän tai ihastuksen sijaan ennemminkin kokoava ja merkityksiä muodostava hahmo. Oma teksti ikään kuin ”irtautuu ruumiista” ja jää julkaisun jälkeen helposti etäiseksi, sitä on vaikea tarkastella ulkopuolisen silmin. Siksi lukijoilta saatu palaute on ensiarvoisen tärkeää. Lukija lähestyy postausta omista lähtökohdistaan, joten hänen antamansa merkitykset saattavat poiketa hyvinkin paljon alkuperäisistä. Toinen haastattelemistani bloggaajista kertoi, että eräs lukija oli yhdistänyt hänen kirjoittamansa pisteliääksi tarkoitetut hyvästijätöt häntä loukanneelle ihmiselle omiin jäähyväisiinsä kuolleelle läheiselleen. Rumasta saattaa siis tulla näkökulman vaihtuessa kaunista ja toisin päin. Aktiivinen kommentointi ja edellä mainitun kaltaiset jännittävät tulkinnan eroavaisuudet tuovat blogiin dialogisuutta ja vuorovaikutuksellisuutta.

Lukijan itsetuntoa kohotetaan ja häntä kosiskellaan tyyliblogeissa tytöille suunnatuista lehdistä tutulla ”ihana sinä”-puheella (Tormulainen 2010), jolla kannustetaan nauttimaan

omasta tyttöydestään sekä ymmärtämään naisena olemisen ihanuus. ”Näyttää siltä että viime viikonloppuna te olette pussailleet, syöneet pitsaa, jooganneet, lakanneet kynnet, katsoneet leffoja ja ostaneet tulppaaneita”. (Jenna K. 2.4.2012). Lukijoita puhutellaan suoraan (”Hei kaunokaiset”) ja heille esitetään kysymyksiä (”Mitä teille kuuluu?”), jotka ovat luonteeltaan paikoin retorisen oloisia huomionosoituksia. Asia erikseen ovat erilaiset arvonnat, kilpailut ja äänestykset joissa bloggaaja jakaa palkinnoksi mainostajilta saamiaan tuotteita. Näihin postauksiin kannustetaan erityisen innokkaasti kommentoimaan ja voittaja valitaan kommentoijien joukosta. Voittaja ei yleensä ole millään kriteereillä ”paras” vastaus vaan hänet valitaan arpomalla. Näin yhtäkään lukijaa ei preferoida ja nosteta toisten yläpuolelle.

Kieli on myös vastarinnan aluetta. Vastustus ilmenee usein ulkoisten merkkien - eleiden, pukeutumisen, käyttäytymisen ynnä muun sellaisen- ohella myös kielellisenä normien rikkomisena. (Lehtonen 2004,51.) Kielen lähettäjät saavat usein huomata että heidän kielellisillä teoillaan onkin aivan erilaisia vaikutuksia kuin he tarkoittivat tai toivoivat. Vastaanottajilla ei välttämättä ole käytössään samaa merkitysvarantoa kuin viestin lähettäjällä. Kieli onkin heteroglottista, eli yhtäaikaisesti on olemassa monien eri ihmisryhmien käyttämiä kieliä. (Lehtonen, 2004, 52.) Toisinaan bloggaajien onkin muistutettava lukijoita ylitulkinnasta ja monimerkityksellistämisestä ja kehottettava heitä lukemaan teksti sellaisenaan. Myöskään bloggaajan arkista puhetta ei ole syytä sekoittaa postausten vihjailevaan paikoin ja ironiseen kieleen.

Joten tiedä, kun minä sanon, että olet ihana, se ei tarkoita sitä, etten keksi parempaa sanaa. Se tarkoittaa, että olet ihana. Ja kun minä sanon minä rakastan sinua, se tarkoittaa minä rakastan sinua. (Kaikki mitä rakastin 21.11.2011)

Blogien aktiiviset kommentoijat on karkeasti jaettavissa kolmeen eri tyyppiin: ihaileva lukija, kriittinen lukija ja vihalukija.

Ihaileva lukija katsoo bloggaajaa ylöspäin ja suhtautuu tämän postauksissa esittämiin mielipiteisiin varauksettoman samanmielisesti, kannustavasti ja positiivisesti. Ihaileva lukija kommentoi yleensä omalla nimellään tai nimimerkillä, joskus jopa kuvan kera, ei yleensä anonyymina.

Voi Eeva, ihana Eeva. Kuinka sä osaatkin kerta toisensa jälkeen vangita sanoihin niitä just samanlaisia tuntemuksia mitä itte oon aikanaan tai juuri nyt tuntenut. Siis

voi vitsit, niin kimppaan aiempaa kommentoijaa että tämän blogin ottaisinkin mukaan autiolle saarelle :-) (22.11.2014)

Kriittinen lukija on korrekti, melko sujuvasti kirjoittava ja pyrkii tietoisesti herättämään keskustelua. Hän esittää perusteltuja (bloggaajan kanssa vastakkaisia tai vaihtoehtoisesti hänen mielipidettään täydentäviä) näkökantoja ja pohdintoja joihin pyytää bloggaajaa kommentoimaan.

- -mihin uskot, että ihmiskunta olisi päätynyt, jos ei purnaajia ja parempaa tavoittelevia olisi ollut? Maailma ei ole koskaan valmis, ei ainakaan Suomi, jossa säästetään ensimmäiseksi niiltä laitospaikkavanhuksilta, lastensuojelun asiakkaina olevilta lapsilta ja muilta, jotka eivät kirjoittele blogeja tai muuten pidä ääntä itsestään. - -Oikeaa ei varmastikaan ole, mutta yhteiskunnallisen kehityksen kannalta on tärkeämpää purnata kuin olla pikkurillipiirissä, että onpas meillä nyt kaikesta huolimatta kivaa. Se on nimittäin ihan Neuvostoliittoa. (17.8.2014)

Vihalukija taas suhtautuu bloggaajaan lähtökohtaisesti negatiivisesti ja hän on muodostanut itselleen selkeän mielikuvan bloggaajan epämiellyttävästä persoonasta. Hän kommentoi bloggaajan luonteenpiirteitä, ulkonäköä ja henkilökohtaista elämää loukkaavaan ja tungettelevaan sävyyn. On merkille pantavaa, että vihalukija kommentoi lähes yhtä tunnollisesti jokaiseen postaukseen kuin ihaileva lukija. Vihalukija voi vaihdella nimimerkkejä, olla anonyymi tai pitäytyä samassa nimimerkissä, mutta hänen kirjoitustyyliensä on tunnistettava.

*-- katsoin että suosikki tyttöni takapuoli on kasvanut valtavasti!!! WTF
Ja koko tyttö??? - -Jos et puolen vuoden sisään saa raskauskiloja pois niin saatat kantaa niitä loppuelämäsi. Hoikempaa on helpompaa...*
(3.11, 2014)

Sinä oot kyllä kova tyttö valittamaan ja vertaamaan ittees muihin.
(30.11.2014)

5. HALUTAAN LAATUA, KUKA TARJOIS?

5.1 Blogien kaupallistuminen

Suuri osa muotiblogeista toimii tätä nykyä erilaisissa blogiportaaleissa tai aikauslehtien nettisivuilla. Kun bloggaus muuttuu päivätyöksi, blogiin tulee väistämättä enemmän kaupallista sisältöä esimerkiksi erilaisten sponsoripostausten muodossa.

Ammattilaisbloggaaja joutuu tekemään enemmän tietoisia valintoja tavoitellakseen taloudellista hyötyä blogillaan , sekä miettimään postaustensa mahdollisia seuraamuksia sponsoreita ja edustamaansa sivustoa ajatellen.(Kääriäinen 2014)

Bloggaaminen on niin kokonaisvaltaista, se alkaa siitä kun aamulla herää ja loppuu siihen kun illalla nukahtaa, vuoden jokaisena päivänä. Se on läsnä kaikissa elämän isoissa ja pienissä juhlissa, kuten myös jokapäiväisessä arjessa. Se ei ole kahdeksasta-neljään duuni jonka voi unohtaa kun sulkee työpaikan oven perässään, vaan se on jatkuvasti läsnä. Mulle tämä elämäntapa ja kokonaisvaltainen bloggaamiseen heittäytyminen kuitenkin sopii. (But I'm A Human Not A Sandwich 30.11.2014)

Tyylibloggaajat linjasivat pitkään työelämänsä bloginsa ulkopuolelle. Muulla(kin) kuin bloggaamisella itsensä elättävät naiset tyytyivät vihjaamaan työnkuvastaan muutamalla sanalla. Vaikutelma muistutti 90-luvun draamasarjoja; hyvin toimeentulevat naiset kustansivat luksus-elämäntyyliinsä itse tienaamallaan rahoilla, mutta heidän työelämänsä ei kuvattu, ja ne kuitattiin epämääräisillä kuvauksilla vaikkapa "media-alasta" tai "kauneusbisneksestä".

Vaikka osa bloggaajista onkin tullut ulos ammattikaapista, sen suuntainen kehitys on ollut verrattain hidasta. Vaikka työ vie huomattavan osan henkilön ajasta ja monen ammatti-identiteetti on suuri osa personaa, saattoi blogeista pitkään - ja toki yhäkin - lukea ammattikuvauksia kuten "toimisto-orja".

Ammattinsa paljastavat suositut tyylibloggaajat ovat usein täystyöllistettyjä oman bloginsa tiimoilta, tai vaihtoehtoisesti he opiskelevat tai työskentelevät alalla, joka liittyy luontevasti bloggaamiseen. Tällaisia ovat esimerkiksi kauneuteen tai kosmetiikkaan, urheiluun ja hyvinvointiin, valokuvaukseen, muotiin, vaatteisiin sekä kulttuuriin tai kirjoittamiseen liittyvät alat. Bloggaamista tuntuu luontevimmalta verrata muuhun kirjoittamiseen, kuten journalistin työhön. Osa bloggaajista kirjoittaakin oman bloginsa

lisäksi myös kolumneja ja muita tekstejä eri medioihin. Blogia eivät kuitenkaan koske samat lainalaisuudet kuin muita medioita. Esimerkiksi kieliasu on paljon vapaampi kuin vaikkapa painetuissa medioissa.

Bloggaaminen on ammattina jo yleisempi, mutta yhä hankala käsittää. Osa tyylibloggaajista onkin yrittänyt raottaa salaisuuden verhoa kuvailemalla lukijoille sitä, mitä bloggaajan työpäivä pitää sisällään.

Lähetettyjä ja vastaanotettuja sähköposteja kertyy jo yhtenä päivänä kymmeniä, puhelut ja eri paikoissa ja tapahtumissa vierailut siihen päälle - - mä otan kuvia, suunnittelen tulevia kirjoituksia, muokkaan kuvia, päivitän somekanavia, vastaan kommentteihin, sähköposteihin ja puheluihin. Vain pieni osa tästä kaikesta näkyy lukijalle asti. Mä otan esimerkiksi vuoden jokaisena päivänä vähintään 50-300 kuvaa, joista 5-10 kerrallaan yleensä päätyy postaukseen.- - mediamyyntiä, eli käytännössä tarjousten vastaanottamista, tarjousten tekemistä, yritysten kontaktointia, neuvottelua, ideointia ja lisäksi sivuston ja somekanavien ylläpitoa. (But I'm A Human Not A Sandwich 30.11.2014.)

Kuluttaminen, muoti ja pukeutuminen tarjoavat lukemattoman määrän muuttuvia identiteettejä, joita voi ostaa ja vaihdella. ”Olen mikä olen, teen mitä teen, näytän miltä näytän. Tässähän on loppujen lopuksi kuitenkin kyse vain siitä, mitä jollain tyypillä oli jonain päivänä päällään”, kirjoittaa Eeva Kolu (Kaikki mitä rakastin 14.6.2011) – ja kysyy heti seuraavassa merkinnässä lukijoidensa mielipidettä uusimmista vaatehankinnoistaan.

Shoppailu ei ole siis vain tavaroiden hankkimista, vaan se voidaan nähdä myös identiteetin ostamisena: kuluttajan valitsemat tuotteet lupaavat auttaa tätä oman yksilöllisen identiteetin muodostamisessa. Länsimaista kuluttajuutta voidaan pitää ainutlaatuisena sen vuoksi, että identiteetistä on tullut niin tärkeä osa sitä. Kuluttajat liittyvät identiteetin tietoisesti osaksi arkipäiväisiäkin tuotteita, joita ostetaan, käytetään tai omistetaan. Gabrielin ja Langin (1995, 81; 90) mukaan identiteettiään etsivät kuluttajat tuovat esille erilaisia identiteettejään ostaessaan tai käyttäessään tuotteita. Samalla he myös kokeilevat

uusia identiteettejä. Identiteetin rakentaminen on luovaa toimintaa ja liittyy sen kautta kulutuksen tuottavaan tai luovaan ulottuvuuteen. (Härkönen 2011)

Koska kuluttamisen nähdään yhdistyvän identiteettiin nimenomaan elämäntyylin kautta, tyyliblogeissa ostokäyttäytyminen on erittäin suuressa roolissa. Jokaisella bloggaajan kulutusvalinnalla on merkitystä, ja jokainen hänen käyttämänsä tuote huomataan. Nyky-yhteiskunnassa kuluttaminen on saavuttanut sellaisen aseman, että minuuden rakentaminen kulutustuotteiden avulla on korvannut osaksi "todellisen" identiteetin rakentamisen-. Tämän seurauksena kuluttajat ovat alkaneet arvostaa tavaroiden niin sanottua näyttöarvoa niiden käyttöarvon sijaan. (Sarpila 2008.)

Bloggaajat kirjoittavat kulutuskäyttäytymiseensä nähden vähän rahasta. Erilaisia säästösuunnitelmia lukuun ottamatta vaatteisiin tai muihin kulutushyödykkeisiin käytettyjä rahasummia ei koeta tarpeelliseksi mainita. Sponsorituotteiden hinnat mainitaan useammin, koska niihin ei ole kulutettu henkilökohtaisia varoja ja koska hinta on tärkeä informaatio muille potentiaalisille ostajille, joille bloggaaja tuotetta markkinoi. Esimerkiksi vaatteita pyritään etäännyttämään niiden alkuperästä ja maksetusta rahasummasta käyttämällä niitä inhimillistäviä kuvauksia: *yksilö, luottoneule, rakas, paita on kuin halaus, tytön paras ystävä, kumppani*. Tunteisiin vetoavat sanavalinnat paitsi houkuttavat kuluttamaan, myös tekevät bloggaajan kulutusvalinnoista lukijoiden silmissä hyväksyttävämpiä ja ymmärrettävämpiä, jopa välttämättömiä.

Tuotteen merkitystä voi perustella myös korostamalla sen symboliarvoa. Tavara tai vaate voi olla muisto jostakin tai viestiä jotain tärkeää. Joskus bloggaajat kokevat tuotteen itse kertovan bloggaajalle halustaan tulla ostetuksi. *"Sanomattakin selvää, että minulla ei - - ollut sydäntä palauttaa sarvipäätä kauppaan - - kodista tekevät omannäköisen ja omantuntuisen juuri tällaiset pienet höpsötykset, joissa on tunnetta muttei järkeä. Ehkä salaisuus on siinä että niiden pitää löytää minut eikä minun niitä."* (Kaikki mitä rakastin 8.11.2014.)

Hedonistinen "koska olen sen (ja tuon ja tämänkin) arvoinen" -artikulointi on aavistuksen vähentynyt tyyliblogien alkuvuosien kulutushysteriasta, mutta itsensä hemmottelu on silti

näkyvässä osassa blogosfääriä. Rankan työpäivän jälkeen kääriydytään tietyn merkkiseen huopaan ja siemaillaan tiettyä uutuusglögiä. ” - - *ajattelin kyllä keitellä glögit poikineen, poltella kakluunissa isoja kynttilöitä ja möllöttää viltin alla (sain vähän aikaa sitten Balmuirilta kasmirviltin ja se on paras asia koskaan).*” (Kaikki mitä rakastin 3.11.2014). Lifestyle-postaukset kiinnostavat erityisesti sponsoreita, jotka mielellään lähettävät viltin tai kaksi hyvin niitä mainostavalle bloggaajalle. Bloggeja seurataan erittäin aktiivisesti firmojen markkinointiosastoilla, ja esimerkiksi bloggaajan kerrottua imurinsa hajooneen tai lastenvaunujen tehneen tenän odottaa postissa hyvinkin nopeasti uusi sponsoritarvike entisen tilalle.

Erilaisten itsensä hemmotteluun tarkoitettujen ylellisyystavaroiden ja -hoitojen ostamista perustellaan stereotyyppisen feminiinisin argumentein. Naisen hyvinvoinnin ja levollisen mielen katsotaan olevan peräisin oikean värisestä huulipunasta tai istuvista avokkaista, ja esimerkiksi tekoriipsien ja -kynsien, hiusten föönauttamisen kampaajalla tai ravintolaillallisen katsotaan olevan pieni satsaus omaan hyvinvointiin. ” - - *täydellinen nude-puna, yksi kiiltävän kuultava ja yksi Hollywood-punainen - ei kai sitä muuta voi nainen tarvitakaan?*” (Kaikki mitä rakastin 4.11.2014.)

Naistenlehdet ja kosmetiikkamainokset ovat välillä suorastaan hyökkääviä yllyttäessään naisia taisteluun ryppyjä tai muita kauneusvirheitä vastaan. ”Ei ole rumia naisia – vain laiskoja”, kiteytti monikansallisen brändin luonut Helena Rubinstein. Lause sisältää ajatuksen siitä, että nainen on ruma, jos ei ehostaudu, ja vain laiskuus on syynä ehostautumattomuudelle. Bloggarit tiedostavat naisten paineet korostetun kulutuksen kulttuurissa ja viettelevät lukijansa lempeämmällä (vaikkakaan ei yhtään sen vähemmän määrätietoisella) naisellisen elämäntavan ja olemuksen tavoittelulla. Bloggaaja saa hyvän mainostajan tavoin lukijat ja kanssabloggarit haaveilemaan tuotteista, joita he eivät edes tienneet tarvitsevansa. Hyvä tuote on kuin salaisuus, johon bloggaaja vihkii lukijansa; hyödykkeen ostamalla lukija ajattelee ostavansa samalla palasen ihailemansa bloggarin elämää. Meillä on jonkinlainen kuva itsestämme, ja mainonta saa vertaamaan tätä kuva muihin, samastumaan. (Rossi) 2002

Kesäkassi tekee kaikesta helppoa ja nopeaa. Varustukseen kuuluu viltti tai pyyhe, pieni tyyny, aurinkorasva, vesipullo sekä pökkari tai lehti. Koska itselläni on käytössä version deluxe, siellä on aina myös raikastava kasvosuihke sekä piknik-käyttöön soveltuva viinilasi.-
- Oman kassini ostin Kapteeninkadun Lifestyle-liikkeestä, mutta kivoja on näkynyt tänä kesänä vaikka missä. (Kaikki mitä rakastin 24.7.2014, alleviivaukset minun)

Bloggaajat ovat taitavia tuotesijoittelijoita, ja suosituimpien bloggaajien arkiset valinnat tukevat heidän itsestään luomaa brändiä. Tyylibloggaaja voi muina naisina kirjoittaa ”laittaneensa kasvoilleen Estelle & Thild Biohydrate-voidetta” ja ”pukeneensa päälleen Zadig & Voltairen hameen”. Merkkitietoisuus on tärkeässä roolissa tyyliblogeja, ja useita tuotteita on myyty loppuun bloggaajien ansiosta. Tietyt tuotteet ovat nousseet kulttisuosioon blogien myötä, ja esimerkiksi Ikean mustavalkoraidallinen matto tunnetaan nimellä ”bloggaajamatto” sen esiinnyttyä lukuisissa tyyliblogeissa. ”Ikean musta-valkoraidallinen blogimatto, eli Stockholm Rand tuli sitten lopulta meidänkin kotiin. Vuoden-pari mattoa on nähty tosi paljon sisustuslehdissä ja blogeissa - - .” (Mami go go 2.10.2012.)

Myös lukijoita hemmotellaan tavaralahjoilla. Moni kulutuskriittinen kommentti jää kirjoittamatta, kun kommentoijien joukosta arvotaan onnekas, joka voittaa uutuustuotteen itselleen. Lahjan antaminen ei ole siis pelkästään pyyteetön keino kiittää ja ilahduttaa uskollisia lukijoita, vaan sen taustalla ovat velvollisuudentunto (lukijoille kuuluu osa bloggaajan menestyksen hedelmistä) ja sponsoriidit (lukijat on saatava tietoisiksi ja innostumaan jostain tuotteesta). Yleisemminkin ilmiö on osa niin kutsuttua lahjataloutta, jonka katsotaan olevan oma oikeuksiin ja velvollisuuksiin kietoutunut talouden muotonsa. Lahjatalous on antropologien mukaan ollut keskeinen osa jo varhaisimpien yhteisöjen sosiaalisten suhteiden uusintamista. (Ilmonen 2007).

Kuten sanottu, kulutustavara voi olla oman identiteetin puuttuva palanen: ”- - se on puhelin kaikille, jotka uskaltavat poiketa valtavirrasta ja olla uniikkeja. Ihmisille, joille tärkeintä ei ole kuulua joukkoon, vaan olla sellaisia kuin he itse haluavat, ja jotka haluavat puhelimen kuvastavan omaa persoonaansa, toimivan sen jatkeena.” (But I’m A Human Not A Sandwich 19.11.2014.)

5.2 Kuluttaminen naisellisena diskurssina

Lifestyle- blogien asukuvat ja tuotemerkkien esittely toisintavat kuluttamisen avulla minuuttaan rakentavan naisen kuvaa. Blogimaailmassa henkilö on ensisijaisesti sitä, mitä hän ostaa. Se mitä ostamme, kertoo siitä mitä olemme. Kuluttaminen on tapa ilmaista itseään ja kertoa tarinaa siitä millaisia ihmisiä bloggaajat ovat. Suuri osa suosituimmista blogikirjoittajista tekee myös kaupallista yhteistyötä eri tahojen kanssa, ja tämä vaikuttaa blogien sisältöihin. Tyyliblogit antavat paikoin mielikuvan, etteivät niitä kirjoittavat nuoret naiset ole muuta kuin sitä miten pukeutuvat. Tämä on kuitenkin osittain tarkoituksellista rajanvetoa blogiminän ja reaaliminän välille.

Voiko nainen, joka kuluttaa hyvin vähän, olla yhtä naisellinen kuin nainen, joka kuluttaa hyvin paljon? Konsumerismi kulkee tyyliblogeissa käsi kädessä naistapaisuuden kanssa, ja arjesta selviämiseen tarvitaan runsain mitoin erilaisia pieniä tarvikkeita. Tietynlaiset kengät tai takki tekevät naisesta "naisen": *"Olin etsinyt tällaisia matalia chelsea-henkisiä nilkkureita jo pitkään, mutta yleensä ne ovat aina vähän liian pyöreitä, vähän liian klohmoja ja vähän liian sukupuolineutraaleja yhdistettynä isoon talvitakkiin."* (Kaikki mitä rakastin 13.11.2013, alleviivaus minun.)

Mieheyden ja naiseuden sosiaalisia luokkia aletaan rakentaa aina lapsen syntymästä lähtien kulutusesineiden avulla, kuten jo *äitiyspakkaus* osoittaa. Varsinaiset rakenteelliset erot tyttöjen ja poikien kulutuksessa alkavat ilmetä vasta teini-iässä. Poikien kuluttama rahamäärä on suurempi, koska heidän harrastuksensa ovat kalliimpia, ja he kuluttavat rahaa myös esimerkiksi elektroniikkaan ja urheiluvälineisiin. Tytöt ostavat kosmetiikkaa, vaatteita ja jalkineita, lomamatkoja ja kirjoja. Lisäksi iän myötä tyttöjen kulutusta alkaa leimata yhä selkeämmin sosiaalistuminen perhekeskeiseen kulutukseen. (Ilmonen 2007.) Kuluttamisen tavoin myös ympäristöstä puhuminen on naisellinen, välittämiseen ja huolehtimiseen linkittyvä diskurssi.

Tyyliblogeissa ympäristötietoisuus liittyy kulutustekoihin: missä ekohenkiset ihmiset shoppailevat, millaista ruokaa he syövät, millaiset tuotteet ovat ympäristöystävällisyyttä ilmentäviä? Bloggaajat taitavat vihreän retoriikan jo melko hyvin, mutta aiheeseen ei mennä kovin syvälle. Suuryritysten kanssa tehtävä sponsoriyhteistyö johtaa väistämättä niiden esittämiseen kaunistellussa valossa, ja yritysten viherpesu-diskurssi siirtyy niiltä bloggaajille. Lukijoiden ollessa yhä tiedostavampia lähes jokaiseen blogiin tulee tasaisin väliajoin kulutusvalintoja tiedustelevia ja kritisoivia kommentteja. Lukijoiden kommenttiboksissa käymä keskustelu onkin kriittisempää kuin bloggaajien postaukset, osin varmasti siksi että kommentoijat ovat vapaita bloggaajia velvoittavista ja rajoittavista sponsoriidiileistä.

Tässä kampanjassa tutustutaan IKEA-tavaratalojen vihreämpään puoleen, joka ei taida olla suurille kuluttajamassoille vielä toistaiseksi kovinkaan tuttu. Valitettavan usein ihmisten ajatusmaailma on mustavalkoinen, mikä tässä asiayhteydessä tarkoittaa sitä, että arjen ekologiset tuotteet ostetaan pienistä putiikeista, kun taas sen sijaan isoista ketjumyymälöistä saa pelkästään halpaa roskaa, jolla tuhotaan maapallo. Kärjistettyä? Kyllä vaan - - . (Moumou 26.10.2014.)

Ei Ikeakaan oma-aloitteisesti ole tähän vihreämpään puoleen lähtenyt, vaan sidosryhmiltä tulevan paineen vaikutuksesta, joka Ikean kaltaisiin suuriin globaaleihin yhtiöihin kohdistuu. Toki koen hienona, että Ikeakin vihdoin on alkanut nähdä vaivaa sen eteen, että heidän luomansa huonekalujen kertakäyttökulttuuri muuttuisi jossain määrin kestäväksi, mutta ei se edelleenkään tule olemaan heille kannattavaa liiketoimintaa, jos he alkaisivat myydä erittäin edullisia huonekaluja, jotka vielä kestäisivät aikaa vuosikymmeniä. Yrityksen tarkoitus on kuitenkin tuottaa voittoa. (anonyymi kommentti, Moumou 27.10 2014.)

Yksi naisellisen kulutuspuheen muoto on muista huolehtiminen. Esimerkiksi äitiys tai vaimous tuo tyylibloggaajien kuluttamiseen uusia mahdollisuuksia ja ulottuvuuksia. Lastenvaunujen, tuttipullojen ja vaatteiden ostaminen lapselle on välttämättömyys, joskin välttämättömiksi perusteltujen tuotteiden tarvittava määrä ja järkevä hinta jää sanoittamatta. Äidit arvottavat tuotteita myös sanavalinnoillaan (vrt. *vauvanruoka - purkkiruoka*) ja käyttävät määrettä ”lapsen paras”. Kulutuskeskeinen elämäntapa esitetään

perheestä huolehtimisena: ” - - viisivuotisen äiti-urani aikana olen todennut POPin ulkovaatteet yksinkertaisesti laadukkaimmiksi, joten halusin tarjota nytkin mussukoilleni vain parasta ” (Mami go go 1.10.2014).

6. VIHREÄÄ TEETÄ JA KIINTEYTTÄVÄÄ PIKAKAUNISTAJAA

6.1 Keinotekoinen ja luonnollinen kauneus kuvissa ja kielessä

Patriarkaalinen yhteiskunta vieraannuttaa naisen siinä määrin kuin se samaistaa hänet ruumiiseensa, ja koska hänen älyään ja persoonallisuuttaan ei oteta asianmukaisesti huomioon, kaikki huomio pyörii hänen ruumiinsa ympärillä. Naisten pakkomielle ruumiiseensa saattaa synnyttää fragmentoitumista: ruumis on erillään persoonallisuudesta (Tripodi 2014). Toisaalta tyyliblogeissa vartalo pikemminkin määrittää koko identiteettiä kuin on huomattavan erillään siitä. Naisten esineellistämässä tosin naisesta tulee usein lopulta syy omaan vieraantumiseensa, hän kokee olevansa jatkuvasti katseen kohteena ja kehittää myös tarpeen olla katseen kohteena. Tässä yhteydessä puhutaan usein nimenomaan miehisestä katseesta, mutta koen objektisoivan ja myös patriarkaalisen katseen olevan mahdollista myös naisvaltaisessa tai täysin pelkkiä naisiksi identifioituvia henkilöitä sisältävässä yhteisössä.

Vaikka pelkästään ulkonäköön keskittyvät muoti-, kosmetiikka- ja fitnessblogit ovatkin omia kategorioitaan, kauneuspostaukset ovat merkittävässä roolissa myös lifestyle-blogeissa. Varovaisista kasvottomista asukuvista on siirrytty perinteisen ulkonäköpuheen, meikki- ja vaate-esittelyiden ja kannustavien ”jokainen on kaunis” -postauksen kautta hyvinkin intiimiin ruumispuheeseen. Suosituimmat bloggaajat poseeraavat suvereenisti alusvaatteissa, kuvaavat raskausajan vartaloon ja valottavat taustoja paino- tai iho-ongelmien takana - kaikki teemoja, joista ei olisi voinut kuvitellakaan lukevansa tyylibloggaajien vasta aloitellessa uraansa. Persoonansa lisäksi tyylibloggaajan on tätä nykyä jaettava lukijoille virtuaalisesti myös vartalonsa.

Ainutkertaisesta eksistensistään huolimatta ruumis on aina kulttuurinsa ”tuote”.

Blogitekstien tarkastelun taustaksi sopii siis ajatus ruumiillistumisesta, eli siitä, että ruumissubjektin historia ja pyrkimykset sekä ympäröivä kulttuuri ikään kuin aineellistuvat

jatkumona elävässä ruumiissa (Kinnunen 2008, 16). Ruumis muotoutuu elettyjen kokemusten, instituutioiden ja diskurssien yhteisvaikutuksessa, eli ruumiiden ”totuutta” säätelevät kulttuuriset diskurssit, joita yksilö hyödyntää tehdessään toimintaansa ymmärrettäväksi itselleen ja muille. Vakiintuneet ajattelumallit toistuvat mutta myös uusiutuvat alati.

Diskurssit muodostuvat erilaisten instituutioiden ympärille, ja myös blogosfääriä voidaan ajatella tällaisena instituutiona. Siellä ruumiin uudelleen merkityksellistyminen ja subjektiposition vaihtelut näkyvät selkeästi blogin muodostamaa narratiivia seurattaessa. Tyyliblogeissa luodaan aktiivisesti erilaisia ”totuuksia” (nais)ruumiista; bloggaajan oma ruumiinkuva, suuressa roolissa oleva ruumiin kuvallinen esitys sekä jaettu kulttuurinen ihanne kohtaavat.

Feministisellä tutkimuskentällä on arvosteltu fenomenologisesti tai psykoanalyttisesti painottuneita ruumiinkuvateorioita niiden pitäytymisestä siinä oletuksessa, että ruumiinkuva muotoutuisi tiettyjen neutraalien yksilöhistoriallisten tai ylikulttuuristen ruumiillisten lainalaisuuksien mukaan. Taina Kinnunen toteaa teoksessaan *Lihaan leikattu kauneus: kosmeettisen kirurgian ruumiillistuneet merkitykset* (2008), että ruumista katsotaan aina myös *tietynä* ruumiina, jota määrittävät rotu, sukupuoli, ikä ja muut kulttuurisesti määrittäneet ominaisuudet ja statukset. Ympäristön reagointi niin ikään vaikuttaa olennaisesti yksilön ruumiinkuvaan. Erityisesti naiset suorastaan *oppivat* löytämään vikoja ulkonäöstään ja olemaan ruumiinkuvaltaan hauraita ja haavoittuvia.

Tyyliblogien ruumiillisuuspuhe seurailee paikoin samoja polkuja, joita on havaittu esimerkiksi kouluyhteisön tyttöjä tutkittaessa (Tolonen 2001, 73). Koska viestintä blogin ja sen lukijoiden välillä on epäsymmetristä, bloggaajien käsitykset ihannenaiveudesta eivät rakennu yhtä suorasti katseiden varaan kuin reaaliyhteisössä. Oppilaitoksissa, työpaikoilla tai muissa yhteisöissä ruumiilliset ominaisuudet ovat visuaalisesti ja läsnä ja liikkeessä, mutta bloggaajalla on mahdollisuus tarjota lukijoilleen pysäytettyjä hetkiä ja häntä itseään visuaalisesti miellyttäviä kuvia.

Postauksissa toistuu huomiota herättävän usein *normaalin* naisvartalon diskurssi.

Normaaliuden käsite nousee esiin erityisesti, kun vartalonsa paljastaa bloggaaja, joka on ruumiiltaan lihavampi, epäsymmetrisempi tai muutoin erilainen kuin muotikuvastosta tutut

naiset. Normaaliuden käsite viedään lukijoiden toimesta jopa niin pitkälle, että esimerkiksi hyvin hoikat, erittäin treenatut tai hyvin sopusuhtaiset naiset saavat palautetta epänormaaliudesta ja kritiikkiä ruumiinsa liiallisesta muokkauksesta. Normaali rinnastuu yleistettävyyteen, samaistuttavuuteen ja epätäydellisyyteen. Tyyliblogeissa normaali edustaa siis keskivertoa ja tavanomaista.



Kuva I. Miltä naisen vartalo oikeasti näyttää?

Normaali naisvartalo käsitettäneen luonnollisena ja muokkaamattomana, mutta myös sellaisena, joka vastaa jonkinlaista henkilön perimmäistä minuutta. Muutoksen bloggaajan ulkonäössä uskotaan korreloivan myös muutosta tämän persoonassa. Perustelemattomat uudet tavat kuvata omaa vartaloa saavat välitöntä kritiikkiä lukijoilta: *”muakin kyllä ihmetyttää et miten nyt yhtäkkiä sul on aina noi tissit esillä ku et ennen noin niitä esitelly?:o”* (29.10.2014).

Muutoksista hämmenyneistä kommentoijista huolimatta ulkonäkö on tyylibloggaajille alati käynnissä oleva prosessi, ja essentiaaliseen ulkonäkökäsitykseen kuuluu ajatus rumuudesta

välitilana. Ajatus on verrannollinen esimerkiksi kauneusleikkauksia käsitteleviin mediateksteihin, joissa korostetaan, kuinka leikkauksilla ei niinkään tavoitella parempaa ulkonäköä kuin omaksi itseksi tulemista ja sisäisen ja ulkoisen minän vastaavuutta (Hietanen 2013, 74).

Joissain tapauksissa identiteetin löytyminen ei vaadi muutosta (laihtuminen, pukeutumistyylin vaihtaminen), vaan ”ulostuloa” omana itsenä. Useat bloggaajat aukikirjoittavat blogiinsa sen, kuinka ovat oivaltaneet ja hyväksyneet vartalossaan seikkoja, joita ei välttämättä voi eikä tarvitse muuttaa. Tullakseen hyväksytyksi lukijoidensa joukossa ja voidakseen esiintyä omilla ehdoillaan omassa kehossaan bloggaajan on artikuloitava tietoisuutensa oman ulkomuotonsa piirteistä. Bloggauksilla pyydetään usein varovaisesti hyväksyntää muuttuneelle ulkonäölle, vaikka näkyväksi kirjoitetut perustelut omakuvien julkaisemiselle saattavatkin olla itsestä lähtöisin olevia.

Isompi takamus, löysemmät käsivarret ja pyöreämmät kasvot ovat ihan ok, mutta kuvien melonit sattuvat silmiin. Päätin silti ladata asukuvat tänne, kun ne kerta oli otettu. Ihan vaan, jotta silmäni tottuisivat muutokseen. (Moumou 16.8.2014.)

Paljastavan pukeutumisen rajat ovat höllyneet. Joitakin vuosia sitten esimerkiksi rintavaon paljastava pusero koettiin lukijoiden taholta säädyttömäksi. Tämän hetken luetuimmissa tyyliblogeissa bloggaajat toisintavat muotikuvien kuvastoa julkaisemalla itsestään kuvia alusvaatteissa tai jopa täysin ilman vaatteita. Olennaista on konteksti: vähäpukeiset kuvat menevät lukijoiden kriittisestä seulasta läpi, jos niitä on pohjustettu kertomalla syyksi alusvaatteiden esittely, ns. normaalin naisvartalon paljastaminen tai esimerkiksi asettuminen nimekkään valokuvaajan malliksi.

Vartalon paljastaminen avaa samalla väistämättä uudenlaisia keskusteluja siitä, millainen on kaunis tai normaali vartalo, sekä tietenkin siitä, onko vähäpukeisuus blogosfäärissä ylipäättään millään tavoin perusteltua tai korrektia.



Kuva II. Tämä kuva koettiin liian paljastavaksi sen julkaisemisvuonna 2012.



Kuva III. ... sittemmin paljaasta pinnasta on tullut blogien arkipäivää

Eeva Kolun blogi, *Kaikki mitä rakastin*, on pitkään ollut yksi Suomen suosituimmista. Vaikka *Kaikki mitä rakastin* onkin blogi täynnä kauniita asioita, itseään Kolu ei pidä kauniina. Kolu tuo useassa postauksessa esiin mielestään epäviehättäviä piirteitä itsessään: paksut pohkeet, kummallisen muotoinen nenä, liikakilot. ”*Luulin, että viime syksystä asti jatkunut rumuuskriisi oli ohimenevä, mutta puoli vuotta myöhemmin näytän edelleen ”ihan perskarvalta”, kuten ystäväni toteaisi*” (24.3.2012). Negatiivisen minäkuvauksen määrän huomioiden lukijalle tuleekin yllätyksenä, miten tavallisen näköinen nuori nainen asukuvissa onkaan.

Lisa Bloomin artikkelissa ”How to talk to little girls” (2011) todetaan, että kauneus on jotain, mitä tytöille korostetaan pienestä pitäen; paras kohteliaisuus on ulkonäköä koskeva kohteliaisuus. Bloggaajat kalastelevat lukijoiltaan kehuva palautetta ja suhtautuvat ulkonäköään koskevaan kritiikkiin tunnepitoisesti. Tämä ilmentää sitä, miten vahvasti bloggaaja laittaa oman persoonansa likoon blogissaan. Blogipersona ei ole täysin erillinen hänen reaalinästäään, ja näin ollen kommentit koskevat henkilökohtaisesti häntä.

”*Pahimpia ovat sellaiset loukkaukset, jotka periaatteessa ehkä tarkoittavat hyvää (tai jotka*

on naamioitu sellaisiksi): Mä oon aina ajatellut, että oot kyllä tosi nätti, vaikka sulla onkin omituinen nenä, läskit pohkeet ja liian ohut suu (25.3.2012).

Kolu peilaa omaa ulkonäköään suhteessa poikaystävänsä, joka on hänen ja yleisen lukijamielipiteen mukaan varsin komea. ”– *loppuelämäni tulen olemaan se, joka herättää ohikulkijoissa ajatuksia suuntaan siis miks toi on ton kanssa. Onneksi poikaystäväniikin vanhenee joka päivä. Täytyy vain toivoa, että siitäkin tulee ruma.*” (24.3.2012.) Näin kirjoittamalla Kolu ylläpitää mielikuvaa siitä, että hyvä nainen on kaunis ja erityisesti kaunis juuri miestänsä varten. Paljastamalla ajattelevansa ohikulkijoiden pohtivan, että ”miks toi on ton kanssa”, Kolu tulee samalla esittäneeksi ajatuksen siitä, että naisen arvo parisuhteessa määrittyy pitkälti hänen ulkonäkönsä kautta.

Kolun suhde omaan kirjoittajaidentiteettinsä ei ole yhtä kompleksinen kuin suhde ulkonäköön. Blogin sijainti suosituksen muotilehden nettisivuilla sekä Kolun kirjoittamat lukuisat lehtijutut niin ruoka- kuin muotitoimittajan ominaisuudessa ovatkin eittämättä kiistattomia todisteita hänen kirjoittajanlahjoistaan. Kliseinen, jo vanhoista saduista tuttu, naiseuteen liitetty ajatus on, etteivät äly ja kauneus mahdu samaan päähän. Kolu toisinta osaltaan tätä stereotypiaa vähättelemällä omaa viehättävyyttään ja kompensoimalla huonoa itsetuntoaan nokkelilla sanankäänteillä. Vähemmän viehättävän tytön, jollainen Kolu mielestään on, täytyy korvata ulkonäölliset puutteensa olemalla hauska ja fiksu. ”*Saatan olla ruma, mutta en mää nyt sentään tyhmä ole! ;)*” (26.3.2012).

White Trash Disease -blogin Nata kehuu varauksetta muiden naisten kauneutta muttei kuitenkaan koe tarvetta muokata itseään heidän kaltaiseksi. Esimerkiksi kansabloggaajien pitkät hiukset tai hulmuavat iltapuvut saattavat herättää Natassa ihailua, mutta hän kokee kuitenkin oman olonsa kotoisammaksi farkkuasukassa ja lyhyessä kampauksessa. ”-- *vartalomallini määrittää minua myös aika paljon ihmisenä. Vai voitteko kuvitella mulle DD-kupin daisarit, kapean vyötärön ja leveän lantion, sellaisen missikropan?*” (White Trash Disease 19.10.2012.) Nata kuvailee naisia positiivisin termein, kuten ihana, söpö, kaunis. Hän ei arvostele tarkasti muiden kasvopiirteitä tai vartaloa vaan keskittyy kommentissaan pukeutumiseen.

Kasvot ovat osa naisellisuuden ydintä (Tolonen 2001, 76), ja blogeissa korostuneena on kasvojen kuvauksellisuus sekä niiden kuvaaminen. Selkeät, symmetriset piirteet omaavat

naiset julkaisevat itsestään enemmän lähikuvia, ja positiivinen kommentointi vain lisää kuvien määrää. Erilaisten meikki- ja kampaustyylien kokeilu itse tai ammattilaisten avulla on tapa työstää omaa tyyliään ja venyttää hyväksyttävän kasvokuvaamisen rajoja. Sitä vastoin vähättelevästi omiin kasvojenpiirteisiinsä suhtautuvat tai kasvojenpiirteistään negatiivissävyytteistä palautetta saaneet bloggaajat julkaisevat mieluummin kokovartalokuvia tai yksityiskohtia asuistaan.

Tarkkoja lähikuvia kasvoistaan julkaisee esimerkiksi *Pupulandia*-blogin Jenni, joka muistuttaa *Cosmopolitan*-lehden luomaa ”self made womanin” ihannetta (Saarinen 1999); hän urheilee, hoitaa kauneuttaan, vaalii parisuhdettaan ja luo uraa. Erilaisissa muotilehdissäkin mallityyppisen ulkonäkönsä ansiosta noteerattu Jenni antaa kuitenkin todistusaineistoa myös omasta ”tavallisuudestaan” juuri sopivasti säilyttääkseen lukijoiden kiinnostuksen. Nuori nainen kertoo blogissaan esimerkiksi, että kokee näyttävänsä ”pallinaamalta” hiukset poninhännälle sidottuna ja julkaisee säännöllisin väliajoin kuvia itsestään ”hikisenä tomaattina” jumppatunnilla. Tytöt lieventävät usein ulkonäkönsä liittyvää epävarmuutta tekemällä asian yhteiseksi (Aapola 1992, 83). Tässäkin tapauksessa lukijalle tarjoutuu tilaisuus peilata omia heikkouksiaan bloggaajaan sekä purkaa ajatuksiaan kommenttiboksissa.

Naisten väliseen vuorovaikutukseen mielletään usein kuuluvan oman ulkonäön negatiivinen kommentointi, johon toinen tyttö vastaa sanomalla jotain positiivista. *Pupulandiassa* tällaista ei juuri esiinny, Rotonen peräänkuuluttaa tervettä itsetuntoa. Hänen satunnaiset vähemmän imartelevat kommenttinsa omasta ulkonäöstään ovat huumorilla höystettyjä, eikä Rotonen pelkää todeta näyttävänsä hyvältä.

Suomalaisessa kulttuurissa on totuttu vaatimattomuuteen ja nöyryyteen, ja siksi Rotosen peittelemätön itsensä rakastaminen hämmentää paikoin lukijoita. Rotonen ei alenna itseään ihailmiensa viehättävien julkisuudenhenkilöiden alapuolelle vaan käyttää heitä rohkeasti vertailukohteena kuvatessaan omaa ulkonäköään: ”– – minulla on *Uma Thurman* -silmät”. Rotonen ei myöskään arastele sanoa, milloin hänen stailauksensa on ”upea”, juhla-asunsa oli ”nappivalinta” tai kampauksensa ”täydellinen”. *Pupulandiassa* kaunistautumisesta nautitaan voimaannuttavana ajanvietteenä. *Pupulandia* noudattaa sallivaa ja myönteistä

linjaa kautta linjan: Rotonen ei kommentoi ilkeään sävyyn muita naisia eikä myöskään itseään.

6.2 Ikinuori vai ikivanha?

Sukupuolelle annettujen merkitysten ohella ikää voidaan pitää yhtenä keskeisimmistä yksilön sosiaalisen aseman ja yksilöllisen identiteetin muokkaajista.

Sukupuolimerkitykseen verrattuna sosiaalinen ikä (tietyn ikäisenä pitäminen) on kuitenkin muuntuvampi kuin dikotomisesti nähty sukupuoli. Iän perusteella ihmisille produsoidaan erilaisia sosiaalisia identiteettejä, ja heidät sijoitetaan erilaisiin asemiin ja sosiaalisiin konteksteihin yhteiskunnassa. Naisten ikääntyminenkin rakentuu sosiaalisesti sukupuolitekojen ja vanhuustekojen myötä inhimillisessä vuorovaikutuksessa ja tekstitasolla. Kulttuurissamme vakiintuneet ikä- ja sukupuolijärjestykset, eli tavat joilla ikää ja sukupuolta tuotetaan, säätelevät vanhan naisen kuvan rakentumista mediateksteissä ja näin ollen myös blogeissa. (Roivas 2003, 212.)

Suosituimmat ja pisimpään bloganneet tyylibloggaajat ovat aloittaneet kirjoittamaan blogejaan jo teini-iässä, ja blogi on kulkenut rinnalla kohti aikuisuutta. Vaikka kieli useimmiten hioutuu ja kirjoitustaito paranee vuosien myötä, bloggaajan ikä ei välttämättä vaikuta merkittävästi blogin sisältöihin.

Usein 20-30-vuotias määrittelee itsensä kaksikymppiseksi, 30-40 vuotias kolmekymppiseksi. Ulkomaisista blogeista tuttu twenty-something on tullut jäädäkseen. Moni aikuiseen ikään ehtineistä naisista kuvailee itseään ”tyttönaiseksi”. Tämä lisää keskustelua oikeanlaisesta tavasta olla nainen.

Parinkymppin puolivälissä ikääntyvän tyttönaisten fiilistelyä jokapäiväisestä elämästä kuvin.

Kolmekymppinen virka-aikoihin toimisto-orjuutettu keskitason excelöijä, salaa maailmanvalloituksesta ja täytelakuista haaveileva tyttönainen.

Vaikka en aktiivisesti seuraa muotia, olen pannut merkille että viime vuosina vallitseva muoti naisvartaloissa ja naisolemuksissa on muotiblogien ja useiden vaatemerkkien perusteella tyttönainen. Tyttönainen on läpikuultavan hauras aikuinen nainen joka haluaa olla tyttö, ainakin ulkoisesti. -- kyseessä on jotain

enemmän. Tyttönainen on idea taikamaailmasta jossa ei koskaan tarvitse kasvaa aikuiseksi.

Itse olen kokenut tämän "tyttönaish" -lookin jollain lailla vapauttavaksi. Tämä on tietysti vain yksi kokemus monien joukossa. - - Minun silmissäni tyttönainen nousee naisiin kohdistuvien vaatimusten yläpuolelle, ainakin jollain lailla. Tyttönaishen ei tarvitse yrittää mitään - poseerata tai olla haluttava kenenkään silmissä. Tyttönaishen ei myöskään tarvitse olla kova tai edes (alleviivaavalla tavalla) vahva. - - Tyttönaishen vartalossa on muka jotain epäilyttävää - miksi? Itse olen vartalotyypiltäni tällainen "tyttönainen". Nimitys on itsessään jo hieman loukkaava: koen olevani Nainen siinä missä kurvikkaatkin. Ei tietenkään tunnu kivalta jos vartaloni rinnastetaan lapsen vartaloon. Mitä (tässä tapauksessa) pitäisi ajatella niistä miehistä, jotka pitävät vartaloani haluttavana? :D

Ilka Kangas ja Pirjo Nikander esittävät teoksessaan *Naiset ja ikääntyminen* (1999) ajatuksen yhdenikäisyyden kulttuurista. Termi jatkaa pidentyneen aikuisuuden ajatusta esittämällä ajatuksen siitä, että ikä ihmisen minuutta ja elämää määrittävänä käsitteenä on menettämässä merkitystään ja osin jopa katoamassa. Yhdenikäisyyden kulttuuri tarkoittaa myös ikään sidottujen käyttäytymisnormien ja ikäsopivuuksien purkautumista (Kangas & Nikander 1999). Tällainen kulttuuri näyttäisi lähes kiistatta vallitsevan tämänhetkisessä blogosfäärissä, jossa asut, elämäntyyli ja kulutusvalinnat eivät ole sidoksissa bloggaajien ikään. Esimerkiksi *Heijastuspinta*-blogin Maria ei puhu itsestään tyttönä mutta ei yleensä myöskään naisena. Hän pyrkii siihen, etteivät niin sukupuoli kuin ikäkään olisi hänen tyyliään ja käyttäytymistään määritteleviä asioita. ”*Meikälikkaa ei kyllä edelleenkään ikäkriisit vaivaa – – vähemmän ja vähemmän merkitystä niillä ajatuksilla mitä muut odottavat minusta*” (Heijastuspinta, 18.4.2012).

Yhdenikäisyyden kulttuurin ajatusta on naistutkimuksessa kritisoitu tuomalla esille ajatus ikääntymisen kaksoistandardista; länsimainen nainen asettuu helposti alisteiseen ja marginaaliseen asemaan sekä sukupuolensa että karttuvan ikänsä vuoksi. Ikäleikittelyä voi tarkastella pohtien, vapauttaako se ainoastaan vanhan naisen käyttäytymään kuin nuori, eikä toisin päin. Tyyliblogeissa tätä asetelmaa on kuitenkin jossain määrin purettu; vaikkapa seesteinen tasapainon tavoittelu voi olla punaisena lankana niin teinivuosiaan viettävän kuin keski-ikäisenkin naisen blogissa. 19-vuotias Kaisa kirjoittaa blogissaan *The*

Good Morning aihepiireistä, joista nuorten ei yleensä oleteta olevan kiinnostuneita: ruuanlaitosta, liikunnasta, terveydestä ja hyvinvoinnista laajalla perspektiivillä.

Oloni on entiseen verrattuna aika puhdas ja kevyt. Olemme kaikki erilaisia, mutta oikeastaan maito (varsinkaan se kaupan rasvaton) ei sovi ihmiselle nautittavaksi. Jotkut pystyvät sietämään sitä hyvinkin, mutta useimmat meistä eivät. Siispä kannattaa kokeilla, mitä maitotuotteiden kuuriluontoinen lopettaminen tai vaikka vähentäminen tekee ololle! Sillähän se oma maitokestävyys selviää. Tällä hetkellä minä haaveilen täysrasvaisesta raakamaidosta. Sitä kuulemma saa ostettua Helsingissä jostain. (The Good Morning 11.06.2014.)

Naisten ikääntymisen malli on melko ahdas, mutta naiset eivät ole vain ageististen käsitysten uhreja, vaan syyllistyvät myös itse arvioimaan muita naisia samaan negatiiviseen sävyyn. Naisen ikääntymisen kulttuurista kuvastoa käytetään paitsi oman itsen, myös muiden ympärillä olevien naisten arvioinnin mittarina. (Kangas & Nikander 1999, 9). Tyylibloggaajien representoima näkemys arvokkaasta ja mielekkäästä ikääntymisestä näyttäytyy seesteisyytenä ja tasapainoisuutena. Ikää sivuavissa postauksissa puhutaan hyvinvoinnista ja hyvästä arjesta ja erityisesti itsensä hyväksymisestä.

olen toisinaan tutkaillut omaa peilikuvaa liiankin kriittisesti. - - ehkäpä kesän alussa toteutetun bikinikamppiksen pari ikävämpää kommenttia sittenkin onnistuivat jäämään mielen pohjalle hankaamaan. Onneksi oma mieli on kuitenkin nykyään jo sen verran aikuinen, että kriittisyyskohtaukset ovat olleet hyvin ohimeneviä - - . (Polkadots 3.7. 2014.)

Yksi tapa käsitellä ikääntymistä on huumori. Vanhoista naisista erityisesti mediateksteissä paljon käytetty puhetapa on koomisuusdiskurssi, jossa tiettyyn ikään ehtinyt nainen toimii kulttuuristen ikäosoitusten vastaisesti. (Roivas 2003, 218.) Bloggaajat nauravatkin itselleen ennen kuin muut ehtivät. Naiset asettavat itsensä koomiseen valoon vitsaillen ikääntymisestään ja sen mukanaan tuomista muutoksista (erityisesti ulkonäköä koskien): ” - - mun ja murun sunnuntaina Satakunnan museolla otetusta kuvasta tuli ihan huikee! -- Näyttää enemmänkin siltä kuin tässä olis äiti ja poika kuin pariskunta! Olen tuossa paitapuserossani, hatussani ja hymyttömässä olemuksessani sellaisen keski-ikäisen lesken näköinen.” (Tyyliä metsästävässä 1.10.2012.)

Yhdenikäisyyden kulttuurissa iästä tulee yhä enemmän tyyliseikka, joka rakentuu valittavista ja ostettavista pukeutumis-, elämäntapa- ja harrastusvalinnoista. Ikä osana ihmisen identiteettiä tulee muovattavaksi, ja sillä on osin mahdollista leikitellä valitsemalla tai yhdistelemällä eri ikäkoodeja- ja tyylejä. (Kangas & Nikander 1999, 35.)

”Pukeutuminen on hauskaa ja nautin siitä, että saan vaihtelua ulkonäkööni. – – Omasta kaapistani löytyvät kokonaisuudet teemoittain: skederotta, rokkari, hipsteri, neiti, farkkumyyjä..- Aamun filis kertoo myös päivän teeman.-.” (White trash disease, 28.4.2012.)

6.3 Äitikortti

Blogosfäärissä esiintyi esimerkiksi vuonna 2014 huimaan suosioon nousseiden äitiysblogien myötä runsaasti kaksikymppisiä nuoria naisia, jotka ovat paitsi trendikkäitä ja tyttömäisiä, myös yhden tai useamman lapsen äitejä. Nuoret äidit saattavat kokea, ettei heidän valintansa varhaisesta vanhemmuudesta sovi yhteen yhteiskunnassa ylläpidetyn käsityksen kanssa (Aaltonen & Honkatukia 2002, 174).

Äitiysblogeissa vanhemmuus näyttäytyy kuitenkin luonnollisena ja iloisena asiana, eikä äitiys näytä vievän pois bloggaajien mahdollisuutta opiskeluun, matkusteluun tai muiden omien intressien toteuttamiseen. Myös nuoret kotiäidit kumoavat negatiivisia ilmaisuja kotiin ”jäämisestä” ja ”joutumisesta” kertomalla positiiviseen sävyyn mahdollisuudesta jakaa värikäs ja virikkeellinen arki lastensa kanssa. Mammablogit ovatkin liittyneet suvereenisti muiden lifestyle-blogien joukkoon. Kirjoitushetkellä 23-vuotias kahden lapsen äiti kirjoittaa blogissaan seuraavaa:

Äitiys on opettamista opettamisen perään, ja se on ajoittaisessa ärsyttävyydessään kuitenkin ehdottomasti maailman siisteintä. - - Mielestäni vastuu ei kuitenkaan sulje pois äitiyden tarjoamaa mahdollisuutta hassutteluun. Mä ehdottomasti huijaisin, jos väittäisin että musta ei ole siistiä yrittää opettaa melkein-kolmevuotiaalle sivistys- tai muotisanastoa aina silloin tällöin. Huijaisin vielä enemmän, jos väittäisin ettei vielä siistimpää ole kuulla joskus Barbieleikin keskeltä, että Barbie lukee nyt Vogueta ja äiti voitko laittaa sille tämän Maikkel Korssin laukun olkapäälle? (But I'm a human, not a sandwich 6.9.2014.)

Nuoret äidit eivät ole homogeeninen ryhmä, mutta äitiysbloggaajien blogeissa on paljon samankaltaisuuksia. Raskaus nuorella iällä voidaan nähdä kapinana vallitsevaa yhteiskunnan arvomaailmaa vastaan; lapsi hankitaankin ennen asuntoa ja työpaikkaa. Blogiäidit kuitenkin korostavat äitiyttä enemmänkin jo olemassa olevaa sosiaalista identiteettiänsä täydentävänä kuin romuttavana asiana.

Mulla on ollut omasta mielestäni hyvät lähtökohdat vanhemmuuteen. Rakastava avomies joka on tukenut alusta asti, huolehtiva äiti joka on aina valmis tulemaan avuksi jos vain pyydetään ja lisäksi mahdollisuus myös taloudellisesti tarjota Tiaralle ja tulevalle vauvalle kaikki tarvittava ja enemmänkin. -- Suurimmat ennakkokuulot ainakin mun käsityksen mukaan nuorten vanhemmuudessa liittyvät koulutukseen – tai sen puutteeseen ja siihen että koulutuksen puute tarkoittaa automaattisesti huonoa taloudellista tilannetta johon ei ole hyvä tuoda lasta. - - monet nuoret aikuiset tulevat oikein hyvinkin toimeen töitä tekemällä, vaikkei korkeakoulututkintoa vielä olisikaan takataskussa. Se ei myöskään tarkoita automaattisesti koulunkäynnin lopettamista, että tulee vanhemmaksi. Ainakin mulla on tarkoitus pyrkiä sinne korkeakouluun heti kun kuopus on tarpeeksi vanha, mutta siihen asti bloggaaminen riittää mulle sivutyöksi kotiäitiyden lisäksi oikein hyvin.- - Mun mielestä olisi aika jättää vanhemmuuden ikärasismi jo pikkuhiljaa taka-alalle ja siirtyä arvioimaan ja arvostamaan ihmisiä mieluummin yksilöinä. Mä en ole loistava äiti siitä huolimatta että olen nuori äiti (kuten mulle usein toivotetaan), mutta en myöskään siksi että olen nuori äiti. Mä olen loistava äiti siksi että toimin aina niinkuin on parhaaksi mun lapsille ja tulen toimimaan tästä päivästä ikuisuuteen asti, olin sitten 21 -vuotias tai 71-vuotias. (But i am human, not a sandwich 5.2.2013.)

Seuraamissani äitiyttä kuvaavissa tyyliblogeissa perheeseen kuuluu äiti, isä ja yksi tai useampi lapsi, ja joissain tapauksissa yksinhuoltajaäiti lapsineen. Muita perhemuotoja ei blogeissa esitelty. Ajatukseen hyvästä ja kunnollisesta äidistä liittyy usein se, että tämä on ydinperheen jäsen, vastaa kokoaikaisesti lapsen tarpeisiin sekä sivuuttaa omat tarpeet ja muut osat identiteettiään. Bloggaajat korostavat rooliaan äitinä, mutta eivät sivuuta myöskään persoonansa muita puolia. Jotkut ovat perustaneet aivan erillisen blogin ”vauvajutuille” keskittyen alkuperäisessä blogissaan totuttuihin elämäntyöli-aiheisiin.

Perinteisesti äitiyden kategoria on muodostunut patriarkaalisen kulttuurin määrittämälle pohjalle. Äitiyden on ajateltu olevan naisen kutsumus ja lähes pakollinen vaihe todelliseksi

naiseksi tulemisessa määrittäen näin myös naisen arvon. Myös nykykulttuurissa äitiyteen liittyy vahvaa ideologista latausta. Myyttisen äidin rooliin on kautta historian liitetty sellaisia määreitä kuin lämpö, pehmeys, suoja ja turva. Näiden määreiden riittävä toteutuminen on ollut naisen ja äidin tehtävä. Äitiyttä käsittelevissä blogeissa esiintyvät usein sanat opettelu ja opettaminen: äiti opettelee äitiyttä mutta opettaa myös jälkikasvulleen asioita.

Kristiina Berg toteaa väitöskirjatutkimuksessaan *Äitiys kulttuurisina odotuksina* (2008) Kaplania (1992) mukailleen, että äitiyttä koskevat kulttuuriset odotukset ovat usein kaikkein selvimmin esillä esillä kaupallisissa populaarikulttuurin tuotteissa. Naistenlehtien välityksellä odotukset on suunnattu erityisesti naisyleisölle.

Oman vanhemmuuden ja perhe-elämän jakaminen verkossa ei ole riskitöntä. Lisääntyminen ja vanhemmuus lukuisine vaatimuksineen saattavat negatiivisen kommentoinnin pelossa muuttua ulkopuolisten sanelemiksi toiminnoiksi, joissa yhtäälle kiskovat uusimmat vanhemmuuden trendit ja toisaalle muinaiset äitimyytit ja kaavamaiset käsitykset sukupuolesta. Bloggaajaan kiinteän ja omistavan emotionaalisen suhteen muodostavat lukijat jakavat säälimättä mielipiteitään tämän äitiyteen liittyvistä valinnoista – jos eivät blogin kommenttiosiossa niin vähintään keskustelupalstoilla.

VIERAILIJA 31.5. klo 20:458/37

Ärsyttää tosi paljon. Itse samassa tilassa painelin täysillä töissä ja olin vielä isompi kooltani kuin hän. Silti ei muka kestä ja jaksa mitään. Lässyttäjät!

VIERAILIJA 31.5. klo 20:479/37

Milloin se synnyttää?

(http://www.vauva.fi/keskustelu/3985733/ketju/arsyittaako_ketaan_muuta_nykyaan_neल्लीnan_vaatehuone_blogi)

Naisen äiti- ja hoivaroolista on rakentunut käsitteellinen häkki, joka on yksipuolistanut naisten ikääntymisen tulkintaa (Kangas & Nikander 1999, 16). Vaikka erilaisissa elämäntilanteessa olevat bloggaajat vahvistavat ajatuksen siitä, ettei lasten kasvattaminen ole ainoa elämänkaarta ja ikää jäsentävä tekijä, lapsettomuuden valinnut tai aiheesta vaitonainen naisbloggaaja saa uteliaita kysymyksiä koskien mielipidettä lasten

hankinnasta. Jos on alusta alkaen kertonut haaveistaan, elämäntavoistaan ja suunnitelmistaan blogissa, lapsiaihetta on vaikea täysin sivuuttaa. Äitimyyttä ylläpidetään siis tältäkin osin yhä myös verkossa. Blogosfäärissä kaikkein yksityisimmistä valinnoista, kuten vanhemmuudesta, tulee julkisia ja lapsista jossain määrin oman identiteetin jatke tai puuttuva palanen.

Ehkä kamera aistii mun vanhenemisen, nimittäin meitsi on sunnuntaina KAKSKYTT-HITON-VIIS. Huomaakohan kukaan jos vaan jätän päivittämättä tuon oikean laidan infoboksin, ja oon ikuisesti kaksnelonen.. - - Kai sitä on muitakin kaksvitosisia jotka ei vielä todellakaan ajattele - - penskojen pyöräyttämistä siinä missä, Facebook tulvii jo samanikäisten hyvänpäivän tuttujen ipanoita..? (Colour me!, 15.9.2014.)

Vauvauutisia. Niitä on todellakin viime aikoina kuulunut suunnasta jos toisestakin. Ihmiset ympärilläni ovat alkaneet lisääntyä sellaisissa määrin, että se on alkanut aiheuttaa minussakin tuntemuksia. Mutta ei, ne tuntemukset ei ole mitään viisareiden raksutusta. En löydä itsestäni minkäänmoista lisääntymisviettiä. - - Aika henk. koht. stooria tällä kertaa ja mietinkin kannattaako tästä aiheesta kirjoittaa tänne blogiin. Mutta toisaalta mä tiedän, että mä en suinkaan ole ainoa samojen mietteiden kanssa painiva. Ei tämä ehkä olekaan niin henkilökohtaista ja yksityistä, vaan yleisempää kuin ajattelisikaan. (Tyyliä metsästäessä 18.4.2013.)

7. JUOKSEN SHORTSEISSA VAIKKA MINULLA ON SELLULIITTÄ

7.1 Puhetta ruumiista

Ruumis on keskeinen sukupuoleen kasvamisen ja sen määrittämisen paikka. Myös ulkonäköruumis määrittelee henkilön elämää, ja sillä mitataan erityisesti naisen kulttuurista arvoa. Käsitettä ruumistyö käytettiin alun perin kuvaamaan naisten jatkuvaa ulkonäöstään huolehtimista, palautteen odottamista, ruumiin muokkausta ja laittautumista. (Kosonen 2004.)

Tyyliblogeissa vartalo ja ulkonäkö ovat jatkuvassa muokkauksen ja muutoksen tilassa. Ulkoista tyyliä muuttamalla etsitään ja muokataan myös omaa identiteettiä. "*Mahtavan*

löytöni [jalku] ansiosta tunnen itseni uudella tavalla kokonaiseksi, kuin olisi keksinyt itsensä uudelleen. -- Olen palannut menneeseen, mutta loikannut samalla askeleen eteenpäin. Suorastaan runollista." (Heijastuspinta 27.08.2009.) Ulkonäkö on muoti- ja tyylibloggaajille prosessi, ja itseä muokataan kohti alati muuttuvaa ideaalia. Prosessi saa kollektiivisia ulottuvuuksia, kun lukijat osallistuvat siihen kommentoimalla. Inspiraatiota haetaan muiden bloggaajien ja kuvista sekä muualta mediasta. Ulkoisen olemuksen tulee kuvastaa ja tukea mahdollisimman hyvin bloggaajan edustamaa senhetkistä elämäntyyliä sekä blogipersoonaa. Ulkonäkö on sidoksissa hetkeen, ja moni bloggaaja kokee blogiarkistoon tallentuneet muutaman vuoden takaiset tyylikokeilunsa vieraisiksi ja keskeneräisiksi.

Vaatteiden alle piiloon jäävä alue koetaan blogeissa yksityiseksi, ja siitä puhutaan varoen. Suosituimmat bloggaajat ovat kuitenkin käyttäneet asemaansa hyväksi ja rikkoneet näitä tabuja puhumalla avoimemmin omasta vartalostaan tai naisvartalosta yleisesti. Omista ruumiista puhuminen esimerkiksi koon, seksuaalisuuden tai äitiyden näkökulmasta antaa myös lukijoille luvan kommentoida kyseisiä teemoja: *"Mielestäni tämä on - - mielenkiintoinen ilmiö, että suomessa kukaan suosituista bloggaajista ei ole saamassa lasta, vaikka monet olisivat siltä perinteiseltä kantilta sopivassa elämäntilanteessa"*. (18.4.2013.)

Leena-Maija Rossi on käyttänyt määrettä "kyllin hyvä" tutkiessaan mainoskuvien naisia. Tarve olla kyllin hyvä, hyväksytty ja tavallinen näyttää olevan myös blogimateriaalin takana. Vaikka blogosfäärissä tuotettu naiseus on verrattain monimuotoista, poseerausten takana on toive mukautua vallitsevaan visuaaliseen järjestykseen, "tavallisen" nuoren naisen kuvaan. Rossi (2003, 21) tulkitsee, että näemme itsemme "normaalikuvaston" kuvien kautta ja niiden "läpi". Blogien nuoret naiset eivät kuitenkaan enää vain odota, että valmis media tarjoaa heille kyllin hyviä samastumisen kohteita, vaan he tekevät niitä itse. Vaikka esittämisen tavat ovat kulttuurisesti vallalla olevia, kuvien tytöt ovat aivan "tavallisia" (Potkonen 2012.) "– – joidenkin bloggaajien kuvathan on kun muotilehdistä, ja ulkonäkökin – mä en oo mallityyppiä, mun rooli on olla ehkä vähän semmonen helpommin lähestyttävä" (Kämäräinen 5.4.2012).

Bloggaajien keskinäistä verkostoa pidetään yllä tyttöjenlehdistä tutulla ”ihana sinä”-puheella (Tormulainen 2010), jolla kannustetaan nauttimaan omasta naiseudestaan sekä ymmärtämään feminiinisuuden ihanuus. Samankaltaisella kannustavalla puheella puhutellaan lukijoita. Toisista bloggaajista kirjoitetaan lähes poikkeuksetta ystävälliseen sävyyn, heitä kuvaillaan positiivisin termein, kuten ihana, söpö tai kaunis. Kasvonpiirteitä tai vartaloa ei arvostella vaan kommentoissa keskitytään tekstisisältöön tai kuvissa nähtyyn pukeutumiseen. Kommentointi on huomattavasti hienovaraisempaa kuin lukijoiden, ja harkitsemattomat lausunnot bloggaajakollegan ulkonäöstä asettavat kommentoineen yleisen paheksunnan kohteeksi.

Valtavirrasta poikkeavaa kauneuskäsitystä ja ruumiin kulttuuria edustavat Pro Ana -blogit, joissa kannustetaan syömishäiriöön elämäntapana, sekä lihavuusblogit, jotka pyrkivät tekemään lihavuudesta yhteiskunnallisesti hyväksytympää.

7.2. Fitness

Ikääntyminen ja kasvavat terveys- ja ulkonäkövaatimukset saavat monen sohvan ja sipsien nimeen vannovan muuttamaan elämäntapojaan hieman terveellisempään suuntaan.

Vaivihkaa hiipinyt fitness-buumi räjähti blogosfäärissä vuonna 2014 suorastaan käsiin, ja yhä useampi bloggaaja alkoi vannon jonkin urheiluharrastuksen nimeen.

Muoti- ja lifestyleblogit ovat siirtyneet yleisten hyvinvointipostausten kautta treeniohjelmista ja tavoitteellisesta urheilusta kertomiseen. Lähes kaikkien suosituimpien blogien kirjoittajat olivat ensin uutta ilmiötä vastaan (”minä en treenaa”), sitten myöntävät pikku hiljaa (”on hyvä treenata sopivasti”) ja pian olivat itsekin varsin vakavissaan mukana treenaamisessa (”Liityin Adidas-heimoon”). Toisaalta ensimmäisenä treenaukseen hurahtaneet ovat myös ensimmäisenä löysäämässä otettaan toisten vasta etsiessä itseään urheilijoina: *”Olen huomannut, että meitsille kävi klassiset ”olen niin erilainen nuori”. Nyt kun perähikiän viimeiselläkin kansanopiston jumppasalilla on rossfittiä, niin ei kiitos.”* (White Trash Disease 30.8.2014.)

Taistelu ikääntymistä vastaan alkaa yhä varhaisemmassa iässä, ja ikääntymisen sekä kuoleman pelko ovat ”kolonisoineet” arkielämän. Yksilön odotetaan ottavan mahdolliset terveysriskit huomioon kaikessa, mitä tekee. (Kangas & Nikander 1999, 223.)

Bloggaajatkin pyrkivät huoliteltuun ja tyylikkääseen, iättömään, tapaan ikäännyä. Kilpajuoksussa kuolemaa vastaan voimakas ja terve ruumis on välttämättömyys. Bloggaajat tiedostavat olevansa niin sanotun hyvän elämän oravanpyörässä.

Perusterveellinen ruokavalio ja kohtuullinen liikunta eivät ole tarpeeksi, vaan hyvinvointia on viilattava joka siunaaman hetki. Jo ennen kuin kerkiää sorvin ääreen palkkatyötään tekemään, on hyvinvointityömaalla paiskittu homma jos toinenkin. Aamuhan alkaa yön yli kannussa seisseellä vedellä, suodatetulla totta kai tai lähteestä itse haetulla, johon on puristettu luomusitruunaa. Vähän on harmi, että sitä sitruunaa ei ole voinut itse kasvattaa. Sitten vähän joogaa, intervallitreeni tai leuanvetoja, aamiaiseksi blenderissä hurautettua juomaa, joka koostuu kaikesta, mitä on liotettu edellisillasta alkaen. (Fitness Führer 13.6.2013.)

Liikuntatilat ovat merkityksillä kyllästettyjä tiloja, jotka ohjaavat kävijöitä ajattelemaan ruumiistaan tietyllä tavalla ja työstämään sitä tietyin ehdoin. Ruumiin muokkaus on selkeä sukupuolen esittämisen ja tuottamisen performanssi, ja erityisesti lihasten kasvattamiseen liittyvä liikunta mielletään yleensä maskuliiniseksi. Näkyvien lihaksien mieltäminen viehättäväksi ja naisellisiksi on näkyvä muutos blogosfäärin naiskuvastossa:

En ole koskaan ollut yhtä tyytyväinen kroppaani kuin nykyään, vaikka painoindeksin (joka muuten kannattaa heittää romukoppaan jos yhtään urheilee) mukaan olenkin varteeni nähden niin hyvässä lihassa, että olen jo tukevasti ylipainon puolella. Kannattaa siis kaivaa vanhoja valokuvia naftaliinista ja katsoa, millaisia muutoksia on tapahtunut. Haukkari ei kasva yhdessä yössä, eikä epäkkäitä rakenneta yhdellä eikä kahdella munakkaalla. Aikaa menee, mutta jossain välissä sitä huomaa kehittäneensä olkapäät. Ja muutenkin muuttuneensa kalvakasta parikymppisestä hyvinvoivan näköiseksi kolmekymppiseksi. Ei hassummin. (Pumpui 4.8.2014.)

White Trash Disease -blogin Nata kertoo hieman epäterveellisten ruoka- ja muiden tottumuksiensa vastapainoksi treenaavansa enemmän tai vähemmän. Tällä selittyy varmuus omasta kehosta. ”*Tunnen oman kroppani sen verran hyvin (kiitos satojen ja satojen yleisurheilukentällä ja salilla vietettyjen tuntien), että osan fiiliksen perusteella kertoa, paljonko olen lihunut tai kuinka paljon lihakseni ovat surkastuneet.*” (*White Trash Disease* 7.12.2011.) Natalle kaunis naisvartalo tarkoittaa voimakkuutta ja lihaksikkuutta. Hän julkaiseekin itsestään vähäpukeisia kuvia esitelläkseen rankalla salitreenillä hankkimia

lihaksiaan. Hän myös naurattaa lukijoitaan pohtimalla, miten hänen ja poikaystävänsä mahdollisista lapsista tulee niin leveäharteisia, että lapsukaisten on kuljettava ovista sivuttain. Hän ei kuitenkaan puhu vartalostaan negatiiviseen sävyyn myöskään urheilemattomina kausinaan. Hän tyytyy toteamaan joissain kuvissa esiintyvistä treenaamattomasta kropastaan lempeästi ” *as soft as a pillow* ”, pehmeä kuin tyyny.



Kuva III. Lihakset ovat uusi musta.

Fitness- ja hyvinvointibloggaajat tuottavat yhä intiimimpää keskustelua naisvartalosta ja kauneudesta. Treenipainotteiset postaukset antavat osaltaan mahdollisuuden sanavalintoihin, jotka aiemmin eivät kuuluneet tyyliblogien kieleen. Pakaroista, rinnoista, vatsamakkarosta ja hikisistä kainaloista puhuminen on tyyliblogeissa arkipäivää. Muutos on huomattava muutaman vuoden takaiseen tilanteeseen, jossa jopa huulien kuvaaminen ja niistä kirjoittaminen oli hieman tabu mahdollisten eroottisten miellelyhtymien vuoksi.

Suhteellisen tuoreena blogi-ilmiönä fitness herättää paljon erityisesti sukupuoleen ja sen esittämiseen liittyvää keskustelua. Judith Butlerin (1990) ajatus sukupuolen toisteisuudesta sopii myös naisten kehonrakennuksen tarkasteluun. Sukupuolen tuottaa tiettyjen heteroseksuaalisten piirteiden ja vastakkainasettelujen toisto, mutta toisteisuutta voi myös vastustaa toistamalla annettuja malleja toisin. Bloggaajat argumenoivat fitnessvartalon puolesta joko korostamalla lihaksikkaan ruumiin olevan aivan erityisen naisellinen ja seksikäs, tai toteamalla, ettei lihaksikas ruumis ole ehkä kaikkein naisellisin mutta se on merkityksetöntä, koska stereotyyppinen feminiinisyyden tai seksikkyyden (heteroseksuaalisen katseen kohteena) ei ole naisten tavoitteena. ” *Naiskehonrakennus voidaan nähdä miehisten standardien omaksumisena ja osana naiskehon manipulointia* ” tai se voidaan tulkita

”naisruumiin uudelleenmäärittelyksi, kehon vyöhykkeiden takaisin valtaamiseksi ja merkitsemiseksi”. (Leppihalme 2002, 187.)

Bodattu keho voidaan siis nähdä joko äärimmilleen erotisoituna ja esineellistettynä tai päinvastoin kulttuurisena vastarintana ja sijoittumattomuutena. Treenipostaukset kirvoittavat (usein tekaistujen) mieslukijoiden kommentteja. Vaikka bloggaajat toisin kirjoituksissaan ilmaisevat, tuntuu moni lukija suhteuttavan treenaamisen sekä hyvän vartalon tavoittelun miehisen katseen alaisena olemiseen. Miehen roolissa kommentoimisella katsotaan näin ollen olevan suurempi painoarvo kuin kanssasisaren palautteella.

--Nainen, joka harrastaa miehisiä lajeja kuten crossfit ja nyrkkeily, toivoo olevansa mies. Ei kukaan todellinen mies kiinnostu omaa sukupuolta muistuttavasta naisesta, kuten ei toisinpäinkään.

Kropan suorituskyvyn tavoittelu? Miksi? :D Mihin toimistotyöläinen sellaista tarvitsee. Vai loppuuko oma persoona ja itsetunto kesken, kun naisten tarvitsee oman egon ja voimien pönkitykseen miehisiä lajeja. Kyllä siinä alkaa mieheltä pian näyttämään enimmissä määrin. (mies,33, 27.8.2014.)

Kommenttiin sisältyy monta arvolutautunutta ajatusta naisena olemista ja naisellisuudesta. Kommentoijan päättelyketjun mukaan tietyt lajit ovat miehisiä, ja niitä harrastamalla muuttuu miehiseksi myös ulkomuodoltaan. Hän sisällyttää kommenttiinsa ajatuksen “todellisesta” miehestä, joka haluaa naisen näyttävän naiselta, eli ei-treenatulta, samoin kuin “tosinainen” preferoi miehekästä, eli treenattua, miestä. Kommentoija kokee naisille sopivan ammatin olevan toimistotyöläinen, ja kyseisen ammatin harjoittaja ei hänen mukaansa tarvitse ”kropan suorituskykyä”. Hän ei yhdistä treenausta hyvinvointiin vaan egon ja jostain syystä myös persoonan pönkittämiseen, aivan kuin egon pönkittäminen ei olisi naiselle sallittua saati tarpeellista ja kuin lihakset olisivat persoonassa olevan tyhjiön täyttämistä.

Vaikka kommentti maskuliinisen ulkonäön epäviehättävyydestä näyttäytyy puhtaasti sovinistisena, on äärimmäisen bodatun naisvartalon ”revittyä” estetiikkaa pohdittu laajemminkin. Massiiviset lihakset ja erottuva anatomia herättävät mielikuvia miehisestä vallasta, ja tutkijat ovat pohtineet, onko naisbodarin ruumis vain yksi fallisen naisen

muunnelma ja käyttääkö lihaksikas nainen fallista, lainattua valtaa miesten nimissä. Toisaalta lihaksikkaan naisvartalon voi katsoa liudentavan näkyvää sukupuolieroja ja kyseenalaistavan ajatuksen miesten fyysisestä vahvemmuudesta. (Leppihalme 2002, 188.)

Lihaksikasta vartaloa tavoittelevat naiset leikittelevät sillä, kuinka pitkälle naiskehon sallitaan etäännyä perinteisestä feminiinisyydestä, jonka ihannetyypiksi on usein ajateltu pieni ja hento nainen (Leppihalme 2002, 184). Kaikkein äärimmilleen vietyinä fitnessbuumi korostaa representaatiota; näkyvät lihakset eivät sinällään korreloi voiman kanssa, vaikka kehonrakentajat toki vahvoja eittämättä ovatkin. Kehonrakennus on ennen kaikkea esteettistä, ei niinkään objektiivisesti mitattavissa olevaa urheilua. Tämän ajatuksen valossa on ymmärrettävää, että hyvinvoinnilla treenaamisensa perustelevilla bloggaajilla on paineita ja haasteita vakuuttaa urheiluharrastuksensa olevan terveyteen ja fyysiseen voimaan, ei niinkään ulkonäköön pohjaavaa.

Fitness-urheilua voi kuvata myös perinteiseen naisellisuuskuvastoon tukeutuen. Naisbodarien uhkaa sukupuolijärjestykselle pyritään vähentämään korostamalla liioitellusti heidän feminiinisyyttään (Leppihalme 2002, 188). Osa bloggaajista turvautuu tähän konstiin, jolloin treenikuvat vastaavat asetelmiltaan tyypillisiä mediassa kelpuutettuja naiskuvia: pitkät hiukset, huolellinen meikki, dekolteen paljastava asu sekä vartalon muotoja korostava asento. Naisellisiksi koettuja ja yleisesti hyväksytyjä treenauksen tuloksia ovat muun muassa parempi ryhti, litteä vatsa, pyöreä takapuoli ja kiinteät käsivarret. Ihmettelevää keskustelua herättävät lihaksikas selkä ja olkapäät, huomattavan suuret hauikset ja voimakkaat reisi- ja pohjelihakset.

Kuten aiemmin mainitsin, seksuaalivähemmistöjen rooli on kaikkein luetuimmissa tyyliblogeissa häviävän pieni. Bloggaajat tiedostavat, että lihaksikas vartalo tuo mukanaan myös arvailuja mahdollisesta homoseksuaalisuudesta. Treenatun naisen oletetaan usein uhraavan heteroseksuaalisen rakkauden urheilun alttarille (Leppihalme 2002, 188) tai olevan kiinnostunut naisista, jolloin maskuliinisten elementtien ajatellaan ennemminkin kuuluvan asiaan kuin olevan rasite. Vaikka fitnessvartalo saattaa rohkaista kapinahenkisimpiä treenaajia muiltakin osiin rohkeampiin ulkonäkökokeiluihin, niin sanottua butch-tyyliä ei bloggeissa näy. .

Ei ole merkityksetöntä, miten treenaamisesta kirjoittaa. Ei-ylipainoiset bloggaajat välttävät mainitsemasta painon pudottamista. Kaikki maininnat laihduttamisesta saavat välittömästi negatiivista palautetta, ja lukijat peilaavat bloggaajan ulkomuotoa itseensä ("jos sä oot liian läski niin entäs mä sitten?"). Kommenttiosiossa lukijat ilmoittavat omia mittojaan pyytäen bloggaajan palautetta ja treenivinkkejä.

Monet bloggaajat haluavat myös saada ensin aikaan joitain näkyviä tuloksia ennen kuin "paljastavat" lukijoille ryhtyneensä urheilemaan. Kyseessä on todellakin paljastus, urheiluharrastuksesta kertominen edellyttää pitkiä alustuksia, perusteluja ja vakuuttelua sen hyödyistä bloggaajan terveydelle ja uuden energian mahdollisista hyötyvaikutuksista myös bloggaamiseen. *"Olin pitkään ajatellut, ettei urheilu kuulu tähän blogiin. Sitten tajusin, ettei se kuulu tähän blogiin, koska se ei enää kuulu tähän elämään. - - Sitten tuli viime talvi+kevät ja juoksukoulu. Tajusin kaivanneeni treeniä, hyvinvointia ja terveyttä erittäin paljon."* Usein lukijat kommentoivat jo huomanneensa muutoksia bloggaajan ulkonäössä. Ne, joille tieto tulee yllätyksenä, suhtautuvat elämänmuutokseen jopa negatiivisesti .

Fitness-elämäntapa on lukijoiden keskuudessa huomattavasti vaikeammin hyväksyttävä kuin muut bloggaajien elämänvalinnat. Pintapuolisesti tarkasteltuna voisi ajatella kyseessä olevan kateuden. Vakavissaan treenaaminen saa bloggaajan näyttämään lähes superihmiseltä: hänhän on jo kaunis, suosittu ja viehättävä, miksi hänen täytyy olla vielä urheilullinenkin?

Treenatun vartalon myötä bloggaaja menettää myös osan samaistuttavuudestaan, hän ei enää edusta lukijoille "normaalia" naista ja "normaalia" naisvartaloa. Tästä syystä lukijat suhtautuvat esimerkiksi hieman pulleiden tai muuten heidän silmissään armollisempaa vartaloihannetta edustavien bloggaajien treenitavoitteisiin armollisemmin kuin jo valmiiksi hoikan vartalon omaavien. Esimerkiksi nopeasti synnytyksen jälkeen palautuvan naisen timmi vartalo herättää epäuskoa ja jopa vihaa. Sen sijaan vuoden päivät vauvamahansa kanssa kamppaileva bloggaaja näyttäytyy inhimillisempänä ja saa kannustavia "näytät hyvältä" -kommentteja, vaikka treenaus ei kuvien mukaan olisikaan tuottanut juurikaan tulosta. Lukijat näkevät vain sen, mitä postauksessa heille näytetään ja kerrotaan, eivät kymmeniä työtunteja kuntosalilla ennen fitnesskuvan ottamista.

Vaikka taustalla piilee ehkä kateus, fitness herättää epävarmuutta myös muista syistä. Blogien edustama elämäntyyli on alun perin ollut täysin hedonistinen. Lukijat kaipaavat vakuuttelua sille, että itsensä hemmottelu ja omaan ulkonäköön ja arkeen satsaaminen on kannattavaa ja sallittua. Kun meikkaus- ja sisustuspostaukset vaihtuvat hikiseen salilla rehkimiseen, blogin tunnelma muuttuu tyttöjen illasta rankaksi bootcampiksi.

Fitness-elämäntavan ja sen julkisen jakamisen valitessaan bloggaaja on ongelman edessä; toisaalta suurella työllä hankittuja lihaksia olisi houkutus esitellä lukuisissa kuvissa, mutta jokainen julkaistu treeniohjelma ja valokuva kuntosalilta saattaa tiputtaa pari lukijaa pois. Treenipostaukset toki tuovat uusia ja uudenlaisia lukijoita, mutta nämä eivät useinkaan ole kiinnostuneet niistä aiheista – muoti, kauneus - jotka alun perin olivat blogin pääsisältöä. ”-- *En ees tajunnut kuinka kauan oon sun blogia seurannut, ennenkuin luin ton aikajanan. Harvemmin luen nykyään kun ei treenijutut kiiinnosta, mutta oot ihan mahtava mimmi!*” (15.11.2013.)

Yksi tapa linkittää treenaus ja kauneus on välineurheilu. Erilaiset sponsoridiilit mahdollistavat suosituimmille tyylibloggaajille ajanmukaiset urheiluvarusteet, ja treenivaatteista, -välineistä, -teknologiasta ja -kosmetiikasta kirjoittamalla urheilupainotteisesta postauksesta saa lukijaystävällisemmän. Merkkien mainitseminen on sponsorien kannalta tärkeää, samoin käyttöominaisuuksien analysointi. Koska monet urheiluvaatteet ovat myös arkikäyttöön sopivia ja trendikkäitä, niitä kannattaa esitellä lukijoille. Esimerkiksi eräs Adidaksen lenkkitossujen uutuusmalli ennakkotilattiin lähes loppuun jo ennen kuin se ehti kaupan hyllylle. Syynä joukkohysteriaan oli kenkien esiintyminen suosituimpien bloggaajien asukuvissa – Adidas oli lahjoittanut heille ilmaiset parit.

kuvissa näkyikin tämän hetken lenkkivarustus. En kestä ollenkaan tunnetta, että on liian kuuma, joten niin kauan kun lämpötila pyörii yli viidentoista, vedän lenkille päälle kesävarusteet. Lenkkareissa puolestaan luotan ympäri vuoden näihin Adidaksen asicseihin. Ovat sen verran juurtuneet jalkoihini, että näistä en ole vielä hetkeen luopumassa. Nokialta saatu Lumia lähtee myös aina lenkille mukaan. Käytän matkan ja ajan seuraamiseen Sports tracker-ohjelmaa ja musiikin kuuntelen radio mixistä. Tänään soitatin Aerobic mixia ja ah, kaikkia niitä ihanan kamalia

jumputuksia, en olisi varmasti ikinä tullut ladanneeksi millekään soittolistalle;)
(Polkadots 28.8.2012)

7.3. Pro ana



KUVA V. I don't like to speak my mind.. so I use my body

Laihempi, kauniimpi. Pro ana -blogien viesti on paradoksaalinen: Henkilö tulee näkyväksi vasta ollessaan fyysiseltä olomuodoltaan lähes olematon. Suuri osa netin laihdutuskeskustelusta on nuorten tyttöjen ja naisten melko arkipäiväistä läskipuhetta, mutta Pro ana on liike, joka puolustaa oikeutta anorektiseen elämäntapaan ja ulkonäköön pyrkien erottautumaan lääketieteellisestä anoreksiadiskurssista (Jyränki 2007, 233).

Tilastojen mukaan noin 90 % anoreksiaa sairastavista on naisia. Pakkomielteenomainen suhtautuminen omaan ruumiseen saattaa tuottaa eräänlaista infantilisoitumista, sillä ruumis ei saa näyttää merkkejä ajan kulumisesta. Tällaiseen esteettisen kaanoniin naiset asetetaan esimerkiksi mainoksissa: mallit kuvataan lapsekkaissa asennoissa tai heidät puetaan teini-ikäisiksi seksuaalisesti vihjailevissa asetelmissa (Tripodi 2014, 109.)

Ulkoapäin tulevat diskurssit ja patologiset määritelmät eivät kuitenkaan vastaa Pro ana -henkilöiden omaa itsemäärittelyä. He ovat luoneet anoreksiasta elämäntyylin, josta he

kertovat ja keskustelevat lukuisissa blogeissa ja forumeissa. Akateemisen maailman kiinnostus ilmiöön on herännyt lähinnä sensuurin kautta, esimerkiksi Ranskassa Pro Ana kiellettiin lailla jo vuonna 2008. Aihe nousi tapetille myös Suomessa, kun suosittu blogi- ja kuvanjakopalvelut Tumblr, Pinterest ja Instagram tiedottivat kieltävänsä syömishäiriöiden ihannoinnin sivustoillaan. Trendin aloittanut päätös syntyi yhteistyössä Yhdysvaltain syömishäiriöyhdistys NEDA:n kanssa (Yle.fi 25.6.2012).

Pro ana -bloggaajien usein käyttämä termi on *anorektisen kaunis*. Inspiraatiokuvissa (*thinspiration*) esiintyy alipainoisia huippumalleja tai kuvankäsittelyllä luurankomaisen laihaksi muokattuja kauniita naisia. Naisilla on ihon alta kuultavat nikamat, langanlaihat raajat ja epätodellinen kasvojen luusto. Bloggajien käyttämä kieli tukee mielikuvaa paradoksaalisesta naishahmosta, kielenkäyttö on vuoroin hyökkäävää, vuoroin puolustelevaa, paikoin rujoa, paikoin kaunista, ajoittain aggressiivista ja välillä jopa väkivaltaista. Kyseessä on taistelu sekä omaa ruumista että anorektista elämäntapaa ymmärtämättömiä vastaan. Omaa vartaloa ollaan valmiita pahoinpitelemään ja laiminlyömään äärimmäisen laihtumisen vuoksi.

Sivustoissa voi olla kulttimaisia piirteitä, sillä ne sisältävät uskonnollisia metaforia psalmien, uskontunnustusten tai käskyjen muodossa. Anoreksiasta saatetaan muutoinkin puhua elämää ohjaavana uskontona, jossa toimitaan tiettyjen sääntöjen ja rituaalien mukaisesti (*”se nenä-maha-letku ja tippa. Se oli jotain niin pyhää”*). Syömisestä koettava häpeä muistuttaa uskonnollista katumusta ja synnintuntoa. Liiallisesta mässäilystä voidaan langettaa itse rikkeen vakavuuden mukaan määritelty rangaistus, esimerkiksi urheilusuoritus tai aiempaakin ankarampi dieetti.

Anoreksiaan liitetään ajatuksia täydellisyydestä ja hyveellisyydestä, kaiken yläpuolella häilyvä alttarille nostettu Ana (*”- - like God. Almighty Figure”*). Myös bloggaajien kaitseva asenne tuo mieleen lahkonohtajan, joka pyrkii pitämään laumansa kontrollissa. Äärimmilleen vietynä Pro ana muistuttaa marttyrikulttia, anoreksian ”puolesta” kuolleisiin viitataan termillä *The Thins*. Anorektisen kuoleman kokeneet ovat Anan Tyttäriä, ikään kuin feminiinisenä vastineena ajatukselle kristinuskon Isästä ja Pojasta.

Strict is my diet

I must not want

*It maketh me lie down at night hungry
It leadeth me past the confectioners
It trieth my will power
It leadeth me in the paths of alternation for my figure sake
Yeah, though I walk trough the aisles of the pastry department, I will buy no sweet
rolls for they are fattening
The cakes and the pies, they tempt me
Before me is a table set with green beens and lettuce
I filleth my stomach with liquids
My day's quota runneth over
Surely calorie and weight charts will follow me, all days of my life
And I will dwell in the fear of the scales forever
(The pro ana lifestyle)*

Blogeissa ja keskusteluryhmissä määritellään synneiksi esimerkiksi lihavan ihmisen mieltäminen kauniiksi, syöminen ilman syyllisyyttä sekä lipsuminen ruokavaliosta (*"Did I fall off my diet plan?"*). Pro anat viittaavat usein ”Ääneen” (*Voice*), jonka tarkoituksena on pitää anorektinen henkilö oikealla tiellä kohti laihuutta. Ääni on verrannollinen pyhään henkeen, ja jokainen pro ana voi kuvitella oman johdattajansa haluamaansa olomuotoon. Tärkeintä on, että Ana puhuu äänen kautta. Äänen kuuntelematta jättäminen määritellään myös synniksi.

Pro ana -blogeissa näkee selkeästi nälkiinnyttämisen narratiivin. Pikku hiljaa syöminen tarkkaileminen lisääntyy, paino laskee ja laihtumisesta saatava nautinto voittaa ihmissuhteista saatavan mielihyvän. ” - *Ana approaches me, embracing me like no one else can. She's my safe place. A heaven of numbness. Starvation is my salvation.* ” (Ana's voice 16.7.2014.)

Seksuaalisuus limittyy Pro ana -keskusteluissa laihduttamiseen ja ruumiinmuokkaukseen. Pro anojen suhdetta omaan kehoon voisi kuvata lähes fetisistiseksi *"I don't own a binder and I know this is not the correct or good way to do this because it's dangerous but I binded with tape. I was having major dysphoria and I was like "screw it." I taped myself up and my chest was pretty flat {I'm a C Cup}.* ” (Straightjackets 17.4.2014.) Koska rintoja ja muodokasta vartaloa pidetään merkkeinä feminiinisyydestä, anoreksia halutaan usein

nähdä pyrkimyksenä pysyä lapsena ja anorektikot koetaan aseksuaalisiksi hahmoiksi. Juulia Jyränki toteaa artikkelissaan "*Kuvotus ja kiihotus: Pro ana-sivustojen sensuuri ja torjutun halun pornografisointi*" (2007), että pornografiset anoreksiakuvat kyseenalaistavat anorektisen subjektin aseksuaalisuuden, mutta myös sen, kuka anorektisen halun kohde oikeastaan on. Eroottisesti virittyneissä Pro ana -kirjoituksissa anoreksia saa rakastajan muodon. "*The disease has been a crutch, a companion, a coping mechanism, an excuse, a speed bump, a deceptive lover, an attractive abuser.*" (Morrow.J, 2013.) Pro ana -bloggaajien suhde omaan vartaloonsa näyttäytyy autoeroottisena. "- *I'll starve myself again, for the sense of power over my body. It's almost an erotic feeling. - - Feeling better about your body is extremely sensuous.*" (Binks, G.,27.1.2000.)

Jo pieni tyttö osaa yhdistää painon tarkkailemisen ja kommentoinnin tärkeäksi osaksi naisena olemista, jolloin käsitys laihduttamisesta ja sen mukanaan tuomasta nautinnosta saa masokistisia piirteitä. Wolf (1996) näkee syömishäiriöt myös reagoitina yhtäältä vapautuneempiin käsityksiin naisena olemisesta ja toisaalta tietoisuutena sen mukanaan tuomista vaaroista. Kontrolloimalla omaa vartaloaan ja pitämällä energiatasonsa alhaisena naisen tai tytön energiataso ei riitä seikkailuun ympäröivässä maailmassa, ja tämän elinpiiri pysyy kapeana suojellen häntä potentiaaliselta väkivallalta. Oman kehon muokkaaminen on itsemääräämisoikeutta omaan ruumiiseen, oikeutta vahingoittaa itse itseään ennen kuin kukaan muu ehtii niin tehdä. (Wolf 1996, 296-301.)

Pornografista materiaalia syömishäiriöisistä vartaloista julkaistaan internetissä ainakin nimikkeellä *anorexia porn* ja *ana kitten porn*. Kaikkein rankin kuvamateriaali on kuvausten perusteella suunnattu lähinnä pornoa kuluttaville (heteromies)katsojille, ei niinkään pro anoille itselleen. Pro ana -blogeissa ja -forumeilla kuvat esitetään usein yhdessä "perinteisempien" laihojen ruumiiden representaatioitten kanssa, laihuuteen kannustavissa thinspiration-kuvakollaaseissa eikä seksuaalisessa kontekstissa. Jotkut pro anoista tunnustavat kuitenkin saavansa kuvista myös seksuaalista kiihottumista vastaavia tunteita. "*thinspo is like porn... I get all excited and other feelings. kinda weird...*" (analife2012 7.9.2014.) Pro anat eivät kuitenkaan saa mielihyvää niinkään kuvissa ja videoissa esiintyvistä eroottisävytteisistä poseerauksista saati seksuaalisista teoista, vaan yleensä materiaalissa viehättää vain henkilöiden täydellisen laihaksi mielletty vartalo. Kuvista käytävä keskustelu tukee ajatusta autoeroottisuudesta, laiha eroottisesti esitetty

vartalo kuvitellaan usein omaksi vartaloksi. ”*Thinspo is like porn for me too. I get all giddy and excited it might be me some day...*” (Chiiruchan 8.9.2012.)

Pro Anoilla saattaa olla seurustelukumppani tai he hakevat seuraa, mutta usein seuranhakuilmoituksetkin ovat kietoutuneet anorektisten elämäntavan ympärille. Anat kokevat monin tavoin haastavaksi viettää aikaa ei-anorektisen ja yhteisöön kuulumattoman henkilön kanssa, ja samaan aikaan karttavat ja kaipaavat läheisyyttä. ” -- *joskus vaan niin pelottaa, että mä menetän J'n. Se joutuu kestämään minusta niihin paljon kun raivostun täysin tyhjästä, ja puran paha mieltäni siihen kun söin kourallisen sipsejä.* ” (to be a superhero have to be size zero 14.7.2011) Foorumeilla haetaan seuraa nimityksellä *ana buddy*. Tällöin ihmissuhteen pääpaino on anorektisen elämäntyylin ylläpitämisessä ja yhdessä laihduttamisessa. Huomattavan moni toivoo vain virtuaalista seuraa. ”*I have personal space issues. -- In my entire life I've only ever hugged three people, and they're all family members.*”

Vähemmistöihin kuten etnisiin ryhmiin tai homoseksuaaleihin suhtaudutaan avoimesti ja myönteisesti. Pro anat hakevat myös poliittista vertailukohtaa gay-liikkeestä, ja Pro Ana -sivustoilla saatetaan käyttää gay-yhteisön suosimaa sateenkaaritunnusta. *Gay Priden* tavoin anoreksiaylpeydelle olennaista on sairauteen liittyvästä häpeästä vapautuminen. Pro ana -liike osoittaa halunsa paikantua osaksi vapautusliikkeiden jatkumoa. (Jyränki 2007.) Pro anat käyttävät esimerkiksi rannekoruja lisäämässä yhteenkuuluvuuden tunnetta ja tunnistaakseen toisensa. Seksuaalivähemmistöille suunnattujen anoreksiakeskustelupalstojen ja -blogien nimissä leikitellään gay-blogeista tutuilla termeillä; esimerkiksi lesboblogeissa suosittu otsikointi *lezbihonest* muuntuu pro anojen keskuudessa muotoon *lesbiana*.

Lifestyle-blogeissa ja Pro Ana -blogeissa on osin samaa kuvastoa, vain tapa katsoa niitä on erilainen. Kuva erittäin hoikasta huippumalli Kate Mossista näyttäytyy muotiblogissa neutraalina, mallin hoikkuus ohitetaan itsestäänselvyytenä ja lukijan oletetaan katsovan lähinnä Mossin päällä olevia vaatteita. Pro Ana -blogeissa lukijat haluavat mallinsa mahdollisimman vähäpukeisina, ja lukijakommenteissa keskitytään ihaillemaan ohuita nilkkoja, erottuvia luita tai laihaa rintakehää. Kaikissa Pro Ana -blogien kuvissa ei välttämättä edes näy kasvoja, vaan ne keskittyvät vartalon yksityiskohtiin. Pro Anat

mittaavat naisen kauneuden mittanauhalla, olennainen standardi on esimerkiksi reisien väliin jäävä tila.

Pro Ana -blogeissa ja niitä koskevassa yleisessä keskustelussa leikkaavat useat erilaiset diskurssit, joilla ja joissa anoreksiasta puhutaan. Keskustelussa limittyvät esimerkiksi lääketieteellinen, kaunokirjallinen, biologinen, psykoanalyttinen ja pornografinen diskurssi. Mediassa pro ana -ilmiöstä puhutaan vuoroin patologisoiden, vuoroin mystifioiden anoreksiaa, ja esimerkiksi monet huolestuneet vanhemmat tuntuvat olevan epävarmoja siitä, onko keskimääräinen pro ana -henkilö vakavasti sairas ja mieleltään myrkyttynyt teini vai ennemminkin viattomia nuoria houkutteleva sadistinen aikuinen.

Sivustojen ympärillä käyty sensuuritaistelu osoittaaakin pro ana-henkilön olevan kulttuurinen paradoksi. Hän on yhtäältä oman ruumiinsa mahdollisuuksia hartaasti palvova elämäntapaindividualisti, toisaalta poliittisen yhteisön ja vähemmistöpolitiikan käsitteitä haastava yhteiskunnallinen toimija. Hän on viaton lapsi ja lapsia korruptoiva aikuinen. (Jyränki 2007 269.)

Suhteessa muihin lifestyle-blogeihin Pro ana -bloggaajien tavoitteleva kauneusihanne ei ole laihuutta lukuun ottamatta yhteneväinen. Tyyliblogeissa värjätään hiuksia, lakataan kynsiä ja kommentoidaan catwalk-muotia, mutta Pro anojen yhteisössä muu kuin laihuuden estetiikka näyttää olevan häviävän pienessä roolissa. Muilla ulkonäöllisillä seikoilla ei ole merkitystä, yksinomaan laihuus tai aktiivinen pyrkiminen siihen ratkaisee.

Kuluttava elämäntyyli näkyy myös kielen tasolla lukemattomina suorina mainintoina jatkuvasta väsymyksestä, mutta myös huolimattomuutena ja köyhyytenä kielenkäytössä. Suosituimmissa tyyliblogeissa käytetään tyypillisesti värikästä ja huolellista kieltä, mutta pro ana -blogeissa edes välimerkkien käyttö ei ole välttämätöntä. Näin ollen blogien poliittinen kantaaottavuus jää verrattain ohueksi. Kirjoittajat ovat täynnä patoutuneita tunteita, lähinnä vihaa ja turhautuneisuutta, mutta mielipiteet ja ajatukset typistyvät lyhyiksi virkkeiksi, ja kirjallisesti ansiokkaammat anoreksian kuvaukset jäävät niukoiksi. Tekstejä leimaa myös jonkinlainen sisäänpäinkääntyneisyys; vaikka vinkkejä ja inspiraatiota jaetaan mieluusti muiden kanssa, todellinen vuorovaikutus tuntuu pinnalliselta.

Toisaalta myös jatkuvan sensuurin vaara pakottaa muotoilemaan kirjoitukset epämääräiseen ja lyhenteitä vilisevään muotoon. Pro ana -bloggaajilla ja heidän uskollisimmalla lukijakunnallaan on omia keskinäisiä diskursseja, joista kaikki eivät edes avaudu asiaan vihkiytymättömälle lukijalle. Heidän keskinäinen kommunikaationsa sisältää hellittelynimiä anoreksialle sekä salakoodeja erilaisille painon pudottamisen menetelmille ja mahdollisille pakotetuille hoitojaksoille. Suuri osa bloggauksista sisältää tiukkaa faktaa, kuten luetteloita päivän kalorimääristä ja motivaatiokuvia.

Koska väsymyksen lisäksi pro anat tasapainoilevat itsenäisyyden ja yksinäisyyden tunteiden välimaastossa, monet monet heistä etsivät samastuttavia hahmoja sekä motivaatiolauseita todellisten henkilöiden sijaan fiktiosta. Bloggaajat siteeraavat esimerkiksi anoreksiaa koskettavasti käsittelevien proosateosten huippukohtia toistuvasti kannustaakseen itseään ja kaltaisiaan jatkamaan.

"--paradoksaalisten ulottuvuuksien on helppo kohdata juuri Internetissä, jossa yhdistyvät ideat globaalin sananvapauden paratiisista ja toisaalta lapsista aikuisten katseen ulottumattomissa, kurkottamassa kätensä kohti kiellettyä tietoa" (Jyränki 2007, 269) Kuten sanottua, pro ana -hahmo on paradoksaalinen ja rakentuu vahvasti kuvien kautta. Thinspiration-kuvien ohella Ana-blogikulttuuriin kuuluu isosiskomainen, vaativa ja kannustava kieli. Anoreksia itsessään on toimiva subjekti ja voi ottaa naisesikuvan tai rakastajan hahmon. Siinä missä tyylibloggaajat ovat yleisesti tulleet esiin yhä enemmän omilla nimillään ja kasvoillaan, Pro Ana -bloggaajat ovat ymmärrettävästi anonyymimpiä. Heistä lukijalle rakentuva kuva perustuu lähinnä painoon ja muihin ruumiinmittoihin.

I'm sorry but you don't know how much my life has always been driven by anorexia. It's just a part of me, I'm sorry but when I think of mental disorders I think of people who are so seriously incapacitated that they need to be cared for everyday, because as helpless as a newborn infant. Why should a caretaker wast their time (not to mention the health finances) on forcing me to eat, when I'm perfectly fine with not eating? -When there are more needy people out there who need more help in their lives than me, who is just deciding not to eat.
(tabytha95,29.11.2012)

Pro ana -sivustot herättävät ihmisissä lähes yhtä suurta kiinnostusta ja toisaalta vastenmielisyyttä kuin esimerkiksi lapsiporno. Monilla keskustelupalstoilla anorektista kulttuuria kauhistelevat äidit ovat valmiita pitämään omat lapsensa poissa pro ana -sivustoilta hinnalla millä hyvänsä. Laihat ruumiit nähdään väärinä, sairaina ja vieraina. Thinspiration-kuvat ovat usein eroottisesti latautuneita, imitoivathan niiden vähäpukeiset poseeraukset pin up - ja pornografiamateriaalia, mutta ne eivät kuitenkaan vastaa yleisesti hyväksyttyä käsitystä naisruumiista ja naisen seksuaalisuudesta. Jyränki (2007, 237) kokee pro anojen tuottavan puheellaan ja teksteillään sellaista puhetta ruumiillisuudesta, joka haastaa sairaan ja terveen kulttuurisia määritelmiä ja kommentoi oikeutta itse määriteltyyn identiteettiin. Hän kiteyttää pro ana -sivustojen päivittäneen feminismin klassikkokysymykset sukupuolen, seksuaalisuuden, sananvapauden ja moraalien suhteesta.

7.4 Ihanat lihavat

Ruumiin painosta ja koosta on etenkin länsimaisessa kulttuurissa tullut keskeinen naisruumiin hyväksyttävyyttä määrittelevä tekijä (Harjunen 2004). Koko yhdistetään terveyteen, kyvykkyyteen, seksuaalisuuteen ja kauneuteen. Lihavuus on stigmatisoitu, ja siihen liitetään paljon negatiivisia määreitä. Myös monet painoindeksin mukaan normaalipainoiset ovat tyytymättömiä painoonsa.

Lääketieteellinen lihavuusdiskurssi on niin auktorisoitu, että tuon tuostakin näyttää unohtuvan, että paino ja lihavuus ovat aina myös sosiaalisia konstruktioita. Esimerkiksi Jeffery Sobal ja Donna Maurer (1999) ovat todenneet, että käsitys hyväksyttävästä ja ei-hyväksyttävästä painosta luodaan aina kulttuurisesti sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Se, että hyväksyttävästä painosta palkitaan ja ei-hyväksyttävästä rangaistaan, ohjaa väistämättä ihmisten käsityksiä ja suhdetta painoon ja lihavuuteen. (Sobal, Maurer 1999.)

Lihavuus ei ole kuitenkaan kaikille ominaisuus, josta pyritään eroon, vaan pysyvä tila (Harjunen 2004). Vuosina 2009-2010 Suomessa yleistyneissä XL-blogeissa naiset kertovat, miten lihavuuden kanssa voi elää täysipainoista elämää, ja tarjoavat vertaistukea kansasisarilleen. On kuitenkin huomioitava, etteivät kaikki lihavien naisten pitämät blogit ole XL-blogeja. Bloggaaja itse päättää, kuinka voimakkaasti hänen blogipersonaansa määrittävä tekijä ruumiin koko on. Lisäksi suuri osa ”lihavuus”- tai ”XL”-hakusanan takaa löytyivistä blogeista on painonpudotukseen ja vartalon muokkaukseen keskittyneitä

blogeja, joiden funktio on täysin erilainen lihavuuden positiivisena ominaisuutena esittävien blogien kanssa.

Aikansa ilmiöksi muodostui 2009 perustettu ja 2013 päättynyt XL-blogi *More to love*, jota kirjoitti kaksi alle 30-vuotiasta naista, Mimmi ja Peppi. Heidän rento ja isosiskomainen tapansa kirjoittaa poiki ympärille kokonaisen maailman, joka ulottui naistenlehdistä radioon ja televisioon. Naiset ovat olleet mukana ideoimassa pluskokoisten naisten vaatemallistoa, ja heidän blogillaan oli maksullisia fanituotteita. Huomion arvoista on, että näiden XL-bloggaajien fanikunta koostui hyvin eri-ikäisistä ja -kokoisista tytöistä ja naisista. Nämä pluskokoiset naiset olivat siis lihavia roolimalleja sekä lihaville että normaalipainoisille naisille. Joillekin he ovat jopa kaikista suurimpia idoleita ja esikuvia: ”*Peppi sä oot JUMALATAR!!!*” (Anonyymi 17.1.2011)

More To Love -blogipersonien esikuvana maailmalta voisi nähdä esimerkiksi Gossip-yhtyeen Beth Ditton, joka nousi parrasvaloihin huomattavan ylipainoisena naisena ja esiintyi häpeilemättä näyttävissä kuvissa ja esiintymisasuissa - myös erittäin vähäpukeisena. Ditto oli Jean-Paul Gaultierin muusana vuoden 2001 muotinäytöksessä ja puhuu haastatteluissaan paitsi lihaviin, myös esimerkiksi seksuaalivähemmistöjen puolesta. Hän onkin muutamien muiden lihaviin tähtien ohella useasti mainittuna More To Love -blogin postauksissa, myös bloggaajien inspiroima vaatemallisto kantaa nimeä Gossip.

XL-bloggaajat käyttävät verbaalisia keinoja taistellakseen lihavuusstigmaa vastaan. Heille lihavuus näyttyy myös poliittisena kysymyksenä; useimmat suhtautuvat kriittisesti hoikkuusvaatimuksiin eivätkä pyri painon pudottamiseen. Naiset korostavat lihavuutta osana itseään ja persoonaansa. Usein itseensä tyytymättömät lihavat henkilöt kompensoivat lihavuuttaan esimerkiksi kehittämällä henkisiä ominaisuuksiaan tai korostamalla jotain painoon liittymätöntä ulkonäön piirrettä itsessään (Kosonen 2004). Tällaisen kompensoinnin sijaan esimerkiksi More to love -blogin naiset ennemminkin korostavat ja paikoin jopa liioittelevat lihavuuttaan pukeutuen sitä korostaen. Heille huolitellut meikit ja kampaukset ovat vain osa kokonaisuutta, eivät tapa viedä huomiota pois vartalosta.

XL-blogeissa saa nauraa lihavuudelle, mutta hyväntahtoisesti. Termiä ”läski” voi käyttää, olennaisinta on, että lupa ja aloite tämän kaltaiseen sanastoon tulevat kirjoittajilta itseltään.

Läski, isoluinen, pullukka, fatso; lihavuuden synonyymit muuttuvat hellittelynimiksi bloggaajien omassa käytössä. Koska lihavalla on enemmän painoa, XL-bloggaajat ovat lanseeranneet sen olevan enemmän kaikkea muutakin. More To Love -blogissa lihavuus merkitsee nimensä mukaisesti, että naisissa on enemmän rakastettavaa, ja lihavuuden osoitetaan tuovan paitsi isomman vaatekoon myös suuremman persoonallisuuden. Bloggaajat eivät hyväksy lihavuuden stereotyyppisiä käsityksiä kuten passiivisuus, laiskuus, tyhmyys tai rumuus (Harjunen 2004) kuvaamaan itseään vaan kääntävät aselman pääläelleen ja esittävät provosoivasti lihavuutensa ennemminkin kasvattavan henkilön älyllistä ja emotionaalista kompetenssia sekä fyysistä viehättävyyttä. *"Monet ajattelee, että koska me ollaan Mimmin kanssa lihavia, meidän pitäisi vihata sitä faktaa. Entäpä kun me ei vaan mitenkään saada itseämme vihaamaan omia vartaloitamme?"* (More To Love 17.1.2011.)

Yksi lihavuuden kokemuksen paradokseista on se, että lihava ruumis on samaan aikaan kokonsa puolesta jatkuvasti esillä, mutta samanaikaisesti näkymätön. Naisten kohdalla tämä tarkoittaa erityisesti näkymättömyyttä seksuaalisina olentoina (Harjunen 2004.) XL-blogien naiset eivät deseksualisoi ruumistaan vaan tuovat itsensä ja seksuaalisuutensa esille ja näkyväksi kuvissa ja tekstin tasolla. Lihavuutta ei esitetä sukupuolettomana, vaan suurin osa plussakokoisista bloggaajista on korostetun feminiinisiä kokien kokonsa nimenomaan naisellisena ominaisuutena. *" --- mut on täällä pysäytetty kadulla, tultu sanomaan baarissa ja kerrottu treffeillä, et mulla on todella kauniit jalat --- Mulle on aiemminkin sanottu, että mulla on "söpöt töppöjalat" mutta täällä niitä on sanottu kauniiksi, seksikkäiksi ja ihaniksi."* (More To Love, 17.1.2011.)



KUVA VI. Being naked is more fun

XL-bloggaajat samaan aikaan sekä tekevät eroa muihin tyyli- ja muotiblogeihin korostamalla omaa kokoaan että myös kurovat välimatkaa umpeen esittämällä varsin yhteneväistä kuvastoa ”tavallisten” tyyliblogien kanssa. Vaikka blogit pyrkivät häivyttämään lihavuusstigmoja, ne toisaalta nostavat painon hyvinkin korostettuun asemaan. Toki pyrkimyksenä on tehdä lihavuudesta sosiaalisesti hyväksyttävää ja ylläpitää positiivista ”lihavuuspuhetta”. Konseptin kannalta olennaista on mainita tarkalleen, minkä kokoisia vaatteita bloggaajat käyttävät, ja painon vaihteluista raportoidaan reaaliajassa.

Paitsi lihavuutta suhteessa normaalipainoon, XL-blogit käsittelevät myös lihaviiden naisten keskinäistä erilaisuutta. Vaikka blogeissa luodaankin me-henkeä plussakokoisten naisten kesken, postauksissa käsitellään myös yksilöllisemmin esimerkiksi lihaviiden naisten ajatuksia muodista, kauneudesta ja hyvinvoinnista. Kaikki lihavat eivät ole keskenään samanmuotoisia eivätkä sovi näin ollen yhteneväisiin asuihin.

Jos bloggaaja näyttää laihtuneen huomattavasti, fanaattisimmat lukijat kokevat sen usein sekä lukijoiden että bloggaajan itsensä pettämiseksi. ”*Paljon mimmi on oikee laihtunu???????* ;o ihan sika pikkuset jalat ”(4.6.2010) . Koko on merkittävä bloggaajia ja koko konseptia määrittelevä seikka, joten blogi ei voisi toimia entiseen malliinsa sen kirjoittajan ulkonäön ja elämäntyylin dramaattisesti muututtua. Lihavan ihmisen laihtuminen yhdistetään tämän pyrkimykseen olla sosiaalisesti hyväksyttävämpi, ja muodonmuutos normatiivisesti hyväksytyimmän naisvartalon suuntaan saa ystäviltä usein negatiivista palautetta. Aivan kuin ystävänsä hoikistumista kateellisena seuraava ystävä, myös blogin lukija kokee kateuden ja mustasukkaisuuden tuntemuksia ystävänsä ja vertaisena pitämänsä bloggaajan tavoitellessa niin sanottua normaalipainoa. XL-blogiympäristö siis paikoin jopa kannustaa lihavuuteen (lähinnä ylläpitämään jo olemassa olevaa ylipainoa). Bloggaajat joutuvat selittelemään valintojaan ja vakuuttamaan, etteivät tavoittele laihtumista.

-Tämä ei nyt tarkoita, että havittelen suurta painonpudotusta tai mitään --. Jos paino tippuu urheilun myötä niin tippukoot, mutta ensisijainen tarve mulla on nyt saada omaa kuntoani paremmaksi etten hengästy niin helposti ja saada voimia myös yläkroppaan. Niin ja tietenkin päästä tyhjentämään pää aina

välillä. Meidän painot on jatkuvasti teidän suurennuslasin alla ja viikottain tulee kyselyitä onko jompikumpi laihtunut – (More To Love 16.3.2012)

Vaikka lihavuudesta puhuminen ja plussakokoisten blogit herättävät lukijoissa yllättävänkin positiivisia ajatuksia ja blogit luovat osaltaan jopa uudenlaisia kauneusihanteita, normaalivartaloinen bloggaja ei voi tehdä blogistaan uskottavasti XL-blogia ennen kuin hän on vakuuttanut lukijoille lihavuuden olevan pysyvä tila ja osoittanut omaksuneensa koon osaksi identiteettiään ja elämäntyyliään. Aiemmin hoikkana esiintyneen bloggajaan painonvaihteluun sen sijaan suhtaudutaan negatiivisesti, ja muuttuneesta ulkonäöstä annettu palaute on usein tuomitsevaa, jopa julmaa: ”*Onko ruoka maistunu? Sun jalat on ainaki keränny kiloja runsaasti.*” (2.2.2013)

XL-blogien ruumiskäsitys on ainakin lukijoiden osalta hyvin essentiaalinen. Bloggajien paino halutaan nähdä jonkinlaisena pysyvänä ja muuttumattomana, jopa synnynnäisenä ominaisuutena, joka on vahvasti kytköksissä henkilön persoonallisuuteen. XL-bloggaajiin liitetyt positiiviset ominaisuudet koetaan osaksi heidän lihava-imagoaan, ja nämä piirteet karisisivat pois heidän laihduttuaan. Samoin hoikan bloggajan on mahdotonta saavuttaa näitä oletettuja lihavuuden mukanaan tuomia ominaisuuksia hänen painonsa yhtäkkisesti noustua. Painon jojoilu koetaan siis merkiksi heikkoudesta, toisin kuin XL-bloggajien lihavuus, joka on lukijoiden silmissä jotain aina olemassa ollutta.



KUVA VII. “Fat people are harder to kidnap.”

XL-blogit eivät pureudu syvälle lihavuuden mahdollisesti mukanaan tuomiin terveydellisiin haittoihin, portaissa puuskuttaminen kuitataan huumorilla. Sairauksista

puhuttaessa ylipainon vaikutukset terveyteen jätetään armeliaasti huomiotta ja lääkäreiden vihjaukset painonpudottamisen tärkeydestä todetaan liioitteluksi. ”*Aina käydessäni lääkärillä on diagnoosit ollut jotain tähän suuntaan: "Noooh..ai poskiontelontulehdus 12 kertaa vuodessa? joo-o, saattais johtua tosta sun ylipainosta."* ”*Niin siis selkä on kipee? Laihduttaminen kyllä varmasti auttais asiaa.*” (More To Love 9.7.2009) Plussakokoiset bloggaajat eivät kuitenkaan kehota laiminlyömään terveyttään, vaan haluavat osoittaa myös lihaviiden ihmisten voivan liikkua, syödä terveellisesti ja huolehtia itsestään. Bloggaajille on tärkeää korostaa fyysistä vahvuutta ja elinvoimaisuutta, joka ei ole sidoksissa kokoon.

No tästä on nyt jauhettu paljon ja joo ainahan terveystriskit jollain tasolla pelottaa, mutta jos sille pelolle antaa vallan, niin eihän elämä oo ollenkaan kivaa. Me ei kannusteta ketään lihottamaan, syömään epäterveellisesti tai löysäilemään, vaan elämään iloisesti ja tykkäämään itsestään, vaikka olisikin ns. "normaalista massasta" poikkeavaa. (More To Love, 25.11.2009.)

Naisellinen lihavuus on julkisen mielenkiinnon kohde mutta miesten ylipainoon ei blogimaailmassa puututa. Myös XL-bloggaajat keskittyvät keskusteluun omasta koostaan, miehille toivottavaa kokoa ei analysoida. *Olisin halunnut kysyä teiltä, että miten selitätte sen, että himoitsette/ihailette hyväkroppaisia/timmejä miehiä, mutta kuitenkin korostatte, että jokaisen pitää olla sellainen kuin on? Näenkö nyt itse ristiriidan siellä, missä sitä ei ole? Anyways, ootte ihania, tää pieni kysymys on jäänyt vaan ihmetyttää... (4.10.2011.)*

Kuitenkin bloggaajien satunnaisesti julkaisemat kuvat heidän mielestään puoleensavetävistä miehistä ovat poikkeuksetta hoikkia ja/tai lihaksikkaita, kun taas naisista julkaistut kuvat esittävät usein ”kauniita lihavia”. Hoikkuuden vaatimuksen ajatellaan kohdistuvan voimakkaammin naisiin, ja esimerkiksi Cossrown, Jefferyn ja McGuiren tutkimuksessa (2001) nousi esiin, että hyväksyttävä painon vaihteluväli on suurempi miehille kuin naisille. XL-blogien kuvasto on siis käänteistä suhteessa vallitsevaan mediadiskurssiin.

8. ILMAN BLOGIA EN OLISI TÄSSÄ

Päätäntö

Tutkielmani käsittelee tyyliblogit naisten henkilökohtaisena omana tilana ja toisaalta puolijulkisina foorumeina. Tutkimuksen keskiössä on naistoimijuus tyyliblogeissa.

Tutkielma osoittaa, naiset tuottavat *itsensä näköistä* mediaa omista lähtökohdistaan. Kuten Larissa Putkonen toteaa tutkimuksessaan *Ihanat tytöt verkossa – tutkimus blogeissa yhteisöllisesti tuotetusta tyttöydestä* (2012), ”Tytöjen ylläpitämät blogit ovat mielenkiintoinen tutkimuskohde, koska niissä käydään keskustelua iästä ja sukupuolesta, tyttöydestä ja sen rakentumisesta tietynlaiseksi, mediasta ja sosiaalisesta mediasta, yksityisyydestä ja julkisuudesta, identiteetistä ja sen muotoutumisesta.”

Tyttötutkimuksessa on korostettu blogiyhteisöä nuorten naisten omana huoneena, ja bloggaajien omat kommentit tukevat tätä näkemystä. Blogosfääri on merkittävä kanava nuorten naisten ja tyttöjen oman äänen kuuluville saamiseksi sekä henkilökohtaisella että yhteiskunnallisella tasolla. Naisten kulttuuria pidetään usein ”kevyempänä” kuin miesten, joten tilat ja foorumit, joissa suhtaudutaan vakavasti naisten asioihin, ovat todella merkittävässä roolissa naisten arjen neuvonantajina ja kokemusten jakamisen väylinä.

Tyyliblogeissa tytöt toimivat aktiivisesti sekä yksittäisinä henkilöinä että yhteisönä ja kirjoittavat omasta näkökulmastaan ja omalla kielellään itseään kiinnostavista aiheista sekä teemoista joita on saatettu pitää yleisen median taholta vähempiarvoisina. Blogosfääri on esille tulemisen näyttämö, leikkiä julkisessa tilassa, ja mahdollistaa näin ollen erilaiset tyylikokeilut.

Blogeille tyypillistä on intertekstuaalisuus, ja erityisesti toisiin blogeihin linkittäminen ja viittaaminen ovat merkittävässä roolissa tyyliblogeissa. Linkittämällä toisiin blogeihin vahvistetaan yhteisöllisyyttä ja kerrotaan myös jotain itsestä omien suosikkisivustojen avulla. Blogi yhdistää kotisivumaisen henkilökohtaisuuden, verkkoyhteisöistä tutun sosiaalisuuden sekä keskusteluryhmien reaaliaikaisuuden ja nopeuden.

Tyyli- ja muotibloggaajien näkeminen identiteettiään etsivänä liittyy oman tyylin etsimiseen ja erottautumisen haluun. Kulutuksen on ymmärretty olevan väline oman elämäntyylin ja identiteetin ilmaisuun. Postausten sisältöjen lähempi tarkastelu osoittaa,

että blogin merkitys identiteetin työkaluna on erittäin merkittävä. Blogin avulla palataan menneeseen ja pohditaan tulevaa, käsitellään omia tunteita ja naisena olemista sekä kokeillaan erilaisia rooleja.

Bloggaajat päivittävät blogiaan lähes päivittäin, käyttävät postausten kirjoittamiseen aikaa ja kokevat kirjoittamisen voimaannuttavaksi. Bloggaaja on toimiva, aktiivisesti identiteettiään uusintava subjekti. Naisten blogit ovat alustoja ja tiloja, joista käsin tuotetaan bloggaajan itsensä näköistä naiseutta. Moni tunnistaa identiteettinsä muuttuvan elämänvaiheittain tai tuntee olevansa matkalla kohti todellista, oikeaa minuutta.

Lukijan tärkein rooli on olla merkityksiä tuottava ja kokoava hahmo. Lukijapalaute myös ohjaa bloggaajia heidän aihevalinnoissaan sekä mahdollisesti tyyllisissä valinnoissaan. Vuorovaikutus on tärkeä osa bloggausta, läheinen ja intiimi suhde lukijoihin lisää suosiota ja tuo lukijoita lisää, ja näin ollen edistää kirjoittajan blogiuraa. Kommentit voivat suunnata bloggaajan aihepiirejä, mutta hänen suhteensa lukijoihin on kuitenkin aina hieman etäisempi kuin lukijoiden kokema suhde häneen. Innokkaimmille tyyliblogien seuraajille suosikkibloggaaja on esikuva ja roolimalli, johon suhtaudutaan rakkaudella ja kunnioituksella. Bloggaajaan kohdistetut huomionosoitukset muistuttavat paikoin hyvin kiinteän pariystävyyden tai jopa parisuhteen rakkaudentunnustuksia. Lukijoita kannustetaan kommentoimaan "ihana sinä"-puheella, joka lisää heidän kiintymystään bloggaajaan.

Naistapaisuuden konstruointi rakentuu eri teemojen ja valokuvien kautta tehdyn itsen esittämisen varaan. Valokuvien rooli on tärkeä, koska niistä välittyy visuaalisesti se, mitä bloggaaja haluaa itsestään kertoa. Tyyliblogien naiseus on päällepäin melko konventionaalista ja perinteisiä naiseuden kuvia mukailevaa, mutta se eroaa kuitenkin muotilehtien staattisesta ja yksipuolisesta naiskuvasta arkirealismillaan ja naisten keskinäisellä erilaisuudella. Erityisen radikaaleja naiseuden ilmauksia ei seuraamissani blogeissa ilmene, mutta nykybloggaajilla on kuitenkin vahva toimijan rooli sekä avoin suhtautuminen erilaisiin tapoihin olla nainen.

Naisvartalosta puhuminen on aiemmin ollut melko vähäistä, mutta suosion kasvaessa nimekkäimmät bloggaajat uskalsivat tarttua tabuina pidettyihin aiheisiin kuten alastomuuteen tai naisen ruumiin yliseksualisoimiseen, ja nämä postaukset saivat

pääsääntöisesti myönteistä palautetta ja herättivät keskustelua. Blogien kuvamateriaalista ja niiden saamista kommentteista käy ilmi, että bloggaajat eivät tavoittele tai halua mainita tavoittelevansa kuvillaan seksikkyyttä. Lukijoiden katse ei ole objektisoiva vaan ainoastaan itsetuntoa kohottava. Vaikka blogikulttuuri mukaileekin muotilehtiä, blogien nuoret naiset kokevat itsensä "tavallisemmiksi" ja helpommin lähestyttävämmiksi kuin huippumallit. Blogosfäärissä naiseus on valtaa, mutta naiseuden kirjo on verrattain laaja.

Valikoin lähilukuun 20-35-vuotiaiden naisten tyyliblogeja, joista kävi ilmi, miten sinänsä yhdenmukaisen blogiformaatin sisään mahtuu hyvinkin erilaisia tapoja olla nainen. Jokaiselle muodostui blogin myötä tietty imago ja identiteetti, jota korostettiin asu- ja aihevalinnoilla. Naisten väliset keskinäiset erot tulivat esiin erilaisina elämäntyyleinä ja kiinnostuksenkohteina. Blogeista oli havaittavissa melko selkeitä stereotyyppisiä kuten niin sanottu "täydellinen tyttö" (*Pupulandia*) ja "runotyttö" (*Kaikki mitä rakastin*) mutta myös nuoria naisia, jotka leikkittelivät androgyyniydellä ja maskuliinisilla tyyleillä (*White Trash Disease*). Kaikkien bloggaajien mielestä naisten oikeuksien ajaminen ei kuulunut blogin ensisijaisiin tehtäviin, mutta kaikki kannattivat tasa-arvoa, konventionaalisten sukupuolirajojen rikkomista ja vapautta olla oma itsensä. Bloggaajat analysoivat blogeissaan paikoin hyvinkin suoraan ja konkreettisesti oman identiteettinsä muutoksia ja kehitystä blogivuosien varrella.

Postauksista tuli hyvin ilmi, kuinka bloggaajat tekivät eroa toisiin bloggaajiin kielellisillä ja visuaalisilla valinnoilla, esimerkiksi *Kaikki mitä rakastin* -blogin Eeva Kolulla oli hyvin vahva "pikku pariisitar"-identiteetti, ja hänen elämäntyylinsä kietoutui pariisilaisuuden ympärille. Mielenkiintoinen on myös tapa, jolla bloggaajat puhuvat miehistä ja mieheydestä sekä peilaavat itseään vastakkaiseen sukupuoleen. Havaittavissa on konventionaalista erottelua biologisten sukupuolten välillä, mutta naisbloggaajat eivät kuitenkaan aseta omia kiinnostuksenkohteitaan vähäisempään arvoon kuin miesten vastaavia.

Bloggaajille tyyli on asia, joka ei koskaan tule valmiiksi vaan kehittyy ja muuttuu jatkuvasti. Blogi auttaa oman tyylin ja sitä myötä oman identiteetin löytämisessä, ja lukijoilta saa kannustusta ja vahvistusta omille valinnoille ja tyylikokeiluille sekä palautetta nuoresta naiseudesta ja sen esittämisen tavoista. Tyylibloggaajien julkaisemat

postaukset kuvineen ja videoklippeineen rakentavat bloggaajan imagoa, sitä, millainen nainen hän on ja myös sitä, millainen hän haluaisi olla.

Bloggaajat tuottavat tyttöyttä ja naiseutta erilaisin kielellisin ja tyyllisin valinnoin. Kirjoittaja saattaa sisällyttää postauksiinsa runsaasti merkityksiä jotka eivät edes aukea lukijalle tai ovat hyvin monitulkintaisia. Tekstiin heijastuvat niin päiväkohtaiset mielialat kuin yllättävät elämänmuutoksetkin. Tyyliblogi nivoo yhteen nuorten naisten reaalielämän ja haavemaailman ja asettaa heidät sekä julkisen katseen alle mutta myös oman elämänsä keskiöön, tarkkailemaan omia valintojaan ja identiteettikokeilujaan blogin avulla. Tyylibloggaajat rakentavat ja lukevat omaa blogiaan narratiivina ja kokevat identiteettinsä olevan jatkuvassa muutoksen ja kehittymisen tilassa. Tyyliblogien sisältöjen lähempi tarkastelu osoittaa, että naisten väliset eroavaisuudet tulevat blogosfäärissä selkeämmin esiin kuin muissa medioissa.

Blogeissa kirjoittajien mielipiteet ja eettiset käsitykset tiivistyvät ja kärjistyvät. Blogikulttuuri saattaa näyttää päälle päin naiselliselta kulutusjuhlalta, mutta tarkemmin katsoen blogosfääri on kaikessa ristiriitaisuudessaan ja kaksinaismoralismissaan hyvin inhimillinen. Tiivis teksti ja poukkoilevat kommentit vastauksineen mahdollistavat sen, että muutamassa virkkeessä voidaan kirjoittaa sekä omasta vaatevalikoimasta että venäjän katulapsista.

Sukupuolen ilmaisujen merkitystä ei ole vakiinnutettu lopullisesti vaan pikemminkin yleiset käyttötapamme muotoilevat niitä. Näitä luokittelumalleja ei siis ole tarkoitettu erehtymättömiksi (Tripodi 2014, 17.) Tutkielmani tukee ajatusta sukupuolista diskursiivisesti rakentuneina käsitteinä. Todellisuus jäsennetään kielellisten sopimusten avulla, joten naiset ja miehet kehkeytyvät siitä, miten heidät määritellään tai miten he itse määrittelevät itsensä. Se että on nainen, aiheuttaa sen, että yhteisö myös kohtelee naisena. Henkilö edustaa edustamaansa sukupuolen tyyppiä, koska häntä ajatellaan ja kohdellaan määrätyllä tavalla (Tripodi, 2014,20).

Tyyliblogit pohjaavat tällä hetkellä kaksinaipaiseen sukupuoliajatteluun ja naiseuden korostamiseen, mutta blogosfäärissä on kaikki lähtökohdat rikkoa sukupuolen dikotomioita ja antaa estradi keskenään erilaisille yksilöille. Jo nyt blogeissa tehdyt kielelliset ja

visuaaliset kokeilut sekä erilaiset kampanjat osoittavat sen tarpeen, joka lukijoilla on monipuolisemman nais- tai paremminkin ihmiskuvan suhteen.

Vaikka tyyliblogien postaukset kattavat vain murto-osan bloggaajan ajatuksista ja elämäntyylistä, niiden monipuolisuus ja irrallisuuskin luovat loppujenlopuksi suhteellisen kattavaa ajankuvaa tämän hetken nuorten, urbaanien naisten elämästä. Toisin kuin aikakauslehdet, blogit kertovat reaaliajassa yksittäisten ihmisen kehityksestä, muutoksesta ja toisaalta pysyvistä haaveista ja ihanteista pitkällä aikavälillä.

Tyylibloggauksen ja sen ympärille muodostettu naisyhteisö on mielestäni arkipäivän feminististä toimintaa, vaikka feminististä ajattelua ei olekaan viety metatasolle (blogeissa ei ilmene tältä osin juurikaan itsereflektointia). Tyyliblogien verkosto on parhaimmillaan naisten oma tila, joka toimii omilla säännöillään ja jossa kerrotaan ja jaetaan asioita naisilta naisille. Toisaalta juuri feminismiin metatasolle viemättömyyden vuoksi tyyliblogit voi nähdä myös ilmentymänä postfeminismistä, eli feminismin jälkeisestä ajasta, jolloin naisten ei enää tulkita tarvitsuvan feminismiä.

Kiinnostus tyyli- ja muotiblogien tutkimukseen korreloi suoraan niiden yhä kasvavan suosion ja aseman vakiintumisen kanssa. Tyyliblogien inspiroimana on julkaistu useampia teoksia ja aikakauslehtiä, mutta yksikään niistä ei ole onnistunut saavuttamaan yhtä suurta lukijakuntaa kuin itse blogit. Lähivuosina julkaistaneen yhä useampia nuorten naisten blogeja käsitteleviä tutkimuksia eri tieteenaloilta. Tyyliblogien tutkiminen ja analysoiminen ilmiönä ja nuorten tyttöjen uudenlaisena medianä asiana on mielestäni tärkeää, ja blogit tarjoavatkin lukuisia mahdollisuuksia tutkimukselle erityisesti sukupuolentutkimuksen sekä feministisen kirjallisuudentutkimuksen viitekehyksessä.

Blogeja on mahdollista analysoida esimerkiksi omaelämäkerrallisuuden tai tunnustuksellisuuden näkökulmasta, erilaisiin kielellisiin piirteisiin diskurssitasolla pureutuen sekä subjekti-positioiden kannalta. Myös omaa bloggaamista suunnitteleva tai kuvaava, kontekstualisoiva ja kirjoituskäytäntöjä etsivä tutkimus olisi mielenkiintoinen keino perehtyä bloggaamiseen.

Omaa tutkielmaani olisi mahdollista jatkaa joko laajentamalla sitä saman viitekehyksen puitteissa esimerkiksi postfeminismiin nojaten tai tarkentamalla johonkin toiseen osa-alueeseen nuorten tyylibloggaajien postauksissa. Mielestäni olisi tärkeää tutkia myös

vähemmistöjen paikkaa blogosfäärissä, millainen on esimerkiksi ulkomaalaistaustaisten tai seksuaalivähemmistöön kuuluvien naisten rooli, onko heille tilaa? Myös ympäristökysymykset ja vihreiden arvojen suhde kulutuskulttuuriin avaavat uusia näkökulmia ja suuntia blogitutkimukselle.

Lähteet:

- Aaltonen, S. & Honkatukia, P. (2002). *Tulkintoja tytöistä*. Tietolipas 187. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Aapola, Sinikka (1992). *Ystävyyden keinulauta. Helsinkiläistyttöjen ystävyyskulttuurista*. Helsinki. Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö.
- Cossrow, N. H., Jeffrey, R. W., & McGuire, M. T. (2001). *Weight stigmatization: A focus group study*. Journal of Nutrition Education. Elsevier Inc.
- Butler, Judith (2006). *Hankala sukupuoli – Feminismi ja identiteetin kumous*. Suom. Pulkkinen, Tuija & Rossi, Leena-Maija. Helsinki: Gaudeamus.
- Gabriel, Yiannis, Lang, Tim (1995) *The Unmanageable Consumer*. SAGE Publications Ltd.
- Gordon, Tuula. (2001) Johdanto. Teoksessa Nainen, naiseus, naisellisuus. Nikunen, Gordon, Kivimäki, Pirinen (toim.). Tampere. Cityoffset Oy.
- Harjunen, Hannele (2004) Lihavuus, stigma ja sukupuoli. Teoksessa Ruumis töihin, käsite ja käytäntö, Jokinen, Kaskisaari, Husso (toim.). Tampere. Kirjakas Ky.
- Ilmonen, Kaj (2007). *Johan on markkinat*. Tampere: Vastapaino
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.) (1993) *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen Eeva, Veijola Soile. (2001). *Voiko naista rakastaa? Avion ja eron karuselli*. Helsinki: WSOY.
- Jyränki, Juulia (2007). Kuvotus ja kiihotus: Pro Ana-sivustojen sensuuri ja torjutun halun pornorafisointi. Teoksessa Harri Kalha (toim.), *Pornoakatemia!* Tampereen yliopistopaino - Juvenes print Oy.
- Jäntti, Saara & Järvinen, Suvi. (2014) *Kotiblogien julkiset käpertymisen maisemat*. Teoksessa Saresma, Tuija & Jäntti, Saara, *Maisemassa*. Jyväskylän yliopistopaino.
- Kangas, I. & Nikander, P. (1999). *Naiset ja ikääntyminen*. Helsinki: Gaudeamus

- Karkulehto, Sanna (2006). Seksuaalisen ruumiin modernit teoriat. Teoksessa Taina Kinnunen & Anne Puuronen (toim.): Seksuaalinen ruumis. Kulttuuritieteelliset lähestymistavat. Helsinki: Gaudeamus.
- Karp, David A. and William C. Yoels. 1993. *Sociology in Everyday Life*. 2d ed. Itasca, IL: EE. Peacock.
- Kinnunen, Taina (2008). *Lihaan leikattu kauneus: kosmeettisen kirurgian ruumiillistuneet merkitykset*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kosonen, Ulla (2004). Villejä ja hillittyjä ruumiita. Teoksessa Ruumis töihin! Käsite ja käytäntö, toim. Jokinen, E., Kaskisaari, M. ja Husso, M. Tampere: Vastapaino
- Laukkanen, M., Mulari, H. (2011). *Tyttöjä mediassa, tyttöinä mediassa*. Teoksessa Entäs tytöt. Ojanen, K., Mulari, H. & Aaltonen, S. (toim.). s. 173-212
- Lehtonen, Mikko (2000) *Merkitysten maailma*. Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia. Vastapaino
- Leppihalme (2002). Kilpailevat naisbodausten estetiikat : Pumping iron II: The Women Teoksessa Kauneuden sukupuoli. von Bonsdorff, P., Seppä, A. (toim.) 2002: Kauneuden sukupuoli: Näkökulmia feministiseen estetiikkaan. Helsinki: Gaudeamus
- Liljeström, Marianne (2004) Feministinen metodologia – mitä se on? Teoksessa Marianne Liljeström (toim.) Feministinen tietäminen. Keskustelua metodologiasta. Tampere: Vastapaino, 9–22.
- Mustonen, Anu (2000). *Mediapsykologia*. Helsinki: WSOY.
- Mustonen, Anu (1997). *Media ja identiteetti*. Teoksessa Virtapohja, K. (toim.)
- Anttila, A., Ojanen, K., Saarikoski, H. & Timonen, (2011) Tyttöjen juttuja. Tyttökulttuurin monimuotoiset tilat. Teoksessa Entäs tytöt. Ojanen, K., Mulari, H. & Aaltonen, S. (toim.). s. 135-172.
- Ojanen, Karoliina (2011). Katsaus tyttötutkimuksen suomalaiseen historiaan ja keskusteluihin. Teoksessa Entäs tytöt. Ojanen, K., Mulari, H. & Aaltonen, S. (toim.). s. 9-43
- Tolonen (2001). *Tyttöjen käsityksiä ihannaiseudesta* teoksessa Puuronen, A. & Välimaa, R (toim.) Nuori ruumis. Helsinki: Gaudeamus. S.73, 76

- Roivas, Marianne (toim.) (2003). *Mikä ero?: kaksikymmentä kirjoitusta yhteiskunnasta, kulttuurista ja sukupuolesta*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Rossi, Leena-Maija (2002). Esteettisten ideaalien sukupuolipolitiikkaa: mainoskuvat halun, identiteettien ja ihanteiden tuottajina. Teoksessa Kauneuden sukupuoli. von Bonsdorff, P., Seppä, A. (toim.) 2002: Kauneuden sukupuoli: Näkökulmia feministiseen estetiikkaan. Helsinki: Gaudeamus
- Saarikoski, Helena (2009) *Nuoren naisellisuuden koreografioita. Spice Girlsin fanit tyttöyden tekijöinä*. Helsinki: SKS.
- Saarinen, Merja (1999): *Cosmo Girl tietää mistä naiset pitävät*. Helsingin Sanomat 28.3.1999
- Saastamoinen, M. (2006). Yksilö, riskitietoisuus ja psykokulttuuri. Teoksessa Pertti, R. ja Saastamoinen, M (toim.): *Minuus ja identiteetti*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy- Juvenes Print
- Saresma, Tuija, Rossi Leena-Maija & Juvonen Tuula (2010). *Käsikirja sukupuoleen*. Tampere. Vastapaino
- Slugoski, B.R. & Ginsburg, G.P. (1989) Ego identity and explanatory speech. Teoksessa J. Shotter & K.J. Gergen (toim.), *Inquiries in social construction series: Texts of identity* (36-55). Lontoo. Sage.
- Sobal, J. & Maurer, D. (1999). *Weighty Issues: Fatness and Thinness as Social Problems* (Social Problems and Social Issues). Aldine Transaction.
- Wolf, N. (1996) *Kauneuden myytti-kuinka mielikuvilla hallitaan naista* (suom. Helene Butzow). Hämeenlinna: Karisto Oy. Alkuperäisjulkaisu 1991.
- Tripodi, Vera (2014). *Sukupuolen filosofia*. Suom. Tapani Kilpeläinen. niin & näin -kirjat
- Törrönen, J. (2000) *Subjektiaseman käsite empiirisessä sosiaalitutkimuksessa*. Sosiologia 3/2000, 243–255. (37vuosikerta. Westermarck-seura)
- Warner, M. (2005) *Publics and counterpublics*. New York. Zone Books.

Sähköiset lähteet:

Berg, Kristiina (2008). *Äitiys kulttuurisina odotuksina*. Väitöskirja. Väestöntutkimuslaitos.

URL <https://oa.doria.fi/bitstream/handle/10024/42524/diss2008berg.pdf?sequence=1>

(linkki tarkastettu 6.3.2015)

Bloom, Lisa (2011) *How to Talk to Little Girls*. URL

http://www.huffingtonpost.com/lisa-bloom/how-to-talk-to-little-girl_b_882510.html (linkki

tarkastettu: 30.4.2014).

Hietanen, Ilona (2013). *Toimittaja sairastui rumuuteen. Diskursiivisia kamppailuja ulkonäöstä ja sen merkityksistä neljässä naistenlehtijutussa*. Pro gradu-tutkielma.

Tampereen yliopisto. s.41. URL

[file:///C:/Users/Noora/Desktop/Downloads/gradu06509%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Noora/Desktop/Downloads/gradu06509%20(1).pdf) (linkki tarkastettu

5.3.2015)

Jokinen, Eeva. (2004). Sukupuoli tapana. Lehdessä *Talentia/Tutkiva sosiaalityö*. Killi,

Johanna, Närhi Kati. URL

<http://www.sosiaalityontutkimuksenseura.fi/Tutkiva%20sosiaalityo/Tutkiva%20sosiaalityo%202004.pdf> (linkki tarkastettu 9.6.2015)

Karvonen, Hilikka (2012). Syömishäiriö voi tarttua verkossa.

http://yle.fi/uutiset/syomishairio_voi_tarttua_verkossa/6194374 (linkki tarkastettu

10.6.2015)

Kääriäinen, Salla (2014). *Blogaajan etiikka. Vapaus, vuorovaikutus ja vastuu Suomen luetuimmista muotiblogeissa*. Pro gradu-tutkielma. URL

https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/137630/Kaariainen_viestinta.pdf?sequence=1 (linkki tarkastettu 9.6.2015)

Leppilähti, Mira (2011). *Blogi viestinnän välineenä Case: Euronet 50/50-hanke*.

Opinnäytetyö. Vaasan ammattikorkeakoulu. URL

https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/30508/Leppilahti_mira.pdf?sequence=1 (linkki tarkastettu: 4.3.2015).

Majava, Jere. (2006). *Suomalaisten weblogien verkosto keskustelevana julkisuutena*. Pro gradu-tutkielma. Helsingin yliopisto. URL

http://www.academia.edu/454292/Suomalaisten_Weblogien_Verkosto_Keskustelevana_Ju
lkisuutena (linkki tarkastettu 9.6.2015)

Potkonen, Larissa (2012). *Ihanat tytöt verkossa. tutkimus blogeissa yhteisöllisesti tuotetusta tyttöydestä*. Pro gradu –tutkielma. Itä-Suomen yliopisto.

URL <http://urn.fi/urn:nbn:fi:uef-20120112> (linkki tarkastettu 4.3.2015)

Puolimatassa (2011), *Bloggaaminen käy työstä? – osa 2*

<https://puolimatassa.wordpress.com/2011/08/09/bloggaaminen-kay-tyosta-osa-2/> (linkki tarkastettu 10.6.2015)

Puolimatassa (2011), Tyyliblogit minän projektina

<https://puolimatassa.wordpress.com/2011/07/14/tyyliblogit-minan-projektina/> (linkki tarkastettu 10.6.2015)

Rak, Julia (2005). *The Digital Queer: Weblogs and Internet Identity*. Biography Volume 28, Number 1, Winter 2005 pp. 166-182 |

10.1353/<http://muse.jhu.edu/journals/biography/v028/28.1rak.pdf> (linkki tarkastettu 4.3.2015)

Sarpila, Outi (2008). *Viideltä saunaan ja kuudelta kuorintaan? Miesten ulkonäöstä huolehtiminen ja ulkonäköön kuluttaminen 2000-luvun Suomessa*. Opinäytetyö. Turun kauppakorkeakoulu. URL

http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/96599/Kre3_2008.pdf?sequence=2 (linkki tarkastettu 5.3.2015)

Tormulainen, Aino (2010) *Kohti monipuolisempaa tyttöyttä. Demi-lehden tuottama tyttöys ja muutoksen paikat*. Pro-gradu tutkielma. Itä-Suomen yliopisto. URL

http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20100052/urn_nbn_fi_uef-20100052.pdf
(linkki tarkastettu 6.3.2015)

Vartama, Saana (2011). *Tee-se-itse-asenne tyyliblogeissa*. Opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu. URL

http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/29403/Vartama_Saana.pdf?sequence=1
(linkki tarkastettu 4.3.2015)

Blogit lähiluvussa:

Kaikki mitä rakastin. <http://eevakolu.fi/>

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

White Trash Disease. <http://www.lily.fi/blogit/white-trash-disease>

More to Love. <http://www.moretolove.fi/>

Blogisitaatit:

Anna ja Sebastian (30.11.2014) Marraskuun sana: Blogi-identiteetti. Haettu 1.1.2015 osoitteesta

<http://annajasebastian.indiedays.com/2014/11/30/marraskuun-sana-blogi-identiteetti/>

But I'm A Human Not A Sandwich (30.11.2014).Ai mihin sulla on kiire?. Haettu 1.1.2015 osoitteesta

<http://butimahumannotasandwich.indiedays.com/2014/11/30/ai-mihin-sulla-kiire/>

But I'm A Human Not A Sandwich (19.11.2014). Honor 6 & kilpailu teille. Haettu 4.1.2015 osoitteesta

<http://butimahumannotasandwich.indiedays.com/2014/11/19/honor-6-kilpailu-teille/>

But I'm A Human Not A Sandwich (5.2.2013). Nuorena vanhemmaksi.Haettu 6.2.2013 osoitteesta <http://kideblogi.fi/butimahumannotasandwich/arkisto/nuorena-vanhemmaksi/>

Colour me! (15.9.2014).syystakin korkkaus ja ikäkriiseilyä. Haettu 15.9.2014 osoitteesta <http://colourme.indiedays.com/2014/09/15/syystakin-korkkaus-ja-ikakriiseilya/>

Fitness Führer (13.6.2013). Hyvinvointi on uusi työ (sis. voimannuttavia kukkia ja vaivaannuttavia mietelauseita). Haettu 15.9.2014 osoitteesta

<http://www.lily.fi/blogit/fitness-fuhrer/hyvinvointi-uusi-tyo-sis-voimannuttavia-kukkia-ja-vaivaannuttavia>

Heijastuspinta (18.4.2012). 25VEE. Haettu 19.4.2012 osoitteesta

<http://www.heijastuspinta.fi/2012/04/25vee.html>

Heijastuspinta (27.08.2009). Kuin ostaisi Chanelia satasella. Haettu 23.8.2012 osoitteesta

<http://www.heijastuspinta.fi/2008/08/kuin-ostaisi-chanelia-satasella.html>

Jenna.K.(12.3.2012).Hyviä asioita tapahtuu niille, jotka tykkää. Haettu 22.8.2012 osoitteesta <http://www.lily.fi/blogit/jenna-k/hyvia-asioita-tapahtuu-niille-jotka-tykkaa>

Jenna.K.(2.4.2012) Meikä on tiiitaaniiii (siis titaania ei Titanic). Haettu 22.8.2012 osoitteesta <http://www.lily.fi/blogit/jenna-k/meika-tiiitaaniiii-siis-titaania-ei-titanic>

Kaikki mitä rakastin (12.8.2014). Say what you want. Haettu 15.9.2014 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/say-what-you-want>

Kaikki mitä rakastin (21.11.2011). sanojen paino ja sietämätön keveys. Haettu 1.1.2015 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/sanojen-paino-ja-sietamaton-keveys>

Kaikki mitä rakastin (14.6.2011). asu eikä juuri muuta. Haettu 15.9.2014 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/asu-eika-juuri-muuta>.

Kaikki mitä rakastin (13.11.2013). Mistä tykkään tänään. Haettu 11.12.2014 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/mista-tykkaan-tanaan>

Kaikki mitä rakastin (8.11.2014). Taikametsä. Haettu 9.11.2014 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/taikametsa>

Kaikki mitä rakastin (3.11.2014). Palasia syyskodista + StyleRoomin jouluhaaste. Haettu 4.11.2014 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/palasia-syyskodista-styleroomin-jouluhaaste>

Kaikki mitä rakastin (4.11.2011). Huulipunaa niskasärkyihin. Haettu 4.11 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/huulipunaa-niskasarkyihin>

Kaikki mitä rakastin (24.7.2014). Voittajakonsepti: kesäkassi. Haettu 4.11.2014 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/voittajakonsepti-kesakassi>

Kaikki mitä rakastin (24.3.2012) .ajatuksia junamatkalta. Haettu .25.3.2012 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/ajatuksia-junamatkalta>

Kaikki mitä rakastin (25.3.1012). mieti ennen kuin sanot. Haettu 25.3.2012 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/mieti-ennen-kuin-sanot>

Kaikki mitä rakastin (26.3.2012). ... ja tähän päättyy rumuus-teemaviikon juttusarjamme. Haettu 27.3.2012 osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin/ja-tahan-paatty-rumuus-teemaviikon-juttusarjamme>

Karkkipäivä (30.9.2014) Blogi-identiteetti. Haettu 1.10.2014 osoitteesta
<http://karkkipaiva.indiedays.com/2014/09/30/blogi-identiteetti/>

Mami go go (2.10.2014). Meidän koti lehdessä. Haettu 3.10.2014 osoitteesta
<http://mamigogo.indiedays.com/2014/10/02/meidan-koti-lehdessa/>

Mami go go (1.10.2014). Sinipunaiset sadevaatteet. Haettu 3.10.2014 osoitteesta
<http://mamigogo.indiedays.com/2014/10/01/sinipunaiset-sadevaatteet/>

More To Love (16.3.2012), Salikauhua! Haettu 17.3.1012 osoitteesta
<http://www.moretolove.fi/2012/03/salikauhua.html>

More To Love (17.11.2011). Miten katsoa peiliin ja tykätä näkemästään?. Haettu
18.11.2011 osoitteesta
<http://www.moretolove.fi/2011/01/miten-katsoa-peiliin-ja-tykata.html>

More To Love (9.7.2009). Ikuisesti läski? Peppi kertoo laihtumisestaan. Haettu 23.9.2013
osoitteesta <http://www.moretolove.fi/2009/07/ikuisesti-laski-peppi-kertoo.html>

More To Love (25.11.2009). MTL:n kysytyimmät kysymykset!Haettu 23.9 osoitteesta
<http://www.moretolove.fi/2009/11/mtln-kysytyimmat-kysymykset.html>

Moumou (22.8.2014) Paljasta kaikki, mutta älä mitään. Haettu 23.8.2014 osoitteesta
<http://moumou.bellablogit.fi/2014/08/22/paljasta-kaikki-mutta-ala-mitaan/>

Moumou (16.8.2014).Melonikammo. Haettu 18.8.2014 osoitteessa
<http://moumou.bellablogit.fi/2014/08/16/melonikammo/>

Nelliinan vaatehuone (2.3.1015) 100 vuotta vanha. Haettu 3.3.2015 osoitteesta
<http://www.olivialehti.fi/nelliinan-vaatehuone/2015/03/100-vuotta-vanha/>

Polkadots (31.7.2014).Remember no one can make you feel inferior without your
consent |. Haettu 13.8.2014 osoitteesta
<http://polkadots.bellablogit.fi/2014/07/31/remember-feel-inferior-consent/>

Polkadots. (28.8.2012). Lenkillä. Haettu 4.8.2014 osoitteesta
<http://polkadots.bellablogit.fi/2012/08/28/lenkilla/>

Pumpui (4.8.2014).Kun bloggaaja 15 kiloa elopainoa otti. Haettu 4.8.2014
<http://www.lily.fi/blogit/pumpui/kun-bloggaaja-15-kiloa-elopainoa-otti>

Pupulandia (1.7.2014). Elämänohjeita 10 vuotta nuoremmalle itselleni. Haettu 2.7.2014
osoitteesta
<http://www.lily.fi/blogit/pupulandia/elamanohjeita-10-vuotta-nuoremmalle-itselleni>

The good morning (11.6.2014). Maitotuotteita vai ei?. Haettu 12.6.2014 osoitteesta

<http://thegoodmorning.indiedays.com/2014/06/11/maitotuotteita-vai-ei/>

Tyyliä metsästämissä (1.10.2012). Leskirouva ja poika. Haettu 2.1.2014 osoitteesta

<http://tyyliametsastamassa.refashion.fi/2012/10/01/leskirouva-ja-poika/>

Tyyliä metsästämissä (18.4.2014). Vauvauutisia. Haettu 18.4.2014 osoitteesta

<http://tyyliametsastamassa.refashion.fi/2013/04/18/vauvauutisia-2/>

White Trash Disease (25.11.2013) Vastauksia piisaa. Haettu 2.1.2014 osoitteesta

<http://www.lily.fi/blogit/white-trash-disease/vastauksia-piisaa>

White Trash Disease (19.10.2012). Haettu 20.10.2012. linkki poistettu

White Trash Disease (28.4.2012). Haettu 20.10.2012. linkki poistettu

White Trash Disease (30.8.2014). Gymillä. Haettu 30.8.2014 osoitteesta

<http://www.lily.fi/blogit/white-trash-disease/gymilla>

White Trash Disease (7.12.2011) linkki poistettu

Kuvat:

Kuva I. URL

<http://mamigogo.indiedays.netdna-cdn.com/wp-content/blogs.dir/85/files/2014/10/kilot-veks-minttu-kollaasi.jpg>

Kuva II. URL ?

Kuva III. URL

<http://mamigogo.indiedays.netdna-cdn.com/wp-content/blogs.dir/85/files/2014/10/Triumoh-magic-Wire-rintaliivit-pitsi.jpg>

kuva IV. URL

http://www.lily.fi/sites/lily/files/styles/wide/public/user/7845/2013/11/20131120_175824-horz.jpg

Kuva V. <https://pbs.twimg.com/media/BIcyV-YCUAARCWw.jpg>

Kuva VI. <http://i52.tinypic.com/2dlv10y.jpg>

Kuva VII. <http://i49.tinypic.com/2qs2ngm.jpg>