

# Miehet hameissa

Vaatekuvien maskuliinisuuden representaatioita

Lapin yliopisto

Taiteiden tiedekunta

Vaate suunnittelu

Kevät 2012

Darja Zaitsev

*Vaatteet tekevät miehen*

– Suomalainen sananlasku

## **Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta**

Työn nimi: Miehet hameissa. Vaatekuvien maskuliinisuuden representaatioita.

Tekijä: Darja Zaitsev

Koulutusohjelma/oppiaine: Vaatetussuunnittelu

Työn laji: Pro gradu -tutkielma  Laudaturtyö \_\_\_

Sivumäärä: 107

Vuosi: 2012

### **Tiivistelmä:**

Pro gradu -tutkielmani aihe kumpuaa omasta kiinnostuksestani miestenvaatteita ja sukupuolentutkimusta kohtaan. Sukupuolentutkimusta tehdään usein ruumiillisuuden, visuaalisen kulttuurin ja mediatutkimuksen lähtökohdista, mutta maskuliinisuutta on tutkittu vaatetuksen näkökulmasta vain vähän. Tutkimukseni pääongelmana selvitän, kuinka vaatteet representoivat erilaisia maskuliinisuuksia. Alaongelmanani tarkastelen miestenvaatteiden maskuliinisuutta tuottavia tekijöitä.

Tutkimukseni edustaa konstruktionistis-semioottisesti suuntautunutta vaatetuskulttuurin tutkimusta, joka paikantuu feministiseen tutkimukseen ja kriittiseen miestutkimukseen. Tutkimukseni teoreettinen viitekehys muodostuu feministisen tutkimuksen, kriittisen miestutkimuksen, sosiaalisen konstruktionismin ja semiotiikan teorioista. Käsitykset vallasta, performatiivisuudesta ja representaatiosta ovat myös olennaisia.

Maskuliinisuus on yksi tutkimukseni olennaisimpia käsitteitä. Tarkastelen sitä sosiaalisesti, paikallisesti ja historiallisesti tuotettuna ja problemaattisena sukupuolen rakenteena, jolla on performatiivisia ja representatiivisia ulottuvuuksia. Vaatetuksen avulla tuotetaan erilaisia maskuliinisuuksia.

Tutkimukseni empiirisessä osiossa analysoin erilaisia mainoskuvia, blogikuvia ja lookbook-kuvia Roland Barthesin semioottisen koodiston avulla. Tutkimukseni kannalta tärkein koodi on seeminen koodi, jonka avulla analysoin kuvien pienimpiä yksityiskohtia ja niiden konnotaatioita.

Tutkimukseni osoittaa, kuinka eri tavoin maskuliinisuuksia performoidaan ja representoidaan vaatteiden avulla. Olen koonnut vaatteiden maskuliinisuuksista hierarkkisen listauksen, jonka ääripäinä ovat hegemoninen maskuliinisuus ja alistettu maskuliinisuus. Lopuksi pohdin tutkimukseni luotettavuutta ja jatkotutkimusaiheita.

**Avainsanat:** feministinen tutkimus, performatiivisuus, semiotiikka, maskuliinisuus, representaatio, vaatteet

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi

**University of Lapland, Faculty of Art and Design**

Name: Men in skirts. Representations of masculinity in clothing pictures

Writer: Darja Zaitsev

Degree programme/subject: Clothing design

The type of the work: Master thesis  doctoral thesis

Number of pages: 107

Year: 2012

**Summary:**

The topic of my master thesis rises from my interest in men's clothing and gender studies. There are several papers about body, visual culture and media but rarely masculinity is examined from the perspective of clothes. The main research problem is to examine how clothes represent different kinds of masculinities. As a minor problem I study the factor that produce masculinity in men's clothing.

This study represents a constructionist-semiotically oriented research of clothing culture. It is placed in feministic studies. The theoretical framework consist of feministic studies, men's studies, social constructionism, and semiotics theories. The perceptions of power, performativity, and representation are also essential.

Masculinity is one of the most fundamental concepts in my study. It is considered socially, historically and locally produced and problematic structure of gender, and has performative and representational dimensions. Clothing represents different kinds of masculinities.

In the empirical section of my study, I analyze a variety of advertising images, blog images and lookbook images by using Roland Barthes' semiotic code system. The main code is semic code, which allows me to examine the smallest details and their connotations.

My study shows that there are several ways of performing and representing masculinities via clothes. I have made a hierarchical list of masculine clothing in which hegemonic masculinity represents the other end and the subordinated masculinity the other. Finally I focus on the reliability of my study and on further research topics.

**Keywords:** feminist studies, performativity, semiotics, masculinity, representation, clothing

I give a permission the pro gradu thesis to be used in the library

## Sisällys

1. Johdanto	2
1.1. Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	3
1.2. Tutkimuskirjallisuus ja tutkimuksen aineisto	5
1.3. Aikaisemmat tutkimukset	6
2. Teoreettis-metodiset lähtökohdat	8
2.1. Feministinen tutkimus	9
2.1.1. Kriittinen miestutkimus	10
2.1.2. Vallasta	11
2.1.3. Sukupuolesta ja performatiivisuudesta	13
2.2. Sosiaalinen konstruktionismi	15
2.3. Semiotiikka	18
2.3.1. Denotaatio ja konnotaatio	21
2.3.2. Sukupuoli semioottisena järjestelmänä	22
2.4. Kulttuurinen representaatio	24
2.5. Barthesin koodisto kuva-analyysin välineenä	27
3. Maskuliinisuus	29
4. Vaatteiden sosiaalisesta merkityksestä	36
4.1. Maskuliinista vaateesta	40
4.1.4. Miestenvaatteiden historiaa	42
5. Maskuliinisuuden representaatiota	48
5.1. Androgyynia miehisyyttä	55
5.2. Miehet hameissa	68
5.3. Miehet puvuissa	81
5.4. Miehet vapaa-ajalla	94
5.5. Yhteenveto	103
6. Pohdintaa	105
Lähteet	108

## 1. Johdanto

Erityisesti vaatetusalalla sukupuoli nähdään selkeästi kahtiajakautuneena. Vaateliikkeet on jaoteltu miesten- ja naistenvaateliikkeisiin, tai jos liikkeessä myydään vaatteita molemmille sukupuolille, on raja miesten- ja naistenvaatepuolilla hyvin selvä. Tämä kahtiajako näkyy jokapäiväisessä elämässämme, jopa kielessä, jonka avulla asiasta puhumme. Kieli myös määrittää sitä, kuinka asiasta voidaan ylipäätään puhua. Sukupuolisuus koetaan niin itsestään selvänä ja luonnollisena asiana, että siihen ei osata välttämättä suhtautua kriittisesti.

Pro gradu -tutkimukseni aihe on kummunnut omasta kiinnostuksestani sukupuolentutkimusta, kriittistä miestutkimusta ja miestenvaatteita kohtaan. Feminististä tutkimusta on Lapin yliopistossa tehty enimmäkseen kasvatustieteellisistä ja sosiologista lähtökohdista, joten olen kokenut tehtäväkseni tarkastella kuinka suuri vaikutus juuri vaatteella ihmisen sukupuolisen ilmaisemisen keinona on. Vaikka vaatetusala näyttäytyykin hyvin kahtiajakoisena, se tarjoaa tietyissä rajoissa mahdollisuuden ammentaa pukeutumisvaikutteita molemmilta sukupuolilta. Vaatteet ovat oiva tapa ilmentää omaa tyyliä, periaatteita ja ennen kaikkea identiteettiä.

Jostain syystä vaatteilla ja sukupuolirooleilla leikittely on sallitumpaa naisille kuin miehille. Nainen housupuvussa osoittaa tehokkuutta ja pätevyyttä, kun taas mies hameessa luokitellaan lähinnä vitsiksi tai kummalliseksi poikkeamaksi. Koska varteenotettavaa miestenvaatteisiin liittyvää tutkimusta ei ole Lapin yliopistossa aikaisemmin tehty, päätin valita Pro gradu- tutkielmani aiheeksi miestenvaatteet ja maskuliinisuuden representaation. Olen tarkkaillut miestenvaatteita ja miesten pukeutumiskulttuuria jo pitkään ja koen sen muuttuneen värikkäämpään ja persoonallisempaan suuntaan viimeisten vuosien aikana. Tutkimuksellani haluan selventää onko tämä muutos todellista vai vain muotilehtien kuvaston luomaa illuusiota.

Pro gradu -tutkielmani on teoreettinen ja empiirinen avaus vaatteiden maskuliinisuuden tutkimukseen. Olen halunnut perehtyä tarkemmin maskuliinisuuden ja pukeutumisen eri teorioihin, joita hyödynnän empiirisessä analyysissäni. Tutkielmani ensimmäisessä

osiossa selvennän tutkimuskysymyksiä, tutkimuksen tavoitetta ja aikaisempia tutkimuksia. Toisessa osiossa keskityn tutkimuksen teoreettis-metodisiin lähtökohtiin, joita ovat muun muassa feministinen tutkimus, sosiaalinen konstruktionismi ja semiotiikka. Tutkimukseni kolmas osio käsittelee maskuliinisuutta ja neljäs vaatteiden sosiaalisia ja maskuliinisia merkityksiä. Tutkimukseni viides osio on varsinainen empiirinen analyysiosio, jossa erilaisia kuvatyyppejä hyödyntäen puran vaatteiden maskuliinisuuden representaatioita. Tutkielman viimeisessä osiossa kokoon lopputulokseni yhteen ja tarkastelen tutkimukseni onnistumista ja luotettavuutta.

### *1.1. Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset*

Pro gradu -tutkielmassani tarkastelen erilaisten mainoskuvien, blogikuvien ja lookbook-kuvien maskuliinisuuden kuvastoa. Pääongelmanani selvitan kuinka vaatteet representoivat erilaisia maskuliinisuuksia. Millaisia maskuliinisia merkityksiä vaatteet kantajalleen tuovat ja kuinka maskuliinisuutta koskevia merkityksiä tuotetaan erilaisissa kuvayhteyksissä vaatteiden avulla? Vaate- ja maskuliinisuuden tutkija Tim Edwards sekä yhteiskuntatieteilijä Risto Heiskala väittävät, ettei vaatteilla ole mitään maskuliinista alkuperäistä olemusta. Heidän väittämänsä mukaan 1900-luvun aikana naiset ovat vähitellen omaksuneet käyttöönsä miesten vaatekappaleet niin, ettei puhtaan miehisiä vaatteita enää ole. Vaatteet luovat sen sijaan maskuliinisia ajatuksia käytössä ja ainoastaan miesten fyysiset muodot ja käyttäytyminen tekevät vaatteista maskuliinisia.<sup>1</sup> Erilaisiin vaateen muotoratkaisuihin perehtyneenä vaate suunnittelijana en käsitä tällaista ajatusta. Viittaavatko Edwards ja Heiskala miesten fyysisillä muodoilla vaateen kaavoitukseen vai kenties vain miesten ruumiiseen? Eivätkö kaavoitukselliset ratkaisut yksinomaan riitä tekemään vaatteesta juuri miestenvaateen? Tutkielmani alaongelmina yritänkin selvittää, mikä tekee miestenvaateista maskuliinisen. Onko esimerkiksi vaateen rakenteessa tai värissä jokin sellainen piirre, mikä vaikuttaa maskuliinisen käsityksen muodostumiseen? Millainen suhde vaatteella ja ruumilla lopulta on?

---

<sup>1</sup> Edwards 1997, 12–14; Heiskala 2000, 64.

Tarkastelen tutkimuksessani postmodernia länsimaista visuaalista kuvastoa ja miestenvaateesta. Tutkimukseni tavoitteena on selvittää kuinka maskuliinisuutta representoidaan vaatteiden avulla, mutta myös millaisia maskuliinisuuden esityksiä länsimainen yhteiskuntamme miehille tällä hetkellä sallii. Lännellä tarkoitan Stuart Hallin lailla historiallista, en maantieteellistä sijoittumista. Länsimainen yhteiskunta on kehittynyt, teollistunut, kaupungistunut, kapitalistinen ja moderni. Se tarjoaa arviointiperusteet, joita vasten muita yhteiskuntia asetetaan järjestykseen myönteisten ja kielteisten ominaisuuksien perusteella.<sup>2</sup> Mielenkiintoisia vaatteilla tuotettuja maskuliinisuuden representaatioita löytyy valtavasti esimerkiksi aasialaisesta kulttuurista, mutta aasialaisiin kulttuureihin perehtymättömänä rajaan tutkimukseni koskemaan länsimaisen kulttuurin kuvastoa. Olen valinnut kuvaesimerkkini myös tämän kriteerin mukaisesti.

Miestenmuoti- ja pukeutuminen uusiutuvat hitaasti, mutta 1980-luvulta lähtien on ollut havaittavissa muutos sallivampaan ja persoonallisempaan miesten pukeutumiseen. 1980-luvun New Man -ilmiön myötä kiinnostus miesten muotia, tyyli- ja muotilehtiä, kauneustuotteita, ulkonäköä ja terveyttä kohtaan on kasvanut<sup>3</sup>. Käsitys maskuliinisuudesta on saanut uusia vivahteita ja miesten muodin kuluttamisesta on tullut yhä hyväksytympää. 1980- ja 1990-luvun hypermaskuliinisuudesta on siirrytty monivivahteisempaan ja vaatetuksen kannalta mielenkiintoisempaan ja jopa kokeilevampaan suuntaan. Nyt 2010-luvun alussa miesten pukeutuminen on monipuolista ja mielenkiintoista. Tutkimukseni kuva-aineisto on koottu kevään 2012 aikana internetin blogisivustoilta ja erilaisista miesten muotilehdistä löytyneistä muotikuvista, katumuotikuvista ja mainoksista. Korostan sitä, että tutkimukseni edustaa vain yhdenlaista tulkintaa aiheesta ja toiset tutkijat voivat päätyä aivan eri tuloksiin. Saattaa olla, että joidenkin mielestä miestenvaateetussa ei edes ole tapahtunut kovin suurta muutosta viimeisen 30 vuoden aikana.

---

<sup>2</sup> Hall 1999, 78–80.

<sup>3</sup> Ks. esim. Edwards 1997, 2006.



Paikkannan tutkimukseni feministisen tutkimuksen piiriin. Sen mukaan tiedettä ei voi tehdä täysin objektiivisesti, eikä se olekaan tutkielmani tarkoitus. Tutkin aihetta ja analysoin kuvia omasta näkökulmastani, johon vaikuttavat aikaisemmat kokemukseni suunnittelijana ja tutkijana. Vaatetussuunnittelijana kiinnitän tiettyihin seikkoihin eri tavoin huomiota kuin esimerkiksi visuaalisen kulttuurin tutkija. Tutkimuksellani on paikkansa tiedemaailmassa, sillä tutkimusta maskuliinisuuden representaatioista erityisesti vaatteiden näkökulmasta on tehty varsin vähän. Tutkimukseni tarjoaa uudenlaista näkökulmaa ruumiillisuuden tutkimuksen, visuaalisen kulttuurintutkimuksen ja mediatutkimuksen rinnalle.

### *1.2. Tutkimuskirjallisuus ja tutkimuksen aineisto*

Tutkimuskirjallisuuteni koostuu yhteiskuntatieteitä, sukupuolentutkimusta, semiotiikkaa ja vaatetuksen tutkimusta käsittelevästä kirjallisuudesta. Avaan tutkimukseni teoreettista viitekehystä feministisen tutkimuksen ja kriittisen miestutkimuksen sekä yhteiskuntatieteellisten ja filosofisten näkökulmien avulla. Metodisia valintojani perustelen semiotiikan teoria- ja metodikirjallisuudella. Vaatetuksen kirjallisuutta käytän analyysini yhteydessä taustoittamaan tutkimukseni vaatetuksellista aspektia. Tärkein tutkimukseni innoittaja on ollut Harri Sarpavaaran väitöskirjatutkimus tv-mainonnan ruumiillisuusrepresentaatioista<sup>4</sup>. Tutkimukseni teoriapohja nojaa vahvasti Sarpavaaran tutkimukseen, mutta näkökulma on erilainen. Muita teoreettisia innoittajiani ovat olleet muun muassa feministiteoreetikko Judith Butler, filosofi ja yhteiskuntatieteilijä Michel Foucault, vaatetustutkija Susan Kaiser ja miestutkija Raewyn Connell<sup>5</sup>.

Tutkimukseni kuva-aineisto mainoskuvista, blogikuvista ja lookbook-kuvista. Olen pyrkinyt etsimään mainoskuvia eri lehdistä ja internetsivuilta, blogikuvia erilaisista muoti-, katu- ja kuvablogeista sekä lookbook-kuvia Lookbook.nu-sivuston eri käyttäjiltä. Mainoskuvien maskuliinisuuden representaatiot ovat usein hyvin stereotyyppisiä, joten blogi- ja lookbook-kuvat tuovat tutkimukseen laajempaa aineis-

---

<sup>4</sup> Ruumiillisuus ja mainonta (2004).

<sup>5</sup> Connell on transsukupuolinen nainen ja esiintyy tutkimuksessani aikaisemmalla nimellään R.W. Connell. Hänen aikaisemmat tutkimuksensa maskuliinisuudesta ovat myös ilmestyneet tällä nimellä.

tollista perspektiiviä. Blogikuvaajat taltioivat kamerallaan heidän mielestään kiinnostavia tyylejä ja ihmisiä, kun taas lookbook-sivustolle käyttäjät voivat itse ladata omia asukokonaisuuksiaan. Muut käyttäjät voivat arvioida ja kommentoida kuvia, ja sivusto muodostaa suosituimmista kuvista erilaisia listauksia. Monipuolisen kuva-aineiston avulla pyrin saamaan laajemman käsityksen vaatteiden vaikutuksesta maskuliinisuuden representaatioon. Olen jättänyt aineistostani pois kansamiehet ja kaikkein radikaaleimmat pukeutajat, sillä taiteellinen provokatiivinen pukeutuminen ei kerro sinänsä miestenvaatetuksen muutoksesta. Kansamiehet olen sen sijaan päättänyt jättää pois, koska heidän pukeutumisestaan on tehty jo jonkin verran tutkimusta<sup>6</sup>. Väittäisin myös, että uudentalaiselle ja mielenkiintoiselle pukeutumislinjalle lähtevät ensimmäiseksi erilaiset bloggaajat ja muodin parissa työskentelevät ihmiset, kun taas kansamiesten pukeutuminen ei ole juurikaan muuttunut viimeisten vuosikymmenten aikana.

### 1.3. Aikaisemmat tutkimukset

Vaikka sukupuolen voidaan ajatella vaikuttavan suurestikin pukeutumiskulttuureihin ja vaatetus suunnitteluun, tutkimusta vaatepuksen feminiinisydestä tai maskuliinisuudesta on tehty varsin vähän. Aiheeseen liittyvät feministiset tutkimukset käsittelevät suurimmaksi osaksi ruumiillisuutta ja seksuaalisuutta, mutta niissä vaate mainitaan vain sivumennen. Kansainvälisen vaatetus kirjallisuuden osalta esimerkiksi Ruth Barnesin ja Joanne B. Fischerin toimittama ja nimensä perusteella lupaavalta kuulostava *Dress and Gender* käsittelee kuitenkin eri kulttuurien vaatetusperinteitä ja niiden merkityksiä, kun taas Wendy Parkinsin toimittama *Fashioning the Body Politics* keskittyy ruumiillisuuden kautta eri maiden vaatetus kulttuureihin ja -politiikkaan<sup>7</sup>. Malcolm Barnardin teos *Fashion as Communication* sen sijaan käsittelee nimensä mukaisesti muotia ja vaatetusta kommunikaationa esimerkiksi etymologioiden, kulttuurin, funktion ja merkitysten näkökulmista, mutta sukupuoleen siinä perehdytään vain yleisluontoisesti. Vaatetuksen psykologisia, sosiologisia ja kulttuurisia ulottuvuuksia ovat tutkineet myös Susan B. Kaiser, Alison Lurie ja Fred Davis. Näitä tutkimuksia olen käyttänyt

---

<sup>6</sup> Ks. esim. Hänninen 1996.

<sup>7</sup> *Dress and Gender* 1992; *Fashioning the Body Politics* 2002.

tutkimukseni kirjallisuus- ja inspiraation lähteinä.<sup>8</sup> Lähimmäksi omaa tutkimustani osuu Tim Edwardsin teos *Men in the Mirror*, joka käsittelee varsin oivallisesti ja kattavasti miesten vaateesta, maskuliinisuutta ja kulutusta.<sup>9</sup> Teos kuitenkin käsittelee 1980-luvun New Man -ilmiötä ja koen sen jotkut miestenvaatekäsitteet hieman vanhentuneiksi. Teoria on kuitenkin sovellettavissa myös nykypäivään. Oma tutkimukseni käsittelee nykyaikaisia maskuliinisuuksia juuri vaateen näkökulmasta ruumiillisuuden, kulutuksen, psykologian, käyttäytymisen ja markkinoinnin sijaan.

Lapin yliopiston Pro gradu -tutkielmista vain muutama vaate suunnittelun tutkielma käsittelee vaatetta selkeästi sukupuolen näkökulmasta. Heidi Lepomäen ja Jukka Puljujärven yhteinen pro gradu -työ *Sekäettä* tarkastelee pintapuolisesti feminiinisyttä, maskuliinisuutta ja androgyniaa, joiden perusteella suunnittelijat ovat luoneet unisex-malliston. Riikka Matalan minulle hieman epäselväksi jäänyt pro gradu-tutkimus taas pohtii naisidentiteetin ja feministisen perspektiivin tuomista älyvaatesuunnitteluun. Outi Kauppisen tutkimus käsittelee varsin mielipidelatautuneesti median naiskuvaa ja länsimaista naisihannetta vaate suunnittelijoiden näkökulmasta.<sup>10</sup> Vuodesta 1999 vuoteen 2012 feministinen tutkimus ja naisnäkökulma ovat olleet säännöllisen epäsäännöllisesti Lapin yliopiston vaate suunnittelun Pro gradu- tutkielmien aiheena, mutta yksikään tutkimus ei ole käsitellyt vaatetta mies- tai maskuliinisuuden näkökulmasta. Juuri tästä syystä tutkimuksellani on paikkansa, ja se tarjoaa uutta monitieteellistä teoreettista tutkimustietoa perinteisesti lähinnä tapaustutkimuksiin keskittyneelle vaate suunnittelun koulutus alalle.

---

<sup>8</sup> Barnard 1996; Kaiser 1998; Lurie 2000; Davis 1992.

<sup>9</sup> Edwards 1997.

<sup>10</sup> Lepomäki & Puljujärvi 2007; Matala 2004; Kauppinen 2003.

## 2. Teoreettis-metodiset lähtökohdat

Feministisen käsityksen mukaan tiede on aikojen saatossa kehittynyt tiettyjen miehisyyshanteiden mukaisesti, sillä sitä ovat tuottaneet yksinomaan valkoihoiset keskiluokkaiset miehet. Tiede onkin objektiivisuuden sijaan erityisen henkilökohtaista ja yhteiskunnallista toimintaa. Länsimaiset arvot, päämäärät ja olettamukset vaikuttavat tieteeseen ajassa ja paikassa. Esimerkiksi sukupuoli- ja sukupuoliroolikäsitykset heijastavat siinä ajassa elävien yksilöiden haaveita, pelkoja sekä yhteiskunnan yleistä luonnetta, jossa kulttuuri kukoistaa.<sup>11</sup> Ympäröivästä maailmasta on aina pyritty saamaan mahdollisimman autenttista ja luotettavaa tietoa ja tieteen alkuperäinen tarkoitus onkin ollut objektiivisuus. Tutkimuksessa, kuten kaikissa tosiasioissa ja ”objektiivisessa” tieteessä on kuitenkin aina mukana tulkintaa.<sup>12</sup> Ihmiset toimivat osallisena niissä yhteisissä käytänteissä, joihin henkilökohtaiset intressit vaikuttavat.

Laadullista tutkimustani voidaan luonnehtia konstruktionistis-semioottisesti suuntautuneeksi vaatetuskulttuurin tutkimukseksi, joka paikantuu feministiseen tutkimukseen ja kriittiseen miestutkimukseen. Hyödynnän tutkimuksessani empiiristä sisällönanalyttistä lukutapaa tarkastelemalla aineistoani semioottisen analyysin avulla. Tietoteoreettisesti tutkimukseni kiinnittyy feministisen tutkimuksen ja kriittisen miestutkimuksen viitekehykseen, foucault’laiseen vallan käsitykseen, butlerilaiseen performatiivisuuden käsitteeseen ja sosiaaliseen konstruktionismiin. Tutkimukseni tarkoitus on kyseenalaistaa olemassa olevia luonnollistettuja ja stereotyyppisiä maskuliinisuuden käsityksiä ja tutkia vaatteiden representatiivista luonnetta. Se liittyykin vahvasti feministiseen tutkimukseen, sillä tutkimukseni pyrkii sukupuolitetun hierarkian ja epäsymmetrian osoittamiseen ja purkamiseen.

---

<sup>11</sup> Keller 1988, 11, 21–23.

<sup>12</sup> Keller 1988, 127, 142.

## 2.1. Feministinen tutkimus

Feministisen tutkimuksen mukaan kaikki tieto tuotetaan sosiaalisissa ja kulttuurisissa suhteissa. Tieto tukeutuu taloudellisiin ja institutionalisoiituihin järjestyksiin. Tiedon voidaan ajatella olevan prosessi, tuote, resurssi ja jopa hyödyke<sup>13</sup>. Feministiselle metodologialle on tärkeää tiedon luonteen, sen tuottamisen ja tietäjän paikantuneisuus. Feministisen tutkimuksen lähtökohtana toimii ajatus siitä, että tieto ja tietäminen ovat aikaan, paikkaan ja henkilöön sidottuna kontekstuaalisia ja materiaalisia. Feministinen tutkimus tutkii suhdetta hallitseviin normeihin ja ihanteisiin. Se pyrkii tekemään näkyväksi myös ympäristössään vallitsevia patriarkaalisia<sup>14</sup> ja fallosentrisia<sup>15</sup> olettamuksia. Tutkimuksen tarkoituksena on kyseenalaistaa valtaa, joka sisältyy hallitseviin olettamuksiin tiedon tuottamisesta, vastaanottamisesta ja arvioinnista. Feministiselle tutkimukselle on tyypillistä uudenvuodenlainen tapa järjestää tieto monitieteisyyden avulla.<sup>16</sup> Ei ole mitään syytä ajatella, että monitieteisesti tuotettu tieto olisi vähemmän vakavasti otettavaa kuin perinteinen tieteenalakohtaisesti tuotettu tieto<sup>17</sup>. Monet nuoret tieteenalat vaatetuksen ohella joutuvat ammentamaan vaikutteita muilta aloilta. Monimutkaistuva yhteiskunta tarvitseekin tieteenalojen ylittävää ajattelua ja ymmärtämisen tapoja.

Nykyfeminismissä tarkoituksena on etsiä strategioita ja tapoja, jotka kyseenalaistavat, häiritsevät ja sekoittavat olemassa olevia järjestyksiä. Niiden tarkoituksena on saada aikaan muutoksia myös valtasuhteissa. Feministinen tutkimus yhdistää myös sellaisia aineksia, joita on totuttu yleensä pitämään erillään (esim. vaatetus ja politiikka).<sup>18</sup> Feministisessä tutkimuksessa tiedon prosessit ymmärretään historiallisina, kulttuurisina ja sosiaalisista ehdoista ja muutoksista riippuvaisina. Feministisen tutkimuksen

---

<sup>13</sup> Liljeström 2004, 9.

<sup>14</sup> Kirjaimellisesti isänvalta. Sanan alkuperäisessä merkityksessä se yhteiskunta, jota hallitsevat vanhat miehet. Feministisessä merkityksessä yhteiskunta, jossa miehet ovat sukupuolensa takia etuoikeutettuja ja heillä on siksi enemmän valtaa kuin naisilla.

<sup>15</sup> Termi viittaa maskuliinisuuden (fallosen) etusijalle asettamiseen merkityksen rakentamisessa.

<sup>16</sup> Liljeström 2004, 11.

<sup>17</sup> Liljeström et al. 2000, 13.

<sup>18</sup> Liljeström et al. 2000, 9.

keskeinen tarkoitus onkin sukupuolen ja sukupuolieron tuottamisen historiallisten, kulttuuristen ja sosiaalisten ehtojen, ulottuvuuksien ja seurausten tutkiminen. Se ei myöskään tutki vain sukupuolista sortoa vaan purkaa myös rodullista, etnistä, seksuaalista ja luokkasidonnaista alistusta ja toissijaisuutta.<sup>19</sup> Feministinen tutkimus tutkii valtaa ja hierarkioita sekä niitä sääteleviä normeja ja luonnollistettuja ymmärryksiä. Se tuottaa emansipatorista<sup>20</sup> politiikkaa sekä visioita uudenlaisista subjektiuden muodoista.

### 2.1.1. Kriittinen miestutkimus

Kriittisen miestutkimuksen tarkoituksena on tutkia kuinka miehen sukupuoli tuotetaan ja mitä merkityksiä sillä on. Mitä miehenä oleminen oikein on? Mikä on miehistä, miehekästä, maskuliinista, miesten seksuaalisuutta, miesten ruumista ja miesten kulttuuria? Sana kriittisyys viittaa feministisen tutkimuksen perintöön, naistutkimuksen sukupuolen teoriaan ja sukupuolta koskevaan teoreettiseen perustutkimukseen. Kriittinen miestutkimus siis nojaa feministisiin teorioihin erotuksena muunlaisesta miestutkimuksesta. Se jatkaa feminististä miehen ja maskuliinisuuden tutkimusta, mutta eroaa omaksi tutkimusalueekseen muun muassa siksi, että miesten suhde valtaan on erilainen kuin naisilla. Kriittisen miestutkimuksen tavoitteena on kuitenkin muuttaa vallitsevaa mieskulttuuria ja sukupuolijärjestelmää.<sup>21</sup> Oma tutkimukseni sijoittuu aiheensa puolesta kriittisen miestutkimuksen piiriin, sillä se käsittelee miestenvaatteita ja maskuliinisuuden representaatiota. Teoriapohja on kriittisellä miestutkimuksella sama kuin feministisellä tutkimuksella, jonka laajaan piiriin kuuluvat muun muassa myös naistutkimus ja queer-tutkimus. Feministinen tutkimus sen laajassa merkityksessä toimii tutkimukseni viitekehysten teoreettisena yläkäsitteenä.

Miestä koskeva tutkimuksen traditio sai alkunsa 1970-luvulla naistutkimuksen innoittamana. Kriittinen miestutkimus tarkastelee maskuliinisuutta sosiaalisesti ja historiallisesti tuotettuna problemaattisena sosiaalisen sukupuolen rakenteena ja

---

<sup>19</sup> Liljeström 2004, 13.

<sup>20</sup> Vapauttava tiedonintressi. Liittyy valtaan, ihmisen vapauttamiseen perinteen kahleista ja yhteiskunnallisesta pakotuksesta.

<sup>21</sup> Jokinen 1999b, 8–9.

toimintana, eikä sukupuolta vain sen biologisesta lähtökohdasta käsin.<sup>22</sup> Historiallisesti esiintunut miesten elämä ei sovi vallitsevaan kulttuuriseen käsitykseen miehisyydestä. Kriittinen miestutkimus tutkiikin miestä, jolla on sukupuoli, ja joka vaikuttaa asemaan, identiteettiin ja mahdollisuuksiin ihmisenä. Mikä merkitys sukupuolella on miehelle ja miten mies tuottaa tai rakentaa sukupuoltaan? Kriittinen miestutkimus myöntää sekä miesten että naisten ongelmien ytimen piilevän patriarkaalisessa miesten ylivallassa<sup>23</sup>. Myös miehet kärsivät patriarkaatista ja ovat sosiaalisten sukupuoliroolien uhreja. Miehet eivät ole naisten lailla sorrettuja, mutta taistelevat keskenään. Heitä ei sukupuolensa vuoksi estetä tekemästä jotain, mutta valta ei yhteiskunnassa jakaudu miesten ja naisten kesken. Se jakautuu menestyjien ja muiden miesten välillä.<sup>24</sup>

On sanottu, että nainen ei miestä tutkiessaan kuulu samaan sukupuoliseen kategoriaan, eikä voi näin jakaa tutkimuskohteen kanssa yhtäläisiä sosiaalisia kokemuksia. Mies tutkijana voi sen sijaan paremmin ymmärtää miesten kokemuksia, jotka on aikaisemmin myös kuvattu universaaleina ihmisyyden kokemuksina. Kuinka voin siis naisena tehdä tutkimusta miehistä ja maskuliinisuuden representaatioista? Yhdellä miestutkimuksen pioneereista, Raewyn Connellilla (joka on muuten transseksuaalinen nainen) on kuitenkin sanottavansa tähän ongelmaan: sukupuolella ei pitäisi olla mitään tekemistä argumenttien ja todisteiden merkitysten kannalta, kunhan tutkija vain osaa perustella väittämänsä asiaankuuluvalla tavalla<sup>25</sup>.

### 2.1.2. Vallasta

Yksi keskeisimmistä feministisen tutkimuksen ja kriittisen miestutkimuksen käsitteistä on valta. Valta käsitetään usein ahdistavana ja ylhäältä alas ulottuvana kurivaltana. Ranskalaisen filosofi Michel Foucault'n valta ei ole kuitenkaan keskittynyt tiettyihin käsiin tai instituutioihin, vaan valtaa on kaikkialla. Se muodostuu käytäntöihin, joissa ihmiset vaikuttavat toisiinsa. Ei siis ole olemassa vallan ulkopuolista toimintaa tai kanssakäymistä, vaan myös ”vallattomat” ovat osallisena valtasuhteissa ja niiden

---

<sup>22</sup> Jokinen 1999a, 20–22.

<sup>23</sup> Jokinen 1999a, 16, 40–41.

<sup>24</sup> Jokinen 1999a, 19.

<sup>25</sup> Nŭ 2010.

ylläpidossa.<sup>26</sup> Foucault'n valtakäsitys on saanut innoituksensa englantilaisen yhteiskuntatieteilijä Jeremy Benthamin suunnittelema Panopticonista. Vankilakäyttöön suunnitellun rakennuksen sellit on sijoitettu niin, että keskustornissa sijaitsevasta valvomosta on mahdollista nähdä niihin kaikkiin, mutta mistään sellistä ei voi nähdä torniin. Valvova ja kohteensa esineellistävä katse on yhtä aikaa sekä abstrakti että konkreettinen.<sup>27</sup> Vanki nähdään, mutta hän ei itse näe katsojaansa. Panopticonin kokonaisvaltainen vaikutus perustuu vangille tietoiseen ja jatkuvaan näkyvyyden tilaan, automaattisen vallan toimintaan.<sup>28</sup> Vangin valvonta on vaikutukseltaan jatkuvaa, vaikka näin ei käytännössä olisi. Vallan täydellisyys tekeekin sen tosiasiallisen harjoittamisen lähes tarpeettomaksi.

Vallan tulee olla näkyvää ja samalla sellaista, että sitä ei voi havaita. Tämä automatisoi ja epäyksilöllistää vallan. On siis merkityksetöntä kuka valtaa lopulta käyttää. Kun henkilö on näkyvyyskentässä ja tietoinen siitä, hän omaksuu vallan pakotteet ja antaa vaistomaisesti niiden kohdistua itseensä.<sup>29</sup> Panopticon säätelee valtaa ja pyrkii tekemään siitä mahdollisimman taloudellisen ja tehokkaan. Vallan ja sen toiminnan edellytyksenä on jatkuva, perusteellinen ja kaikkialla läsnä oleva valvonta, joka tekee kaiken näkyväksi sillä ehdolla, että se itse pysyttelee näkymättömänä. Valta toimii, jos se on ulotettavissa yhteiskunnan perusrakenteiden pienimpiin sopukoihin.<sup>30</sup> Luonteeltaan erittelevänä valta määrittelee lopullisesti, mikä kullekin yksilölle on parasta, mitä tälle kuuluu ja mitä hänelle tapahtuu. Valta on kuitenkin alistavan sijaan tuottavaa ja muokkaa yksilöä, identiteettiä ja intressejä. Tuottava valta on tehokasta ja se tuottaa ruumiillisia subjekteja, joita yhteiskunta ohjailee normeilla.<sup>31</sup> Esimerkkinä tällaisen tuottavan vallan vaikutuksesta voidaan pitää yleistä sukupuolisesti jakautunutta länsimaista pukeutumiskulttuuria. Ostaessaan ja käyttäessään vaatteita ihmiset ovat tietoisia yleisen katseen kohteeksi joutumisesta. Heidän vaatevalintaansa vaikuttavat yleiset ajatukset sukupuolista, maskuliinisuudesta ja feminiinisyudesta. Vääränlainen

---

<sup>26</sup> Kantola 2010, 84–85.

<sup>27</sup> Seppänen 2004, 113; Foucault 2000, 273–277.

<sup>28</sup> Foucault 2000, 273–277.

<sup>29</sup> Foucault 2000, 273–277.

<sup>30</sup> Foucault 2000, 279, 283–284, 292, 296.

<sup>31</sup> Foucault 2000, 269–270; Kantola 2010, 84–85.



vaatevalinta asettaa yksilön arvostelun ja kritisoinnin alaiseksi ja pahimmassa tapauksessa diskvalifioi hänet yhteisön ja ryhmän jäsenistä.

### 2.1.3. Sukupuolesta ja performatiivisuudesta

Sukupuolen ja performatiivisuuden käsitteet ovat feministisen tutkimuksen, kriittisen miestutkimuksen, queer-, lesbo- ja homotutkimuksen kannalta olennaisia. Näin aluksi avaan sukupuolesta käytyä keskustelua ja performatiivisuuden ajatusta, jota hyödynnän omassa teoreettisessa tutkimuksessani. Foucault'n genealogisen käsityksen mukaan ihmisen seksuaalisuudella ei ole mitään alkuperäistä muotoa, eikä asioilla ole ”todellisuutta sinänsä”, josta voisimme olla perillä. Itsestään selviltä näyttävät asiat ovat tietynlaisen vallankäytön seurausta. Feministiteoreetikko Judith Butlerin kehottaa, että myöskään sukupuolelle ei pitäisi pyrkiä löytämään perustaa tai alkuperäistä tilaa, vaan on tarkasteltava sitä, miten sukupuoli asiana on rakentunut itsestään selvästi olemassa olevaksi näyttävältä. Millaista on se valta ja voimat, jotka tuottavat sellaiset asiat kuin sukupuolen, naisen ja miehen?<sup>32</sup> 1960-luvun feministisen teoretisoinnin mukaan sukupuoli on sosiaalinen asia (gender) eikä kumpua suoraan ruumiista. Naiseus ja miehuus kasvatetaan ihmisiin vallan avulla ja sosiaalinen sukupuoli-identiteetti tai -rooli toimii vastapainona biologiselle sukupuolelle (sex), joka ”luonnollisena” elementtinä palautuu ihmisen ruumiiseen ja sukupuolisiin merkkeihin. Butlerin mukaan ruumiillinen sukupuoliero on kuitenkin sosiaalisen sukupuolieron kaltaisesti jollain lailla tuotettu, ja voisi näin ollen olla myös toisenlainen.<sup>33</sup> Simone de Beauvoirin kuuluisin sanoin: ”Naiseksi ei synnytä, naiseksi tullaan”<sup>34</sup>, siis kulttuurin pakottamana monessa suhteessa.

Butlerin performatiivisuuden ajatuksen mukaan sukupuoli ei palaudu miehen ja naisen väliseen ruumiilliseen eroon eikä mihinkään essentiaaliseen<sup>35</sup> alkuperään. Performatiivisuuden mukaan sukupuoli ei ole olemista vaan tekemistä. Teot, eleet ja esitykset ruumiillisina merkkeinä pitävät yllä sukupuolta ja identiteettiä. Sukupuoli

---

<sup>32</sup> Pulkkinen 2000, 48.

<sup>33</sup> Pulkkinen 2000, 49–50.

<sup>34</sup> Beauvoir 2011, 19.

<sup>35</sup> Essentiaalinen eli olemuksellinen.

rakentuu performatiivisesti ja kontingentisti<sup>36</sup>, ei ole olemassa mitään objektiivista tilannetta, mitä sukupuoli tavoittelisi. Butler väittää, että sukupuolen ideaa luovat monet erilaiset sukupuoliteot, joita sukupuolta ei olisi lainkaan olemassa.<sup>37</sup> Sukupuolen, ja samalla maskuliinisuuden, tekeminen vaatii esitystä, joka toistetaan. Toisto ylläpitää sosiaalisesti vakiinnutettuja merkityksiä. Ruumiilliset eleet, liikkeet ja erilaiset tyyliä muodostavat illuusion pysyvistä sukupuolittuneesta subjektiudesta. Sukupuoli pitää Butlerin mukaan ymmärtää kulttuurisesti ylläpidetyksi ajalliseksi kestoksi, joka muodostuu performatiivisten toistojen rakennelmasta.<sup>38</sup> Sukupuoli vaatii vakuuttavia perusteluja ilmaisujen erottamiseksi toisistaan ja tietyt sukupuolen ilmaukset ovat normatiivisen käsityksen mukaan hyväksyttävämpiä kuin toiset. Valta mahdollistaa toimijuuden.<sup>39</sup> Voidaan kysyä onko miehenä ja maskuliinisena oleminen ”luonnollinen tosiasia” vai kulttuurinen suoritus. Muodostuuko ”luonnollisuus” sääntökokonaisuuksin rajoitetuista performatiivisista teoista, jotka tuottavat ruumiin sukupuoliluokituksia? Kun sukupuolella ei ole alkuperää, politiikka ja valta asetetaan syiden ja seurauksien alkuperäksi.

Performatiivisuus voidaan vaatetuksen kontekstissa ymmärtää jatkuvaksi vaatetus-tyylillisten seikkojen toistoksi. Mies käyttää maskuliinisina pidettyjä ja miesten-vaatteena hänelle tarjottuja pukimia ja tulee näin toistaneeksi ja vahvistaneeksi yhteiskunnallisesti hyväksytyjä käsityksiä maskuliinisuudesta. Kun drag queenit pukevat ylleen naistenvaatteet, he tulevat Butlerin mukaan ”epäsuorasti paljastaneeksi sukupuolen itsensä jäljittelevän rakenteen ja sukupuolen kontingenssin”<sup>40</sup>. Maskuliinisuutta voidaan tuottaa myös parodian avulla, jolloin maskuliinisuus voidaan saada uusia muotoja ja lopulta muuttua. Hyödynnän tutkimuksessani Foucault’n vallan käsitystä sekä Butlerin genealogisen ja performatiivisen sukupuolen käsitteitä. Maskuliinisuutta tuotetaan eleillä, teoilla, tyyliä ja tietynlaisella pukeutumisella. Foucault’lainen valta määrittää, millaiset maskuliinisuuden esitykset ovat

---

<sup>36</sup> Filosofiassa asia tai ominaisuus, joka ei ole jonkin kokonaisuuden olemuksellinen osa vaan ”satunnainen” siinä mielessä, että se voi esiintyä tai olla esiintymättä.

<sup>37</sup> Pulkkinen 2000, 43; Butler 2006, 228–229, 233–234.

<sup>38</sup> Butler 2006, 25, 235, 236.

<sup>39</sup> Butler 2006, 32, 34, 41.

<sup>40</sup> Butler 2006, 231.

yhteiskunnassamme sallittuja kunakin aikana. Maskuliinisuuden määritelmät sen sijaan rakentuvat historiallisesti ja paikallisesti tietynlaisiksi ja niiden lopputulos on varsin kontingenti. Vaikka sukupuoli ja maskuliinisuus ovatkin performatiivisesti tuotettuja, on miestenvaateissa aina rakenteellinen ja kaavoituksellinen aspekti, joka nojaa luonnollisesti miesten biologiseen ruumiiseen. En siis pyri sivuuttamaan ruumiillisuuden vaikutusta sukupuoleen tai maskuliinisuuteen, vaan jopa tarkastelemaan, onko vaateissa jokin sellainen rakenteellinen seikka, joka tekee siitä erityisen maskuliinisen.

## *2.2. Sosiaalinen konstruktionismi*

Sosiaalisen konstruktionismin mukaan todellisuus on rakentunut sosiaalisesti. Tämä on olennaista tutkimukseni kannalta, sillä ihmisten käsitys maailmasta, todellisuudesta ja myös maskuliinisesta pukeutumisesta rakentuu sosiaalisessa vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa jokapäiväisessä elämässä. Ei siis ole olemassa mitään essentiaalista todellisuutta, ei mitään tietoisuuden peruskerrosta tai tietoisuutta jostain oikeasta todellisuudesta.<sup>41</sup> Ihmiset tuottavat oman elämismaailmansa ajattelullaan ja omalla toiminnallaan. He tuottavat sen yhteiskunnallisen totuuden, jossa he elävät. Todellisuuden olemassaolo on riippuvaista kulttuurisista konstruktioista, joita inhimillisissä käytännöissä syntyy<sup>42</sup>. Yhteiskunnallinen todellisuus kuitenkin muuttuu, kun tietyt käytännöt lakkaavat vahvistamasta joitain konstruktioita ja vahvistavat uusia tai muuttuvissa muodoissa olevia. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että ihmisillä olisi mielivaltaa tuottaa mitä vain. Sosiaalinen todellisuus on erilaisten kulttuuristen tyyppitysten jatkumoa ja näitä tyyppityksiä luovat yhteiskuntarakenteemme ja niiden myötä vakiinnutettujen vuorovaikutussuhteiden kokonaisuus.<sup>43</sup> Ihmisten suhde ympäröivään maailmaan on enää vain löyhästi sidoksissa lajin biologiseen rakenteeseen. Sosiaalisen konstruktionismin mukaan ihmisyyys on sosiokulttuurinen muuttuja ja ihminen näin ollen tuottaa itsensä ja ”luo” oman luontonsa.<sup>44</sup> Ihmiset yhdessä tuottavat maailman sosiokulttuurisine muodostumineen.

---

<sup>41</sup> Sarpavaara 2004, 24; Berger & Luckmann 1998, 31.

<sup>42</sup> Berger & Luckmann 1998, 29–30.

<sup>43</sup> Heiskala 2000, 56; Berger & Luckmann 1998, 44.

<sup>44</sup> Berger & Luckmann 1998, 60–63.

Yhteiskuntatieteilijä Ian Hackingin esimerkin mukaan sosiaaliset konstruktionistit voivat ajatella esimerkiksi näin suhteessa asiaan X:

- 1) X:n ei tarvitsisi olla olemassa, tai sen ei tarvitse olla lainkaan sellainen kuin se on. X, tai X sellaisena kuin se on nyt, ei ole välttämätöntä seurausta asioiden luonteesta; X ei ole väistämätön. Ja vielä pidemmälle
- 2) X on nykyisellään varsin paha asia
- 3) Tulisimme paljon nykyistä paremmin toimeen jos X:stä hankkiuduttaisiin eroon tai jos sitä ainakin muutettaisiin radikaalisti.

Ensimmäisen teesin voidaan sanoa olevan lähtöpiste. X:n olemassaolo tai ominaisuudet eivät ole väistämättä seurausta asioiden luonteesta, eikä X ole väistämätön. X:n loivat tai sitä muokkasivat sosiaaliset tapahtumat, voimat ja historia. Nämä kaikki ovat voineet ilmetä myös eri tavoin, jolloin X:n ei tarvitse välttämättä olla sellainen kuin se on. Toiseen ja seuraavaan teesiin on myös mahdollista mennä, muttei se ole sosiaalisessa konstruktionismissa aina välttämätöntä.<sup>45</sup>

Toistuva toiminta vakiinnuttaa erilaiset käyttäytymisen ja toiminnan muodot. Myös Judith Butler tuli samaan tulokseen pohtiessaan sukupuolen luonnetta. Ihmisroolia määrittävät erilaiset suoritusnormit, institutionaalinen traditio ja pätevyyskontrollointi. Kaikki instituutiot ovat sidoksissa normeihin ja rooleihin.<sup>46</sup> Viralliset lait ja säädökset ovat yleisesti tunnettuja normeja, joita noudetaan olematta niistä reflektiivisesti tietoisia. Moraaliset periaatteet, kuten yleisesti tunnetut arvot ja hyveet vaikuttavat taas ihmisten käyttäytymiseen. Niihin vedotaan usein kritisoinnin yhteydessä ja niillä perustellaan normatiivista näkökantaa. Arkipäivän normatiivisuus näkyy sen sijaa tavoissa, joilla normeihin vedotaan jokapäiväisessä elämässä. Näitä ovat esimerkiksi erilaiset käyttäytymistä koskevat odotukset. Nämä lausumattomat rutiinit, normien esiintuominen ja toimeenpaneminen toimivat sosiaalisen järjestyksen selkärankana.<sup>47</sup> Käsitys sosiaalisesta järjestyksestä ei kuitenkaan synny vain normien avulla, vaan sosiaalisesti kontrolloidut säännöt ohjaavat yksilön käyttäytymistä

---

<sup>45</sup> Hacking 2009, 20.

<sup>46</sup> Berger & Luckmann 1998, 65, 79, 88.

<sup>47</sup> Alasuutari 2007, 69, 80.

sulkemalla pois ja tuomalla esiin keinoja, joilla tavoitella päämääriä<sup>48</sup>. Poikkeama instituution, yhteiskunnan järjestelmässä tarkoittaakin irtautumista todellisuudesta, jolloin yksilö leimataan poikkeavaksi<sup>49</sup>.

Tutkimukseni edustaa maltillisen konstruktionismin perinnettä, jonka mukaan sosiaalinen todellisuus on kulttuurisesti konstruoitunut. Se ei kuitenkaan tarkoita sitä, ettei ihmislajin biologinen olemus ja luonnonympäristö asettaisi mahdolliselle konstruktiolle rajoja. Radikaalin konstruktionismin mukaan minkäänlaisia luonnonpaikkoja ei ole olemassa, vaan ihmiskunta toimii kulttuurien toimintalogiikkojen mukaan.<sup>50</sup> Sukupuolen ja maskuliinisuuden voidaan sanoa olevan yhtä lailla sosiaalisesti että biologisesti motivoituneita. Kieli, joilla asioita ilmennetään, ei vain kuvaa maailmaa, vaan myös tuottaa merkityksiä ja tulkintoja, joilla on konkreettisia seurauksia. Todellisuutta ei voida kohdata sellaisenaan, vaan se kohdetaan jostain näkökulmasta merkityksellistettynä.<sup>51</sup> Mediatekstien ja valokuvien avulla ihmiset rakentavat käsityksiä asioista, jäsentävät kokemuksiaan ja antavat niille merkityksiä. Representaatioita esimerkiksi maskuliinisuudesta rakennetaan inhimillisesti ja sopimuksenvaraisesti erilaisten tapojen, käytäntöjen avulla ja pukeutumiskulttuurin avulla. Koska inhimillinen todellisuus rakentuu sosiaalisesti, pyrin tutkimuksellani osoittamaan, että todellisuus ja maskuliinisuus ovat merkitysvälitteisiä ja ne voitaisiin periaatteessa rakentaa toisin.

---

<sup>48</sup> Alasuutari 2007, 79.

<sup>49</sup> Berger & Luckmann 1998, 71–72.

<sup>50</sup> Sarpavaara 2004, 25; Heiskala 2000, 56.

<sup>51</sup> Sarpavaara 2004, 25–26.

### 2.3. Semiotiikka

Semiotiikkaa tieteenalana tutkii todellisuuden symbolista rakentumista. Se on merkkejä, merkkijärjestelmiä, niiden tuottamista, käyttöä ja toimintaa tarkasteleva tiede.<sup>52</sup> Merkkejä tuotetaan kielen merkkijärjestelmien avulla, jotka määrittävät, mahdollistavat ja myös rajoittavat ilmaisumahdollisuuksia. Opitut kulttuuriset mallit myös määrittävät sitä, miten ympäröivä materiaallinen todellisuus hahmotetaan.<sup>53</sup> Todellisuus voidaankin sosiaalisen konstruktionismin ohella ymmärtää riippuvaiseksi kulttuurisesti spesifeistä merkkijärjestelmistä, kielestä, sen laajassa merkityksessä.

Semiotiikan tutkimus jakautuu teoreettiseen ja empiiriseen semiotiikkaan. Teoreettinen semiotiikka tutkii merkkien, merkitysten ja merkkijärjestelmien olemusta sekä niiden käyttöä käsitteellisellä tasolla, kun taas empiirisen semiotiikan tutkimuskohteena on merkkien ja merkkisysteemien toiminta ja merkityksen muodostuminen tietyllä tavalla tietyssä tilanteessa. Taiteen ja kulttuurin semiotiikka ovat tyypillisiä empiirisen semiotiikan alueita. Kulttuurisemiotiikassa kulttuuri ajatellaan merkkien, tekstien ja merkkijärjestelmien muodostamaksi kokonaisuudeksi. Kulttuurisemiotiikka kysyy, kuinka kulttuurin identiteetti muodostuu ja miten kulttuuri määrittää rajansa ja pyrkii muovaamaan omaa kuvaansa.<sup>54</sup> Mitään kulttuurin elementtiä ei voida tutkia eristyksissä olevina entiteettinä, vaan ensisijaista tutkimuksessa on elementtien väliset suhteet sekä elementtien suhde kulttuurin kokonaisuuteen.<sup>55</sup> Luonnehdin omaa tutkimustani empiiriseksi kulttuurinsemioottiseksi tutkimukseksi.

Kulttuuri ymmärretään sääntöjen, kieltojen, normien, poissuljettujen tai unohdettujen asioiden systeemiksi. Sen lähtökohtana on dualistinen vastakkainasettelu: oma ja vieras, kulttuuri ja ei-kulttuuri. Kulttuuri ei voi kuitenkaan syntyä ja elää eristyksissä, vaan se on jatkuvassa kontaktissa ulkopuoliseen ja läsnä olevaan vieraaseen.<sup>56</sup> Kulttuurin sisällä oleva rajattu kokonaisuus voidaan ymmärtää semioottiseksi tekstiksi. Se on

---

<sup>52</sup> Tarasti 1996, 5; Veivo & Huttunen 1999, 7; Sarpavaara 2004, 26.

<sup>53</sup> Sarpavaara 2004, 26.

<sup>54</sup> Veivo & Huttunen 1999, 19–20.

<sup>55</sup> Veivo & Huttunen 1999, 121–122.

<sup>56</sup> Veivo & Huttunen 1999, 125, 129.

ymmärrettävissä ja ilmaistu jollain kulttuurin kielellä (esim. sanallinen teksti, elokuva, valokuva, maalaus, näytelmä, laki, rukous). Teksti on yhtenäisiä merkityksiä kantava kokonaisuus. Kulttuuri toimii merkkijärjestelmänä, joka sisältää useita kieliä ja niillä laadittuja tekstejä. Niitä ei voida kuitenkaan irrottaa kulttuurin kokonaisuudesta, sillä teksti toimii merkitysten välittäjänä, synnyttää uusia merkityksiä ja varastoi informaatiota eli kantaa kulttuurista muistia.<sup>57</sup> Teksteistä koostuva kulttuuri perustuu ihmisten toiminnalle ja vuorovaikutukselle.

Semiotiikan perusyksikkö on merkki. Sen materiaalista olemusta kutsutaan merkkivälineeksi (esim. raha on metallia ja paperia tai nykyään vain numeroita tietokoneessa). Merkki perustuu sen korvaavuusfunktiolle tai merkkisuhteelle. Se edustaa, ilmaisee, viittaa ja esittää jollakin tavoin jotain toista. Jokaisella merkillä on mentaalinen käsitesisältö, merkitys. Merkkien toiminta perustuu niiden käsitesisältöön, jolloin ihmisten välinen kommunikaatio edellyttää käsitesisällön liittämistä samoihin merkkeihin. Samankaltaisen todellisuuden havaitseminen edellyttää merkin ja sen referentin eli viittauskohteen välisen suhteen ymmärtämistä samalla tavalla.<sup>58</sup>

Nykyaikainen semiotiikka nojaa kahden semiotikon merkkikäsitteisiin ja ajatuksiin. Sveitsiläisen kielitieteilijän Ferdinand de Saussuren (1957–1913) semiologian mukaan merkkijärjestelmien ja merkkien toimintaa määrittävät lainalaisuudet, mielen ja merkkien välinen suhde. Saussuren lähtökohtana toimi kielen monimuotoinen ja hajanainen luonne, sosiaalinen aines, joka on kommunikaatiolle välttämätön systematisoitu sopimusjoukko. Amerikkalaiselle filosofille Charles Sanders Peircelle (1839–1914) semiotiikka oli sen sijaan logiikkaa, ajatuksen analyysia, jolloin merkitykset muodostuvat ja tieto välittyy merkkien välityksellä. Semiotiikan tehtävänä on selvittää välittymisen prosessin ominaisuudet.<sup>59</sup>

Käytän tutkimuksessani Ferdinand de Saussuren merkkikäsitteistä, jonka mukaan merkki muodostuu kahden elementin, merkityn ja merkitsijän yhteenliittymästä. Merkitty

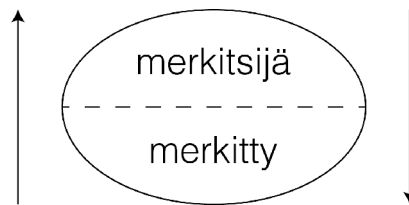
---

<sup>57</sup> Veivo & Huttunen 1999, 130–131, 136–137, 144. (vrt. sosiaalinen konstruktionismi)

<sup>58</sup> Veivo & Huttunen 1999, 23–25.

<sup>59</sup> Veivo & Huttunen 1999, 16–17; Tarasti 1996, 11.

edustaa käsitesisältöä ja liittyy merkitsijään eli merkkivälineeseen. Merkki näin ollen kattaa molemmat elementit tai aspektit, eikä ole merkitsijää ilman merkittyä ja toisin päin. Käsitteellistä merkittyä ja materiaalista merkitsijää Saussure kutsui termeillä *signifiant* ja *signifié* (engl. signifier ja signified)<sup>60</sup> (Kuvio 1). Kuvion sivuilla olevat nuolet merkitsevät suhteen vastavuoroisuutta. Merkkijärjestelmä määrittää merkin identiteettiä, se tarjoaa merkille rakenteen, joka antaa merkitsijälle ja merkitylle muodon ja liittää merkitsijän ja merkityn yhteen. Tällainen sääntö, periaate tai koodi yhdistää merkin ilmaisun ja käsitesisällön. Merkin olemassaolo perustuu sen rakenteeseen ja koodiin.<sup>61</sup> Merkki on merkkijärjestelmänsä konstituoina.



Kuvio 1. Saussuren merkkimalli: merkin materiaallinen (merkitsijä) ja käsitteellinen (merkitty) aspekti

Saussuren mallin mukaan merkitsijän ja merkityn suhde on konventionaalinen<sup>62</sup>. Se perustuu sopimukseen tai käytäntöön, eikä suhde perustu merkin luonnolliseen tai rationaaliseen syyhyn. Suhdetta määrittävät tapa tai käytäntö, joka on yhtä vanha kuin merkkijärjestelmä ja muuttuu ajassa. Merkkijärjestelmä toimii koodina ja merkkien käyttäjien välisenä sopimuksena, jolla merkitsijät liittyvät merkittyihin.<sup>63</sup> Näin ollen merkittyä voidaan lähestyä vain merkitsijän kautta ja merkitty liittyy merkitsijään ja välittyy tämän kautta.

<sup>60</sup> Veivo & Huttunen 1999, 26.

<sup>61</sup> Veivo & Huttunen 1999, 27.

<sup>62</sup> Saussuren sanoin merkin suhde oli oikeastaan arbitraarinen. Merkin aspektin suhdetta määrittää koodi, joka ei perustu merkin merkkijärjestelmän ulkoisiin syihin (kausaalisuus, rationaalisuus). Koodi on kollektiivinen ja muuttumaton eikä merkkien käyttäjän määritettävissä. Näin ollen arbitraarinen ei tarkoita mielivaltaista. Motivoitu merkki taas tarkoittaa samankaltaisuutta merkin ja sen esittämän hahmon välillä, tätä voidaan kutsua myös ikonografiseksi suhteeksi. (Veivo & Huttunen 1999, 31.)

<sup>63</sup> Veivo & Huttunen 1999, 30.



Merkki rinnastuu myös toisiin merkkeihin. Se voi olla merkitsijän tai merkityn tai jopa molempien tasolla jossain suhteessa samanlainen. Tätä merkkien rinnastumiseen perustuvaa suhdetta kutsutaan paradigmaattiseksi eli assosiatiiviseksi suhteeksi, jolloin merkkejä käytetään kun niitä liitetään toisiinsa. Syntagmaattinen eli lineaarinen suhde on toisiin kytkeytyvien merkkien välinen suhde. Valotan näitä suhteita seuraavalla esimerkillä: paradigmaattisen, toisiinsa rinnastuvan suhteen, luovat pukeutumisessa samanlaiset vaatekappaleet. Kerrallaan voidaan käyttää vai yhtä takkia tai yksitä housuja. Vaatetuksen syntagman taas muodostavat vaatteista rakentuva kokonaisuus, takki, housut ja muut vaatteet. Tällöin takki valitaan takkien muodostamasta paradigmasta. Pukeutumisessa tyyli kuitenkin rajoittaa syntagmaattista yhdistelyä ulottuvuutta. Näin ollen merkkijärjestelmä artikuloi, jäsentää, sekä merkitsijöitä että merkittyjä ja liittää ne yhteen merkiksi.<sup>64</sup>

1960-luvun semioottisen jälkistrukturalistisen siirtymän jälkeen oivallettiin, että merkitty ja merkitsijä voivat liittyä yhteen monin eri tavoin. Yksilöllisillä ja yhteiskunnallisilla eroilla oli vaikutusta siihen, kuinka merkki dekodataan eli kuinka merkitsijä liitettiin merkittyyn. Merkin luonnetta kuvaa siis sen avoimuus ja prosessuaalisuus. Tämä loi mahdollisuuden kyseenalaistaa vakiintuneina pidettyjä käsityksiä. Näin ollen sukupuoli ymmärrettiin konstruktioksi, jota säätelevät poliittiset valtarakenteet ja niiden säätelemät ajattelutavat. Jälkistrukturalistisessa perinteessä korostetaan kriittistä ajattelua ja vaihtoehtoja. Konstruktioiden tiedostaminen on tärkeää.<sup>65</sup> Merkityksen eivät ole ainoastaan kielen määräämiä, vaan myös valtarakenteiden tuottamia ja niitä voidaan muuttaa ja kehittää.

### 2.3.1. Denotaatio ja konnotaatio

Merkin merkityksellistäminen voidaan jakaa kahteen tasoon: denotaatioon ja konnotaatioon. Termeillä kuvaillaan merkityn ja merkitsijän välisiä suhteita, mutta myös analyttistä erontekoa kahden eri merkityn välillä, denotatiivinen merkitty ja konnotatiivinen merkitty. Merkitty sisältää siis molemmat denotaation että

---

<sup>64</sup> Veivo & Huttunen 1999, 32–33.

<sup>65</sup> Veivo & Huttunen 1999, 39–40.

konnotaation. Denotaatiosta puhutaan kun kyseessä on merkityn kirjaimellinen, ilmeinen ja yleisimmin hyväksytty merkitys. Konnotaatio on taas se sosiokulttuurinen merkitys, jota määrittävät henkilökohtaiset assosiaatiot (ideologiat, tunteet jne.). Ne usein viittaavat tulkitsijan luokkaan, ikään, sukupuoleen, etnisyyteen ja vaihtelevat yksilöittäin ja puhujaryhmittäin.<sup>66</sup> Konnotaatiot antavat denotaatioita enemmän henkilökohtaisen tulkitsemisen varaa.

Denotaatio on merkin se puoli, jota kieliyhteisö näyttää pitävän kirjaimellisena merkityksenä, kun taas konnotaatio sisältää merkin seurannaistyyppisimmät merkitykset, joita se pysty tuottamaan. Esimerkiksi villapaita denotatiivisella tasolla merkitsee lämmintä vaatekappaletta, mutta konnotatiivisella tasolla se voi merkitä talven tuloa tai kylmää päivää, riippuen tulkitsijasta.<sup>67</sup> Saman kulttuurin jäsenet hyväksyvät helpommin merkin denotatiivisen merkityksen. Konnotatiivisessa merkityksessä korostuu tulkitsijan subjektiivisuus. Konnotaatiot ovat usein henkilökohtaisia merkityksiä, joita määrittävät koodit, joilla niitä tulkitaan. Kulttuuriset koodit tarjoavat konnotatiivisen viitekehysten. Tietyt konnotaatiot voivat olla tunnettuja ympäri kulttuuria (esim. auto konnotoi viriiliyttä ja vapautta).<sup>68</sup> Konnotatiivista ja denotatiivista tasoa voidaan kutsua myös representaation tasoiksi tai merkityksen tasoiksi. Konnotaatio on tärkein semioottinen funktio, sillä se kantaa mukanaan kulttuurisia arvoja. Sanojen ja kuvien konnotaatioiden avulla luodaan samasta tilanteesta toisistaan poikkeavia vaikutelmia. Sovellan denotatiivisia ja konnotatiivisia merkityksellistämisen tapoja kuva-analyysissäni.

### 2.3.2. Sukupuoli semioottisena järjestelmänä

Sukupuolieroa voidaan pitää kulttuurisena järjestelmänä. Strukturalistisen semioottisen kuvauksen mukaan mieheyden ja naiseuden merkit viittaavat vastavuoroisesti toisiinsa ja määrittelevät näin toisensa: mieheys on sitä, mitä naiseus ei ole ja naiseus on sitä, mitä mieheys ei ole. Variaatiot ja muuntelut eivät uhkaa semioottisen järjestelmän vakautta ja tulevat oikeastaan mahdolliseksi vain sen kautta. Sukupuolierojen

---

<sup>66</sup> Chandler 2002, 140.

<sup>67</sup> Sarpavaara 2004, 31.

<sup>68</sup> Chandler 2002, 142.

järjestelmä ei ole kuitenkaan arbitraarinen ja se on biologisesti motivoitunut (genitaalit yms.). Sukupuolijärjestelmä on kaksiarvoinen, jolloin primaarit sukupuolen tunnusmerkit jakautuvat kahteen luokkaan ja eron sosiaalinen merkitys kiistetään.<sup>69</sup> Tämä juontaa juurensa biologisesta reproduktiosta.

Fysiologisilla eroilla ei ole semiotiikassa juurikaan merkitystä. Maanviljelyn teknologisoituminen, teollinen vallankumous, moderni valtio, lääketiede, ehkäisy, tasa-arvoajattelu, lasten primaarihoito ovat muuttaneet sukupuolijärjestelmän toimintalogiikkaa. Sukupuolesta on tullut biologisesti motivoitumaton kulttuurinen järjestelmä, arbitraarinen kulttuurinen konstruktio. Kulttuuriset esteet eivät ole luonnollisia paikkoja, vaan kulttuurisiin instituutioihimme liitettyjä poliittisia kamppailuja.<sup>70</sup> Sukupuoli ei ole enää kohtalo, vaan valinnan asia. Kulttuurinen perimä kuitenkin korostaa sukupuolen erilaisuutta, jota tuotetaan koko ajan erilaisissa materiaalisissa yhteyksissä. Esimerkiksi yleinen asevelvollisuus ja erilaiset sääntökokoelmat (esim. urheilu) välittävät yhteiskunnallisia sukupuolittuneita merkityksiä ja lavastavat ja uusintavat yhteiskunnan keskeisiä seikkoja. Yhteiskunnallinen semioosi uusintaa sukupuolieroa, vaikka sen biologinen motivoituneisuus on löyhtynyt.<sup>71</sup> Sukupuoliero vetäytyy lainsäädännöstä ja sääntöjärjestelmistä, mutta niistä muodostuu kulttuuristen instituutioidemme varassa toteutuva semioottinen järjestelmä.

---

<sup>69</sup> Heiskala 2000, 59–60.

<sup>70</sup> Heiskala 2000, 61–63.

<sup>71</sup> Heiskala 2000, 63–65.

## 2.4. Kulttuurinen representaatio

Kulttuuri voidaan ymmärtää ”jaettuina merkityksinä”, joiden välittäjänä toimii kieli. Kielen avulla ymmärretään, tuotetaan ja vaihdetaan merkityksiä. Tämä edellyttää yhteistä pääsyä kieleen. Kieli toimii representationaalisen järjestelmänä, jolloin merkit ja symbolit välittävät ihmisille ideoita ja tunteita.<sup>72</sup> Antropologisen selityksen mukaan kulttuuri on se mikä ihmisten elämässä, yhteiskunnassa, sosiaalisessa ryhmässä ja kanssa on tärkeää ja ominaista, toisin sanoen yhteiskunnan jaetut arvot. Kulttuuriset merkitykset järjestävät ja määrittävät sosiaalisia käytäntöjä, vaikuttavat ihmisten käyttäytymiseen ja luovat oikeita ja käytännön vaikutuksia. Merkityksiä tuotetaan ja vaihdetaan koko ajan henkilökohtaisessa ja sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, johon myös media, globaali kommunikaatio ja teknologia vaikuttavat.<sup>73</sup> Se miten asioita esitetään, miten niille annetaan merkityksiä ja miten niitä tulkitaan, vaikuttavat siihen miten merkitykset järjestävät ja määrittävät ihmisten toimintaa ja käytäntöjä.

Kulttuuriset representaatiot vaikuttavat siihen kuinka maskuliininen pukeutuminen käsitetään. Representaatiot ovat aikakautensa historiallisesti kontingenteja tuotteita. Representaatiolla tarkoitetaan kontekstin mukaan (poliittista) edustamista, (taiteellista) kuvaamista, (kielellistä) esittämistä, (semanttista) merkitsemistä, (visuaalista) havainnollistamista ja (tieteen tutkimuskohteiden) epäsuoraa, välineellistä ilmentämistä. Representaation edustussuhde on yleisin ja hallitsevin representaatiokäsityksistä.<sup>74</sup> Objektina, tilana tai ominaisuutena representaatiolla on kyky viitata johonkin itsensä ulkopuoliseen. Representaatioksi voidaan ymmärtää se, miten merkityksiä tuotetaan ja vaihdetaan kulttuurissa ihmisten välillä. Tämä edellyttää kielen – sanan laajassa merkityksessä – käyttöä, joka esittää eli representoi erilaisia asioita. Representaatio on merkitysten tuottamista kielen avulla. Se voi olla kuvailua, mielikuvituksen käyttöä ja se voi symboloida, esittää ja olla jotain jonkun sijasta.<sup>75</sup>

---

<sup>72</sup> Hall 1997a, 1.

<sup>73</sup> Hall 1997a, 2–4.

<sup>74</sup> Knuuttila & Lehtinen 2010, 8–9, 11.

<sup>75</sup> Hall 1997b, 15–16.

Merkitykset rakentuvat representaatio systeemissä, joka on rakentunut ja määrittynyt kulttuurisen koodin avulla. Merkitykset syntyvät sosiaalisista, kulttuurisista ja kielellisistä konventioista, eivätkä ne ole koskaan pysyviä. Konstruktionistisen näkökulman mukana ihminen luo merkityksiä ja käyttää representaation systeemiä. Materiaalisessa maailmassa ihmiset ja asiat ovat, mutta symbolisen maailman avulla ne saavat merkityksiä kielen avulla. Merkitys ei siis riipu merkin materiaalisesta laadusta vaan sen symbolisesta funktiosta. Merkki symboloi ja representoi asioita, joissa se toimii.<sup>76</sup> Merkitykset luodaan historiassa ja kulttuurissa eivätkä ne ole koskaan pysyviä. Ne voivat muuttua kulttuurisesta kontekstista toiseen ja ajasta toiseen. Ei ole olemassa yhtä ainuttakaan, muuttumatonta ja universaalista ”oikeaa merkitystä”, koska merkki on subjektiivisessa ja kontingentissa suhteessa historiaan ja hetkeen. Representaatio ei siis täysin tuota kuvaamaansa, vaan tuottaa sen mitä se kuvaa<sup>77</sup>. Kulttuurinen, sosiaalinen ja psykologinen historia ohjaavat sitä, mikä näyttäytyy objektille tunnusomaisena. Representaatiot kytkeytyvät aina niiden käyttöyhteyksiin ja vallankäytön prosesseihin. Representaatiot osoittavat kuinka yhteiskunnan valtasuhteet ovat kunakin historiallisena ajankohtana järjestettyä. Ne tuottavat merkityksiä ja luonnollistavat asioita, mutta myös muotoilevat todellisuutta.<sup>78</sup> Merkityksen tuottamiseen liittyy aina tietoisia tai tiedostamattomia valintoja.

Feministisen tutkimuksen näkökulmasta representaatiolla tarkoitetaan jonkin ryhmän tai asian esittämistä ja edustamista tekstissä. Esimerkiksi ideaalista maskuliinisuutta voidaan esittää tietynlaisen pukeutumisen avulla. Representaatiot eivät ainoastaan esitä ja heijasta todellisuutta, vaan myös omalta osaltaan tuottavat sitä. Todellisen miehen elämään vaikuttaa representaatioissa esiintyvä miehen idea. Vuorovaikutus syntyy, kun oikeat ihmiset ja heistä tehdyt esitykset muokkaavat, myötäilevät ja vastustavat toinen toisiaan. Merkityksiä tulkitaan kustakin ajasta käsin ja representaatiot ovat aina kiinni esittämisyhteyksissään.<sup>79</sup> Esimerkiksi mediakuvastoa pitää tarkastella sen esittämis-

---

<sup>76</sup> Hall 1997b, 18, 23, 25–26.

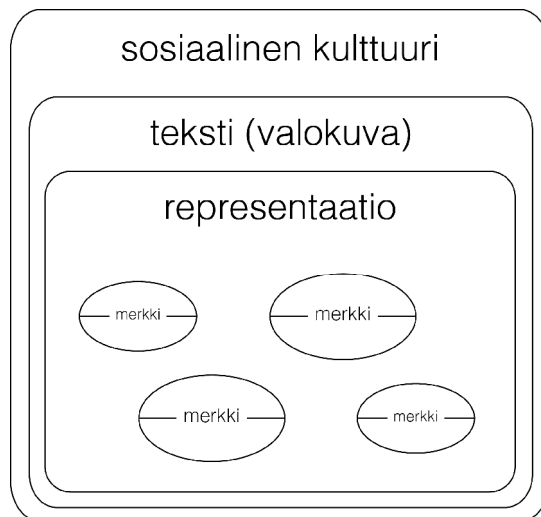
<sup>77</sup> Hall 1997b, 28, 32.

<sup>78</sup> Sarpavaara 2004, 31–32; Hall 1997b, 47, 50.

<sup>79</sup> Laiho & Ruoho 2005, 8–9.

yhteydessä, osana genreä tai lajityyppiä, yhteiskunnallista tilannetta tai mennyttä aikakautta. Representaatiot eivät ole välttämättä yhteneväisiä todellisuuden kanssa.

Kuviossa 2. olen demonstroinut sitä, kuinka tutkimuksessani kulttuuri, teksti, representaatio ja merkki käyttäytyvät suhteessa toisiinsa. Sosiaalinen konstruktionismi toimii teoreettisena yläkäsitteenä yhteiskunnan ja kulttuurin tuottamalle visuaaliselle tekstille, jonka pohjalta katsojat ja tulkitsijat luovat erilaisia representaatiokäsityksiä ja merkityksellistävät todellisuutta. Representaatiot tulevat ilmi tulkitsemalla erilaisia merkkejä ja merkkijärjestelmiä. Merkit ovat sen sijaan suhteessa toisiinsa Saussuren osoittamalla tavalla.



Kuvio 2. Kulttuurin, tekstin, representaation ja merkin suhde toisiinsa. (Sarpavaaran kuviota mukaillen Zaitsev 2012.)

## 2.5. Barthesin koodisto kuva-analyysin välineenä

Tarkastelen kuvaesimerkkejäni ja visuaalisen tekstin tapaa tuottaa merkityksiä semiootikko Roland Barthesin kehittämän viiden semioottisen koodin avulla.<sup>80</sup> Alun perin koodistoa käytettiin sanallisen tekstin analyysiin. Koodit mahdollistavat tässä tapauksessa erilaisten valokuvien makrorakenteen ja mikrotason analyysin. Koodit ovat seuraavat:

- 1) **toiminnan koodi:** toiminnan logiikka, mitä tapahtuu, aikajärjestys, syys-seuraussuhteet
- 2) **hermeneuttinen koodi:** tarinan dynamiikan rakentuminen, valokuvan sommitelmalliset elementit, jännite, käänteet
- 3) **seeminen koodi:** merkityksen pienimmät yksiköt, denotaatiot ja konnotaatiot, ”lähdöt” valitulle näkökulmalle (esim. kuvakulma, valaistus, pukeutuminen, eleet, asennot)
- 4) **symbolien koodi:** binaaristen oppositioiden muodosta tekstin perusta, hierarkinen järjestys
- 5) **referenssikoodi:** tekstin intertekstuaalisuus, miten tekstissä viitataan sen itsensä ulkopuolisiin kulttuurisiin järjestelmiin, tekstin lainalaisuudet ja viittaukset

Toiminnan koodin ja hermeneuttisen koodin avulla voidaan tarkastella tekstin narratiivisia ulottuvuuksia: mitä kuvassa oikein tapahtuu ja mikä on kuvan viesti? Seemisen koodin avulla voidaan havaita kuvien keskeisimmät merkitysajat (seemit) ja mitä ne merkitsevät denotatiivisella ja konnotatiivisella tasolla. Nämä yksittäiset merkitysajat voidaan sijoittaa binaarisiin oppositioihin, joita symbolien koodin avulla nousee esiin. Esimerkiksi millaista on kuvien ja vaatteiden maskuliinisuus? Lukemalla kuvia referenssikoodin avulla voidaan selvittää, kuinka kuvat viittaavat itsensä ulkopuolisiin kulttuurijärjestelmiin ja millaisiin kulttuurisiin oletuksiin taas representaatiot viittaavat.<sup>81</sup> Koodit ovat päällekkäisiä, risteytyviä ja sisäkkäisiä, mutta

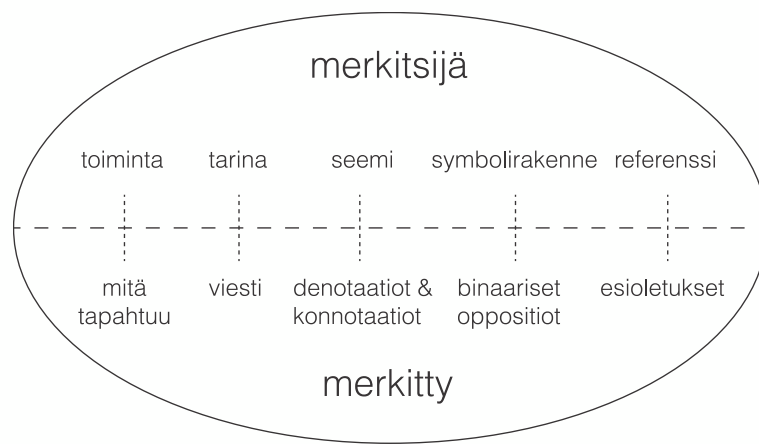
---

<sup>80</sup> Barthes 1990, 17–20.

<sup>81</sup> Sarpavaara 2004, 36.

ne auttavat ymmärtämään kuvien merkityksiä sekä purkamaan ja erittelemään kulttuurisia tekstejä, niiden osia ja teemoja.

Jotta koodisto avautuisi helpommin, sen merkittyjä voidaan havainnollistaa suhteutettuna de Saussuren merkkimalliin. Kuviosta 3. näkyy, että esimerkiksi seemejä analysoimalla voidaan tarkastella visuaalisen tekstin konnotatiivisia tasoja. Referenssikoodia (tekstin viittaukset itsensä ulkopuolelle) tarkastelemalle voidaan taas etsiä representaatioihin liittyviä esioletuksia.



Kuvio 3. Barthesin koodisto suhteutettuna Saussuren merkin kahteen aspektiin (Sarpavaara 2004, 37.)

Tutkimukseni tarkoituksena on tehdä semioottisen analyysin keinoin tulkintoja visuaalisista elementeistä rakentuvista kulttuurisista teksteistä. Tulkinnat voivat kuitenkin saada monenlaisia merkityksiä riippuen tulkitsijasta. Jotkin kuvat toisaalta antavat vihjeitä siitä, kuinka niitä pitäisi tulkita. Tutkijana nojaudun käsitteisiini ja menetelmiini, mutta korostan, että oma tulkintani ei ole ainut mahdollinen. Foucault'n mukaan on olemassa pohjimmillaan kaksi tulkintaa: mikään merkki ei ole alkuperäinen, vaan tulkinta toisesta merkistä. Ei ole mitään absoluuttista ensimmäistä tulkittavaksi, sillä pohjimmiltaan kaikki on jo tulkintaa. Tulkinnan kuolema piilee siinä, että uskotaan sellaisten merkkien olemassaoloon, jotka ovat olemassa ensisijaisesti, alkuperäisesti, todellisesti, koherentteina, pysyvinä ja systemaattisina syntymämerkkeinä.<sup>82</sup> Tulkinta on

<sup>82</sup> Foucault 1998, 50, 53, 58.



ääretön tehtävä, jota on mahdoton saattaa loppuun. Tutkimuksessani tuotan tietoa kulttuurin jäsenenä ja tutkijana, mutta en tarjoa mitään ehdottomia merkityksiä ja oikeita tulkintoja. Niitä kun ei lähtökohtaisesti edes ole olemassa.

### 3. Maskuliinisuus

Sukupuoli voidaan ajatella historiallisesti muuttavana ja poliittisesti jännittyneenä jokapäiväisen elämän areenana.<sup>83</sup> 1930-luvulla kehitettiin ajatus sukupuolirooleista, joita määrittivät yleiset odotukset sukupuoleen liittyen. Kaikissa länsimaisissa kulttuurisissa konteksteissa on kaksi sukupuoliroolia, mies- ja naisrooli, jolloin maskuliinisuus ja feminiinisyys voidaan tulkita helposti sisäiseksi sukupuolirooliksi. Sukupuoli voidaan nähdä kuitenkin myös sosiaalisen oppimisen tai sosialisoinnin tuotteena. Yleisimmin sukupuoliroolit nähdään kulttuurisena versiona biologisesta sukupuolesta.<sup>84</sup> Sukupuolirooleja pidettiin pitkään hyvänä asiana, sillä ne viestivät sosiaalisesta pysyvyydestä, henkisestä hyvinvoinnista ja sosiaalisista funktioista. 1970-luvulla feministiset tutkijat näkivät sukupuoliroolit ahdistavina ja painostavina erityisesti naisten keskuudessa. Naissukupuoliroolin sisäistäminen merkitsi naisten ja tyttöjen asettamista alistavaan positioon ja lopulta myös miestutkijat ryhtyivät kritisoimaan miessukupuoliroolia. Miestutkimuksen pioneeri Raewyn Connell korostaa, että sukupuoliroolit ovat sosiaalisia faktoja, joita voidaan myös muuttaa sosiaalisessa prosessissa.<sup>85</sup> Rooleja määrittävät aina erilaiset odotukset ja normit, ja sukupuoliroolia määrittävät odotukset viittaavat aina biologiseen statukseen.

Mieheys ja naiseus muodostuvat kulttuurisesti sosiaalisissa prosesseissa. Ne ovat ajan, ympäristön ja ihmisen iän suhteen vaihtelevia. Evoluutiopsykologiset ja psykodynaamiset teorit korostavat maskuliinisuutta fyysisenä mieheytenä, jossa korostuu eritoten biologinen ulottuvuus. Miehen käyttäytyminen on maskuliinista, sillä miehen elimistön fysiologiset toiminnot ”pakottavat” hänet käyttäytymään maskuliinisesti. Sosiaalipsykologia taas korostaa, että maskuliinisuus ja feminiinisyys ovat sukupuolesta

---

<sup>83</sup> Connell 2005, 3.

<sup>84</sup> Connell 2005, 22.

<sup>85</sup> Connell 2005, 23–24.

irrallaan oleva ilmiö ja kullakin yksilöllä on sekä maskuliinisia että feminiinisiä piirteitä. Mieheyteen voi kuulua biologiseen mieheyteen liittyviä käyttäytymismalleja, jotka voivat olla myös feminiinisiä. Maskuliinisuuden käyttäminen vain miehisenä ominaisuutena luo kuvaa miehistä persoonallisuudeltaan yksinomaan kovina, aktiivisina, päämäärähakuisina ja aggressiivisina.<sup>86</sup>

Maskuliinisuus on miestä koskeva analyttinen käsite, jonka merkitys vaihtelee arkikielen puhetavoissa, sosiaalitieteiden ja humanististen tieteiden diskursseissa. Arkikielessä maskuliinisuus liitetään yleensä miehisiin pidettyihin asioihin, ilmiöihin ja tekoihin. Jokainen väite maskuliinisuudesta on näin ollen suhteessa siitä aikaisemmin esitettyihin väitteisiin. Maskuliinisuuden voidaan ajatella olevan kulttuurisidonnaista sosiaalista toimintaa. Länsimaisessa kulttuurissa maskuliinisuus ominaisuuksina on pidetty toiminnallisuutta, hallitsevuutta, suoriutumista, rationaalisuutta, kilpailullisuutta, fyysistä voimaa ja väkivaltaa. Feminiinisinä pidetyt määreet eivät kuulu maskuliinisuuden piiriin (esim. tunteellisuus ja empaattisuus). Maskuliinisuus ja feminiinisyys nähdään toistensa vastakohtina, eikä äärimmäiseen puhtaaseen maskuliinisuuteen sekoitu mitään feminiinistä. Tämä on kuitenkin käytännössä mahdotonta.<sup>87</sup> Maskuliinisuutta ja feminiinisyttä voidaan pikemminkin ajatella janana, jonka ääripäiden välille suurin osa miehistä jää. Miehen ei onneksi odoteta täyttävä kaikkia maskuliinisuuden piirteitä.

Jokaisessa kulttuurissa on jonkinlainen käsitys sukupuolesta, mutta kaikissa kulttuureissa ei ole maskuliinisuuden käsitettä. Maskuliinisuutta ei ole olemassa ilman feminiinisyttä. Jos kulttuuri ei määrittele sukupuolelle bipolaarisia kategorioita, ei kulttuurissa ole myöskään ajatusta maskuliinisuudesta. Essentiaalisen käsityksen mukaan on olemassa jokin tietty piirre, joka määrittää maskuliinisuuden ydintä. Positivismin mukaan maskuliinisuuden yksinkertainen määritelmä on se, mitä miehet oikeasti ovat. Jos erot nähdään vain eroina miesten ja naisten välisissä ryhmissä, ei lopulta tarvita termejä maskuliininen ja feminiininen. Tällainen ajattelutapa vastaa myös semioottista symbolisen eron määritelmää: maskuliinisuus on ei-feminiinistä.

---

<sup>86</sup> Säävälä 1999, 52–53.

<sup>87</sup> Jokinen 2004, 7–8.

Maskuliinisuuden normatiivinen lähestymistapa korostaa sitä, mitä miesten tulisi olla.<sup>88</sup> Voidaan kuitenkin kysyä mikä on normatiivista normissa, jota vain harvat edustavat. Onko suuri osa miehistä ei-maskuliinisia?

Länsimaista maskuliinisuutta ja sen teoretisointia voidaan avata miestutkija Arto Jokisen johdolla viiden kohdan avulla. Maskuliinisuus on:

- 1) persoonallisuuteen ja ruumiiseen viittaavien piirteiden kategoria, jolle löytyy analogiansa ja symbolinsa esineiden ja ilmiöiden maailmasta
- 2) miehisten ominaisuuksien ideaali, jota kohden miehen tulee elämässään pyrkiä
- 3) kiinteän tai pysyvän ominaisuuden sijasta sosiaalinen prosessi ja tuon prosessin aika- ja paikkasidonnainen tulos
- 4) tietynlainen subjektipositio, jonka tietty diskursiivinen muodostuma tarjoaa, ja johon asettumalla maskuliininen subjekti rakentuu
- 5) ne teot, eleet, asiat ja ilmiöt, joita tietyssä historiallisessa ajassa ja paikassa tietyn kulttuurin jäsenet merkitsevät, merkityksellistävät ja representoivat maskuliiniseksi

Käytännössä miehessä tulee olla enemmän maskuliinisia kuin feminiinisiä piirteitä. Miehen tulee olla riittävän maskuliininen ollakseen mies. Maskuliinisuuden voidaan sanoa olevan *persoonallisuuteen ja ruumiiseen viittaavien piirteiden kategoria, jolle löytyy analogiansa ja symbolinsa esineiden ja ilmiöiden maailmasta*. Mieskeskeisissä kulttuureissa mieheydestä on muodostunut normi, ja maskuliinisuus on laajentunut koskemaan koko miehen ideaalia henkisten ja fyysisten ihannemittojen kera. Maskuliinisuuden voidaan ajatella olevan ei vain sitä, mitä kulttuurissa pidetään miehisenä, vaan myös sitä, mitä kulttuurissa miesten oletetaan tekevän, tuntevan ja puhuvan. Maskuliinisuus määrittää miehen mentaalisia, psyykkisiä, sosiaalisia ja fyysisiä ihannemittoja, joita kohden kaikkien miesten ja poikien tulisi pyrkiä. Miehen arvostus lisääntyy hänen kyvystään täyttää maskuliinisuuden määreitä. Maskuliinisuus on siis myös *miehisten ominaisuuksien ideaali, jota kohden miehen tulee elämässään pyrkiä*. Mitä enemmän mies täyttää maskuliinisia määreitä, sitä arvostetumpi hän

---

<sup>88</sup> Connell 2005, 67–70.

miehenä on. Mieheksi ei vain synnytä vaan miehuus ansaitaan. Tämä ruokkiikin miesten välistä kilpailua, tietoista riskienottoa ja väkivaltaisuutta.<sup>89</sup>

Miestutkijoiden mukaan ei ole olemassa mitään psykologista, sosiaalista tai fyysistä piirrettä, joka esiintyisi kaikissa miehissä ja jonka voisi nimetä maskuliinisuudeksi. Näin ollen onkin parempi puhua maskuliinisuuksista monikossa. Eri maskuliinisuuksia liittävät yhteen tietystä yhteiskunnassa ja kulttuurissa vallitseva käsitys miehen ruumiista (miltä mies näyttää/tulisi näyttää) sekä erilaiset psyko-sosiaaliset määritelmät miehestä (millainen mies on/tulisi olla). Maskuliinisuuksia ja feminiinisyyskäsitteitä tuotetaan yhteiskunnallisissa ja kulttuurisissa rakenteissa, jotka ovat sukupuolittuneesti jakautuneet julkiseen ja yksityiseen. Valta ja läheisiin ihmissuhteisiin liittyvät rakenteet vaikuttavat maskuliinisuuden muotoutumiseen. Vallan rakenteissa ylin valta on miehillä. Sen käyttö assosioituu miehiin ja on tapa rakentaa maskuliinista subjektia. Valtaa käyttävä mies (tai nainen) nähdään usein hyvin maskuliinisena. Maskuliinisuus on *kiinteän tai pysyvän ominaisuuden sijaan sosiaalinen prosessi ja tuon prosessin aika- ja paikkasidonnainen tulos*. Maskuliinisuuden konfiguraatiossa tulevat esiin kulttuurin ensisijaiset mieskuvat ja -ideaalit. Konfiguraatio on löyhä muodostelma tai kenttä, jossa hegemoninen diskurssi tarjoaa maskuliinisuuden mallin, jolle muut maskuliinisuudet ovat alisteisia. Maskuliinisuuden konfiguraatio siis pakottaa ja houkuttelee miehiä omaksumaan tiettyjä maskuliinisia määreitä. Maskuliinisuuden konfiguraatiossa vaikuttavat sosiaalisen sukupuolen suhteen paikat sekä käytännöt, jotka niitä järjestävät. Käytännöt vaikuttavat kulttuuriin, pakottavat miehiä maskuliinisuuteen. Niillä on myös erilaisia vaikutuksia ruumiiseen ja persoonallisuuteen.<sup>90</sup> Maskuliinisuus ei ole yksittäisen miehen persoonallisuuspiirteiden summa, vaan paljon laajempi yhteiskunnallinen prosessi.

Foucault'n diskurssianalyysissä diskurssin käsite kartoittaa sen, mitä sanotaan (kieli) ja sen mitä sanomisesta seuraa (käytäntö). Diskurssi näin ollen muotoilee puhumansa kohteet ja sisältää tuohon kohteeseen liittyvän tiedon järjestelmän sekä tietoon kietoutuvan vallan järjestelmän. Diskurssit ovat avoimia niille yksilöille, jotka asettuvat

---

<sup>89</sup> Jokinen 2004, 9–10.

<sup>90</sup> Jokinen 2004, 13–15.

diskurssien tarjoamiin puhepaikkoihin (subjektipositio tai -asema). Yksittäisen miehen maskuliinisuus on diskursiivisen subjektiposition rajaama ja tuottama. Diskurssi siis mahdollistaa ja rajaa puhetta, maskuliinisuutta. *Tietty diskursiivinen muodostuma tarjoaa tietynlaisia maskuliinisia subjektipositioita, joihin asettumalla maskuliininen subjekti rakentuu.* Diskurssipositioista käsin diskurssin sisältämä tieto tulee mielekkääksi ja se on mahdollista ottaa käyttöön. Diskurssit tarjoavat sukupuolieroja, joissa materiaallinen ja ruumiillinen ulottuvuus tulevat väistämättä osaksi maskuliinisuuden rakennelmaa.<sup>91</sup> Hegemoninen diskurssi luonnollistuu kulttuurissa ja kulttuuriset totuudet vääntyvät biologisina pidetyiksi faktoiksi. Näin ollen diskurssien tarjoamat subjektipositiot ja representaatiot alkavat hallita miesten elämää ja pakottaa miehiä tietynlaisiksi.<sup>92</sup>

Diskurssi sanelee myös representaation esiintymisen. Representaatiota voidaan ajatella tapahtumana, jossa ihminen kielen avulla merkityksellistää maailmaa itselleen ja toisilleen. Judith Butlerin mukaan sukupuoli tulee näkyviin tekemisen ja toiston kautta<sup>93</sup>. Miehisyyden vaikutelma saadaan aikaan toistamalla sosiaalisesti ja kulttuurisesti mieheen liitettyjä eleitä, puhetapoja, mielipiteitä, harrastuksia ja työtapoja. Tämä luo vaikutelman luonnollisuudesta ja jähmettää miehisyyden hitaasti muuttuviin malleihin, jotka sisältyvät miehiin subjektipositioihin. Sukupuolen performaatio ja normit ovat olemassa ilman yksilöä ja rajoittavat häntä. *Tietyissä historiallisessa ajassa ja paikassa tietyn kulttuurin jäsenet merkitsevät, merkityksellistävät ja representoivat tekoja, eleitä, asioita ja ilmiöitä maskuliiniseksi.* Subjektin maskuliinisuus rakentuu näiden tekojen ja eleiden, esimerkiksi miestenvaatteiden käytön performatiivisesta toistosta.<sup>94</sup> Konteksti, joka on tiettyihin merkkeihin liittyvä yhteinen tieto ja perinne, vaikuttaa myös maskuliinisuuden representaatioon.

---

<sup>91</sup> Jokinen 2004, 19–20; diskursseista ks. esim. Foucault 2005, 46–103.

<sup>92</sup> Jokinen 2004, 21.

<sup>93</sup> Ks. 2.1.3. Sukupuolesta ja performatiivisuudesta & 2.4. Kulttuurinen representaatio

<sup>94</sup> Jokinen 2004, 25–27.

Jotta ymmärtäisimme maskuliinisuuksia paremmin on mielekästä tarkastella maskuliinisuuksien välisiä suhteita. Maskuliinisuuden tutkimuksessa vallalla on tärkeä merkitys. Valtasuhteet perustuvat kokonaisvaltaiseen naisten alistamiseen ja miesten ylivaltaan, ja lisäksi myös tuotantosuhteet ja työt ovat sukupuolittuneet.<sup>95</sup> Antonio Gramscin hegemonian käsitteen mukaan luokkasuhteet ja kulttuuriset dynamiikat rakentuvat ajatukselle, jossa jokin ryhmä vaatii ja pitää yllä johtavaa sosiaalisen elämän asemaa. Hegemonia on kulttuurisesti merkittävä ja se perustetaan, jos kulttuurisen ideaalin ja institutionaalisen vallan välillä löytyy vastaavuus. Hegemonia on näin ollen kollektiivista eikä individuaalista. Hegemoninen maskuliinisuus voidaan ajatella bisneksen, armeijan ja hallituksen huipuilla olevien miesten vakuuttavaksi maskuliinisuuden esitykseksi, joka toimii auktoriteetin avulla.<sup>96</sup> Hegemoninen maskuliinisuus on aina suhteessa alistettuun maskuliinisuuteen. Esimerkiksi heteroseksuaalinen maskuliinisuus on ylivallassa suhteessa homoseksuaaliseen maskuliinisuuteen. Miehisyyden hierarkiassa homoseksuaalisuus on myös symbolisesti kaukana hegemonisesta maskuliinisuudesta.<sup>97</sup> Suurin osa miehistä hyötyy hegemoniasta, sillä hyöty on patriarkaalisesti jakautunut. Miesten hyöty hegemoniasta on hyötyä suhteessa naisten alistamiseen. Rotu ja seksuaalisuus toimivat marginalisoijana maskuliinisuuksien dynamiikassa. Uudet maskuliinisuuden ryhmät saattavat hyvin haastaa hegemonian ja perustaa uuden, jos yhteiskunnallinen tilanne sen sallii. Erilaiset maskuliinisuuden kriisitilanteet luovat jännitteitä valtasuhteissa.<sup>98</sup> Kuva-analyysini yhteydessä tarkastelen miestenvaatteiden maskuliinisuuksien hierarkkisuutta. Pohdin mikä vaate edustaa miestenvaatteiden hegemoniaa ja mitkä vaatteet ovat alistetussa ja marginaalisessa asemassa.

Maskuliinisuudet ovat aktiivisesti tuotettuja ja niissä käytetään sosiaalisesta tilanteesta riippuen erilaisia resursseja ja strategioita. Moderni mieheyden malli pyritään juurruttamaan miehiin ja miehisiä piirteitä koskeva puhe on idealisoitu erilaisissa insti-

---

<sup>95</sup> Connell 2005, 74.

<sup>96</sup> Connell 2005, 77.

<sup>97</sup> Connell 2005, 78.

<sup>98</sup> Connell 2005, 79–81, 85, 90.

tuutioissa ja populaarikulttuurissa. Viime vuosikymmeninä hegemonisen maskuliinisuuden rinnalle on noussut muita maskuliinisuuden malleja, jotka ovat marginaalisia, mutta globaalisti tunnettuja. Medioitunut yhteiskunta arkistaa kulttuuria ja purkaa sen hierarkioita. Mieheyden rakentuminen voi nykyään tapahtua suuremman valikoiman varassa.<sup>99</sup> Populaarikulttuuri uskoo kuitenkin ”todellisen maskuliinisuuden” olemassaoloon. Se piilee joissain kaiken alla ja lähtee miesten ruumiista, joka ajaa, ohjaa ja asettaa rajoja toiminnalle. Tällainen ajattelutapa tekee muutoksen mahdolliseksi. Miesten ruumis nähdään ikään kuin luonnollisena koneena, joka tuottaa sukupuolieroa. Sen avulla maskuliiniset piirteet muka periytyvät. Ruumis voidaan nähdä myös neutraalina pintana, johon sosiaalinen symbolismi painetaan. Sosiaalisia eroja löytyy kuitenkin enemmän miesten ryhmästä kuin naisten ja miesten väliltä.<sup>100</sup> Maskuliinisuuden fyysiset muodot nousevat keskeisiksi sukupuolen kulttuurisessa tutkimisessä ja ruumiillinen prosessi tuotetaan sosiaalisen prosessin kautta. Ruumis on välttämätön osa maskuliinisuuden rakentumista.<sup>101</sup>

Maskuliinisuudet esiintyvät tiettyinä aikoina tietyissä paikoissa ja ovat aina suhteessa sukupuoleen. Maskuliinisuudet ovat historiallisia, mikä tarjoaa myös mahdollisuuden muutokseen.<sup>102</sup> Nykyään sukupuoli näkyy ideologioissa ja kuvastoissa, joita eurooppalainen ja amerikkalainen sukupuolittunut massamedia hallitsee ja tuottaa. Maskuliinisuus on kokenut monia kriisejä ja tulee niitä vielä kokemaan. Esimerkiksi 1700-luvulla kauniit ja universaalia ihmisyyttä kuvastavat miesvartalot joutuivat pois dominoivasta asemastaan eliittien visuaalisessa kulttuurissa. Alastomuutta ryhdyttiin liittämään naiseuteen ja naisten vartaloihin. Nykyiset massakulttuurien esitykset tarjoavat taas miehiä erotisoivia vartaloita ja kenties uudenlaisia tapoja sukupuolen ja ideologioiden esittämiseen.<sup>103</sup> Vaikka maskuliinisuus liitetään yleisimmin miehiin, feministitutkija Judith Halberstam korostaa, että maskuliinisuutta voi olla myös naisissa. Maskuliinisuus on jotain muutakin kuin miehenä olemista, ja idea masku-

---

<sup>99</sup> Connell 2000, 11–12; Lehtonen 1999, 80, 83.

<sup>100</sup> Connell 2005, 45–48.

<sup>101</sup> Connell 2005, 52–53, 55–56.

<sup>102</sup> Connell 2005, 185.

<sup>103</sup> Solomon-Godeau 1997, 7, 10.

liinisuudesta määrittää, taivuttaa ja muokkaa kaikkia. Usein naismaskuliinisuus nähdään merkinä seksuaalisesta poikkeavuudesta, mutta joskus se saattaa tarjota myös terveellisen vaihtoehdon historialliskonventionaalisille feminiinisyksille.<sup>104</sup> Naismaskuliinisuuksien tutkimisen myötä maskuliinisuuden sosiaalis-konstruktionistinen luonne korostuu entisestään. Jätän naismaskuliinisuuksien käsittelyn teoreettisen avauksen tasolle, sillä muuten tutkimukseni paisuisi liian laajaksi ja sen fokus katoaisi. Naismaskuliinisuuksilla on kuitenkin merkitystä tutkittaessa esimerkiksi vaateen vaikutusta ihmisen ruumiiseen ja identiteettiin. Erilaiset kuvastot feminiinisistä miehistä ja maskuliinisuuksista, maskuliinisista naisista ja feminiinisydestä sekä androgyynisistä ihmismalleista korostavat patriarkaatin ja hegemonisen maskuliinisuuden haavoituvuutta.

#### 4. Vaatteiden sosiaalisesta merkityksestä

Miestenvaatteiden maskuliinisuusrepresentaatioita tutkittaessa on tärkeää ymmärtää vaatetuksen ja muodin sosiaalisia merkityksiä. Muoti on kulttuurinen ilmiö, jolla tietty kulttuurinen ryhmä identifioi itseään. Se on tarpeellinen ja väistämätön osa sosiaalista ja ekonomista yhteiskuntaa. Muodin kautta ihmiset ilmaisevat toiveitaan, pelkojaan ja uskoaan maailmaan. Muoti on nonverbaalia kommunikaatiota, jonka välittäjänä vaatetus toimii. Vaatteet luovat merkityksiä, joilla ei ole välttämättä luonnollista lähtökohtaa. Ne saattavat johtaa harhaan. Vaatteiden antamaan viestiin vaikuttaa viestin kokijan ja yhteiskunnan tulkinta.<sup>105</sup> Vaatteen käyttäjä saattaa antaa vaatteelle tietyn merkityksen, joka ei välttämättä vastaa vaateen suunnittelijan tai katsojan tarkoittamaa tulkintaa. Jollain auktoriteeteilla on enemmän valtaa sanoa, mitä vaatteita ihmisten pitää käyttää ja mitä ne merkitsevät (esim. koulu ja armeija).<sup>106</sup> Kuten kaikissa sosiaalisissa suhteissa, valta ja sen käyttö vaikuttavat muodin maailmaan. Dominointi ja tarkkailu ovat myös muoti- ja vaatetusmaailman piirteitä. Muoti toimii osana kulttuuria siten, miten erilaiset ryhmät muodostuvat ja kommunikoivat omaa identiteettiään vaatetuksen

---

<sup>104</sup> Halberstam 1998, 1, 9, 14.

<sup>105</sup> Barnard 1996, 18–19, 26, 28.

<sup>106</sup> Barnard 1996, 72–73.



avulla.<sup>107</sup> Muotia on kaikilla sosiaalisilla ja yhteiskunnallisilla tasoilla ja se omaksutaan useimmiten yhtä aikaa. Vaate nonverbaalina viestijänä saa merkityksensä tietyssä esiintymiskontekstissa.<sup>108</sup> Vaatetuksen ja muodin luonto on samanlainen kuin merkityksen ja kommunikation.

Sosiologi Georg Simmelin tärkeä oivallus muodin ja vaatetuksen luonteesta liittyy muodin dualistiseen toimintaan. Simmel korostaa, että muodissa on vallalla pyrkimys yleiseen ja tarve käsittää yksityinen. Ihmisten tendenssinä on sulautuminen sosiaaliseen ryhmään ja toisaalta pyrkimys kohota siitä esiin. Dualismissa käy ilmi ihmisten yhteisöllisen elämän ykseys. Ihmisten aikomuksen on yritys sovittaa jatkuvuus, yhtenäisyys ja samanlaisuuden intressi muutoksen, erityisyyden ja ainutlaatuisen intressiin. Muodin kaksoistehtävä liittyy sen jäsenet tiettyyn piiriin ja sulkee muut sen ulkopuolelle.<sup>109</sup> Muoti tarjoaa mahdollisuuden persoonallisuuden esiinnostamiseen, alleviivaamiseen ja yksilölliseen koristeluun.

Vaateen alkuperäiselle funktiolle on pyritty keksimään monenlaisia teorioita. Suojausteorian mukaan vaatetuksen tarkoitus on ollut suojata ruumista ja sielua luonnolta, kylmältä, kuumalta, vihollisilta, fyysisiltä tai psykologisilta vaaroilta sekä yliluonnollisilta voimilta. Koska vaatteiden alkuperä sijoitetaan yleensä tropiikkiin, missä tarve ilmastolta suojautumiseen on varsin pieni, vaatteiden arvellaankin suojanneen ihmisiä alun perin lähinnä hyönteisiltä. Häveliäisyysteorian mukaan vaatteita on käytetty peittämään sukupuolielimet. Teoria nousee kristillisestä ja raamatullisesta vaateselityksestä, jossa ensimmäiset ihmiset käyttivät vaatteita peittääkseen alastomuutensa häpeän. Moraali on teorian mukaan riippuvainen häveliäisyydestä ja toimii ihmisruumiin kautta. Häveliäisyyden määritteet ovat kuitenkin kulttuurisia ja muuttuvat ajasta ja paikasta riippuen. Esimerkiksi nuorella lapsella ei ole häveliäisyyttä lainkaan.<sup>110</sup> Paljastamisteorian mukaan vaatteita on sen sijaan käytetty huomion saamiseen ja seksuaalisen viehätysten korostamiseen. Tuttuus

---

<sup>107</sup> Barnard 1996, 40, 45.

<sup>108</sup> Barnard 1996, 124, 171, 175.

<sup>109</sup> Simmel 1986, 21–23, 26–27, 52.

<sup>110</sup> Kaiser 1998, 15–17; Barnard 1996, 49–52.

tuottaa yhdentekevyyden tunteita, kun taas peitetty ja vieras kiinnostaa. Vaatteilla on selvä funktio seksuaalisen halun tuottamisessa, mutta se ei liene vaatteiden perimmäinen tarkoitus. Ajatusta koristautumisen funktiosta tukee alkuperäiskansojen suhtautuminen ulkonäön muunteluun. Heillä ei asuinpaikkansa takia ole muuten tarvetta vaatteille, mutta esteettistä esittämistä ja koristautumista esiintyy kyllä.<sup>111</sup> Paljastaminen ja peittäminen vaihtelevat siis kulttuureittain. Vaatetus luo, ilmentää, vahvistaa ja hämää erilaisia tunnetiloja. Vaatetuksen ja muodin avulla ihmiset voivat erottautua yksilöinä massasta tai ryhmästä, mikä luo sosiaalista statusta ja arvostusta.<sup>112</sup> Näiden avulla ihmiset arvioivat toisiaan ja osaavat sijoittaa itsensä yhteiskunnan rakenteisiin ja rooleihin.

Vaatetustutkija Susan B. Kaiser on tutkinut erityisesti vaatetuksen ja muodin sosiaalis-psykologisia vaikutuksia. Hänen mukaansa vaatetusta voidaan lähestyä neljästä eri näkökulmasta. Kognitiivisen lähestymistavan mukaan vaatteet tarjoavat tietoa siitä, millainen ihminen on, symbolis-vuorovaikutteinen lähestymistapa keskittyy ulkonäön hallintaan ja sen vastaanottoon, kulttuurisessa lähestymistavassa vaatteet luovat erilaisia kulttuurisia merkityksiä ja muodostavat symbolisia systeemejä, kun taas kontekstuaalisen lähestymistavan mukaan konteksti vaikuttaa aina vaatteiden merkitykseen.<sup>113</sup>

Kognitiivisen lähestymistavan mukaan vaatteita ja muita ulkonäöllisiä vihjeitä käytetään usein yksinkertaistamaan ja selventämään sosiaalisten suhteiden toimintaa. Ihmiset luovat kategorioita, jolloin monimutkaista todellisuutta on helpompi ymmärtää. Yksinkertaistaessaan todellisuutta ihmiset etsivät ympäristöstään esteettistä stimulaatiota ja haluja. He pyrkivät pukeutumisessaan johdonmukaisuuteen ja jatkuvuuteen, sillä ihmistä määrittää tarve säilyttää tasapaino ja pysyvyys omassa ajattelussa. Muodin muuttuminen tarkoittaa uusien kognitiivisten rakenteiden omaksumista.<sup>114</sup> Ihmiset

---

<sup>111</sup> Kaiser 1998, 15–16.

<sup>112</sup> Barnard 1996, 55–58.

<sup>113</sup> Kaiser 1998, 33, 39, 48, 60.

<sup>114</sup> Kaiser 1998, 34–35, 37.

näkevät vaatteissa selvän viittaussuhteen sosiaaliseen tulokseen, ihmisten rooleihin ja henkilökohtaisiin ominaisuuksiin.

Symbolis-vuorovaikutteinen lähestymistapa korostaa vaatteiden ja ulkonäön sosiaalisesti rakentunutta ja yhdessä määriteltyä luonnetta. Ihmiset luovat sosiaalisen konstruktionismin mukaisesti oman todellisuutensa määräämällä omasta ulkonäöstään. Ihmisten vaatevalinnat riippuvat tilanteesta, jossa tietoa tuotetaan muille ihmisille ulkonäön avulla. Ihmiset käyttävät symboleita, joilla on yhteisiä merkityksiä. Kun ajatukset ilmaistaan symbolien avulla, ihmiset ymmärtävät maailmaa ja todellisuutta paremmin. He suhtautuvat toisiin ihmisiin osittain sen perusteella, millaisia merkityksiä heidän ulkonäkönsä tuottaa. Ulkonäöstä luetaan vihjeitä, joita tulkitaan ja organisoidaan sen mukaan millaisessa sosiaalisessa kanssakäymisessä ihmiset ovat. Symbolisia merkityksiä ei omaksuta vain passiivisesti, vaan niihin liittyy tapa oppia, löytää ja kehittää merkityksiä myös itse. Vaatteiden ja ulkonäön merkitykset ovat tulkittamisen prosessin manipuloimia ja muokkaamia.<sup>115</sup> Riippuu kontekstista ja uudelleen tulkinnasta, kuinka vaatteiden merkityksiä tulkitaan.

Kulttuurisen lähestymistavan mukaan yhteisiä arvoja tuotetaan ja uudelleen tuotetaan kulttuuristen muotojen avulla. Merkityksiä muodostetaan oppositioiden ja kontrastien kautta. Kuluttajat rinnastavat vaatteet erilaisiin symboleihin ja symboleita yhdistellään sosiaalisesta identiteetistä ja kontekstista toiseen. Esimerkiksi 1970-luvulla David Bowie toi esiin androgyynisen vaihtoehdon määrittäessään perinteistä miehistä ulkonäköä. Kulttuuriset uskomukset, arvot ja ideologiat esiintyvät usein tiedostamattomalla tasolla ja määrittävät kulttuuria, ryhmää tai liikettä. Ideologisia viestejä ja arvoja tuotetaan representaatioiden avulla, joita tulkitakseen ihmiset käyttävät kulttuurista tietoa, koodeja. Kulttuuri tarjoaa kuvia ja ideoita ulkonäön säätelyyn, mutta myös sen mielikuvitukselliseen ja uudenlaiseen ilmaisuun.<sup>116</sup> Kaiserin viimeinen, kontekstuaalinen lähestymistapa korostaa vaatteiden ja merkitysten muuttuvaa ja kontekstiriippuvaista luonnetta. Vaatteiden ja ulkonäön merkitys nousee osaksi historiallista

---

<sup>115</sup> Kaiser 1998, 40–42, 44.

<sup>116</sup> Kaiser 1998, 49–53.

muodin muutoksen prosessia.<sup>117</sup> Vaatteiden sosiaalinen olemus on monimutkainen sekoitus hämmennystä ja jatkuvuutta, jossa merkityksen muuttuvat.

#### *4.1. Maskuliinista vaateesta*

Mies ja maskuliinisuus rakentuvat sukupuolisten tekojen toistosta, performaatiosta, joka luo vaikutelman sukupuolen luonnollisuudesta. Sukupuolta säädellään ja ylläpidetään sosiaalisissa käytännöissä. Sukupuoli syntyy tekemisestä, ja on erilaisten eleiden, tyylien, puhetapojen, pukeutumisen ja mielipiteiden tulosta. Pukeutumisella ja ehostuksella tuotetaan miesten ja naisten välistä sukupuolieroa. Toisin kuin Edwards ja Heiskala aikaisemmin väittivät, vaatteet ovat yleensä sukupuolierityisiä ja korostavat naisellisina ja miehisinä pidettyjä ruumiinosia (esim. puvun olkatoppaukset korostavat miesten hartioiden leveyttä).<sup>118</sup> Vaatteiden merkitys käyttäjänsä sukupuolistamisessa näkyy myös ei-sukupuolierityisissä unisex-vaatteissa.

Pukeutuminen rakentaa sukupuoli-identiteetin lisäksi myös sosiaalista asemaa. Esimerkiksi 1500-luvun Euroopassa vaatteilla koreilu erotti yläluokan miehet rahvaasta, kun taas koristautuminen erotti dandyt muista yläluokan miehistä. Porvariston nousun myötä varakkaat miehet alkoivat käyttää vaimojaan ja tyttäriään oman varallisuutensa osoittamisen paikkoina.<sup>119</sup> Säädynmukainen pukeutuminen on muodostanut keskeisen osan siinä koodistossa, miten yksilö on ilmaissut arvojaan ja asemaansa. Pukeutumisella ilmaistiin uskonnollista vakaumusta ja siihen sisältyvää kritiikkiä koreilunhalua kohtaan. Esimerkiksi Paavo Ruotsalainen kehotti silkin ja muiden kalliiden kankaiden välttämistä, koska ne olivat talonpoikaisväestölle sopimattomia. Pukeutuminen tarjosi monia mahdollisuuksia rikkoa säätyrajoja ja siihen saattoi liittyä toiveita sosiaalisesta noususta.<sup>120</sup> Historiallisina aikakausina sukupuolittavien koodin noudattaminen ja rakentaminen on ollut keskeistä.

---

<sup>117</sup> Kaiser 1998, 60–61.

<sup>118</sup> Jokinen 2001, 191.

<sup>119</sup> Jokinen 2001, 192.

<sup>120</sup> Ollila 2010, 109.

Miehiin kohdistuu yhä enemmän erilaisia odotuksia ja toivomuksia. Jokaisella aikakaudella on omat maskuliinisuuden ihanteensa, joita on vahvasti säädellyt miesten asema sääty- ja virkahierarkiassa. Miesten keikarointi on aina herättänyt huomiota. Erottautumisen keinot ovat voineet olla radikaaleja tai hyvinkin hienovaraisia. Esimerkiksi virkapukuja kohennutettiin taitavalla räätälillä tai käyttämällä kallista pukukangasta. Miehet ovat koristautuneet ja tulevat jatkossakin koristautumaan, vain koristautumisen muoto muuttuu. Ulkoisen olemuksen liiallista vaalimista on pidetty useimmiten erikoisempien miesten, homoseksuaalien ja ei-tosimiesten toimenä.<sup>121</sup> Kansanperinteessä koreilemattomuus on katsottu hyveeksi ja mies on voinut näyttää hyvältä, mutta ei sentään itseään paremmalta, kepulikonstein laitetulta. Vaatteilla röyhistelevä mies on reilu, eikä rehellinen. Miehen elämässä on katsottu olevan vaatteita tärkeämpiä realiteetteja ja ulkonäöstä huolehtiminen on kuulunut joutavanpäiväisyyden maailmaan.<sup>122</sup>

Miestenvaatteisiin liittyy miehiin kohdistuvia yhteiskunnallisia merkityksiä. Esimerkiksi musta puku ja univormut symboloivat valtaa, kun taas työmiehen asu symboloi voimaa. Naisten asuihin liittyy heikkouden, avuttomuuden ja koristautumisen merkityksiä. Mies, joka pukeutuu naiseksi, luopuu vallasta. Nainen pukeutuessaan mieheksi astuu vallan piiriin.<sup>123</sup> Vaatteiden jakautuminen kahteen kategoriaan kertoo hallitsevasta tavasta määrittellä sukupuolet toistensa avulla poissulkeviksi ja täydentäviksi. Se, mikä on miehille ominaista, ei voi olla naisille ominaista. Sukupuoliero perustuu hierarkialle, jonka ero määrittää ihmisiä. Miehen on pukeuduttava miehille ominaisesti, tai muuten hänen miehisyytensä kyseenalaistuu.<sup>124</sup> Ollakseen mies tulee miehen myös näyttää sellaiselta vaatteita myöten. Ruumiin ja pukeutumisen tyyli ei vain ilmaise, vaan on myös tietynlaista maskuliinisuutta. Pukeutumisen tyylierot edustavat miehenä olemisen eroja, eivät vain erottautumista naiseuksista vaan myös eri tyylejä edustavista mie-

---

<sup>121</sup> Ollila 2010, 110; Wellig 1999, 5–8.

<sup>122</sup> Hänninen 1996, 100–101.

<sup>123</sup> Jokinen 2001, 196.

<sup>124</sup> Jokinen 2001, 196–197.

heyksistä.<sup>125</sup> Se, mitä pidetään hyvännäköisenä, seksikkäänä tai maskuliinisena riippuu aikakaudesta.

Vaatteiden tyyli, kehon kunnossapito ja erilaiset elämäntyyliä kuvaavat miesten identiteettiään miehenä ja sitä, keitä he miehinä ovat. 1900-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa miehet ovat ryhtyneet yhä enenevässä määrin kiinnittämään huomiota ulkonäköönsä. Miehisyyttä on voitu osittain määrittää heidän kulutustottumusten perusteella. 1980- ja 1990-luvuilla rahan käyttö on määrittänyt sitä, kuinka mies on rakentanut ja ylläpitänyt identiteettiään miehenä.<sup>126</sup> Aktiivisena, rakennettuna, yksilöllisenä, sosiaalisesti merkityksellisenä sekä loputtomiin tuottava ja ostettavana muoti tarjoaa nopean, helpon ja kohtuullisen halvan tavan muuttaa itsensä esittämistä.

#### 4.1.1. Miestenvaatteiden historiaa

Maskuliinisuuden ja miestenvaatteiden ihanteet vaihtelevat ajallisesti ja paikallisesti. Demonstroin tämän historiallisen selostuksen avulla sitä, kuinka miestenvaatteet eivät ole aina olleet viktoriaanisen jäykkiä ja tylsiä, vaan että myös miestenmuotiin liittyy kiinnostavia ja koristeellisia aspekteja. Keskiajalla tavalliset miehet pukeutuivat usein villaisiin ja väreiltään luonnonläheisiin asukokonaisuuksiin, jotka muodostuivat usein tunikasta, turkiskoristeisesta viitasta, paidasta ja sukkahousuista. Leikkaukset olivat yksinkertaisia ja siluetti varsin luonnollinen, vaikka olkapäitä korostettiin toppauksilla. Asusteina miehet käyttivät isohkoa pehmeää hattua ja yksinkertaisia, matalia kenkiä. Miesten parta oli ajateltu ja melko pitkissä hiuksissa oli suora leikkaus. Kuten tavallista, kuninkaiden ja aatelisten tyyli erosi suuresti tavallisen kansan pukeutumisesta. Miesten vaatteet olivat koristeellisia ja värikästä silkkiä tuotiin vaatteiden materiaaliksi Espanjasta. Maskuliinisuuden korostamiseen käytettiin kalukukkaroa. Hiukset olivat täyteläiset, mutta eivät liian pitkät ja leuassa kasvoi lyhyt pukinparta. Barokin aikakauteen siirryttäessä kaulukset kasvoivat, hiukset pitenivät ja kihartuivat ja vaatteista tuli entistäkin koristeellisempia. Asusteina käytettiin pitkiä

---

<sup>125</sup> Hänninen 1996, 96–98.

<sup>126</sup> Edwards 1997, 132–135.

hansikkaita, polvipituisia saappaita, samettista viittaa ja koko komeuden kruunasivat kova höyhenillä koristeltu hattu, pienet viikset ja parta.<sup>127</sup>

1600-luvun lopulla Ranskan kuninkaan hovissa vaatteet valmistettiin hienoimmista silkeistä, sameteista ja pitsistä. Takit koristeltiin värikkään kontrastisilla silkkinauhoilla ja silkkisukat, ja kengät olivat koristeellisia. Muhkea kolmikolkkahattu oli yleinen näky ylhäisön keskuudessa, joiden huoneissa tuoksuivat mitä erilaisimmat hajusteet. Miehet koristelivat kasvonsa valkoisella puuterilla ja kauneuspilkuilla naisten tapaan. 1800-luvulla aateliset miehet siirtyivät käyttämään vaatteita, joiden leikkaus oli yksinkertainen ja värit neutraaleja. Materiaalit olivat pehmeitä ja siluetti hyvin tyköistuva. Päällystakin tummansininen väri toimi hyvin liivin valkoisen värin vastaparina jolloin kapea vyötärö pääsi oikeuksiinsa.<sup>128</sup> 1800-luvun puolivälissä miehet suosivat tyköistuvia pukuja, jotka korostivat vartalon muotoja. Housut olivat mahdollisimmat piukat ja myötäilivät jalkojen muotoja. Irtopohkeet ja rintakehää kohottavat toppaukset eivät olleet poikkeus. Frakkitakki istui tiukasti ja miesten kerrottiin käyttävän jopa kureliivejä ampiaismaisen vyötärön luomiseksi. Tämän miehekkään kokonaisuuden kruunasivat kravatti, musta silinterihattu, kävelykeppi, hansikkaat ja pitkät hiukset.<sup>129</sup> Varakkaat virkamiehet näyttivät esimerkkiä kuinka maskuliinisuutta tuli korostaa ja ilmaista.

Miesten pukeutuminen ei ole aina ollut viktoriaanisen rajoitettua ja yksinkertaista. 1780-luvulla dandyt<sup>130</sup> olivat joka suhteessa koristautuneita miehiä ja 1810-luvulla jopa aikakautensa muodikkaimpia. Dandyn ominaisuuksiin kuului luovuus ja huolellisuus. Miehen arvo määräytyi hänen kravattinsa laadusta ja sidonnasta. Ensimmäinen kuuluisa dandy Beau Brummel poimi taidokkaasti muodista sen keskeisimmät ominaisuudet ja kehitti ne täydellisyyteen.<sup>131</sup> Dandyt elivät ulospäin muita ihmisiä varten. Muiden pukeutuessa elääkseen, dandyt elivät pukeutuakseen. Dandyismi oli eräänlaista itse-

---

<sup>127</sup> Edwards 1997, 12–14.

<sup>128</sup> Edwards 1997, 12–14.

<sup>129</sup> Ollila 2010, 110; Edwards 1997, 12–14.

<sup>130</sup> Dandy-sana juontaa juurensa 1500-luvun englanninkielisistä nimityksistä *jack-a-dandy* tai *dandiprat*, jotka viittaavat pojanräpäleeseen, joka luulee itsestään liikoja. (Wellig 1999, 9.)

<sup>131</sup> Wellig 1999, 14–15.

palvontaa itsekurin kautta. Viktoriaanisella ajalla dandyismin korvasivat keski-luokkaisen herrasmiehen ominaisuudet naisten puolustajana ja taistelijana epäoikeudenmukaisuutta vastaan.<sup>132</sup> Dandy muuttui paheelliseksi turhamaisuuden arkkityypiksi.

Dandyismi kehittyi pukeutumistyylistä elämänsenteeksi ja toimi kannanottona porvarillisuutta vastaan<sup>133</sup>. Englantilaisen esteettisen liikkeen yksi kuuluisimmista kannattajista oli kirjailija Oscar Wilde. 1800-luvun puolivälin jälkeen näitä koristeellisia miehiä alettiin pitää seksuaalisesti epäilyttävinä. 1870-luvun naisemansipaation myötä miehet kokivat roolinsa uhatuiksi ja viha kohdistui suffragettien lisäksi dandyismiä kohtaan. Dandyt nähtiin perversseinä poikkeamina perusmiehisyydestä. Miehet, jotka pelkäsivät omia naisellisia piirteitään, vihasivat niitä myös toisissa miehissä. Miehisyydestä ja maskuliinisuudesta alkoi muodostua jotain, mikä ei ollut enää itsestään selvää, vaan vaati todistelua. Miesten turhamaisuus nähtiin merkkinä poikkeavuudesta. Dandyt joutuivat epäilyksen alaisiksi, heitä pyrittiin ”normalisoimaan” ja he joutuivat todistamaan miehisyyttään eri tavoin.<sup>134</sup> Miehin turhamaisuus oli sallittua enää vain yksittäisten muotiesikuvien ja populaarikulttuurin edustajille. Joutilaisuuden kulttuurin korvasi keskiluokkainen työn eetos, jossa ihminen erottui joukosta pukeutumisen sijaan puoluetoiminnan ja puhujapöytätoiminnan avulla.

1900-luvulla mustien viktoriaanisten vaatteiden ja silinterin käyttö yleistyi. Kolmi-osainen puku oli ensimmäinen askel kohti uutta maskuliinista tyyliä. Ulkona käytettiin päällystakkia ja kävelykeppiä. Valkoinen väri oli sallittu vain juhlallisissa iltavaatteissa. Etiketti salli lyhyen hiustyylin ja pienet viikset. Solmiot muuttuivat yhä kapeammiksi, kaulukset tärkättiin ja vaatet materiaalit muuttuivat entisaikoihin verrattuna huonolaatuisemmiksi.<sup>135</sup> 1800-luvun lopulla ja 1900-luvulla alussa muun muassa Edward ja Edward III pyrkivät uudistamaan miestenmuotia vapauttamalla sen viktoriaanisen ajan kaavamaisuudesta. 1920-luvulla tultaessa mies olikin kaunistettu, paheellinen, itsekäs ja tuhlassa rahaa kalliisiin vaatteisiin, silkkipyjamoihin ja alkoholiin. Dandyismi virkosi

---

<sup>132</sup> Wellig 1999, 28–29, 31, 34.

<sup>133</sup> Wellig 1999, 48.

<sup>134</sup> Wellig 1999, 50, 52.

<sup>135</sup> Edwards 1997, 12–14.



hetkeksi nuoren polven älymystön ilmapiirissä, jossa sukupuoliroolit hämärtyivät ja jopa poikarakkaus oli sallittua. 1920-luvun jazz-poika oli lapsettoman huoleton ja hänen vaatteidensa siluetti oli suoravartinen, takkien hartiat leveästi topattuja ja vyötärö korkea ja kapea. 1920-luvun tyyliä leimasi tanssi, imukkeet ja yritys vapauttaa mies viktoriaanisen perusmiehen roolista.<sup>136</sup>

1930-luvulle tultaessa sodanjälkeisen Euroopan ilmapiiri muuttui kyyniseksi. Yhteiskunnalliset levottomuudet ja lama vaativat ihmisiltä vastuuntuntoista elämää ja sukupuolirooleissa pitäytymistä. Vuoden 1929 pörssiromahduksen jälkeen hilpeys kuihtui ja työttömyys ja rikollisuus kasvoivat. Ennakkoluulot erilaisia kansoja, perinteitä ja ihmistyyppejä kohtaan lisääntyivät ja luonnontiede auktoriteettina lietsoi rotuoppia ja syrjintää. Yleisiksi arvoiksi nousivat luotettavuus ja normaalius. Viktoriaanisen ajan mieskäsitys palasi ja turhamaisuudesta tuli miehessä poikkeavuuteen yhdistetty piirre. Miehet luopuivat keinotekoisesta itse-ehostuksesta ja muodista. Vaatteiden siluetti leveni ja suoristui. Luonnollisen mieheyden ihannetta edusti elokuvamaailmasta tuttu Tarzan.<sup>137</sup> Miesten turhamaisuus ei täysin painunut unholaan, vaan se näyttäytyi elokuvateollisuudessa Hollywood-tähtien imagotehtailuna, ihailijakuvina, historiallisina pukuleikkeinä ja Erroll Flynnin kaltaisina seikkailevina miessankareina. 1940-luvun sotainto loi sankareita lentäjä-ässistä, karjapaimenista ja etsivistä. Vuosikymmenen ihanteena oli aikuinen mies, joka täytti velvollisuutensa. Nuoret miehet viiksihapsuineen yrittivät näyttää aikuisilta niin varhain kuin mahdollista. Miesideaali oli karun vähänpuheinen eikä klassisen komea. Leveäharteinen ja -lahkeinen miestenpuku muuttui niukaksi ja kapeaharteiseksi sota-ajan materiaalipulan vuoksi. Kangasta säästettiin kaikessa missä pystyttiin, ja vaatteilla ja asusteilla koreileminen osoitti epäisänmaallisuutta. Takkien napitus oli pakostakin yksirivinen ja housunlahkeet käänteettömiä.<sup>138</sup>

1950-luvulla toisen maailmansodan jälkeen syntyvyys kasvoi ja teini-ikäisiä oli enemmän kuin koskaan. Yhdysvallat nousi elokuvillaan ja rock-musiikillaan kulttuuri-

---

<sup>136</sup> Wellig 1999, 52, 57.

<sup>137</sup> Wellig 1999, 58–59.

<sup>138</sup> Wellig 1999, 60–61.

teollisuuden kärkeen. Denimistä tuli nuoren polven kapinan symboli ja haavoittuvaisia ja uhmakkaita nuoria nähtiin valkokankaalla repeytyneissä farkuissa ja hikisessä t-paidassa, jotka uhkuivat seksuaalisuutta ja maskuliinisuutta. Aidot ”nuoret kapinaliset” käyttivät punaista nailontakkia, farkkuja ja valkoista t-paitaa.<sup>139</sup> 1960-luvulla nuortenmuoti löi lopullisesti läpi. Kun Lontoon Carnaby Streetistä tuli nuorisotyylien keskus, myös miehistä tuli design-muodin kohderyhmä. The Beatles-yhtyeen jäsenet edustivat kilttiä poikamaista tyyliä pastellinvärisine ja kauluksettomine kokopukuineen, valkoisine kauluspaitoineen, solmioineen ja mataline saappaineen. Hiukset leikattiin androgyynisesti niskasta lyhyiksi ja otsalta tuuheiksi, aivan kuten elokuvatähti Audrey Hepburnilla. Rokkarit Mick Jagger ja Jimi Hendrix edustivat täysin vastakkaista ”liekehtivää” pukeutumistyyliä. *The Peacock Revolutionin* esikuvat pukeutuivat turkiskoristeisiin, kukikkaisiin ja röyhelöisiin vaatteisiin. Nahkatakkit, silkkipaidat, hihaaröyhelöt ja turkispäärmeet hankittiin usein second hand-liikkeistä. Naisellista vaikutelmaa luotiin pitkillä hiuksilla ja koristeellisilla koruilla. *The Peacock Revolutionia* on luonnehdittu jopa dandyismin uudeksi tulemiseksi, vaikka todellinen dandy ei olisi ikinä esiintynyt kierrätysvaatteissa tai takki auki repsottaen.<sup>140</sup> Nämä naismaiset ja androgyynit tyyliä toimivat erotuksena sodanjälkeiselle perusmaskuliinisuudelle. Turhamaisuuden legitimointi mursi perinteisiä käsityksiä maskuliinisuudesta ja miehiisyydestä.

1970-luvulla muodin valtasi androgyyni mies ja sukupuoliuuden ihanne. Tavallinen kokopartainen kadunmies tosin pukeutui vakosamettipukuun, mutta rock-tähdet kuten David Bowie ja Freddie Mercury loistivat ihonmyötäisissä ja provokatiivisissa show-vaatteissaan. Sekä miehet että naiset jäljittelivät omaperäistä tyyliä raskaine ehostuksineen. Sukupuolta pidettiin toissijaisena, sillä vahva meikki ja ehostus koettiin eksoottiseksi ja eroottiseksi. 1970-luvun alakulttuuri punk toi katukuvaan täysin erilaisen unisex-tyylin, johon kuuluivat revityt farkut, hakaneulat, nahkatakki ja värikäs irokeesi.<sup>141</sup>

---

<sup>139</sup> Wellig 1999, 61–63.

<sup>140</sup> Wellig 1999, 65, 67–68.

<sup>141</sup> Wellig 1999, 68–69; Edwards 1997, 12–14.

1980-luvulla toisen feministisen aallon seurauksena mies ja maskuliinisuuden määritteet joutuivat erityisen hyökkäyksen kohteeksi. Syntyi uusi maskuliinisuuden muoto, jonka mies oli välittävämpi, hoivaavampi, herkempi tai vaihtoehtoisesti narsistisempi, passiivisempi ja sisäänpäin kääntynyt. Mediakuvat ihannoivat nuorta, valkoista, erityisen lihaksikasta, vahvaleukaista, siististi ajeltua, tervettä, urheilullista, menestyksestä, viriiliä ja seksikästä miestä. Edwardsin analyysissä 1980-luvun Englannissa oli havaittavissa kaksi keskeistä maskuliinisuuden kuvaa. *The corporate power* -tyylin viralliset puvut korostivat maskuliinisuutta ja fyysistä muotoa. Puku oli tumma, leveästi leikattu ja kaksoisrivilinapitettu. Vaatetus henki johtoasemaa ja tavoitteellisuutta, joita korostettiin erityisillä Oxford-kävelykengillä, salkulla, Filofax-kansiolla, puhelimella ja nopealla autolla. Vastakkainen *outdoor casual* -tyyli koostui sen sijaan t-paidasta, farkuista ja nahkavaatteista. Ulkona koneiden kanssa työskentelevät miehet olivat lihaksikkaita ja työväenluokkaisia. Tällainen dualistinen jako heijastui luokkajakona, mutta todellisuudessa sekä muotitietoinen työväenluokka että keskiluokkainen mies pukeutuivat pukuihin ja farkkuihin. Seksikäs pukutyylit oli varsin suosittu työväenluokan keskuudessa, josta miehet halusivat nopeasti ponnistaa bisnesmaailman huipulle. 1980-luvulta alkunsa saanut juppi-ilmion tarjoama power-tyyli henki uudenlaista seksuaalista maskuliinisuuden kuvastoa. Uusi elämäntyyli värikkäine solmioineen toi jotain uutta ja mielenkiintoista aiemmin tylsänä ja konservatiivisena miestenvaatteena pidettyyn pukuun. Muodin merkitys korostui osana elämäntapaa ja omaa persoonaa.<sup>142</sup> Yhteiskunta palasi kuitenkin perinteisiin maskuliinisiin arvoihin korostaessaan rahan, työn ja menestyksen merkitystä.

Perusmiehen linja on koko 1900-luvun ajan ollut suuren yleisön ihailema maskuliinisuuden tyyppi, joka luo turvallisuuden tunnetta. Miehen turhamaisuus saa olla maskuliinista itsetehostusta, mutta ei keikarointia tai koristeellisuutta. Miestenvaatetrendeissä vallitsevat usein pidättely ja epäröinti. Vaihtelunhaluinen kohderyhmä on yleensä kovin pieni suuren yleisön turvautuessa klassiseen ja turvalliseen muotiin. Yleiset ennakkoluulot vetävät muotia ja meistä konservatiivisempaan suuntaan, kun taas muodin ammattilaiset turhamaisempaan suuntaan. Muodin vaihtelun voimavarat ovat usein

---

<sup>142</sup> Edwards 1997, 39, 41–42

vähäisiä ja näkyvät pieninä muutoksina puvun rakenteessa ja kausiväreissä, solmio-  
malleissa sekä liivien ja kaulaliinujen käytössä.<sup>143</sup> Miestenvaatteiden ja -muodin muut-  
tuminen on perinteisesti ja historiallisesti hidasta sekä riippuvaista ajasta ja paikasta  
sekä miesten ja maskuliinisuuden ihanteista.

Miesten muodin muuttuminen 1980-luvulla viittaa laajempaan historialliseen kehi-  
tykseen: kulutusyhteiskuntaan ja kulttuurin medioitumiseen. Miesnarsismi on lisään-  
tynyt ja miehet saatetaan nähdä jopa naisten kaltaisina objekteina. Miehet harrastavat  
itsetarkkailua ja kulutuksesta on tullut hyväksytyt osa miesten vapaa-ajanviettoa. 1980-  
ja 1990-luvuilla kulutus toimi symbolina menestykselliselle elämälle. Feminismi on  
asettanut kritiikkiä feminiinisyttä ja muotia kohtaan, ja homomiesten tehtäväksi on  
noussut kritiikin asettaminen maskuliinisuutta ja miestenmuotia kohtaan.<sup>144</sup> Muutosta  
epäviralliseen, vapaa-aikaiseen, jopa koristeelliseen ja kokeilevaan pukeutumiseen on  
ollut havaittavissa 2000-luvun alusta lähtien. Pukeutumista ohjaa helppokäyttöisyys,  
mukavuudenhalu, persoonallisuuden tavoittelu, uudenlaiset kulutustottumukset ja  
vihreät arvot.

## 5. Maskuliinisuuden representaatioita

Kulttuurintutkija Anne Ollila väittää, että sukupuoli on itse asiassa tehty katsottavaksi.  
Pukeutuminen, eleet, ilmeet ja kampaukset ovat keskeisiä osatekijöitä niiden kulttuu-  
risten merkkien rakentamisessa, joilla sukupuoli tuotetaan muiden katsottavaksi ja  
arvioitavaksi. Tyylikysymyksiin liittyy aina valtakamppailuja, jotka tulevat esille silloin,  
kun sukupuolikoodeja hämärretään, muutetaan tai kyseenalaistetaan. Kyseenalaistajat  
pyritään tekemään usein naurunalaiseksi, sillä naurulla peitetään uuden tilanteen aiheut-  
tama hämmennys. Naurun avulla voidaan sivuuttaa myös kiusalliset kiistakysymykset,  
jotka paljastavat yhteiskunnallisia hierarkioita ja jännitteitä. Vaihtoehtojen kieltäminen  
ja kiistäminen on yksi strategia, kun halutaan vaientaa tai vähätellä yhteiskunnallista  
keskustelua.<sup>145</sup>

---

<sup>143</sup> Wellig 1999, 71; Edwards 1997, 15–16.

<sup>144</sup> Edwards 1997, 16–17, 54, 73, 76, 107–108.

<sup>145</sup> Ollila 2010, 115, 117.

Perinteinen sukupuoli-jako tehdään miehiin ja naisiin. Tällainen vastakkainasettelu on erittäin tyypillistä länsimaiselle kulttuurille. Mies ja nainen toimivat niin sanottuina perusvastakohtina, historiallisesti kirjoitettuna hierarkiana, jota feministinen ajattelu pyrkii purkamaan. Naiset yhdistetään helposti luontoon, tunteenomaisuuteen, ruumiillisuuden armoilla olemiseen ja yksityisen sfääriin. Miehet sen sijaan yhdistetään järkeen, mieleen, ruumiin hallintaan sekä julkisen alueen toimintaan.<sup>146</sup> Tämä näkyy selkeästi myös miehisyyden representaatioissa. Kauneuden normit ovat pitkään liittyneet länsimaisen ihmisen anatomiaan. Antiikin aikoina ja 1500-luvulta 1800-luvun alkuun miesruumis ja sen representaatiot toimivat ihmisyyden ja kauneuden ihanteina. Niillä ilmenettiin harmoniaa, valtaa, voimaa, auktoriteettia ja tilan hallintaa. 1700-luvulla ja 1800-luvun alussa mieskauneuteen liittyi sekä maskuliinisia että feminiinisiä piirteitä. Eurooppalainen visuaalinen kulttuuri kuitenkin muuttui, kun paljaan miesruumiin kuvat ”vedettiin pois” dominoivasta kuvastosta ja porvarillisen kulttuurin suosima naisruumis astui tilalle. Naiskauneus ja naisten muodikkaus olivat 1800-luvulla aviomiesten ja isien etu ja ansio, joka toimi merkinä vauraudesta ja luokka-asemasta.<sup>147</sup> Myös pukeutumiskulttuuri muuttui sukupuolieron korostamisen suuntaan ja miesten muoti hylkäsi koristautumisen.

Miesmaskuliinisuuden ihanteet ovat osittain samoja kuin naisfeminiinisuuden: nuoruus, täydellisyyden lähestymisen vaatimus ja seksuaalinen houkuttelevuus. Miehillä ihanteisiin kuuluu lisäksi sukupuolittunut komeus, siisteys sekä selvästi havaittavissa oleva lihaksisuus. 1990-luvulla miesihanne muuttui huolitellusta ja soukemmasta miestyypistä ultramaskuliiniseen soturiin, jonka olemuksessa atleettisuus oli dominoiva tekijä. Lihaksista tuli normatiivisen maskuliinisuuden keskeisin merkki ja kasvopiirteet olivat voimakkaita ja leuka kulmikas.<sup>148</sup> Havaintojeni perusteella maskuliinisuuden ihanne on saanut nyt 2000-luvun alussa uusia muotoja. Muoti- ja vaatemaailman mainoksissa on ryhdytty suosimaan enemmän 1700-luvulle tyypillistä kaunista, nuoruuskaismaista ja paikoitellen androgyynia tai jopa feminiinistä maskuliinisuutta. Myös

---

<sup>146</sup> Rossi 2003, 32–33.

<sup>147</sup> Rossi 2003, 34–35.

<sup>148</sup> Rossi 2003, 43.

pukeutumisessa on siirrytty lähemmäksi The Peacock Revolutionin värikkyyttä ja monipuolisuutta. Televisiomainonnan miehet ovat sen sijaan edelleen raamikkaita. Todellinen miehekäs maskuliinisuus yhdistetään vieläkin toiminnallisuuteen, lihaksiin ja heteroseksuaalisuuteen.

Postmoderni kulttuuri välittyy suurimmaksi osaksi visuaalisten esitysten kautta. Visuaalisen media reagoi kuluttajien reaktioihin nopeasti ja representaatiot ovat ennen kaikkea poliittisia. Ne tarjoavat tietoa ympäröivästä maailmasta, heijastavat ja tuottavat todellisuutta. Totuus naisista, miehistä, feminiinisydestä ja maskuliinisuudesta syntyy tuottavan vallan monimutkaisissa ja ristiriitaisissa mekanismeissa. Ne ovat materialisoituneet erilaisiin käytäntöihin ja institutionalisoiutuihin puhetapoihin.<sup>149</sup> Visuaalisen kulttuurin tutkija Annamari Vänskä korostaa ihmisten elävän speaktaakkelin yhteiskunnassa, jossa kuvat tuottavat todellisuutta ja ihmisten suhteet ovat kuvien välittämiä. Tällaisessa maailmassa eletty todellisuus muuttuu representaatioksi, esitykseksi. 1900-luvun alussa visuaalisten esitysten määrä on kasvanut räjähdysmäisesti ja kuvallisuus on tänä päivänä suuri osa arkea (esim. lehtikuvat, elokuvat, mainonta, valokuvat, tv-ohjelmat, videot, internet, kuvapuhelimet jne.). Kuvat, kuten kaikki tieto yleensä, tuottavat diskursiivisia muodostelmia, jotka tuottavat ja muokkaavat todellisuuskäsityksiämme. Niissä heijastuvat erilaiset arvot ja asenteet, se mikä on tavoittelemisen arvoista ja hyvää. Kuvissa vallitsevat säännönmukaiset ihanteet tuottavat normatiivisia merkityksiä esimerkiksi maskuliinisuudesta. Kukin aikakausi käsitteellistää näkymistä ja katsomista eri tavoin ja kaikissa kuvien tulkinnoissa on mukana Foucault'n mukaisesti niiden aikaisemmat tulkinnat ja merkitykset.<sup>150</sup>

Visuaalisen kulttuurin muodot ovat tulkittavissa teksteinä, joissa korostuu merkkien symbolimerkitys. Merkitykset muodostuvat sidoksissa yhteisöllisyyteen, jolloin myös katsoja toimii merkitysten muotoilijana. Kuten jo aikaisemmin korostin, analyysit tehdään tietyssä kontekstissa ja järjestyksessä. Katsoja tutkii millaisia paradigmaattisia valintoja tekstissä on tehty ja miten esittäviä merkkejä on valittu.<sup>151</sup> Kuvien

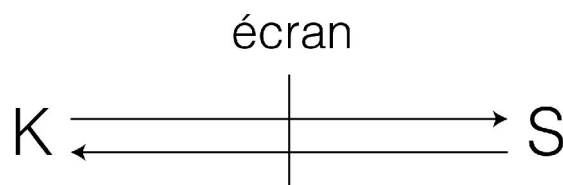
---

<sup>149</sup> Vänskä 2006, 31, 33.

<sup>150</sup> Vänskä 2006, 12–13, 15, 19–21.

<sup>151</sup> Rossi 2003, 14–15, 17.

merkitysprosessin muodostumiseen vaikuttaa katsojan henkilökohtainen ja sosiaalinen historia. Visuaalista lukutaitoa ei voidakaan analysoida vain kuvan katsojan ja katsomisen kohteen välisenä suhteena. Jokainen ihminen osallistuu erilaisiin visuaalisiin järjestyksiin ja kuvia katsoessaan hän katsoo niitä aina osana laajempaa visuaalista järjestystä. Se osaltaan määrittelee sen, mitä katsoja lopulta kuvassa näkee. Psykoanalyttikko Jacques Lacan korostaa *écranin* merkitystä katsomisen välityksen paikkana, joka tarjoaa katsojalle niiden kuvien joukon, joihin ihminen tuntee halua identifioitua.<sup>152</sup> Écran sisältää kulttuurin visuaalisen koodiston (Kuvio 4.). Analysoidessani kuvia katson niitä aina tietyn kulttuurisen koodiston läpi, joka vaikuttaa tulkintani lopputulokseen.



Kuvio 4. Lacanin vuorovaikutteinen katsekäsitys, jossa katseen ja subjektin ohella toimii myös kolmas välittäjä, écran. (Seppänen 2004, 122, 126)

Elokuvateoreetikko Kaja Silvermanin *screen* on hyvin lähellä Lacanin *écranin* käsitettä. Se kuvaa sosiohistoriallisesti mahdollisten ja ymmärrettävien olevien kuvien valikoimaa, visuaalista kuvarepertuaaria, jonka läpi kuvia katsotaan. Ei siis olekaan olemassa yhtään katsomisen hetkeä, johon ei vaikuttaisi ihmisen subjektiivisuus, suhde kulttuuriin ja aikaisempiin kuvallisiin representaatioihin. Silvermanin *gaze* sen sijaan vastaa kaikkialla läsnä olevaa persoonatonta katsetta, jonka ihmiset olettavat kohdistuvan heihin ja jonka katsottavaksi ihmiset astuvat. Gaze edustaa tapaa, jolla maailma koetaan ja miten subjekti kokee oman näkyvyytensä.<sup>153</sup> Tällaisen kasteen ruumiillistumaa edustaa esimerkiksi valokuvakamera.

<sup>152</sup> Seppänen 2004, 122, 126.

<sup>153</sup> Rossi 2003, 21; Silverman 1996, 133–135, 195–197.

Postmodernille yhteiskunnalle on tyypillistä miesruumiin seksualisoimisen lisääntyminen. Ruumiillisen työn vähentyessä ruumista voidaan alkaa pitää muotoiltavissa olevana identiteettiprojektina, jota kaupallistuminen, tuotteistaminen ja visuaalisen kulttuurin pornoistuminen rohkaisevat. Erotisoivat mieskuvat ovat silti harvinaisempia kuin vastaavat naisrepresentaatiot. Uudet tavat estetisoida maskuliinisuutta murtavat kuitenkin perinteistä ruumiinkulttuurin sukupuolittuneisuutta.<sup>154</sup> Katsomista pidetään usein miehisenä vallankäyttönä, sillä katseen kohteena oleminen tulkitaan naiselliseksi alistumiseksi. Feministinen kritiikki pyrkii purkamaan tätä dikotomista ajattelutapaa, joka toimii edelleen lähtöajatuksena valtavirtaisessa populaarikulttuurissa. Naisten ja homoseksuaalisten miesten yhteiskunnallisen aseman kehittymisen myötä seksuaalisesti virittyneissä miesruumiin representaatioissa on nykyään läsnä myös potentiaalinen homoeroottinen halu.<sup>155</sup> Vaikka mieskuvat ovat entistä erotisoidumpia, miehin hegemonia toistuu niissä katseen torjunnan ja kehon toiminnallisuuden korostamisen myötä. Mieskuviissa katseelle altistuminen ei merkitse välttämättä sille alistumista. Usein miesmallit katsovat sivulle tai ylös, jolloin katse vihjaa, että malli on kiinnostunut jostain, jota katsoja ei näe. Naismallit kääntävät katseensa alas ilmaisten siveyttä, kärsivällisyyttä ja kiinnostuksen puutetta. Ylöspäin siirtynyt miesmallin katse kertoo henkisyystä. Mies tarjoaa ruumistaan ja kasvojaan tarkasteltavaksi, mutta hänen mielensä on keskittynyt korkeampiin asioihin.<sup>156</sup> Ponnistelun ja tavoittelun avulla korostetaan miehistä toiminnallisuutta.

Lähestyn kuva-analyysini maskuliinisuuksia Sarpavaaran innoittamana viidestä eri näkökulmasta. Representatiivisen näkökulman mukaan mieheys ja maskuliinisuus eivät ole mitään essentiaalisia ja pysyviä ominaisuuksia, vaan historiallisesti ja kulttuurisesti rakentuneita, kontingenteja ja muutettavissa olevia ilmiöitä. Esimerkiksi media tuottaa vaatemainosten kautta tietynlaista maskuliinisuuden kuvaa. Toisen näkökulman minulle tarjoaa performatiivisuuden ajatus, jonka mukaan sukupuoli ja maskuliinisuus eivät ole niinkään olemista vaan tekemistä. Maskuliinisuus on performanssi, joka tapahtuu toistamalla kulttuurisesti vakiintuneita maskuliinisina pidettyjä eleitä, esimerkiksi

---

<sup>154</sup> Wickman 2006, 143–144.

<sup>155</sup> Wickman 2006, 147–149.

<sup>156</sup> Wickman 2006, 151, 157; Dyer 2002, 104–105.



pitämällä tietynlaisia miestenvaatteita. Kolmannen näkökulman mukaan maskuliinisuutta voidaan ajatella semioottisena merkkijärjestelmänä, jossa mieheyden ja naiseuden merkit viittaavat vastavuoroisesti toisiinsa ja määrittelevät näin toisensa: mieheys on sitä mitä naiseus ei ole ja toisin päin. Neljäs näkökulma perustuu Yvonne Hirdmanin sukupuolijärjestelmän käsitteeseen, jonka mukaan sukupuoli muodostuu dikotomisoinnista ja hierarkkisoinnista. Maskuliinisuus ja feminiinisyys eivät saa sekoittua keskenään maailmassa, jossa mies toimii yleisenä normina<sup>157</sup>. Erilaiset maskuliinisuudet ovat hierarkkisessa suhteessa toisiinsa nähden ja tiettyä pukeutumistapaa voidaan pitää toista maskuliinisempänä. Lopulta tarkastelen kuvia elokuvatutkija Teresa de Lauretiksens tapaan sukupuoliteknologiana, joka sukupuolta ja maskuliinisuutta representoidessaan samalla järjestää, rakentaa, uusintaa ja muovaa uudelleen käsityksiä niistä.<sup>158</sup>

Olen jakanut analysoitavat kuvat niiden aiheen ja vaatteiden perusteella neljään osioon. Ensimmäisessä osiossa tarkastelen androgyynisten vaatteiden luonnetta nykykulttuurissa. Toisessa osiossa analysoin hameen käyttöä maskuliinisessa yhteydessä. Kolmannessa osiossa pyrin kumoamaan Edwardsin ja Heiskalan väitteet vaatteet alkuperäisestä luonteesta ja tarkastelen perimaskuliinisena pidettyä pukua myös sen rakenteellisista lähtökohdista käsin. Viimeisessä osiossa keskityn miesten vapaa-ajanpukeutumiseen ja sen maskuliinisiin piirteisiin.

Analysoin kuvia Barthesin koodiston avulla. Aluksi kuvailen mitä kuvassa on, mistä se kertoo, milloin se on otettu ja missä yhteydessä kuva on ilmestynyt. Ensimmäisen, toiminnan koodin avulla kiinnitän huomion kuvan toiminnan logiikkaan ja sen mahdollisiin pyrkimyksiin ja tulokseen. Tarkastelen kuinka toiminta nivoutuu mielekkääksi kokonaisuudeksi ja millaisia prosesseja ja syy-seuraussuhteita tarinasta syntyy. Toisen, hermeneuttisen koodin avulla avaan tarinan dynamiikan rakentumista ja sen viestejä. Erittelen kuvan eri elementtejä, joiden tarkoituksena on ylläpitää kerronnallista jännitettä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi kuvan sommitelmalliset ratkaisut. Kolmas, seeminen koodi on analyysini kannalta kaikkein olennaisin. Sen

---

<sup>157</sup> Hirdman 1988, 51–52.

<sup>158</sup> Lauretis 2004, 37–40.

avulla etsin merkityksellisiä yksityiskohtia, pienimpiä kuvallisia elementtejä, joissa merkitykset alkavat. Seemejä voivat olla esimerkiksi vaatteen väri, muoto, rakenne, kehon asennot ja ilmeet. Seemien luentaa ohjaavat kulttuurinen tietämys, omat kokemukseni ja totuttujen kuvallisten käytäntöjen tuntemus. Seemien avulla tarkastelen kulttuurin yhtenäisiä, vakiintuneita ja jaettuja konnotaatiota.<sup>159</sup> Neljännen, symbolisen koodin avulla analysoin kuvan symbolirakennetta binaaristen oppositioiden eli vastakohtaparien avulla. Yleisiä oppositiopareja ovat esimerkiksi korkea/matala ja oikea/vasen. Oppositioparit ovat hierarkkisesti järjestäytyneitä siten, että toinen on hallitsevassa asemassa ja sisällyttää toisen toimintansa kentälle. Se määrittävät myös sitä, miten yksittäiset seemit ja suuremmat merkitsevät yksiköt asettuvat paikalleen kuvan symbolirakenteessa. Näiden yksiköiden yhteinen nimittäjä eli symbolinen viesti voi olla esimerkiksi kauneus, status ja muoti. Viimeisen, referenssikoodin avulla tarkastelen mihin kulttuuriin järjestelmiin kuvassa viitataan. Referenssikoodi vastaa osittain käsitettä intertekstuaalisuus, jossa kuvat rakentuvat lainauksista ja viittauksista esimerkiksi elokuvaan, tieteisiin, muotiin ja kirjallisuuteen. Tällaisilla järjestelmillä voidaan viitata myös siihen millaista tietynlaisen ihmisyyden ja maskuliinisuuden tulee olla.<sup>160</sup>

---

<sup>159</sup> Barthes 1990, 17–20; Sarpavaara 2004, 61–64.

<sup>160</sup> Barthes 1990, 17–20; Sarpavaara 2004, 68–71.

### 5.1. Androgyyniä miehisyyttä

Androgyynit, passiiviset, kauniit ja viettelevät miehet ovat aina olleet osa ideaalisen maskuliinisuuden historiaa. Taiteen kontekstissa androgyniaa on esiintynyt Kreikan ja Rooman kulttuureissa ja erityisen suosittua androgynia oli 1980-luvulla ja 1990-luvun alun länsimaisessa populaarikulttuurissa. Androgynia nähdään miesnaisena, joka sisältää toisilleen vastakkaiset ilmiöt, miehen ja naisen, maskuliinisen ja feminiinisen. Ruumiilliseen androgyniaan on aikaisemmin viitattu hermafrodiitin käsitteellä. Ideaalinen ja harmoninen androgynia merkitsee merkitysten ja kategoristen rajojen murtumista.<sup>161</sup> Se toisaalta tuottaa ja vahvistaa sukupuoli-eroa, mutta toisaalta liudentaa maskuliinisen ja feminiinisen kategorisia absoluuttisia rajoja.

Useimmiten androgyyni hahmo esitetään feminisoituneena miehenä eikä naisena, jolla on maskuliinisia piirteitä. Androgynian salattu puoli heijasteleekin länsimaisen kulttuurin homofobiaa. Koska androgynia on Vänskan mukaan maskuliinisuuden käsitteen ulkopuolella, se ei uhkaa maskuliinista kulttuuria eikä häiritse bipolaarista asetelmaa. Androgynia käsitteellistää miehen sekä katsojana että katsottavana ja tarjoaa mielle yhtymiä, jotka eivät liity perimaskuliinisena pidettyihin ominaisuuksiin kuten taisteluun, aktiivisuuteen ja voimaan.<sup>162</sup> Seuraavassa analyysissä osoitan kuinka vaatteet vaikuttavat androgyynisen kokonaisilmeen muodostumiseen ja tarjoan androgyniaa yhdeksi nykymaskuliinisuuden muodoista.

Analyysini ensimmäisen kuvan (Kuva 1.) löysin selatessani Tumblr-blogisivuston androgyniaa käsitteleviä blogeja. Vaikka muotilehdet ovat nykyään pullollaan androgyynisiä miesmalleja, heidän vaatteissaan on harvoin mitään androgyynistä. Selaillessani Androgynous-blogia Thomas Aoustetin kuva sen sijaan pisti vaatteidensa perusteella heti silmääni. Blogin pitäjä jäi minulle kuitenkin anonyymiksi eikä kuvan todellista alkuperää ja kuvaajaa löytynyt. Kuva on hyvin yksinkertainen: sen keskellä seisoo neulepaitaan ja housuihin pukeutunut nuori vaalea mies, jonka hiukset ovat hieman sotkussa. Kuva on mitä luultavimmin kuvattu 2010-luvulla, sillä se on

---

<sup>161</sup> Vänskä 2006, 93–95.

<sup>162</sup> Vänskä 2006, 99–101.

ilmestynyt blogeihin kevään 2012 aikana. Kuvan estetiikka ja kuvaustapa ovat myös nykyajalle tyypillisiä.



Kuva 1. Neulottua maskuliinisuutta(Androgynous.tumblr.com 2012)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuvan toiminta ja tarina ovat hyvin staattisia. Kuva mallikuvana pyrkii yksinkertaisesti esittelemään miesmallin piirteitä ja muuntautumiskykyä. Sommitelmallisesti mies on asettunut kuvan keskelle, mikä korostaa entisestään kuvan pysähtyneisyyttä. Miehen hiusten ja yläosan vaaleiden värien sekoittuminen vaaleanharmaaseen taustaan luo vaikutelman unenomaisesta, mutta jopa hieman tylsästä tunnelmasta. Kuvan värien yhtenäisyyttä rikkovat miehen alaosan pukimet. Hieman sivuttainen asento tuo kuvaan

kolmiulotteisuutta ja kaivattua jännitettä. Kuva ei oikeastaan kerro minkäänlaista tarinaa, miehen katse on luotu alas ikään kuin alistumisen ja peittämisen merkiksi. Kasvojen ilme on neutraali ehkä hieman harkitsevainen. Tällainen passiivinen kuvaamistapa on yleisempi naisrepresentaatioille.

Seemit

Olen koonnut jokaisesta kuvasta taulukon, jossa tarkastelen kuvan seemeistä nousevia konnotaatioita. Olen myös nimennyt jokaisen kuvan niiden teemaan sopivalla nimellä. Denotatiivisella tasolla ensimmäisessä kuvassa on pysähtynyt mies pukeutuneena löyhäneuloksiseen villapaitaan ja mustiin housuihin.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>löysä neulepaita tungettuna housujen sisälle</i>	<i>rentous, huolettomuus, siisteys</i>
<i>paidan vaalea väri</i>	<i>viattomuus, puhtaus</i>
<i>paidan löyhä neulos ja läpinäkyvyys</i>	<i>feminiinisyys, paljastaminen, seksuaalisuus</i>
<i>paidan pehmeä ja mohairinen materiaali</i>	<i>feminiinisyys, ylellisyys, koristeellisuus</i>
<i>mustat suorat housut</i>	<i>yksinkertaisuus, käytännöllisyys, vakavuus</i>
<i>punottu nahkavyö</i>	<i>koristeellisuus, 1970-luvun hippityyli</i>
<i>vaalea ja kuulas iho, pörröiset vaaleat hiukset</i>	<i>poikamaisuus, nuoruus</i>
<i>mallin laiha vartalo, pehmeät kasvonpiirteet</i>	<i>poikamaisuus, androgynisyys</i>

Taulukko 1. Neulottua maskuliinisuutta -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Neulottua maskuliinisuutta -kuva antaa selkeän androgyynisen ja jopa feminiinisen vaikutelman. Löysä neulepaita konnotoi mallillaan rentoutta, mutta materiaalivalinnat, neuloksen löyhyys ja läpinäkyvyys tuovat mukaan selkeitä feminiinisiä konnotaatioita. Ohuet mohairtyyppiset langat ovat tyypillisiä naistenvaatteissa, sillä ne ovat pehmeitä, laadukkaita ja ylellisiä. Myös paidan venepäätierakenne on yleisempi naistenvaateuksessa. Paidan vivahteikas tekstuuri ja nahkavyön punos viittaavat koristeellisuuteen, jota pidetään yleisimmin naisellisena ominaisuutena. Mustat housut tuovat asukokonaisuuteen kuitenkin maskuliinisia vivahteita niiden värin ja yksinkertaisen mallin avulla. Mallin vaalean kuulas iho, pörröiset vaaleat hiukset, laiha vartalo ja pehmeät kasvonpiirteet tekevät hänestä hyvin androgyynin ja poikamaisen. Neulepaita saa muotonsa ansiosta mallin hetkellisesti näyttämään hieman lihaksikkaammalta ja maskuliinisemmältä, mutta läpinäkyvyys sekä valuva ja pehmeä siluetti tuovat kokonaisuuteen androgyyniä tunnelmaa.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaarisina oppositiopareina voidaan pitää valkoista neulepaitaa ja mustia housuja. Kuvan rajauksen vuoksi neulepaita on hallitsevassa asemassa. Joissain yhteyksissä neuleet edelleen yhdistetään käsi- ja kotitaloustöihin, sillä neuleella on vahvoja yhteyksiä sosiaaliseen historiaan. Muotiin neuleet nousivat 1500- ja 1600-lukujen vaihteessa, jolloin neulesukkia käyttivät Elisabeth I:sen hovin aatelmiehet korostaakseen muodokkaita jalkojaan. 1900-luvun alussa urheilusta tuli porvarillisen yhteiskunnan suurta ajanvietettä ja neuleiden käyttö lisääntyi. 1970-luvulla alakulttuuri punk omaksui käyttöönsä provokatiiviset reikäneuleet, joissa oli enemmän reikiä kuin materiaalia. Neuleiden läpinäkyvyys onkin ollut muodikasta viimeisen 15 vuoden aikana, mutta niillä ei ole enää samanalaista shokeeraavaa vaikutusta kuin esimerkiksi 1970-luvulla. Läpinäkyvä neule peittää ja samalla paljastaa.<sup>163</sup> Kuvan neule saattaa viitata 1990-luvun alun grunge- ja dekonstruoituun muotiin, jolloin uuden neulegenren muodostivat kaoottisesti neulotut ja verkkomaiset neuleet. Säännöllisen neulerakenteensa ja pörröisen, kashmirmaisen lankansa takia neulepaita ei onnistu provosoimaan muuten kuin paljastamalla miesmallin poikamaisen ylävartalon.

---

<sup>163</sup> Black 2002, 8, 10, 14, 32.

Koko kuvaa hallitsee vaalea ja viaton tunnelma. Länsimaisessa kulttuurissa valkoista pidetään yleisesti puhtauden, viattomuuden ja neitsyyden symbolina. Se mielletään myös rauhalliseksi ja kevyeksi väriksi.<sup>164</sup> Kuvassa keveyden vaikutelmaa korostaa entisestään paidan ohut materiaali ja löyhä sidos. Mustaa pidetään yleisesti valkoisen vastakohtana ja myös valkoisen sisältämät arvot ovat mustalle vastakkaiset. Länsimaissa musta on ennen kaikkea suruväri ja se liitetään vakavuuteen, synkkyyteen, mutta myös sivistyneisyyteen ja tyylikkyyteen.<sup>165</sup> Tässä yhteydessä kuvan mustat housut ilmaisevät lähinnä käytännöllisyyttä. Tummat värit ovat miestenvaateissa kuitenkin vaaleita yleisempiä. Syynä tähän saattaa olla populaarikulttuurissa vallitseva ajatus naisten pienuudesta, keveydestä ja haavoittuvuudesta. Miesten oletetaan taas olevan suuria, lihaksikkaita ja voimakkaita, näin ollen tummia. Kuvan vaatteiden värit ja materiaalit saavat aikaan keveyden ja hempeyden vaikutelman, jolloin miesmallin maskuliinisuus asettuu kyseenalaiseksi. Kuva viestii symbolisesti herkkyyttä ja puhtautta, ja siinä on havaittavissa antiikille ja 1700-luvulle tyypillisiä mieskauneuden ihanteita.<sup>166</sup> Kuva voidaan liittää mallikuvien kaanoniin, jossa kuvat pääasiallisesti esittelevät mallin vartaloa, kasvonpiirteitä ja muuntautumiskykyä, valokuvien itse ollessa varsin vaatimattomia, yksinkertaisia ja mielenkiinnottomia.

Analyysini toisen kuvan (Kuva 2.) löysin selatessani samaa Androgynous-blogia. Kuva on ensimmäistä kuvaa mielenkiintoisempi. Sen varsinaista alkuperää ja kuvaajaa ei kuitenkaan löytynyt. Kuvan keskellä, puiden runkojen ja juurien päällä makaa sekalaiseen vaatekertaan pukeutunut nuori mies, malli Christian Brylle. Vaikka kuvan tunnelma henkii 1970-lukua, on se mitä luultavimmin kuvattu 2010-luvulla. Kuvan sommittelu, estetiikka ja tekniikka ovat nykyisille muotilehtikuville tyypillisiä.

---

<sup>164</sup> Hintsanen 2009c; Lurie 2000, 185.

<sup>165</sup> Hintsanen 2009a; Lurie 2000, 187–188, 192.

<sup>166</sup> ks. esim. Solomon-Godeau 1997.



Kuva 2. Menneet ajat  
(Androgynous.tumblr.com 2012)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuvan toiminta on staattista, mutta tarina on vivahteikas. Kuva editorial-lehtikuvana pyrkii mahdollisesti uudenlaisen trendin luomiseen ja saa katsojansa kiinnostumaan ja inspiroitumaan. Sommitelmallisesti mies on asettunut kuvan keskelle, hieman enemmän vasempaan laitaan. Miehen oikea käsi on nostettu silmien korkeudelle, leuka on pystyssä, vasen käsi lepää vatsan päällä ja jalat on aseteltu leveästi ympäristön sallimalla tavalla. Mies näyttää pohtivan syvällisiä asioita. Vaikka makuuasento vaikuttaa passiiviselta, ovat miehen vartalo ja jalat jännittyneitä. Karheiden runkojen ja juurien päällä makaaminen ei voi olla täysin rentoa. Leveä haara-asento ja kasvojen



pohtiva ilme tuovat kuvaan toiminnallisuutta. Ylöspäin nostettu leuka viittaa hengellisyyteen, ylpeyteen ja aktiivisuuteen. Liekö mies kaatunut juurakkoon eikä voi ylpeyttään sieltä nousta.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvassa on puiden runkojen ja juurien päällä makaava nuori mies, joka on pukeutunut silinterihattuun, pikkutakkiin, kauluspaitaan, liiviin, tummiin housuihin, mustiin saappaisiin ja jonkinlaiseen kuvioituun esiliinaan.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>musta silinteri</i>	<i>juhlavuus, herrasmiesmäisyys, maskuliinisuus</i>
<i>auki jätetty tumma pikkutakki</i>	<i>virallisuus, maskuliinisuus, rentous</i>
<i>valkoinen kauluspaita</i>	<i>virallisuus, yksinkertaisuus, käytännöllisyys</i>
<i>värikäs liivi, neulottu ja kuvioellinen "esiliina"</i>	<i>koristeellisuus, 1970-luvun hippityyli, folk, etnisyys, luonnollisuus, feminiinisyys</i>
<i>tummat housut</i>	<i>käytännöllisyys, yksinkertaisuus</i>
<i>kuvioidut nahkasaappaat</i>	<i>rempseys, kovuus, käytännöllisyys, koristeellisuus, etnisyys</i>
<i>rannerenkaat ja -korut</i>	<i>koristeellisuus, feminiinisyys</i>
<i>pitkät hiukset, kuulas iho, laiha vartalo</i>	<i>poikamaisuus, feminiinisyys</i>

Taulukko 2. Menneet ajat -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Menneet ajat -kuvan maskuliinisuus on androgyynia. Pikkutakki ja kauluspaita kuuluvat jokaisen perusmiehen vaatekaappiin ja konnotoivat maskuliinisuutta, virallisuutta, käytännöllisyyttä ja yksinkertaisuutta. Sen sijaan silinterihattu konnotoi herrasmiesmäisyyttä, vanhan ajan konservatiivista ja sivistynyttä maskuliinisuutta. Tummat housut ovat yksinkertaiset ja käytännölliset. Mielenkiintoisen asukokonaisuudesta tekevät koristeellinen liivi, rannerenkaat ja -korut, kuvioitunut saappaat sekä neulottu, kuvioitu ja ilmeisesti jonkinlaisilla jouhilla koristeltu ”esiliina” tai housuosaa. Ne konnotoivat koristeellisuutta, etnisyyttä, luonnollisuutta, feminiinisuutta ja 1970-luvun hippityyliä. Materiaaleina on käytetty luonnollista villaa, puuvillaa, nahkaa ja mahdollisesti pellavaa, jotka ovat kaikki yleisiä sekä naisten- että miestenpukeutumisessa. Kuvioitunut kengät ovat mielenkiintoiset kahdessa mielessä: ne edustavat perinteisinä mustina saappaina käytännöllisyyttä, voimaa ja maskuliinisuutta, mutta yläkäänteeseen aaltomaiset kuviot viittaavat naiselliseen koristautumiseen. Mallin kauniit kasvot, pitkät hiukset ja laiha vartalo konnotoivat poikamaisuutta ja feminiinisuutta. Ajatus siitä, että miesten hiusten tulisi aina olla lyhyet, pitäisi olla jo aikansa elänyt. Miesmallin asukokonaisuus muodostuu osittain maskuliinisista ja osittain feminiinistä vaatteista ja asusteista. Ne saavat aikaan androgyynisen tunnelman. Tällainen pukeutumistapa oli tyypillistä esimerkiksi The Peacock Revolutionin<sup>167</sup> värikkäälle, rohkealle ja mielikuvitukselliselle miespukeutujalle, jonka koristeellinen maskuliinisuus oli suuren kansan mukaan vähintäänkin arveluttavaa.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaariset oppositionarit muodostuvat perinteisistä miestenvaateista ja kuviollisista asusteista. Miehen asennon, hiusten pituuden ja asusteiden takia feminiininen ja koristeellinen puoli on hallitsevassa asemassa. Painetut ja kirjaillut romanttiset kukka-aiheet, ruudut ja raidat ovat yleisiä kansanperinteisessä kuvastossa. Niillä on koristeltu perinteisten maanviljelys-, viininviljelys-, metsästys- ja kalastustyöväestön vaatteita satoja vuosia. 1920- ja 1930-luvulla vapaamieliset naiset omaksuivat kansanperinteiset kaftaanit omaan pukeutumiseensa ja 1960-luvulla alkaneen hippiliikkeen myötä kansanperinteinen puku tuli suuren kansan suosioon. Kuviot

---

<sup>167</sup> ks. 4.1.1. Miestenvaatteiden historiaa

sekoittuivat keskenään ja oli mahdotonta sanoa, mistä mikin kuvio oli peräisin. Koristeelliset, ornamenttimaiset ja moniväriset kuviot saattoivat tulla Intiasta, Meksikosta, Amerikan alkuperäisväestöltä tai Euroopasta.<sup>168</sup> Myös kuvan neulottujen kuvioiden alkuperää on hankala sanoa, ne saattavat olla peräisin esimerkiksi slaavilaiselta alueelta. Koristeellisuuden ja utuisuuden johdosta koko kuvaa hallitsee luonnollinen, mystinen ja hippimäinen tunnelma.

Koska kuva on mustavalkoinen, voin vain esittää arvauksia värien suhteesta ja vaikutuksesta asukokonaisuuteen. Kuvaa vaikuttaisi hallitsevan maanläheinen värimaailma. ”Esiliina” on mitä luultavimmin vaaleanruskeaa villaa tai pellavaa ja siinä on värikkäitä neulekuvioita. Länsimaisessa kulttuurissa ruskeaa pidetään käytännöllisenä, luonnollisena ja maanläheisenä värinä. Vaaleanruskeaa tai beigeä pidetään kaikista väreistä neutraaleimpana ja vähiten kommunikoivana.<sup>169</sup> Juuri tästä syystä se toimiikin hyvänä pohjana kuviolliselle kankaalle. Musta silinteri ja tumma pikkutakki luovat kuvaan mielenkiintoisen konnotaation surupukeutumisesta. Takki saattaa hyvinkin olla vaikka viininpunainen, jolloin se viittaa kuoleman sijaan rakkauteen ja tunteellisuuteen.<sup>170</sup> Silinterin, pikkutakin ja etnisten vaatteiden yhdisteleminen tuo mieleen myös bolivialaisten naisten perinnepukeutumisen värikkäine huiveineen, hameineen ja knallihattuineen. Kuvan etninen asukokonaisuus koristeellisine rannerenkaineen asettaa miesmallin maskuliinisuuden nykykontekstissa hieman kyseenalaiseksi. 1970-luvulla tällainen hippityyli olisi ollut suurta huutoa. Kuva viestii symbolisesti luonnollisuutta, kauneutta, perinteitä ja aatteellisuutta. Selkeänä editorial-muotikuvana kuva on saattanut olla osa suurempaa etnisyydestä ja folkista kertovaa muotijuttua.

Analyysini viimeisen androgyniakuvan olen löytänyt Liisa Jokisen Hel-looks sivustolta. Kuva on otettu maaliskuussa 2012 Helsingin ydinkeskustassa. Kuvan mies, Benjam kertoo pitävänsä ylisuurista vaatteista ja hän rikkoo mielellään sukupuolirajoja. Mies seisoo katumuotiblogikuville tyypillisellä tavalla kuvan keskellä, näkyy kokonaan ja kuvan värit ovat kirkkaita ja selkeitä.

---

<sup>168</sup> Roojen 2010, 37–38.

<sup>169</sup> Hintsanen 2009b; Lurie 2000, 203–204.

<sup>170</sup> Hintsanen 2009a; Lurie 2000, 187, 196.



Kuva 3. Puuhka tekee miehen  
(Jokinen 2012)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuvan toiminta on pysähtynyttä, mutta tarina monipuolinen. Kuva katumuoti-blogikuvana pyrkii esittelemään mielikuvituksellista, persoonallista ja erikoisempaa pukeutumista. Miehen asento on pysähtynyt; hän selvästi poseeraa kameralle ja katsoo sitä kohti. Asennosta huolimatta miehen katse kertoo aktiivisuudesta, toiminnallisesta valppaudesta ja tarkkailusta. Miehen vasen käsi on nostettu koskettamaan puuhkaa ja toinen käsi pitelee suurta laukkaa. Miehen oikea jalka on koukistunut hieman niin, että

lantio työntyy sivulle. Asento on kaikin puolin naisellinen. Miehen ilme on lempeä, mutta hieman salamyhkäinen. Mies haluaa asennollaan ja asukokonaisuudellaan provosoida ja rikkoa totuttuja normeja, mutta tekee sen hillitysti.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvassa on nuori mies pukeutuneena pitkään tummaan päällystakkiin, korkeavartisiin vapaa-ajantossuihin ja asusteina hänellä on ruskea käsi- laukku ja turkispuuhka.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>turkispuuhka</i>	<i>ylellisyys, koristeellisuus, feminiinisyys</i>
<i>alas asti napitettu pitkä päällystakki</i>	<i>rentous, käytännöllisyys, feminiinisyys, siveellisyys</i>
<i>takin tummansininen väri</i>	<i>maskuliinisuus, univormut</i>
<i>takin olkatoppaukset, alaspäin kapeneva siluetti</i>	<i>Maskuliinisuus, power look</i>
<i>ruskea käsilaukku ja kiiltävä ruusuke</i>	<i>käytännöllisyys, koristeellisuus, feminiinisyys</i>
<i>tummat ja kuluneet vapaa-ajankengät</i>	<i>rentous, urheilullisuus, maskuliinisuus</i>
<i>nutturakampaus</i>	<i>feminiinisyys</i>
<i>parransänki, vankka ruumiinrakenne</i>	<i>maskuliinisuus</i>

Taulukko 3. Puuhka tekee miehen -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Puuhka tekee miehen -kuvan asukokonaisuus on naisellinen. Siniketusta valmistettu turkispuuhka, sininen, hieman vanhanaikainen päällystakki ja ruusukkeella koristeltu käsilaukku ovat kaikki feminiinisinä pidettyjä vaatteita ja asusteita. Niitä käyttävät tyypillisesti erityisesti keski-ikäiset ja sitä vanhemmat naiset. Miehen oman ulkonäkö ja vihreät, resuiset vapaa-ajankengät tuovat kuvaan maskuliinisia ja ristiriitaisia vaikutteita. Erityisesti parransänki konnotoi perinteistä maskuliinisuutta. Pitkistä hiuksista tehty nutturakampa on sen sijaan siisti ja täten varsin naisellinen. Resuisuus ja sekavuus liitetään usein maskuliiniseen tyyliin, sillä stereotypian mukaan tosimit ei kampa hiuksiaan eikä välitä ulkonäöstään. Tässä kuvassa hiusten pituudella ei varsinaisesti ole suurtakaan merkitystä.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaariset oppositioparit muodostuvat feminiinistä vaatteista ja asusteista sekä miehen maskuliinisesta ruumiinrakenteesta, kasvoista ja karvoituksesta. Miehen asennon ja vaatteiden vaikutuksesta feminiininen puoli on hallitsevassa asemassa. Kuvan hallitsevin asuste on siniketusta valmistettu turkispuuhka, jota tyypillisesti käyttävät keski-ikäiset, varakkaat ja tyylietoiset naiset. Turkiskaulukset ja päärmeet olivat suosittuja keskiaikaisessa ja renessanssin aikaisessa miestenpukeutumisessa. Ne toimivat statussymboleina kuninkaallisissa hoveissa.<sup>171</sup> Italialaisessa nykymiestenmuodissa turkiskaulukset eivät ole mikään poikkeus, mutta näyttävyytensä ja koristeellisuutensa takia ne yhdistetään pohjoismaissa feminiiniseen pukeutumiseen. Turkis aiheuttaa nykyään myös ristiriitaisia ajatuksia eläintensuojelusta, ympäristönsuojelusta ja eettisyydestä. Mitä suuremmalla todennäköisyydellä sinikettupuuhka on hankittu käytettynä kirpputorilta tai vintage-liikkeestä muiden vaatteiden kanssa.

Naisellisen takin siluetti on pitkä, suora ja hieman alaspäin kapeneva. Miehen leveät olkapäät korostuvat paksuilla olkatoppauksilla. Olkatoppauksia käytetään erityisesti miestenvaatteissa, mutta esimerkiksi 1980-luvulla myös naiset omaksuivat hartioista leveät jakut osana power dressing- tyyliä. Kuvan takki saattaa hyvinkin olla jonkin yrityksen 1980-luvun naistenmallistosta. Toinen hallitseva kuvan asuste on käsilaukku.

---

<sup>171</sup> ks. 4.1.1. Miestenvaatteiden historiaa

Esimerkiksi keski-ajalla vaatteissa ei ollut taskuja, joten laukkuja käyttivät sekä miehet että naiset. Niissä kuljetettiin rahaa ja henkilökohtaisia esineitä. Niiden muoto riippui käyttötarkoituksesta ja useimmiten ne kiinnitettiin vyötärölle tai vyöhön. Taskujen yleistyttyä 1500- ja 1600-luvuilla miesten laukku jäi pois käytöstä. 1800-luvulla kehittyvän junaliikenteen myötä nahkainen käsilaukku yleistyi, mutta laukut pysyivät naisten omaisuutena. Nykypäivänä miesten laukut ovat yhä hyväksytympi osa miestenmuodissa ja niiden valmistuksesta on muodostunut kasvava muotiteollisuuden haara. Laukut eivät ole vain mukavia, vaan myös käytännöllisiä. Laukuissa työasiat kulkevat siististi ja siellä voi säilyttää elektronisia vempaimia. Sanotaan, että mies laukun kanssa on entistä itsevarmempi ja maskuliinisempi.<sup>172</sup> Vaikka käsilaukkujen käyttö onkin nykyään myös miehille sallittua, ovat ne malliltaan, leikkauksiltaan ja tyylistään aina hillittyjä, yksinkertaisia, minimalistisia ja useimmiten nahkaisia. Niitä ei myöskään kutsuta suoraan käsilaukuiksi. Sinisine koristeruusukkeineen kuvan laukku muistuttaa lähinnä isoäidiltä saatua, jo maailmaa kiertänyttä esinettä, joka muun vaatetuksen yhteydessä korostaa kantajansa feminiinisiä puolia.

Vaikka kuvan yleisilme on feminiininen, myös värit vaikuttavat sen konnotaatioihin. Lähes kaikissa länsimaisissa kulttuureissa sinistä on pidetty puhtauden, terveyden ja henkisyuden värinä. Tummansininen symboloi yötä, myrskyä ja luotettavuutta, minkä takia sitä nähdään usein esimerkiksi univormuissa. Länsimaissa sininen ja punainen asetetaan usein vastakkain myös esittämään vastakkaisia arvoja, vaikka ne eivät ole vastavärejä. Sinistä on pidetty pitkään poikien värinä siinä missä punaista tyttöjen värinä. Tosin 1920-luvulle asti sininen liitettiin enemmänkin tyttöihin ja vaaleanpunainen väri poikiin. Joissain yhteyksissä sininen on keltaisen maskuliininen vastaväri.<sup>173</sup> Sininen onkin yleisimmin vaatteissa käytetty väri, jonka monet ilmoittavat myös lempiväriksi. Vaikka väreistä yritetään jatkuvasti tehdä syvyyspsykologisia tulkintoja, ne eivät koskaan ilmaise mitään absoluuttista totuutta. Historiallisesti sininen väri yhdistetään maskuliinisuuteen, mutta sinisiä vaatteita käyttävä nainen harvoin muuttuu yhtään sen maskuliinisemmäksi (riippuu toki asuvalinnasta). Kuvan feminiininen asukokonaisuus asettaa miehen maskuliinisuuden kyseenalaiseksi juuri

---

<sup>172</sup> Bags 2004, 14, 116; Londrigan 2009, 372–374.

<sup>173</sup> Hintsanen 2012; Lurie 2000, 198–199.

hänen toivomallaan tavalla. Kuva viestii hauskuutta, kokeilunhalua ja provokatiivista suhtautumista ympäröivään kulttuuriseen pukeutumiskoodistoon. Kuva katumuoti-blogikuvana tarjoaa vaihtoehtoja perinteiseen pukeutumiseen ja kuuluu jo selkeästi muodostuneeseen Hel-looks-kuvaston tyylilliseen kaanoniin.

Androgyyninen ulkonäkö takaa monille nykymiesmalleille monipuolisen ja vaihtelevan uran. Myös pukeutumisen saralla androgynia vapauttaa perinteisistä sukupuolihakleista, mutta saattaa asettaa käyttäjänsä naurun ja pilkan kohteeksi. Toisin kuin länsimaisessa kulttuurissa, joissain Aasian maissa androgyyniset ihmiset ovat yhteiskunnan arvostettu osa ja Japanissa poplaulajat hyödyntävät androgyynejä piirteitään musiikillisen uran kehittämisessä. Androgyyninen maskuliinisuus saattaa yksilön ja subjektin tasolla vapauttaa, mutta vaatetuksen yhteydessä se on vielä alistetussa ja marginaalisessa asemassa.

## *5.2. Miehet hameissa*

Vaatteet jakautuvat selkeästi kahteen kategoriaan, mikä kertoo hallitsevasta tavasta määritellä sukupuolet toistensa avulla poissulkeviksi ja täydentäviksi. Se, mikä on miehille ominaista, ei voi olla naisilla ominaista. Naisille suunnitellut vaatteet ovat usein kauniimpia, värikkäämpiä ja miellyttävämmän tuntuisia kuin miestenvaatteet. Ne myös mahdollistavat laajemman persoonallisen tyylillisen ilmaisun. Heiskalan mukaan 1900-luvun aikana naiset ovat kuitenkin onnistuneesti omaksuneet käyttöönsä miesten vaatekappaleet, mutta miesten pitää vieläkin varoa muutamia naistenvaatteita, jottei heitä asetettaisi naurunalaiseksi.<sup>174</sup> Yksi tällaisista vaatteista on hame. Seuraavassa analyysissä selvitän millaisia konnotaatioita hame tuo osana miehen asukokonaisuutta. Kuinka hameenkäyttö vaikuttaa miehen maskuliinisuuden rakentumiseen?

Analyysini neljänteen kuvaan törmäsin myös Tumblr-blogisivustolla. Sen on ottanut Swagger New York -katumuotiblogin kuvaajatiimi heinäkuussa 2011. Kuvan mies on näyttelijä Jeremy Harris matkalla Alexander McQueen -näyttelyyn. Mies seisoo katu-

---

<sup>174</sup> Jokinen 2001, 196; Heiskala 2000, 64.



muotikuville tyypillisellä tavalla kuvan keskellä, näkyy kokonaan ja kuvan värit ovat kirkkaita ja selkeitä.



Kuva 4. Tosimies pukeutuu kilttiin  
(Swagger New York 2011)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuvan toiminta on pysähtynyt, mutta vaatteiden kertoma tarina mielenkiintoinen. Miehen asento on staattinen ja rento, hän on tottunut olemaan kameran edessä ennenkin ja vaikuttaa jopa hieman tympääntyneeltä. Hän ei poseeraa kameralle, mutta katsoo

laiskasti sitä kohti. Kasvojen ilme on neutraali. Mies seisoo kuvan keskellä suorassa ja jalat harallaan, kädet ovat pikkutakin etutaskuissa. Asento on tasapainoinen, maskuliininen ja tavallinen. Pukeutumisellaan mies on halunnut simmeliläisittäin kuulua joukkoon, mutta myös erottautua siitä. Hän kunnioittaa edesmennyttä Alexander McQueenia persoonallisella asuvalinnallaan.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvassa on nuori mies pukeutuneena siniseen pikkutakkiin, vaaleaan kauluspaitaan, ruutuhameeseen, nilkkasukkiin ja kävelykenkiin. Olallaan hän kantaa kangaskassia.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>napitettu pikkutakki</i>	<i>rentous, siisteys, käytännöllisyys</i>
<i>ylhäältä napittamatta jätetty kauluspaita</i>	<i>rentous, virallisuus, käytännöllisyys, seksikkyyys</i>
<i>kilttimäinen hame</i>	<i>perinteisyys, historiallisuus, feminiinisyys</i>
<i>ylös asti vedetyt nilkkasukat</i>	<i>poikamaisuus</i>
<i>kuluneet morkkakengät</i>	<i>rentous, siisteys, käytännöllisyys</i>
<i>sininen yleisväritys</i>	<i>maskuliinisuus, univormut</i>
<i>ruskea kangaskassi</i>	<i>käytännöllisyys, rentous, ympäristöystävällisyys</i>
<i>afrokampaus, parta, hoikka ruumiinrakenne</i>	<i>leikkisyys, omaperäisyys, maskuliinisuus, poikamaisuus</i>

Taulukko 4. Tosimies pukeutuu kilttiin -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Tosimies pukeutuu kilttiin -kuvan asukokonaisuus on pääosin maskuliininen. Tummansininen pikkutakki, vaaleansininen kauluspaita, tummansiniset nilkkasukat ja vihreät mokkaengät konnotoivat varsin perinteistä maskuliinisuutta, käytännöllisyyttä ja rentoutta. Paidan aukaistut napit viittaavat lämpimään säähän tai potentiaaliseen seksuaaliseen vireeseen. Pikkutakin materiaali saa takin näyttämään rennolta ja vähemmän viralliselta. Olkatoppaukset korostavat asiaan kuuluvalla tavalla miehekkäitä olkapäitä. Ruskea kangaskassi konnotoi ympäristöystävällisiä arvoja ja käytännöllisyyttä. Kangaskassien yleistyttyä se on menettänyt osan alkuperäisestä funktiostaan eettisenä vaihtoehtona, mutta se toimii hyvin kesäisenä vaihtoehtona miesten suosimalle olkalaukulle. Miehen afrokampaus kertoo miehen leikkisästä ja poikamaisesta luonteesta, jota tasapainottamaan hän on kasvattanut maskuliinisen parran. Mielenkiintoisin vaate on kuitenkin ruudullinen, kilttimäinen hame, joka yksittäisenä vaatekappaleena ensisilmäyksellä selvästi konnotoi feminiinisyyttä. Tosimieshän ei pukeudu naisten vaatteisiin.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaariset oppositionarit muodostuvat perinteisistä miestenvaatteista ja naistenvaatteena pidetystä hameesta. Miehen asennon, tummien vaatteiden ja naamarvoituksen takia maskuliininen puoli on hallitsevassa asemassa. Miehen pikkutakki on perinteikkään tummansininen ja rennon siitä tekee perinteisemmin urheilupaidoissa materiaalina käytetty neulottu college-kangas. Kultaiset napit korostavat merihenkisyyttä ja univormukonnotaatiota. Vaaleansininen ja mitä luultavimmin ohuesta denimkankaasta valmistettu kauluspaita on nykyään yleinen näky sekä miehillä että naisilla. Denim-kankaan käyttö farkkujen sijaan myös muissa vaateyhteyksissä on nykytrendien mukaista.

Tummanruudullinen hame viittaa selvästi skottilaiseen kilttiperinteeseen. Tekstiilinä ruudullinen tartaani merkitsee monille nationalismia, perinteitä, kapinaa, romanttisuutta ja se assosioituu historiallisesti merkittäviin henkilöihin. Skotlannissa jokaisella klaanilla on oma nimikkotartaaninsa. Alun perin miesten käyttämä muinainen skottivaate koostui paidasta tai tunikasta sekä puoliympyrän muotoisesta viitasta. Asukokonaisuuden kanssa käytettiin suorina housuja. Perinteinen *fléilidh-Mor* oli kuitenkin las-

kostettu hamemainen vaatekappale, jota muokkasi englantilainen Thomas Rawlinson tullessaan Skotlantiin töiden perässä vuonna 1727. Sulatusuunien kanssa työskentelevä Rawlinson koki perinnevaatteen liian pitkäksi ja kuumaksi työkäyttöön ja päätti erottaa vaatteen laskostetun alaosan sen hankalasta yläosasta. Näin syntyi lyhyt kiltti, joka omaksuttiin nopeasti käyttöön eri klaaneissa.<sup>175</sup> Kiltti on kehittynyt ajan myötä historiallisten muotien mukaisesti ja sen ruudullisia variaatioita näkee nykyään esimerkiksi koulutyttöjen yllä monissa eri maissa. Skotteihin ja heidän kiltteihinsä on aina liittynyt myös seksuaalisia myyttejä. Jatkuvasti ihmetellään mitä skotit kilttiensä alla oikein pitävät. Kiltti assosioituu karskiin ja seksuaaliseen mahtailuun, sillä ilman sellaisia ominaisuuksia mies ei voisi pitää vaatetta, joka potentiaalisesti paljastaa kaiken. Skottilaisessa perinteessä kiltti assosioidaan lisääntymiskykyyn ja terveelliseen vapauteen. Populaarikulttuurissa kiltillä on kuitenkin maine ”miehen hameena”, ja kiltin käyttö vaatii jatkuvaa maskuliinisuuden todistamista. Kiltti nähdään jopa potentiaalisena uhkana dominoivalle sukupuolihierarkialle ja siitä revitään huumoria jatkuvasti amerikkalaisiin komedioihin.<sup>176</sup>

Yleensä naisille ominainen vaatekappale ei lopulta aseta kuvan miehen maskuliinisuutta kyseenalaiseksi. Päinvastoin maskuliinisuus korostuu erilaisen ja rohkean pukeutumisen myötä. Vaikka kiltin historiaa ei tuntuikaan, kuvan asukokonaisuus henkii väreillään kansanperinteistä maskuliinisuutta. Leveästi kellotettu hame muodostaa käytettäessä kiltille tyypillisiä laskoksia. Ruutukuviosta tulee järjestäytynyt, siisti ja jopa hieman akateeminen tunnelma. Kuva viestii persoonallisuutta, kokeilunhalua ja asenteellisuutta. Sopivaa onkin, että mies on matkalla juuri Alexander McQueenin – yhden provokatiivisimmista muotisuunnittelijoista ja tartaanin suurkuluttajista – näyttelyyn. Kuva katumuotikuvana tarjoaa Swagger New York -sivuston seuraajille inspiraatiota persoonalliseen pukeutumiseen.

Analyysini viidennen kuvan löysin alun perin Vman-lehden syksyn 2011 numerosta, joka kulki nimellä *The Archetypes Issue: An Inventory of Masculinity*. Kuva on osa The Evangelist- kuvasarjaa, jonka on kuvannut Anthony Maule. Kuvan vaatteet ovat

---

<sup>175</sup> Faiers 2008, 34, 61,

<sup>176</sup> Faiers 2008, 134–136, 143.

sellaisten yritysten käsialaa kuin Comme des garçons Homme plus, Balenciaga ja Kenzo, kaikki yrityksiä, jotka ovat tulleet tunnetuksi hieman kokeilevammasta otteestaan. Tälle editorial-kuvasarjalle tyypillisesti kuvan kohteet ovat hieman sivussa, yksityiskohdat ovat selkeitä ja värit harmonisia.



Kuva 5. Uskonmiehet hameissa (Maule 2011)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuvan toiminta on hidasta ja lähes pysähtynyttä. Kuvan ympäristö, vaatteet ja miesten rauhalliset ilmeet korostavat henkistä, harrasta ja uskonnollista tunnelmaa. Miehet

istuvat vanhan kirkon portailla pohtien syntyjä syviä kunnes heidät on keskeyttänyt innokas muotikuvaaja. Miesten asennot ovat rentoja ja he katsovat kohti kameraa. Vasemmanpuoleisen miehen kasvot ovat ilmeettömät, lähes autuaat, kun taas oikeanpuolimmainen vaikuttaa hieman epäilevältä. Miehet istuvat portailla kädet sylissä valmiina rukoilemaan. Jalat ovat miehille tyypillisesti hieman harallaan. Miesten asennot ovat rennon suoraa, harkittuja ja rauhallisia. Heillä ei ole kiire mihinkään. Miehet on kuvattu lähes keskelle kuvaa, kuitenkin painottuen vasempaan reunaan kultaisen leikkauksen mukaisesti. Sommitelma on harkittu ja taustan vertikaaliset linjat toistavat ajatusta henkisyiden läsnäolosta.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvassa on kaksi miestä, jotka istuvat rakennuksen portailla. He ovat pukeutuneet mustiin takkeihin, valkoisiin kauluspaitoihin, valkoisiin ja mustiin hameisiin, mustiin sukkiin ja mustiin kenkiin. Toisella miehistä on musta hattu ja toisella lisäksi mustat housut.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>mustat napitetut pikkutakit</i>	<i>virallisuus, uskonnollisuus, maskuliinisuus</i>
<i>takkien pystykaulukset</i>	<i>yksinkertaisuus, vaatimattomuus, minimalistisuus, taiteellisuus</i>
<i>valkoiset, ylös asti napitetut kauluspaidat</i>	<i>viattomuus, pyhyys, puhtaus, käytännöllisyys</i>
<i>lyhyet valkoiset hameet</i>	<i>työnteko, feminiinisyys</i>
<i>mustat hameet</i>	<i>voima, uskonnollisuus, pysähtyneisyys, feminiinisyys, yksinkertaisuus, käytännöllisyys</i>
<i>mustat sukat, kengät ja metallikoristeet</i>	<i>käytännöllisyys, virallisuus, rock-henkisyys</i>
<i>musta hattu</i>	<i>pyhyys, vaatimattomuus</i>
<i>kulmikkaat ja kuulaat kasvot, lyhyet hiukset</i>	<i>poikamaisuus, siisteys, yksinkertaisuus</i>

Taulukko 5. Uskonmiehet hameissa -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Uskonmiehet hameissa -kuvan konnotaatiot ovat hameista huolimatta suurimmaksi osaksi maskuliinisia. Musta yleisilme ja valkoiset kauluspaidat kuuluvat perinteiseen, yksinkertaiseen ja maskuliiniseen juhlapukeutumiseen. Ne konnotoivat siisteyttä, virallisuutta ja minimalistisuutta. Yksityiskohdat ja vaatteiden leikkaukset tekevät asukokonaisuudesta sen sijaan mielenkiintoisen. Takkien kaulukset ovat pystykauluksia, jotka konnotoivat kuvan kontekstissa vaatimatonta ja yksinkertaista elämäntapaa, joka on pyhitetty tärkeämmille asioille kuin pukeutumiselle. Leikkaukset, saumat ja vaatteiden väljyydet ovat nykypukeutumiselle tyypillisiä ja stylisti on taitavasti koonnut muotitalojen vaatteista uskonnollisen kokonaisuuden. Suora ja musta yleisilme valkoisen värin pilkahduksineen on omiaan konnotoimaan katolilaisten kirkonmiesten pukeutumisperinnettä. Metallikoristeet kenkien kärjissä tuovat asukokonaisuuksiin hieman rock-henkistä särmää.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaariset oppositioparit muodostuvat alkuoletuksen vastaisesti valkoisen ja mustan värin kontrastista. Tumma värimaailma on hallitsevassa asemassa. Vaikka miehillä on yllään hameet, eivät ne kiinnitä uskonnollisessa kontekstissa niin paljon huomiota tai haasta miesten maskuliinisuutta. Musta liitetään usein tiedostamattomuuteen ja tuntemattomaan, mutta ennen kaikkea se on suruväri. Musta on myös vaatimattomuuden symboli, sillä mustat vaatteet ovat toimineet turhamaisten vaatteiden vastakohtana. Mustiin pukeutuvia ihmisiä saatetaankin pitää joskus ilottomina. Uskonnollisessa yhteydessä mustasta tuli tärkeä väri uskonpuhdistuksen aikaan. Se sai todellisen merkityksensä edustusvärinä ja yhteiskunnallisen arvostuksen merkkinä 1600- ja 1700-lukujen taitteessa. Musta merkitsee usein sofistikoituneisuutta, tietoa, itsekuria ja vakavaa suhtautumista elämään.<sup>177</sup> Kristinuskossa valkoinen on taas hyvin selkeästi puhtauden ja viattomuuden väri ja esimerkiksi Pyhä Henki kuvataan valkoisena kyyhkysenä.<sup>178</sup> Uskonnollisessa vaatetuksessa käytetään mustan ja valkoisen lisäksi vaatimattomana ja huomaamattomana pidettyä harmaata.

---

<sup>177</sup> Hintsanen 2009a; Lurie 2000, 187–193.

<sup>178</sup> Hintsanen 2009c.

Uskonnollista vaatetusta tutkinut sosiologi William Keenan pitää uskonnollisia pukeutumiskoodeja kaikkein läpitunkevimpina ja päällekyvimpinä ruumiin kontrollin muotoina. Ne vastustavat postmodernia ajatusta yksilöllisestä pukeutumisesta ja ruumiillisesta itseilmaisusta. Kirkko liittyy toiseuden maailmaan, jossa köyhyyden, siveellisyyden ja tottelevaisuuden avulla luovutaan itsestä ja omasta ruumiillisuudesta. Uskonnolliseen pukeutumiseen kuuluu myös vahva byrokraattinen aspekti kun yhtenäisestä vaatetuksesta luodaan eräänlaista uskonnollista univormua. Erään katolilaisen Maria-liikkeen veljeskunnan pukeutumiskoodit olivat 1900-luvun alussa erittäin tarkkoja: kasukan helman tuli ylettyä nilkkaan asti ja se piti valmistaa tavallisesta mustasta puuvillakankaasta. Myös vuoritukselta ja kiinnitykseltä oli säädetty tarkat ohjeet. Pukeutumisessa mitään ei jätetty arvailun varaan, vaan kaikki oli laskelmoitua ja määriteltyä.<sup>179</sup> Nykyään kirkollista pukeutumista ohjaavat erilaiset pukeutumiskoodit ja niiden noudattaminen erityisesti messutilanteissa on äärimmäisen tärkeää. Uskonnollisesta pukeutumisesta on tehty hyvin vähän tutkimusta, joten suhtautuminen hamemaiseen alaosaan on epäselvää. Varmaa on, että paljaat sääret eivät missään tapauksessa saisi näkyä hameen alta kuten kuvan vasemman puoleisella miehellä. Katolilaiset kirkonmiehet elävät siveellistä ja Jumalalle pyhitettyä elämää, eikä heitä nähdä välttämättä ollenkaan sukupuolisina olentoina. Löysät ja laskeutuvat vaatteet peittävät kaikki viitteet maallisesta ruumiillisuudesta. Hamemaista alaosaa ei saateta siis ollenkaan pitää feminiinisenä. Uskonnolliseen kuvastoon viittaavassa editorial-kuvassa hame ei aseta kuvan miesten maskuliinisuutta kyseenalaiseksi, eikä maskuliinisuudella ole kovin suurta merkitystä. Katolilainen kirkko erittelee vaatteensa kuitenkin sukupuolihierarkian mukaan, ja vaikka kirkonmiehet eivät keskenään kilpaile maskuliinisuuden eri alueilla, on heidän erottauduttava naisten vastaavasta pukeutumisesta. Symbolisesti editorial-kuva viestii teemansa mukaisesti uskonnollista pukeutumista, joka on jollain tapaa vapaa sukupuolimäärittelyistä.

Viimeisen hamekuvan löysin Scott Schumanin ylläpitämän katumuotiblogin, The Sartorialistin sivuilta. Toisin kuin muut katumuotibloggarit, Schuman ottaa usein kuvia toiminnallisista tilanteista, eivätkä kuvien henkilöt ehdi asettua poseerausasentoon. Niin

---

<sup>179</sup> Keenan 2000, 83, 87, 91–92.



myös tässä syyskuisessa Lontoossa vuonna 2011 otetussa kuvassa. Mies seisoo kuvan keskellä jalat ristissä, hänen vartalonsa näkyy kokonaan ja kuvan värit ja yksityiskohdat ovat selkeitä.



Kuva 6. Pliseerattua maskuliinisuutta (Schuman 2011)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuvan toiminta on empivää. Miehen asento on odottavainen, epävarma ja harkitsevainen. Hänen jalkansa ovat ristissä ikään kuin hän olisi kävellyt ympyrää paikallaan. Paino on molemmilla jaloilla ja sormet ovat valmiina kirjoittamaan tekstiviestiä. Mies tuntee olonsa epämukavaksi kameran edessä tai tarinallisesti odottaa jotakuta. Koska kanvaskassi on asetettu kaiteelle lepäämään, on hän voinut odottaa jo pidemmän aikaan. Mies silmäilee välillä kännykkäänsä ja vilkuilee samalla ympäristöään. Kasvojen ilme on harkitsevainen, miettiväinen ja odottavainen.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvassa on mies pukeutuneena keltaiseen pikkutakkiin, valkoiseen kauluspaitaan, kuviolliseen ja pliseerattuun hameeseen, sinisiin ja lahkeista käärittyihin farkkuihin, vaaleisiin sukkiin ja mustiin nahkakenkiin. Miehellä on kädessään kännykkä ja kaiteella kassi.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>keltainen, laatikkomainen pikkutakki</i>	<i>rohkeus, ennakkoluulottomuus, virallisuus, siisteys, käytännöllisyys, feminiinisyys</i>
<i>valkoinen, ylös asti napitettu kauluspaita hameen päällä</i>	<i>käytännöllisyys, virallisuus, rentous</i>
<i>pliseerattu, polvipituinen, kuviollinen hame</i>	<i>feminiinisyys, itämaisuus, etnisyys</i>
<i>lahkeista käärityt farkut</i>	<i>rentous, huolellisuus, muodikkaus</i>
<i>vaaleat sukat ja mustat nahkakengät</i>	<i>rentous, huolettomuus, funktionaalisuus</i>
<i>kännykkä</i>	<i>ajanmukaisuus, maskuliinisuus</i>
<i>vaaleanruskea kanvaskassi</i>	<i>käytännöllisyys, rentous</i>
<i>puolipitkä kampa, parta ja viikset</i>	<i>feminiinisyys, maskuliinisuus</i>
<i>pienet ja sirot kädet</i>	<i>feminiinisyys, itämaisuus</i>

Taulukko 6. Pliseerattua maskuliinisuutta -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Pliseerattua maskuliinisuutta -kuvan konnotaatiot ovat pääosin feminiinisiä. Värikäs ja koristeellinen vaatetus sekä jalkojen ristitty asento viittaavat feminiinisinä pidettyihin piirteisiin. Pikkutakki on vaatteena perinteisesti maskuliininen, mutta laatikkomainen malli, isot kauluskäänteet ja sinapinkeltainen väri tekevät siitä naismaisen. Toisaalta laatikkomainen jakkumalli oli suosittu 1940-luvulla afroamerikkalaisten jazz-muusikoiden keskuudessa. Ajan henki oli vakava, joten miehet halusivat zoot suit -kokonaisuudellaan rävyyttää ja riemastuttaa. Valkoinen kauluspaita on tässä kuvayhteydessä varsin neutraali, mutta se luo rentoa otetta pukeutumiseen. Jos kauluspaidan helma olisi siististi hameen sisällä, miehen vyötärö korostuisi liian feminiinisesti. Näin saattaisi syntyä jopa koulutyttömäinen konnotaatio. Ilman pliseerattua hametta asukokonaisuus olisi farkkuineen, kauluspaitoineen ja pikkutakkeineen rennon maskuliininen.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaariset oppositioparit muodostuvat ylä- ja alaosan kontrastista. Värikäs ja etninen tunnelma ovat hallitsevassa asemassa. Asukokonaisuuden siluetti on suora ja jatkuu leveänä hartioista polviin saakka. Tällainen siluetti tuo mieleen 1920-luvun naisille tyypillisen suoran siluetin, joka tosin oli poikamainen tyttö. Näin ollen palataan takaisin maskuliinisiin konnotaatioihin. Ehkä eniten huomiota herättävä vaatekappale on keltainen pikkutakki. Länsimaisessa kulttuurissa keltainen väri liitetään usein positiivisuuteen, onnellisuuteen, lämpöön ja nuoruuteen, mutta myös vaaraan ja petollisuuteen. Keltaisiin pukeutuvien ihmisten sanotaan olevan aktiivisia. Useimmissa kulttuureissa keltainen on kautta aikojen yhdistetty aurinkoon ja jumaliin. Aasialaisissa kulttuureissa keltainen on erityisesti onnen, viisauden ja kunnian väri.<sup>180</sup> Jakun, paidan ja pliseeratun hameen värikäs yhdistelmä tuo mieleen aasialaiset kulttuurit ja heidän koristelutaiteensa. Mitä monimutkaisempi kuvio, sitä arvokkaampi se on käsinpainetuna. Hame ja sen kuvio on mitä luultavimmin teollisesti valmistettu, mutta niillä on perinteiseen käsityöläisyyteen viittaavia konnotaatioita. Aasiassa hamemaisiin alaosiin suhtaudutaan länsimaista kulttuuria sallivammin ja esimerkiksi alun perin japanilaisten miesten hakama-housut muistuttavat laskostettua hametta. Myös maskuliinisuus on feminiinisempää kuin länsimaissa. Maskuliinisuutta ja feminiinisyyttä ei ajatella toistensa vastakohtina, vaan yhdessä ihmisessä toisiaan täydentävinä ominaisuuksina.

---

<sup>180</sup> Hintsanen 2011a; Lurie 2000, 197.

Mitä alemmas mennään, sitä enemmän asukokonaisuus konnotoi länsimaista maskuliinisuutta. Farkut olivat alun perin amerikkalaisten työmiesten vaate ja englantilaiset Dr. Martensin kengät olivat taas 1960-luvun työmiesten suosiossa. 1970-luvulla punkkarit ja skinit omaksuivat kengät omaan pukeutumiseensa ja tänä päivänä kenkiä valmistetaan monissa eri malleissa ja väreissä sekä naisille että miehille. Teknologiaa on sen sijaan pidetty perinteisesti miehisenä alana, mutta kännykän käyttö on yleistynyt niin, ettei se enää kerro käyttäjästäan mitään erikoista. Katumuotokuva viestii persoonallista ja kokeilevaa pukeutumista. Länsimaisessa kontekstissa hame ja asukokonaisuuden siluetti saavat aikaan feminiinisiä konnotaatioita, joita korostavat miehen jalkojen asento ja sirot kädet.

Hame on edelleen ongelmallinen vaatekappale miesten pukeutumisessa. Historiallisesti miehet ovat käyttäneet hamemaisia vaatekappaleita esimerkiksi keskiajalla, mutta viktoriaanisen ajan myötä miestenvaatteet muuttuivat yksinkertaisempaan, tehokkaampaan ja tylsempään suuntaan. Erottautuminen naissukupuolesta hierarkisesti ja vaatteellisesti oli tärkeää. Kuitenkin jotkut hamemaiset vaatekappaleet ovat pitäneet pintansa historiallisessa myllerryksessä. Kiltti skotlantilaisten miesten perinnevaatteena, ei aseta käyttäjänsä maskuliinisuutta kyseenalaiseksi muuten kuin komediallisissa yhteyksissä. Myöskään kirkonmiesten maskuliinisuus ei vaarannu, sillä heitä harvoin ajatellaan maskuliinisessa tai seksuaalisessa mielessä. Todellisen maskuliinisuuden pukeutumisen täytyy olla heteroseksuaalista. Kun aasialainen ja länsimainen pukeutumiskulttuuri törmäävät, saavat ne katsojansa hämilleen. Kulttuurissa, jossa naisen ja miehen erottaminen toisistaan on elintärkeää, feminiinisen miehen hameenkäyttö aiheuttaa kummastelua ja paheksuntaa. Sitä voidaan kuitenkin lieventää käyttämällä hameen yhteydessä housuja.

### 5.3. Miehet puvuissa

Tutkielmani alaongelmien yhteydessä kyseenalaistin Edwardsin ja Heiskalan väitteen vaatteiden maskuliinisesta luonteesta. Olen samaan mieltä Jokisen kanssa siitä, että vaatteet ovat yleensä sukupuolierityisiä ja miestenvaatteet korostavat miehisinä pidettyjä ruumiinosia. Esimerkiksi puvuntakin olkatoppaukset korostavat miesten hartioiden leveyttä.<sup>181</sup> 1960-luvulla puku symboloi jäykkyyttä ja konservatiivisuutta, kun taas 1980-luvulla se nousi taas muotiin korostaen uudenlaista menestykseen ja valtaan liitettyä aggressiivisuutta ja seksuaalisuutta.<sup>182</sup> Tänäkin päivänä puku symboloi menestystä, kehitystä, viriiliyttä ja maskuliinisuutta. Seuraavassa analyysissäni tarkastelen puvun tuomia maskuliinisuuden konnotaatioita ja tarjoan pukua hegemonisen maskuliinisuuden symboliksi pukeutumisen maailmassa.

Pukuanalyysini ensimmäiseen kuvaan törmäsin miestenlehti Esquiren mainossivuilla. Mainos oli maaliskuun 2012 numerossa. Kuva mainostaa Diorin uutta kesämallistoa, mutta sen kuvaaja on jäänyt tuntemattomaksi. Kuva on mitä todennäköisimmin otettu vuoden 2011 aikana. Mainoskuvalle tyypillisesti kuvan vaate näkyy varsin selkeästi, mutta värityksellä ja kuvaustekniikalla on pyritty aikaansaamaan tietynlainen tunnelma. Tässä tapauksessa kuva viittaa vanhanajan Hollywood-kuviin.

---

<sup>181</sup> Edwards 1997, 12–14; Heiskala 2000, 64; Jokinen 200, 191.

<sup>182</sup> Edwards 1997, 18–22.



Kuva 7. Hegemoninen puku (Dior 2012)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Jälleen kerran kuvan toiminta on pysähtynyt. Mies istuu rennosti jonkinlaisella kaiteella tai syvennyksessä ja katsoo tiukasti eteensä. Kuvan valaistus on ohjattu vaate-  
tukseen, joten miehen kasvot jäävät piiloon. Varjot tuovat kuvan tarinaan jännitystä. Miksi miehen kasvot on peitetty? Salaako hän jotain, vai yrittääkö hän kenties itse pysyä salassa? Miehen käsi on housun taskussa, onko siellä kenties jotain, mitä katsojalle ei haluta näyttää? Tarina jää arvailujen varaan, ja mustavalkoinen, utuinen valaistus ovat omiaan tuomaan kuvaan vanhanajan salapoliisisarjojen tunnelmaa. Kuvan

asukokonaisuuden yksityiskohdat tulevat hyvin ilmi ja kuva onnistuu luomaan mielikuvaa laadukkaasta, ylellisestä ja jännittävästä tuotteesta.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvassa on miesmalli yllään vaalea puvuntakki, vaaleat puvunhousut ja valkoinen kauluspaita.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>puvun olkatoppaukset</i>	<i>maskuliinisuus, ritarillisuus</i>
<i>puvun suorat linjat, housun taitteet</i>	<i>siisteys, rehellisyys, ideaalisuus, yksinkertaisuus, maskuliinisuus</i>
<i>puvun vaalea väri</i>	<i>viattomuus, puhtaus, eteerisyys</i>
<i>puvuntakki auki, kaksi nappia</i>	<i>rentous, muodikkuus</i>
<i>kapea kauluskäänte, lovikaulus</i>	<i>perinteisyys, muodikkuus, maskuliinisuus</i>
<i>puvun hohtava ja sileä materiaali</i>	<i>eurooppalaisuus, muodikkuus, juhlallisuus, valmispuku, feminiinisyys</i>
<i>pystykaulusinen, ylös asti piilonapitettu, vaalea kauluspaita</i>	<i>yksinkertaisuus, vaatimattomuus, minimalistisuus, laadukkuus, virallisuus, tarkkuus</i>
<i>vaaleiden housujen matala vyötärö</i>	<i>nykyaikaisuus, muodikkuus, eurooppalaisuus</i>
<i>mallin asento, käsi taskussa</i>	<i>rentous, poikamaisuus, mielteliäisyys, arvaamattomuus</i>
<i>kasvojen erottuva luustonrakenne, lyhyet hiukset</i>	<i>kauneus, komeus, maskuliinisuus, poikamaisuus</i>

Taulukko 7. Hegemoninen puku -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Hegemoninen puku -kuvan konnotaatiot ovat maskuliinisia. Puvuntakin selkeä olkalinja, olkatoppaukset, kapeat kauluskäänteet ja hohtava materiaali konnotoivat siisteyttä, juhlallisuutta, muodikkuutta ja maskuliinisuutta. Ylös asti napitetun kauluspaidan piilonapitus ja kapea pystykaulus kertovat minimalistisuudesta, virallisuudesta ja

laadukkaasta käsityötaidosta. Housujen matala vyötärö sen sijaan konnotoi rentoa, nuorekasta ja muodikasta otetta pukeutumiseen.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaariset oppositioparit muodostuvat puvun ilmeisistä maskuliinisista konnotaatioista ja sen väryksestä. Mustavalkoisesta kuvasta on hankala sanoa onko puku kermankeltainen vain valkoinen, mutta länsimaisessa kulttuurissa molemmat yhdistetään viattomuuteen ja puhtauteen.<sup>183</sup> Valkoista pukua käytetään yleensä vain juhlallisissa tilaisuuksissa. Puku konnotoi vanhanajan Hollywood-glamouria. En usko, että ranskalainen Dior olisi valinnut pukunsa väriksi pastellisia sinisiä tai vaaleanpunaisia, jotka viittaavat enemmänkin 1980-luvun Miami Vice-tyyliin kuin nykyaikaan.

Maskuliinisuuden symbolina puvulla on värikäs historia. Se on saanut alkuperäisen muotonsa 1600-luvun ranskalaisesta muodista. Perinteiseen kolmiosaiseen pukuun kuuluu puvuntakki, liivi ja housut. 1600-luvulla puku oli koristeellinen, se valmistettiin silkistä ja sitä käyttivät lähinnä aateliset herrasmiehet. Silloinen puku symboloi varallisuutta ja joutilasta aikaa. 1700-luvulla kehitettyjen kehuukoneiden ja teollistumisen myötä puku yksinkertaistui. Kirkkaat ja tehokkaat värit yhdistettiin tuhlaavaiseen yläluokkaan, josta porvarismielinen tehtaanjohtaja halusi pysyä kaukana. Teollistumisen myötä miesten vaatetus yhtenäistyi ja pukuja ryhdyttiin valmistamaan villakankaasta. Juhlapukeutumisessa käytettiin edelleen hienompia materiaaleja ja mustaa silinterihattua. Toisen maailmansodan jälkeen puku ei ole paljoa muuttunut. 1960-luvulla nuorisomuoti kehittyi konservatiivisena ja jäykkänä pidetyn puvun rinnalle. Nuoret pukeutuivat mieluummin nahkaan, farkkuihin ja t-paitaan. 1980-luvulla puku palasi pastelliväreineen, leveine olkapäineen ja rintoineen.<sup>184</sup> Erityisesti kaksirivinäpitys oli tuolloin suosittu.

Kuvan puku on selvästi laadukkaasti ja osittain käsin valmistettu. Leikkaukseltaan se edustaa eurooppalaista trim-leikkausta, joka korostaa amerikkalaisiin verrattuna hoikempaa eurooppalaista ruumiinrakennetta. Puvussa on tyypillisesti 7-inch drop, joka

---

<sup>183</sup> Hintsanen 2011, 2009c.

<sup>184</sup> Edwards 1997, 18–22; Hollander 2009, 261.



viittaa mittaan, joka on otettu rinnan korkeudelta housujen vyötärönauhaan. Tämä mitta määrittää puvun istuvuutta ja 7-inch drop sopii nuorille ja muodikkaille miehille.<sup>185</sup> Puvuntakissa tärkeintä on kauluskäänte, sillä se huomataan ensimmäiseksi. Tässäkin kuvassa esiintyvä lovellinen ja kapeahko käänte on puvuntakeissa kaikkein yleisin. Takin olkapää on neljästä toppausvaihtoehdosta toiseksi luonnollisin ja korostaa leveää hartialinjaa.<sup>186</sup> Puvun kaikki yksityiskohdat tehdään vastaamaan miehen vartaloa. Paras puku onkin tyköistuva ja sellainen, ettei sitä huomaa uudeksi. Savile Row'n legendaarisimpien vaaturiliikkeiden mukaan ”puvun pitää näyttää siltä kuin mies olisi syntynyt se päällään”<sup>187</sup> muuten vaatturi on epäonnistunut.

Puvulla on vahva symbolinen merkitys maskuliinisena vaatteena. Sen valmistamista varten on kehitetty ammatti, jonka kouluttautumiseen menee vuosia. Täydellisen herrasmiesmäiseen pukeutumiseen liittyviä oppaita on kirjoitettu monia. Puku konnotoi miehisinä pidettyjä ominaisuuksia: valtaa, voimaa, järkeä ja julkista toimintaa. Siihen liittyy myös miehiin liitettyjä yhteiskunnallisia ja sosiaalisia oletuksia. Diorin puku symboloi nuorta, menestyksestä ja muodinmukaisesti pukeutuvaa hegemonista maskuliinisuutta.

Toisen analyysini kuvan löysin Lookbook.nu-sivuston parhaan miestenpukeutumista kuvaavan listan kärjestä. Kuvassa ujosti poseeraava Ben G. on jatkuvasti kymmenen parhaan miespukeutujan joukossa. Kuva on koottu kahdesta erillisestä kuvasta, sillä yhtä asukokonaisuutta varten saa sivulle ladata vain yhden kuvan. Kuvasta saakin yhdellä silmäyksellä selkeän kuvan koko asukokonaisuudesta ja sen yksityiskohdista. The Missing -nimellä kulkeva valokuva on otettu toukokuussa 2012. Ben poseeraa omalle tyylilleen uskollisena hillitysti, hieman ujosti ja välinpitämättömän rennosti.

---

<sup>185</sup> Londrigan 2009, 229–230, 236–240.

<sup>186</sup> Londrigan 2009, 241–243.

<sup>187</sup> Roetzel 2009, 101.



Kuva 8. Klassinen herrasmies (Galbraith 2012)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuvan tyyli on unenomainen ja toiminta hillittyä. Vasemmassa kuvassa mies seisoo rennosti, katse alaspäin suunnattuna halkopinon vieressä. Oikeanpuolimmaisessa kuvassa miehen tylsistynyt katse on suunnattu vasempaan alareunaan. Mies näyttää tuijottavan kenkiään tai sitten katselevan jotain turhanpäiväistä. Kuva henkii perinteistä brittiläistä maalaisromantiikkaa värityksensä ja vaatteidensa puolesta. Sommitelmallisesti miehet ovat kuviensa keskellä, mikä on tyypillistä lookbook-kuville.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvissa on mies, joka on pukeutunut pikkutakkiin, liiviin, kauluspaitaan, solmioon, housuihin ja nahkakengisiin.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>takki, liivi, housut, solmio</i>	<i>perinteisyys, konservatiivisuus, maskuliinisuus</i>
<i>housut eri materiaalia kuin takki ja liivi</i>	<i>rentous, vapaa-aika, muodikkaus, nykyaikaisuus, leikkisyys</i>
<i>puvun niukka ja tyköistuva linja</i>	<i>nykyaikaisuus, muodikkaus, maskuliinisuus, poikamaisuus</i>
<i>ylösnapitettu kauluspaita, kauluksen napit, solmio</i>	<i>konservatiivisuus, brittiläisyys, maskuliinisuus</i>
<i>housujen materiaali, oranssi nappi</i>	<i>nykyaikaisuus, muodikkaus, leikkisyys, poikamaisuus</i>
<i>takin, liivin ja kauluspaidan raitakuosi</i>	<i>klassisuus, vakavuus, suoruus</i>
<i>ruskeat kengät</i>	<i>erämatkailu, rentous, muodikkaus</i>
<i>lyhyet hiukset ja parta</i>	<i>maskuliinisuus, rentous, harkittu kokonaisuus</i>
<i>lyhyt ja hoikka vartalo</i>	<i>poikamaisuus</i>

Taulukko 8. Klassinen herrasmies -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Klassinen herrasmies -kuvan asukokonaisuus konnotoi maskuliinisuutta. Sen peribrittiläinen henki viittaa englantilaiseen vaaturiperinteeseen. Kolmiosainen puku kertoo konservatiivisuudesta, mutta mies on vaihtanut puvun housut rennompiin suoriin housuihin luodakseen vaikutelman muodikkaasta ja vapaa-aikaisesta pukeutumisesta. Myös vaihteleva materiaalien ja kuosien käyttö konnotoi nykyaikaisuutta ja leikkisyyttä. Ylös asti napitettu kauluspaita, kauluksen napit ja tarkoin valittu solmio puhuvat perinteisen maskuliinisuuden vahvaa kieltä. Uudet, ruskeat kengät kertovat vapaa ja housuvalinta tuovat asukokonaisuuteen trendikästä otetta.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaarisia oppositiopareja on vaikea havaita. Mikään yksityiskohta tai seemi ei muodosta selkeää vastakkaista suhdetta toiseen. Oppositiopareina voitaisiin pitää asukokonaisuuden perinteistä puvun yläosaa ja vapaa-aikaisempaa alaosaa, jotka toimivat vastakkaisuudesta huolimatta harmonisesti yhdessä. Klassinen perinne on hallitsevassa asemassa. Puvuntakki ja liivi on tehty ohuesta villakankaasta, joka on

puvuissa yleisimmin käytetty materiaali. Puvun materiaalina käytettiin pitkään silkkiä, joka oli kireää, jäykkää ja joustamatonta. Siirryttäessä 1700-luvulle silkin korvasi höyrytystä, painetta ja muokkausta kestävä villa. Villan sanottiin seuraavan käyttäjänsä muotoja ja liikkeitä rypistymättä. Vuosituhannen vaihteessa puvussa siirryttiin yksinkertaiseen ja luonnolliseen perusmuotoon kauas hovin koristeellisuudesta. Kauluksesta ja litteästä kauluskäänteestä tuli niin muodollinen merkki puvun modernista luonteesta. Pukuun kuului hienoinen toppaus olkapäillä, joka hävisi ja oheni huomattomasti kohti rintakehää ja selkää.<sup>188</sup> Se loi efektin toppaamattomasta vaatteesta ja luonnollisesta ryhdistä.

Vaatetutkija Anne Hollanderin mukaan aikaisemmat valolla ja kimaltelevilla tekstuureilla leikittelevät aristokraattisen herrasmiehen vaatteet viittasivat pinnallisuuteen. Silloin miehen ei tarvinnut näyttää todellista sieluaan. Sen sijaan luonnollisesta materiaalista valmistettu puku antoi moraalista vahvuutta ja esitteli luonnollisia hyveitä. Mies oli kuin kukka sen esteettisessä puhtaudessaan ja hänestä tuli modernin mielipiteen ruumiillistuma. Leikkaussaumojen näkyvyys ja materiaalin luonne sai miehen näyttämään rehelliseltä ja rationaaliselta. Hollander vertaa miestä puvussa klassisen ajan alastomaan lihaksisuuteen. Mies puvussa antoi kuvan siitä, että alaston sankari oli vielä luonnollisempi vaateetettuna. Dandy Beau Brummel olikin yksi tämän ajan sankari olemalla oma itsensä. Koristeet ja brokadit viittasivat vaatteiden kauneuteen, mutta valistuksen ajan mies korosti sen sijaan yksilöllisen kehon kauneutta. Uusi alastoman miehen ihanne esitettiin luonnollisen villan, pellavan ja nahan kautta. Englannissa, Hollannissa, Saksassa ja Ranskassa kyllästyttiin rikkaisiin väreihin, jotka yhdistettiin helposti Ranskan historiallisiin myllerryksiin. Hillityt värit tukivat ajatusta klassisesta autenttisuudesta eräänlaisena protestanttisena puhdistautumisena.<sup>189</sup> Uusi maskuliinisuuden ihanne salli miehille vain mustan, ruskean, nahanvärisen, valkoisen, tummanvihreän ja tummansinisen värin käytön, jotka kaikki viittasivat luonnolliseen maailmaan ja yksinkertaiseen maalaiselämään.

---

<sup>188</sup> Hollander 2009, 261–262.

<sup>189</sup> Hollander 2009, 261–264.

Vaikka alkuperäisen puvun kehittymisestä on kulunut yli 300 vuotta, on sen perusmalli ja materiaali vieläkin periaatteessa sama. Eri paksuinen villakangas sopii hyvin talvi- ja kesäpukeutumiseen. Hollander ylistää villan monipuolisuutta ja joustavuutta, mutta nykypuvuissa vuorikankaat, tukikankaat ja toppaukset tekevät puvuntakista lähes panssarimaisen. Vaikka kuva henkii brittiläistä tunnelmaa, on puvuntakki eurooppalaista, tyköistuvaa mallia. Hihattoman liivin alkuperäinen funktio on ollut lämmittä, mutta nykyään niiden käyttö on jäänyt vähemmälle ja ne nähdään lähinnä suunnittelijoiden luomana muotioikkuna.<sup>190</sup> Joka tapauksessa liivi kuuluu perinteiseen klassiseen pukuun. Kuvan hallitsevia värejä ovat ruskea ja harmaa. Ruskeaa pidetään maanläheisenä, mukavana, käytännöllisenä ja turvallisena värinä. Sillä on myös ei-huikentelevaisia konnotaatioita.<sup>191</sup> Se onkin juuri sopiva väri brittiläiseen, käytännölliseen, perinteitä korostavaan ja konservatiiviseen pukeutumiseen. Myös harmaa tavallisena, yllättämättömänä värinä on miesten pukeutumisessa varma valinta. Kauluspaita nappikauluksella konnotoi urheilullista maskuliinisuutta, sillä alun perin sitä käyttivät poolon pelaajat.

Puku sen rennommassakin merkityksessä symboloi maskuliinisuutta. Kuva on lookbook-kuvana hauskan harvinainen, sillä useimmiten miehet pukeutuvat vain farkkuihin ja t-paitaan. Viimeisen kymmenen vuoden aikana on ollut huomattavissa trendi, joka korostaa ympäristöystävällisyyttä ja eettisiä arvoja. Vaatteita hankitaan erityisesti vintage-kaupoista, sillä siellä niillä on historiallinen tarina ja ne on valmistettu entisaikojen tapaan huolellisesti ja kestävästä materiaaleista. Harvoilla miehillä on varaa teettää puku omien mittojen mukaan. Kuva värityksensä ja teemansa perusteella viestii perinteitä, vanhanaikaisuutta ja tyylikästä pukeutumista, mutta modernilla ja rennolla otteella.

Viimeisen pukukuvan löysin korealaisen muotikuvaajan, H.B. Namin pitämältä Street-fsn-blogisivustolta. Nam kuvaa mielenkiintoisia pukeutujia muotitapahtumien yhteydessä ympäri maailmaa. Kuva on osa laajempaa kuvareportaasia, joka kulkee nimellä Pitti Uomo day 3. Kuva on otettu tammikuuisessa Italiassa vuonna 2012. Katumuotiblogien jälkeen Namin valokuvat ovat toiminnallisen piristäviä. Nam ottaa yle-

---

<sup>190</sup> Londrigan 2009, 245–246.

<sup>191</sup> Hintsanen 2009b.

sä tarkkoja kuvia mielenkiintoisia yksityiskohdista ja jättää kokokuvat muille muotikuvaajille.



Kuva 9. Kuvioitua maskuliinisuutta (Nam 2012)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuva on toiminnallinen ja sillä on vahva tarina. Tyylikkäästi pukeutunut mies on juuri heittämässä pikkutakkiaan pois tai vaihtoehtoisesti asettelemassa sitä paremmin ylleen. Molemmat kädet ovat tarttuneet takin helman liepeisiin, jolloin takin jännittävä vuorikuviointi paljastuu. Mies on mitä luultavimmin kiireinen muotialan edustaja tai toimittaja. Hän edustaa kolmiosaisessa puvussaan klassista miestenmuotia. Kuva on otettu tammikuussa, joten ulkona on kylmä. Muodikas pukumies ei kuitenkaan laita käsiinsä mitä tahansa hansikkaita, vaan tyylikkääst ja koristellut ajohansikkaat, jotka jättävät kiiltelevän kellon näkyviin ja helpottavat tavaroiden käsittelyä. Mies on sijoittunut kuvan vasempaan reunaan niin, että hänen kasvonsa, oikea puolensa ja alaruumiinsa rajautuu kuvan ulkopuolella. Tällainen rajausta tuo kuvaan liikkeen tuntua. Mies ehkä pakenee taustalla hääriviä kuvaajia ja toisaalta näin rohkea pukeutuminen vaatii saada tulla kuvatuksi.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvassa on parrakas mies yllään vaaleapohjainen, ruudullinen pikkutakki, samasta kankaasta valmistettu liivi, punaiset ruudulliset housut, siniruudullinen kauluspaita, punainen, hillitysti kuvioitu solmio, nahkaiset hansikkaat ja musta kello.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>puvun hartialinja, pienet olkatoppaukset</i>	<i>maskuliinisuus, luonnollisuus</i>
<i>puku ja liivi samaa materiaalia</i>	<i>konservatiivisuus, perinteisyys, muodikkaus, harkitsevaisuus</i>
<i>housut eri väriset, mutta sama kuosi</i>	<i>muodikkaus, nykyaikaisuus, persoonallisuus</i>
<i>takin, liivin ja housujen ruutukuosi</i>	<i>perinteisyys, leikkisyys, rohkeus, persoonallisuus</i>
<i>takin kuviollinen kuosi</i>	<i>koristeellisuus, feminiinisyys, itämaisuus</i>
<i>liivin kaksirivinen napitus</i>	<i>maskuliinisuus, konservatiivisuus</i>
<i>ruudullinen kauluspaita</i>	<i>maskuliinisuus, virallisuus, käytännöllisyys, työnteko</i>
<i>eri kuosien ja materiaalien yhdistely</i>	<i>rohkeus, kokeilunhalu, muodikkaus, nykyaikaisuus, persoonallisuus</i>
<i>solmion kuosi</i>	<i>koristeellisuus, eurooppalaisuus</i>
<i>nahkaiset ajohansikkaat</i>	<i>koristeellisuus, perinteisyys, konservatiivisuus, nykyaikaisuus</i>
<i>mustakultainen kello</i>	<i>koristeellisuus, maskuliinisuus, eurooppalaisuus</i>
<i>parta</i>	<i>maskuliinisuus</i>

Taulukko 9. Kuvioitua maskuliinisuutta -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Kuvioitua maskuliinisuutta -kuvan yleisilme on rohkea ja maskuliininen. Kolmiosaisen puvun yhdistelmä, ruudullinen kauluspaita ja solmio konnotoivat maskuliinisuutta, perinteitä ja persoonallisuutta. Puvun ruudullinen kuosi ja kuviollinen vuori konnotoivat koristeellisuudellaan feminiinisyttä. Rohkeat kuosivalinnat viittaavat kuitenkin

enemmän italialaiseen, muodikkaaseen mentaliteettiin, jossa maskuliinisuus ei asetu välttämättä kyseenalaiseksi kuvioita, vaaleanpunaisia kauluspaitoja tai turkiskoristeita käyttämällä.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaariset oppositioparit muodostuvat puvun klassisesta mallista ja ruudullisesta kuvioinnista. Rohkea kuviointi on hallitsevassa asemassa. Sanotaan, että ruudut luovat vaikutelman järjestäytyneestä, mutta ei niin muodollisesta pukeutumisesta. Niitä käytetään tietyissä urheilulajeissa ja ulkoiluvaatteissa. Ruudut ovat alun perin kehittyneet yksinkertaisempaan muotoonsa skottien tartaaneista ja niistä on tullut esimerkiksi amerikkalaisen työväenluokan symboli. Kuvan puvun ruudut viittaavat enemmän brittiläiseen pukuperinteeseen. Kauluspaidan siniruutu tuo mieleen gingham-kuvioinnin, jota näkee yleisimmin punaisen tai sinisen ja valkoisen yhdistelmänä. Se viittaa yksinkertaiseen, vanhanaikaiseen aktiviteettiin ja kovaan työhön.<sup>192</sup> Ginghamia näkee yleisimmin Amerikan villin lännen työntekijöillä.

Kuvan silmiinpistävin väri on punainen. Puvun ovat luoneet taitavat vaatturit, jotka ymmärtävät myös puvun sisäosan päälle. Sanotaan, että puvun vuorisauamat kertovat kaiken siitä, kuinka laadukas puku on kyseessä. Länsimaisessa kulttuurissa punainen viestii rohkeutta, vahvuutta, rakkautta, intohimoa, vaaraa ja kieltoja. Siihen liitetään vitaalisuus ja voima, mutta nykyihminen liittää sen veren kautta helposti kuolemaan ja väkivaltaan. Vaaleanpunainen liitettiin Kreikassa ja myöhemmin kristinuskossa maskuliinisuuteen ja edelleen esimerkiksi Ranskassa ja Britanniassa punainen on maskuliinisin väri.<sup>193</sup> Vaikka punainen mielletään myös tyttöjen väriksi, siihen liittyy ulospäinsuuntautuneisuuden ja aggressiivisuuden konnotaatioita, jotka taas liitetään maskuliinisina pidettyihin piirteisiin. Vuorin kuviointi muistuttaa hurjempaa versiota perinteisestä itämaisesta paisley-kuviosta, joka on yleisin kuvio miesten kaulaliinoissa ja solmioissa. Ruutujen ja feminiinisen, punaisen kuvioinnin yhdistäminen yhteen pukuun sekä varsin koristeellisten hansikkaiden käyttö viittaa rohkeaan ja persoo-

---

<sup>192</sup> Lurie 2000, 207–208.

<sup>193</sup> Hintsanen 2011b; Lurie 2000, 195–196.



nalliseen pukeutumiseen. Miehen täytyy olla varma omasta maskuliinisuudestaan, että hän voi pukeutua tällaiseen asukokonaisuuteen.

Malliltaan miehen puvuntakki on eurooppalainen ja liivin napitus kaksirivinen. Sotien aikaan kaikesta materiaalista piti karsia ja 1900-luvun alun kaksirivinen napitus hävisi. Se tuli kuitenkin takaisin 1980-luvulla, jolloin sillä korostettiin varallisuutta ja menestystä. Nykyään kaksirivistä napitusta näkee enimmäkseen vanhemmilla herrasmiehillä. Solmio on sen sijaan universaali maskuliinisuuden merkki. Nykyisen solmion alkumuoto löytyy 1700-luvun Pohjois-Amerikasta, niin sanotusta bandannasta, joka kiedottiin kaulan ympäri useaan kertaan ja sidottiin solmulla. 1800-luvulla Brummel teki kravatın sitomisesta taidetta. Nykyisten solmioiden edeltäjiä olivat ensimmäiset koulu- ja klubisolmiot ja nykyisen rakenteellisen muotonsa solmio sai toisen maailmansodan jälkeen. Sanotaan, että englantilainen mies solmio kaulassaan osoittaa kuuluvansa tiettyyn instituutioon ja yhteiskunnan eliittiin. Kuviot määrittävät mihin kouluun ja klubiin hän kuuluu. Arkisolmioiden kuviolla ei sen sijaan ole sen suurempaa merkitystä, mutta valmistuslaadulla sitäkin enemmän. Solmioiden kuvioinnissa toimii ”vähemmän on enemmän” -periaate, johon sen viehätys juuri perustuu.<sup>194</sup> Pienistä yksityiskohdista solmio tunnustetaan huippuluokan kravatiksi tai tavaratalosolmioksi. Solmion leveys vaihtelee ajan ja käyttäjänsä mukaan. Solakoille ihmisille suositellaan kapeaa solmiota ja pyyleville leveää. Nykyään kapeaa solmiota suosivat muodikkaat ja rock-henkiset nuoret, kun taas leveämpi solmio on palaamassa herrasmiesmäiseen pukeutumiseen.

Analyysini lopuksi väitän, että puku on äärimmäisen sukupuolittunut ja maskuliininen. Sen rakenne ja valmistustapa kertovat pitkästä vaatturiperinteestä, jonka tarkoituksena on korostaa miehisinä pidettyjä ruumiinosia ja ominaisuuksia. Puku konnotoi valtaa, voimaa ja auktoriteettia, ominaisuuksia, joita pidetään erityisen miehisinä. Pukeutuessaan housupukuun myös nainen astuu valtaan. Pukuun liittyy monia sosiaalisia ja kulttuurisia oletuksia miesten toiminnasta ja mieheyden oletetusta sisäisestä olemuksesta.

---

<sup>194</sup> Roetzel 2009, 72, 81.

#### 5.4. Miehet vapaa-ajalla

Vapaa-aikainen pukeutuminen on suhteellisen tuore käsite. Vasta 1920-luvulla, toisen maailmansodan jälkeen urheilullisten aktiviteettien yleistyttyä syntyi tarve uudentlaisille vapaa-aikaisille vaatteille.<sup>195</sup> Entisaikoina maaseudulla vieraillessaan herrasmiehet pukeutuivat maaseudulle tarkoitettuun tweedpukuun ja työväenluokka pukeutui samoihin vaatteisiin niin töissä kuin kotona. Myös työvaatteet alkoivat kehittyä 1800-luvun lopussa. Nykyään vapaa-aikainen pukeutuminen on hallitsevinta ja urheiluvaatteet ovat erikoistuneet omaksi kategoriakseen. Vapaa-aikaiseen pukeutumiseen yhdistetään pukumaailmasta tunnettuja elementtejä kuten pikkutakkeja ja solmioita, jolloin luodaan vaikutelma *smart casual* -pukeutumisesta. Kasuaalilla pukeutumisella halutaan ilmaista rentoutta ja samalla siisteyttä ja virallisuutta. Puolivirallisissa tapahtumissa *smart casual* onkin tyypillinen pukukoodi. Seuraavassa ja viimeisessä analyysiosiossani tarkastelen vapaa-aikaisen pukeutumisen tuomia maskuliinisuuden konnotaatioita ja tarjoan vapaa-ajan tyyliä monipuoliseksi ja vaihtelevaksi maskuliinisuuden symboliksi pukeutumisen maailmassa.

Analyysini ensimmäiseen mainoskuvaan törmäsin alun perin miestenlehtien mainosivuilla. Dsquared2-yrityksen syysmallistoa mainostavan kuvan ovat ottaneet Mert Alas ja Marcus Piggot. Kuva on ilmestynyt lehdissä keväällä 2012. Kuva on tyypillinen mainoskuva, jossa valaistuksen ja sommittelun avulla on pyritty luomaan seikkailullinen ja salaperäinen tunnelma.

---

<sup>195</sup> Londrigan 2009, 334.



Kuva 10. Tosimies ja seikkailu (Alas & Piggot 2012)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuva on toiminnallinen ja sillä on seikkailullinen tarina. Tyylikkäästi pukeutunut, mutta reissussa rähjäntynyt mies seisoo kuvan keskellä ja katsoo eteensä kulmain alta. Miehen oikea hartia on hieman matalammalla ja toinen työntyy ylemmäs eteen. Kädet roikkuvan vartalon sivuilla ja toinen pitelee lierihattua. Paino on jakautunut molemmille jaloille. Miehen asento on maskuliinisen uhmakas ja hieman epäluuloinen. Mies tarkkailee ja arvioi hektistä tilannetta hieman kauempaa. Käynnissä saattaa olla villin

lännen kaksintaistelu tai baaritappelu. Miehen ulkoinen olemus viittaa vahvasti villin lännen kullankaivajiin tai vaikkapa Indiana Jonesin tyyppiseen seikkailulliseen sankariin. Nuoren ikänsä puolesta mies on vielä aloitteleva pyssysankari, mutta hänelle ei kannata tulla ryttyilemään.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvassa on mies, joka on pukeutunut valkoiseen kauluspaitaan, mustiin suoriin housuihin, housunkannattimiin, vyöhön ja lanteilta roikkuvaan raitapaitaan. Vasemmassa kädessään mies pitelee lierihattua.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>kauluspaita, irtokaulus</i>	<i>juhlallisuus, virallisuus, siisteys, konservatiivisuus</i>
<i>kääriyt hihat, irtokaulus auki</i>	<i>rentous, huolettomuus, "day after"</i>
<i>kauluspaidan hiuslaskokset</i>	<i>koristeellisuus, feminiinisyys, juhlallisuus</i>
<i>nahkaiset housunkannattimet ja nahkainen vyö</i>	<i>perinteisyys, konservatiivisuus, muodikkaus, nykyaikaisuus, epäkäytännöllisyys, itsetarkoituksellisuus</i>
<i>mustat, suorat housut</i>	<i>siisteys, virallisuus, käytännöllisyys, maskuliinisuus</i>
<i>raidallinen kauluspaita lanteilla</i>	<i>työnteko, rentous, käytännöllisyys, maskuliinisuus</i>
<i>leveälierinen hattu kädessä</i>	<i>konservatiivisuus, seikkailu, maskuliinisuus</i>
<i>resuinen ja likainen ulkoasu</i>	<i>Rentous, maskuliinisuus, seksikkyys, työnteko, "outdoor casual"</i>
<i>lihaksikas vartalo, asento</i>	<i>maskuliinisuus, seksikkyys, toiminnallisuus, tutkiskelu</i>
<i>lyhyet hiukset, sirot kasvot</i>	<i>maskuliinisuus, poikamaisuus</i>

Taulukko 10. Tosimies ja seikkailu -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.

Tosimies ja seikkailu -kuvan asukokonaisuus konnatoi vahvaa työväenluokkaista tai sankarillista maskuliinisuutta. Rähjäinen ja likainen ulkoasu viittaa kovaan työhön, voimaan, hieken ja seksuaalisuuteen. Kauluspaita ja mustat suorat housut ovat itseasiassa juhlaikäyttöön tarkoitettuja, mutta niiden rento stailaus saa aikaan resuisen vaikutelman. Myös housunkannattimet ovat omiaan tuomaan entisaikojen villin lännen tunnelmaa, mutta panevat ihmettelemään vyön funktiota. Raidallinen tai ruudullinen flanellipaita on amerikkalaisen stereotyyppisen työmiehen symboli, mutta se muistuttaa myös vangeille tarkoitettua raidallista univormua.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaariset oppositioparit muodostuvat juhallisten vaatteiden alkuperäisestä tarkoituksesta ja niiden rähjäntyneestä ulkoasusta. Mies näyttää menneen juhla-tilaisuuteen, mutta illan tapahtumat ovat vieneet hänet seikkailun polulle, jolloin käytännöllisyyden vuoksi hihat on pitänyt kääriä ja paidan irtokaulus avata. Kuva henkii toista 1980-luvulle tyypillistä miestenpukeutumisen tyyliä. Edwardsin mukaan rento *outdoor casual* -tyyli oli tyypillinen työmiehille, jotka olivat ulkona työntouhussa valkoisessa paidassa, farkuissa ja nahkavaatteissa. Fyysistä voimaa ja seksuaalisuutta ilmaistaan hikisillä ja kireillä vaatteilla tai yläosattomilla asukokonaisuuksilla. Tyyli on vastakkainen *corporate power lookille*, jossa miehet pukeutuvat virallisiin pukuihin korostaakseen maskuliinista menestystään.<sup>196</sup> Työmiestyyli korostaa maskuliinisuutta, joka kumpuaa ruumiillisesta materiaalisuudesta. Vaikka kuvan mies ei ole pukeutunut valkoiseen t-paitaan tai farkkuihin, on konnotaatio ilmeisen selvä. Fedora-tyyppinen leveälierinen hattu korostaa toiminnallista ja seikkailullista aspektia.

Kuva voidaan nähdä stereotyyppisenä machomaskuliinisuuden esityksenä. Machomiehen ideaa kehittivät alun perin homoseksuaaliset miehet, jotka kokivat 1970-luvun pukeutumiskoodit liian rajatuksi. Silloin homomiesten pukeutumista dominoi kaksi tyyliä: ylifeminiininen tyyli ja tavallinen mukautuminen yleiseen miestenmuotiin. 1960-luvun seksuaalisen vapautumisen myötä homomiehet saattoivat haastaa yleiset pukeutumiskaavat. Pukeutuminen muuttui maskuliinisempaan suuntaan ja miehisyttä parodioitiin perinteisillä arkkityypeillä. Stereotyyppisten arkkityyppien käyttö lisäsi

---

<sup>196</sup> Edwards 1997, 41–42.

miesten fyysistä viehätysvoimaa ja toi heille itsetuntoa. Perinteisiä arkkityyppejä olivat muun muassa cowboy ja moottoripyöräilevä, nahkaan pukeutuva machomies. Cowboyt elivät miesten elämää miesten maailmassa ja kirvesmiesten pukeutuminen ruudullisine flanellipaitoineen korosti voimaa, elämäniloa, aggressiivisuutta, potenssia ja viriiliyttä. Machomiesten esittämisessä lepää ajatus miehisyydestä esittämisen strategiana ja ruumiillisena aktina. Nämä klooneiksi kutsutut miestenmallit poimittiin suoraan heteroseksuaalisesta kuvastosta. Ei syntynyt epäilystäkään siitä, kumpi pukeutujista edusti homoseksuaalista suuntautumista. Kloonien siistit vaatteet korostivat eroottisuutta ja yliseksuaalisuutta, kun taas oikeiden heterotyömiesten tyyli oli rähjäntynyt ja vaatteet vanhoja. Machotyylillä oli homoseksuaaleille kuitenkin kaksoistarkoitus: se viehätti ja houkutti muita homomiehiä, mutta toimi myös itsepuolustuksena. 1900-luvun puolivälissä heteroille oli tärkeää, että homomiehet voitiin erottaa. Naisellisina stereotyyppinä heidät koettiin ei-uhkaavina, mutta heitä ei tarvinnut täysin hyväksyä. Machomiehen tyyli aiheutti aluksi hämmennystä, mutta lopulta myös heteroseksuaaliset miehet päätyivät kopioimaan kyseistä tyyliä.<sup>197</sup> Nahasta tuli yleinen vaatetusmateriaali ja ruutupaitojen suosio kasvoi. Hieman ironisesti stereotyyppisen maskuliinisuuden parodiointi johti tosimitiehen ideaalin syntyyn.

Mainoskuva täyttää suurimman osan nykyisen maskuliinisuuden ihanteista. Nuori mies on pukeutunut siistin rennosti ja hänen ylävartalonsa on selvästi lihaksikas, mutta ei liian raamikas. Kaikki viittaa voimaan ja hikiseen heteroseksuaalisuuteen. Ainoastaan hänen kasvonsa ovat hieman poikamaiset eikä leukakaan kulmikkaan maskuliininen. Pieni kolmen päivän parransänki auttaisi luomaan täydellisen vaikutelman toiminnallisesta maskuliinisuuden perikuvasta.

Analyysini toisen ja viimeisen vapaa-ajankuvan löysin The Sartorialistin sivuilta. Myös tässä kuvassa henkilö on matkalla jonnekin ja hetkellisesti pysähtynyt ja keskittynyt kännykkäänsä. Kuva on otettu New Yorkin maaliskuisilla kaduilla keväällä 2012. Mies seisoo kuvan keskellä ja hänen asukokonaisuutensa näkyy selvästi.

---

<sup>197</sup> Cole 2009, 391–397.



Kuva 11. Poikaystävä farkuissa (Schuman 2012)

Toiminta ja tarinan dynamiikka

Kuvan toiminta on hetkellisesti pysähtynyttä, mutta tarina vivahteikas. Kuvan mies on juuri ollut matkalla kahvilasta kotiin, kun hän on saanut kiinnostavan tekstiviestin. Viestin mielenkiinnosta kertoo se, että sitä lukemaan on pitänyt pysähtyä keskelle katua. Blogikuvaaja on sattunut paikalle ja napannut kuvan asiallisen rennosta pukeutumis-

tyylistä. Kuvan ottamisen jälkeen mies on avannut pyöränsä ja lähtenyt polkemaan kohti idyllistä asuntoaan Manhattanin Greenwich Villagessa. Kuva on sommitelmallisesti keskipainotteinen ja tapahtumat sijoittuvat kuvan alaosaan. Sekalainen kaupunkiympäristö sointuu hyvin miehen hauskaan asukokonaisuuteen.

Seemit

Denotatiivisella tasolla kuvassa on nuori mies yllään vihreä pikkutakki, vaaleansininen kauluspaita, siniset farkut, siniraidalliset sukat ja vaaleanpunaiset vapaa-ajankengät. Miehellä on asusteinaan musta olkalaukku, kuviollinen huivi, tummanruskea hattu ja aurinkolasit.

<i>Seemi</i>	<i>Konnotaatio</i>
<i>vihreä pikkutakki</i>	<i>rentous, huolettomuus, maskuliinisuus</i>
<i>sininen kauluspaita</i>	<i>siisteys, virallisuus, "smart casual"</i>
<i>siniset farkut</i>	<i>perinteisyys, muodikkaus, unisex,</i>
<i>kääriyty housunlahkeet</i>	<i>muodikkaus, rentous, nykyaikaisuus</i>
<i>kuviollinen huivi kaulassa</i>	<i>koristellisuus, feminiinisyys, seksuaalisuus</i>
<i>raidalliset sukat, vaaleanpunaiset tossut</i>	<i>leikkisyys, lapsellisuus, poikamaisuus, feminiinisyys, käytännöllisyys</i>
<i>hattu takaraivolla, aurinkolasit</i>	<i>trendikkyys, nykyaikaisuus</i>
<i>kokonaisvaltainen pukeutuminen</i>	<i>huolettomuus, epäsiisteys, rentous, maskuliinisuus</i>
<i>kännykkä</i>	<i>nykyaikaisuus, maskuliinisuus</i>
<i>olkalaukku</i>	<i>käytännöllisyys, rentous</i>
<i>polkupyörä</i>	<i>ympäristöystävällisyys, aatteellisuus, nuoruus, feminiinisyys</i>

Taulukko 11. Poikaystävä farkuissa -kuvan seemejä ja niiden konnotaatioita.



Poikaystävä farkuissa -kuvan maskuliinisuus on rennon huoletonta. Maskuliinisuutta enemmän kuvassa korostuu vapaa-aikainen, persoonallinen ja nykyaikainen pukeutuminen. Housujen käärityt lahkeet, takin neulosmainen materiaali ja vaaleanpunaiset tossut korostavat leikkimielistä ja poikamaista tyyliä. Viikset, hattu ja leopardikuvioinen huivi kruunaavat ”hipsterimäisen”, nykyaikaisten ja kulttuurisesti aktiivisten nuorten aikuisten hieman ironisen tyyliin. Tähän tyyliin kuuluu olennaisesti ympäristöystävällinen ja eettisesti tiedostava suhtautuminen elämään.

Kuvan symbolirakenne ja kulttuuriset järjestelmät

Kuvan binaariset oppositioparit muodostuvat vapaa-aikaisen ja virallisen pukeutumisen yhdistelmästä. Miehen takki on perinteinen pikkutakki, mutta rennon siitä tekee neulosmainen ja laskeutuva materiaali sekä vähäinen tai olematon toppaus. Kauluspaita on jätetty silittämättä ja sen kaulukset töröttävät minne sattuu. Leopardikuvioinen huivi on kiedottu kaulaan huolettoman näköisesti. Sinisten farkkujen lahkeet on kääritty nykymuodille tyypillisesti paljastaen sukat ja kengät. Vaaleanpunaiset kengät ovat kovia kokeneet ja reikäiset. Vihreä ole kovin yleinen väri länsimaisen miehen pukeutumisessa. Kuva-analyysini esimerkeistä vain tässä viimeisessä on selvästi havaittavissa olevaa vihreää. Useimmiten se esiintyy vihreän kanssa. Vihreä liitetään länsimaissa elinvoimaan, hedelmällisyyteen ja kateuteen. Vihreä on elämän symboli ja sillä on rauhoittava vaikutus. Joidenkin väriasiantuntijoiden mukaan vihreä viestii sitkeydestä, ylpeydestä ja pysyvyydestä.<sup>198</sup> Vihreällä värillä ei ole erityisiä sukupuolisia konnotaatioita.

Myös farkkuja voidaan pitää sukupuolettomina vaatekappaleina. Alun perin denim-kangas kehitettiin 1800-luvun puolivälissä kestäväksi materiaaliksi työvaatteille. Denim ei hankautunut, repeytyi huonosti ja toimikassidos hengitti jonkin verran. Cowboyt tekivät farkuista suosittuja ja ne yhdistettiin maskuliiniseen seikkailuun. Naisille suunnatut farkut esiteltiin yleisölle vuonna 1935. Toisen maailmansodan aikana amerikkalaiset farkut levisivät ympäri maailmaa. Sotien jälkeen miehet palasivat töihin ja farkkujen markkinat kasvoivat. Hollywood-elokuvat kuten Hurjapäät ja Nuori kapinallinen korostivat amerikkalaisen nuorisomuodin uutta tyyliä. Farkut olivat

---

<sup>198</sup> Hintsanen 2011c; Lurie 2000, 200.

kapinalliset ja puhuivat New Lookin pöyheiden hameiden aikaan seksuaalisuuden ja vaaran kieltä. Lopulta farkut popularisoituivat ja naiset omaksuivat ne lopullisesti omaan käyttöönsä. Farkkuja voidaankin pitää ensimmäisenä unisex-vaatteena. Aikaisemmin työmiehen vaatteena pidetyistä farkuista tuli vaate, jonka käyttö levisi jokaiseen sosiaaliseen kerrostumaan. Semiotikko Umberto Eco on hauskaasti todennut, että vaate, joka kiristää haarojen välistä saa miehen ajattelemaan eritavalla.<sup>199</sup> 1900-luvun alun jälkeen farkkumuoti on vaihdellut 1970-luvun revityistä farkuista aina 2000-luvun alun avantgardistisiin farkkuihin. Nykyään denimiä näkee 1990-luvulle tyypillisesti myös takeissa ja paidoissa.

Kuvan miehellä on yllään hieman porkkanamalliset, niin kutsutut boyfriend-farkut, jotka ovat tiukkojen pillifarkkujen ohella nykyään suosittuja. Vaikka farkuilla on unisex-vaatteen maine, jotkut yritykset ottavan niiden valmistuksessa sukupuolen ruumiilliset ominaisuudet huomioon. Täysin unisex-farkkuja valmistaa esimerkiksi Dr. Denim. Kuvan boyfriend-malliset farkut ovat hieman löysät ja mahdollistavat esteettömän liikkumisen. Nimi viittaa siihen, että myös naiset voivat napata kyseiset farkut omaan käyttöönsä poikaystävän vaatekaapista. Kapeisiin pillifarkkuihin lisätään sen sijaan joustavuutta elastaanin avulla, jolloin ne ovat suosittuja sekä naisten että miesten keskuudessa. Farkkujen käytöstä ei voi siis päätellä mitään henkilön maskuliinisuudesta tai feminiinisuudesta.

Sekä miesten että naisten nykyaikainen vapaa-ajan pukeutuminen on lähentynyt toisiaan. Farkuista ja t-paidasta on tullut vaatekaappien arkipäiväisiä klassikoita. Populaarikulttuurissa elää vahva ajatus stereotyyppisestä machomiehestä, joka pukeutuu ruutupaitaan, farkkuihin ja maihinnoususaappaisiin. Katukuvaa tarkastelemalla voidaan kuitenkin havaita, että myös naiset ovat omaksuneet nämä vaatekappaleet käyttöönsä. Kontekstista ja käyttäjästä riippuu millaisia konnotaatioita ne saavat aikaan. Vapaa-aikainen miestenpukeutuminen tarjoaa erilaisia mahdollisuuksia maskuliinisuuden esittämiseen.

---

<sup>199</sup> Harris 2002, 13, 27, 30, 39, 59, 96.

## 5.5. Yhteenveto

Androgyyniset kokonaisuudet muodostuvat feminiinisten ja maskuliinisten vaatteiden yhdistelystä. Kokonaisuuteen vaikuttaa vahvasti käyttäjän ruumiinrakenne ja kasvojen piirteet. Joissain tilanteissa vaatteet tuovat esiin selvästi maskuliinisia ja toisissa feminiinisiä konnotaatioita. Kuva-analyysini joitain vaatteita voidaan pitää kontekstista huolimatta selvän maskuliinisina. Mielenkiintoinen asukokonaisuus syntyy erilaisten maskuliinisten ja feminiinisten vaatteiden yhdistelystä. Naistenvaatteena pidetty hame ei aseta henkilön maskuliinisuutta kyseenalaiseksi muuten tarpeeksi maskuliinisessa pukeutumisyhteydessä. Esimerkiksi kiltin käyttöä pidetään Skotlannin ylämailla erittäin maskuliinisena, kun taas kirkonmiesten puku muuttuu sukupuolettomaksi ja neutraaliksi uskonnon kontekstissa. Kauniit kasvopiirteet ja poikamainen ruumis korostavat hameen feminiinistä luontoa. Puvun maskuliinisuus on kaikkein selvintä. Puku korostaa maskuliinisina pidettyjä ruumiinmuotoja kuten leveitä hartioita ja lihaksikasta ylävartaloa. Taitavasti mittatilaustyönä valmistettu puku peittää ja korjaa ruumiin omat virheet ja korostaa nykyisiä miehisiä ihanteita. Vapaa-aikainen pukeutuminen ammentaa inspiraatiota klassisesta pukutyylistä ja populaarikulttuurin trendeistä. Se mahdollistaa maskuliinisuuden monenlaisen variaation, mutta korostaa myös stereotyyppistä machomaskuliinisuutta.

Kuten erilaisia maskuliinisuuksia, myös vaatteita voidaan järjestää hierarkkisesti. Miestenvaatteiden maailmassa hegemonista maskuliinisuutta edustaa klassinen miestenpuku. Kolmi- tai kaksiosaisena se viittaa puvun vahvaan ja vanhaan hierarkkiseen ja miehiseen perinteeseen. Nykyisessä muodossaan puku symboloi valtaa, rationaalisuutta ja järkeä. Tyhjämpäiväisyys on jätetty tunteellisille naisille. Ei siis ole mikään ihme, että hegemonista maskuliinisuutta edustavat valtion virka- ja bisnesmiehet käyttävät yksinomaan pukua. Analyysini perusteella nykyään on havaittavissa selvä trendi kuvioidumman ja värikkäämmän pukumateriaalin suuntaan, mutta puvun muoto on säilynyt lähes muuttumattomana yli 50 vuoden ajan. Hegemonista pukutyylä suositumpi on vapaa-aikainen smart casual -tyyli. Maskuliinisuutensa puolesta se on vaatteiden hierarkkisessa asteikoissa hegemonista pukua kuitenkin alempana. Vapaa-ajan tyyli mahdollistaa monenlaisten vaatteiden yhdistelyn

jopa androgyniaan asti. Siihen kuuluu myös populaarikulttuurista tuttu stereotyyppinen machomiestyyli, jota on parodisoitu monissa alakulttuureissa. Hierarkkisen vaateasteikon alistetussa ja marginalisoidussa asemassa on feminiinisinä pidettyjen vaatteiden käyttö. Androgynia on sallittua, kun se tapahtuu tasapainoisessa suhteessa ja huomiota herättämättä. Hameen käyttö aiheuttaa sen sijaan edelleen suurta hämmennystä ja pilkkaa. Hame toimii tietyissä harvoissa kulttuurisissa konteksteissa, mutta muuten sen käyttöä pitää perustella muilla vaatevalinnoilla.

Ajatus siitä, että miehet pukeutuvat vain funktionaalisista ja käytännöllisistä syistä, on menneen talven lumia. Miehet pukeutuvat, koska haluavat näyttää persoonallisilta ja tyylikkäiltä. Kerrankin heillä on siihen myös mahdollisuus. Ulkonäöstä huolehtiminen ja kuluttaminen ovat tälle päivälle tyypillisiä trendejä myös miesten keskuudessa. Vaatteita ei tarvitse ostaa uusina, vaan nuoret miehet hyödyntävät taitavasti vintage-kauppojen ja kirpputorien laajaa tarjontaa. Niistä löytyy useimmiten myös persoonallisempia vaatteita. Ympäristöystävällisyys ja eettinen kuluttaminen ovat tärkeitä periaatteita. Muodin perusajatuksen mukaan pukeutumisella pyritään erottautumaan ja samalla kuulumaan johonkin yhteisöön tai ryhmään. Tämä pätee yhtäläillä miestenpukeutumiseen, jota hallitsee ajatus rennosti ja käytännönläheisestä, mutta samalla persoonallisesta ja ajanmukaisesta pukeutumisesta. Joissain yhteyksissä voidaan jopa puhua dandyismin ja The Peacock Revolutionin uudesta tulemisesta. Miehet käyttävät yhä koristeellisempia ja värikkäämpiä vaatteita, eikä kuoseja pelätä yhdistellä keskenään. Tylsään harmauteen ei haluta palata edes perinteisessä puvussa. 1980-luvun ultramaskuliinisuuden jälkeen vaatteilla halutaan korostaa lihaksikkaan ruumiin sijaan omaa identiteettiä ja maskuliinisuuden herkkää puolta. Maskuliinisuuksia ja sen esittämisen tapoja on monia, myös miestenvaatteiden valikoimassa.

Maskuliinisuutta performoidaan ja representoidaan vaatteiden avulla. Toistetut tyyli- ja vaatevalinnat pitävät yllä käsitystä tietyistä maskuliinisuuksista. Katumuotiblogien kaltaiset sivustot representoivat pukeutumistyyllillisesti haluttavia maskuliinisuuksia. Katumuotikuvaajilla on yhä suurempi merkitys omaa persoonallista tyyliä etsivien nuorten miesten elämässä. Vaikutelma nykyaikaisesta miehestä luodaan kasvojen karvoituksen, hiustyylien, vaatteiden värityksen, niiden muodon, asusteiden ja koko

asukokonaisuuden tunnelman avulla. Populaarikulttuurisen käsityksen mukaan maskuliinisuus palautuu miehen biologisiin ominaisuuksiin. Vaatteiden leikkauksen ja muodon kannalta materiaalisella ruumiilla on merkitystä. Kuitenkin ajatus tietynlaisesta maskuliinisuudesta ja sen ilmaisun tavoista syntyy sosiaalisen konstruktionismin mukaan sosiaalisissa, kulttuurisissa ja poliittisissa yhteyksissä ja käytännöissä. Sukupuoliset käsitykset muodostuvat hierarkkisesti ja dikotomisesti ja kaikki maskuliinisuuden muodot ovat aina suhteessa feminiinisyteen. Maskuliinisuuksien representaatiot järjestävät, rakentavat, uusintavat ja muokkaavat uudelleen käsitystä maskuliinisuudesta.

## 6. Pohdintaa

Aloittaessani Pro gradu -tutkielmaani oli minulla vaatetussuunnittelijana toiveikkaita ajatuksia miesten pukeutumisen suhteen. Tutkielmani edetessä havainnot ympäristöstäni saivat minut kuitenkin uudelleenharkitsemaan idealistista näkökulmaani miesten-vaatteita kohtaan. Käytännössä vain harvat miehet pukeutuvat mainosten ja katu-muotiblogien osoittamalla persoonallisella ja värikkäällä tavalla. Kuvat todellakin representoivat muotimaailmalle tyypillistä vaihtelevan maskuliinista pukeutumista, jolla ei ole välttämättä mitään tekemistä käytännön kanssa. Ehkä Lookbook.nu:n tyylikkäämmät pukeutajat stailaavat asukokonaisuutensa vain kuvanottoa varten ja viettävät loppupäivänsä farkuissa ja t-paidassa. Miestenmuoti muuttuu hitaasti ja sitä jarruttavat konservatiiviset ja populaarikulttuuriset ajatukset siitä, millaista todellisen maskuliinisuuden pitäisi olla. Miehet ovat vuosien saatossa alistuneet maskuliinisen miessukupuoliroolin painostukseen ja sen asettamiin rajoituksiin, mutta lopulta uskaltaneet toteuttaa omaa persoonallista maskuliinisuuttaan. Maskuliinisuudesta onkin puhuttava monikossa ja se näkyy myös pukeutumisessa. Vaikka suomalaiset miehet eivät ehkä ole muotimaailman innovatiivisimpia pukeutujia, on kehitys menossa oikeaan suuntaan.

Tutkimuksen teossa minulle on tärkeää, että tutkielman teoriaosuus on selkeä, kattava ja vastaa tutkimuksen empiiristä osuutta. Feministinen tutkimus, kriittinen miestutkimus ja sosiaalinen konstruktionismi toimivat hyvin tutkimukseni teoreettisena viitekehyksenä, josta saatoin ammentaa koko tutkimuksen ajan. Hankalia teoreettisia käsitteitä ja

ajatuksia selvensin lukijalle vaatetuksen esimerkkien avulla. Käsitteet representaatiosta, performatiivisuudesta ja semioottisesta lähestymistavasta selvensivät ja tarkensivat omaa analyyttistä ajattelua. Barthesin semioottinen koodisto toimi suhteellisen hyvin valokuvien tulkitsemisessa, mutta joskus varsin staattiset kuvat tarjosivat vain vähän toiminnallisia ja tarinallisia aspekteja. Ehkä olisi ollut helpompaa soveltaa koodistoa liikkuvaan kuvaan kuten Sarpavaara teki omassa tutkimuksessaan. Analyysini tärkeimmäksi koodiksi muodostui seeminen koodi, jonka avulla pystyin keskittymään kuvan pienimpiin yksityiskohtiin ja niiden konnotaatioihin. Symbolinen koodi ja referenssikoodi auttoivat liittämään kuvat niiden kulttuurisiin ja symbolisiin yhteyksiin.

Kuva-analyysissä piilee usein se vaara, että merkitysten purkamisen lisäksi tulkitseja tulee usein myös tuottaneeksi ja uusintaneeksi stereotyyppistä sukupuolijakoa ja maskuliinisuuden määrittelyä. Jos maskuliinisuus nähdään analyysissä vain toiminnallisuutena ja leveinä hartioina, se vahvistaa perinteisinä pidettyjä maskuliinisuuden määreitä. Alun perin lähdin etsimään juuri sellaisia maskuliinisuuden representaatioita, joissa toistuvat jotkin perinteisinä pidetyt maskuliinisuuden ominaisuudet, mutta niistä löytyy myös jotain uutta ja innovatiivista. Esimerkiksi hameen käyttö muuten maskuliinisessa pukeutumisyhteydessä tarjoaa uudenlaista ja persoonallista maskuliinisuuden esittämisen tapaa. Kuvaesimerkkini monipuolisuudella toin esiin maskuliinisuuden kontingentin luonteen ja esitin vaihtoehtoja uudelleen maskuliinisuuksille.

Tutkimuskirjallisuuteni ja -lähteeni perustuvat alansa tunnettujen tutkijoiden teoksiin, joita pidän luotettavina. Varsinkin tutkimukseni teoreettinen osuus perustuu feministisen tutkimuksen ja yhteiskuntatieteiden klassikoihin. Jotkin analyysini lähteistä ovat varsin populaareja, sillä vaatetuksesta on kirjoitettu vain vähän tieteellistä kirjallisuutta. Tällaiset teokset muodostuvat usein erilaisten kuvien kokoelmista, jossa viitemerkinnät on jätetty pois. Jonkinlainen lähdeluettelo teosten lopusta sentään löytyy. Tällaisten teosten yhteydessä olen harjoittanut tervettä lähdekritiikkiä. Kuvien monipuolisuudella olen pyrkinyt takaamaan tulosten monipuolisuuden, missä olen onnistunut varsin kiitettävästi. Analyysini osoittaa maskuliinisuuksien representaatioiden muuttuneen sallivampaan ja persoonallisempaan suuntaan.

Kiinnostavaa olisi ollut myös tarkastella pelkästään katumuotikuvien tai mainosten tarjoamia maskuliinisuuden representaatioita. Tutkimuksestani voidaan päätellä, että jotkin mainokset ja katumuotikuvat lähentyvät toisiaan ainakin miestenpukeutumisen saralla. Tämä tosin riippuu mainostettavasta tuotteesta ja pukeutumiskontekstista. Kokeelliset editorial-kuvat ovat sitten asia erikseen. Pro gradu -tutkielmani vahvin osuus on teoriassa, sillä analyysini tarjoaa vain yhdenlaista tulkintaa aiheesta. Olen muodostanut teoriaosuudesta mahdollisimman kattavan, jotta Lapin yliopiston tulevat vaate suunnittelijat pystyisivät inspiroitumaan myös feministisen tutkimuksen ja yhteiskuntatieteiden tarjoamista näkökulmista. Analyysini on yleistettävissä laajempaan keskusteluun miestenvaatteiden maskuliinisuuden representaatiosta, mutta tutkimustulokseni perustuvat omaan tulkintaani tutkijana ja vaate suunnittelijana. Tällä haluan korostaa tutkijapositioni, sillä toiset tutkijat eivät välttämättä olisi päätyneet samoihin tuloksiin tai lähteneet edes tutkimaan maskuliinisuutta sen vaatteellisista lähtökohdista.

Miestenvaatteet ja maskuliinisuus tarjoavat lukuisia tutkimisen aiheita ja odotan innolla mihin suuntaan 2000-luku miestenmuotia vie. Muuttuuko muoti vielä vapaampaan, lähes 1970-luvulle tyypilliseen androgyynisempaan ja koristeellisempaan vai konservatiivisempaan ja käytännöllisyyttä korostavaan suuntaan? Voivatko monet eri tyylit elää rinnakkain? Jatkotutkimuksissa aihetta voisi laajentaa koskemaan jonkin tietyn vaatekappaleen symbolisia merkityksiä tai tietyn katumuotiblogin tarjoamia maskuliinisuuden representaatioita. Tutkimuksessa voisi kartoittaa vaateen rakenteellisista lähtökohdista käsin tiettyjen kaavoituksellisten yksityiskohtien tarjoamia maskuliinisuuden konnotaatioita tai jonkin miestenvaateyrityksen käsityksiä mallistonsa maskuliinisuuskonnotaatioista. Mitä maskuliinisuus vaateen suunnittelijalle tai käyttäjälleen merkitsee? Kuinka maskuliinisuus ylipäättään koetaan vaateuksellisessa kontekstissa?

## Lähteet

Alasuutari, Pertti, 2007. Yhteiskuntateoria ja inhimillinen todellisuus. Suom. Tampereen yliopiston kääntäjäryhmä Kaisa Koskisen johdolla. Gaudeamus: Helsinki. (2004)

Bags, 2004. Collection and text Tassenmuseum Hendrikje. Pepin Press: Amsterdam.

Barnard, Malcolm, 1996. Fashion as Communication. Routledge: London.

Barthes, Roland, 1990. S/Z. Trans. Richard Miller. Basil Blackwell: Oxford. (1973)

Beauvoir, Simone de, 2011. Toinen sukupuoli II. Eletty kokemus. Suom. Iina Koskinen, Hanna Lukkari & Erika Ruonakoski. Tammi: Helsinki. (1949)

Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas, 1998. Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen. Tiedonsosiologinen tutkielma. 2. painos. Suom. & toim. Vesa Raiskila. Gaudeamus: Helsinki.  
(1966)

Black, Sandy, 2002. Knitwear in Fashion. Thames and Hudson: London.

Butler, Judith, 2006. Hankala sukupuoli. Feminismi ja identiteetin kumous. 2. painos. Suom. Tuija Pulkkinen & Leena-Maija Rossi. Gaudeamus: Helsinki. (1990)

Chandler, Daniel, 2002. Semiotics: The Basics. Routledge: London.

Cole, Shaun, 2009. 'Macho Man': Clones and the Development of a Masculine Stereotype. In: Peter McNeil and Vicki Karaminas (ed.): The Men's Fashion Reader. Berg Publishers: Oxford, 391–400. (2000)

Connell, R.W., 2000. The Men and the Boys. University of California Press: Berkeley.



Connell, R.W., 2005. Masculinities. 2nd edition. University of California Press: Berkeley. (1995)

Davis, Fred, 1992. Fashion, Culture, and Identity. The University of Chicago Press: Chicago.

Dress and Gender: making and meaning in cultural contexts, 1992. Ruth Barnes & Joanne B. Fischer (ed.). Berg: New York.

Dyer, Richard, 2002. Älä katso! Seksuaalisuus ja rotu viihteen kuvastossa. Toim. & osittain suom. Martti Lahti. Vastapaino: Tampere.

Edwards, Tim, 1997. Men in the Mirror. Men's fashion, masculinity and consumer society. Cassell: London

Edwards, Tim, 2006. Cultures of Masculinity. Routledge: London.

Entwistle, Joanne, 2000. The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory. Polity Press: Cambridge.

Faiers, Jonathan, 2008. Tartan. Berg: Oxford.

Fashioning the Body Politics: dress, gender, citizenship, 2002. Wendy Parkins (ed.). Berg: New York.

Foucault, Michel, 1998. Foucault/Nietzsche. Suom. Turo-Kimmo Lehtonen & Jussi Vähämäki. Paradeigma-sarja. Tutkijaliitto: Helsinki. (1967, 1971)

Foucault, Michel, 2000. Tarkkailla ja rangaista. Suom. Eevi Nivanka. Otava: Helsinki. (1975)

Foucault, Michel, 2005. Tiedon arkeologia. Suom. Tapani Kilpeläinen. Vastapaino: Tampere. (1969)

Hacking, Ian, 2009. Mitä sosiaalinen konstruktionismi on? Suom. Inkeri Koskinen. Vastapaino: Tampere. (1999)

Halberstam, Judith, 1998. Female Masculinity. 5th printing. Duke University Press: Durham, London.

Hall, Stuart, 1997a. Introduction. In: Stuart Hall (ed.): Representation. Cultural Representations and Signifying Practices. Sage Publications: London, 1–14.

Hall, Stuart, 1997b. The Work of Representation. In: Stuart Hall (ed.): Representation. Cultural Representations and Signifying Practices. Sage Publications: London, 15–63.

Hall, Stuart, 1999. Identiteetti. Suom. Mikko Lehtonen & Juha Herkman. Vastapaino: Tampere.

Harris, Alice, 2002. The Blue Jean. PowerHouse Books: New York.

Heinämaa, Sara & Reuter, Martina & Saarikangas, Kirsi, 1997. Lähtökohtia. Teoksessa: Sara Heinämaa & Martina Reuter & Kirsi Saarikangas (toim.): Ruumiin kuvia. Subjektin ja sukupuolen muunnelmia. Gaudeamus: Helsinki, 7–11.

Heiskala, Risto, 2000. Sukupuoli semioottisena konstruktiona. Teoksessa: Eero Tarasti (toim.): Ymmärtämisen merkit. Samuuden ja toiseuden ikoneja suomalaisessa kulttuurissa. International Semiotics Institute: Imatra, 56–71.

Hirdman, Yvonne, 1988. Genussystemet - reflexioner kring kvinnors sociala underordning. Kvinnovetenskaplig tidskrift, nro 3, 1988, 49–63.

Hollander, Anne, 2009. Heroes in Wool. In: Peter McNeil and Vicki Karaminas (ed.): The Men's Fashion Reader. Berg Publishers: Oxford, 261–264. (1995)

Hänninen, Jorma, 1996. Miehiä katsellessa – koreilemattomia kansanmiehiä. Teoksessa: Marianna Laiho & Iris Ruoho (toim.): Naisen naamio, miehen maski. Katse ja sukupuoli mediakuvassa. Kansan Sivistystyön Liitto KSL r.y.: Helsinki, 81–110.

Jokinen, Arto, 1999a. Suomalainen miestutkimus ja -liike: muutoksen mahdollisuus?. Teoksessa: Arto Jokinen (toim.): Mies ja muutos. Kriittisen miestutkimuksen teemoja. Tampere University Press: Tampere, 15–49.

Jokinen, Arto, 1999b. Tuntuu mieheltä. Teoksessa: Arto Jokinen (toim.): Mies ja muutos. Kriittisen miestutkimuksen teemoja. Tampere University Press: Tampere, 7–12.

Jokinen, Arto, 2001. Näin tehdään nainen: miesten ristiinpukeutuminen. Teoksessa: Minna Nikunen, Tuula Gordon, Sanna Kivimäki ja Riitta Pirinen (toim.): Nainen / naiseus / naisellisuus. Tampere University Press: Tampere, 191–212.

Jokinen, Arto, 2004. Miten miestä merkitään? Johdanto maskuliinisuuden teoriaan ja kulttuuriseen tekstintutkimukseen. Teoksessa: Arto Jokinen (toim.): Yhdestä puusta. Maskuliinisuuksien rakentuminen populaarikulttuureissa. Tampere University Press: Tampere, 7–31.

Kaiser, Susan B., 1998. The Social Psychology of Clothing. Symbolic Appearances in Context. 2nd edition revised. Fairchild Publications: New York. (1997)

Kantola, Johanna, 2010. Sukupuoli ja valta. Teoksessa: Tuija Saresma, Leena-Maija Rossi & Tuula Juvonen (toim.): Käsikirja sukupuoleen. Vastapaino: Tampere, 78–87.

Keenan, William J.F., 2000. Clothed with Authority: The Rationalization of Marist Dress-Culture. In: Linda B. Arthur (ed.): Undressing Religion. Commitment and Conversation from a Cross-Cultural Perspective. Berg: Oxford, 83-100.

Keller, Evelyn, Fox, 1988. Tieteen sisarpuoli. Pohdintoja sukupuolesta ja tieteestä. Suom. Pia Sivenius. Vastapaino: Tampere. (1985)

Knuuttila, Tarja & Lehtinen, Aki Petteri, 2010. Johdanto: Representaatio – tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi. Teoksessa: Tarja Knuuttila & Aki Petteri Lehtinen (toim.): Representaatio. Tiedon Kivijalasta tieteiden työkaluksi. Gaudeamus: Helsinki, 7–34.

Laiho, Marianna & Ruoho, Iris, 2005. Lihaan kirjoitettu. Teoksessa: Marianna Laiho ja Iris Ruoho (toim.): Median merkitsemät. Ruumis ja sukupuoli kuvassa. PS-Kustannus: Jyväskylä, 5–13.

Lehtonen, Mikko, 1999. Maskuliinisuus, kansallisuus, identiteetti. Teoksessa: Arto Jokinen (toim.): Mies ja muutos. Kriittisen miestutkimuksen teemoja. Tampere University Press: Tampere, 74–88.

Liljeström, Marianne, 2004. Feministinen metodologia – mitä se on? Teoksessa: Marianne Liljeström (toim.): Feministinen tietäminen. Keskustelua metodologiasta. Vastapaino: Tampere, 9–21.

Liljeström, Marianne; Anttonen, Anneli & Lempiäinen, Kirsti, 2000. Nykyfeminismin ajattelijoita: johdatus teemaan. Teoksessa: Anneli Anttonen, Kirsti Lempiäinen ja Marianne Liljeström (toim.): Feministejä – aikamme ajattelijoita. Vastapaino: Tampere, 9–18.

Londrigan, Michael P., 2009. Menswear. Busines to style. Fairchild Books: New York.

Lurie, Alison, 2000. The Language of Clothes. Henry Holt and Company: New York. (1981)

Ollila, Anne, 2010. Kirjoituksia kulttuurista, sukupuolesta ja historiasta. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura: Helsinki.

Pulkkinen, Tuija, 2000. Judith Butler – sukupuolen suorittamisen teoreetikko. Teoksessa: Anneli Anttonen, Kirsti Lempiäinen ja Marianne Liljeström (toim.): Feministejä – Aikamme ajattelijoita. Vastapaino: Tampere, 43–60.

Roetzel, Bernhard, 2009. Täydellinen herrasmies. Klassisen miestenmuodin käsikirja. Suom. Big Sur Oy. H.F. Ullmann: Potsdam.

Roojen, Pepin van, 2010. European Folk. Fabric design and dress from Central and South-Eastern Europe. Pepin Press: Amsterdam.

Rossi, Leena-Maija, 2003. Heterotehdas. Televisiomainonta sukupuolituotantona. Gaudeamus: Helsinki.

Sarpavaara, Harri, 2004. Ruumiillisuus ja mainonta. Diagnoosi tv-mainonnan ruumiillisuusrepresentaatioista. Tampereen yliopisto, sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos: Tampere.

Seppänen, Janne, 2004. Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa. 3. painos. Vastapaino: Tampere.

Silverman, Kaja, 1996. The Threshold of the Visible World. Routledge: New York.

Simmel, Georg, 1986. Muodin filosofia. Suom. Antti Alanen. Kustannus Oy Odessa: Helsinki. (1923)

Solomon-Godeau, Abigail, 1997. Male Trouble: A Crisis in Representation. Thames & Hudson: London.

Säävälä, Hannu, 1999. Mieheyden psykologiaa. Teoksessa: Arto Jokinen (toim.): Mies ja muutos. Kriittisen miestutkimuksen teemoja. Tampere University Press: Tampere, 52–73.

Tarasti, Eero, 1996. Johdatusta semiotiikkaan. Esseitä taiteen ja kulttuurin merkkijärjestelmistä. 3. painos. Gaudeamus: Helsinki. (1990)

Veivo, Harri & Huttunen, Tomi, 1999. Semiotiikka. Merkeistä mieleen ja kulttuuriin. Oy Edita Ab: Helsinki.

Vänskä, Annamari, 2006. Vikuroivia vilkaisuja. Ruumis, sukupuoli, seksuaalisuus ja visuaalisen kulttuurin tutkimus. Taidehistorian seura: Helsinki.

Wellig, Heini [1999]. Turhamainen mies – narri vai sankari? 2. Painos. Nukke- ja pukumuseo: Tampere.

Wickman, Jan, 2006. Mediaseksikäs miesurheilija. Teoksessa: Taina Kinnunen ja Anne Puuronen (toim.): Seksuaalinen ruumis. Kulttuuritieteelliset lähestymistavat. Gaudeamus: Helsinki, 143–159.

Painamattomat lähteet

Kauppinen, Outi, 2003. Vartalonsa vanki. Naispuolisen vaatetussuunnittelun opiskelijan käsityksiä länsimaisesta naisihanteesta. Pro gradu -työ. Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta, vaatetussuunnittelu.

Lepomäki, Heidi & Puljujärvi, Jukka, 2007. Sekäettä – Unisex-ilmiö mallistosuunnittelussa. Pro gradu -työ. Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta, tekstiili- ja vaatetusala.

Matala, Riikka, 2004. Sukupuolittuneet kyborgit vaatetussuunnittelun haasteena. Pro gradu -työ. Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta, vaatetussuunnittelu.

## Internetlähteet

Hintsanen, Päivi, 2009a. Musta. <http://www.coloria.net/varit/musta.htm>. Päivitetty 13.10.2009. Luettu 9.5.2012.

Hintsanen, Päivi, 2009b. Ruskea. <http://www.coloria.net/varit/ruskea.htm>. Päivitetty 3.7.2009. Luettu 9.5.2012.

Hintsanen, Päivi, 2009c. Valkoinen. <http://www.coloria.net/varit/valkoinen.htm>. Päivitetty 3.7.2009. Luettu 9.5.2012.

Hintsanen, Päivi, 2011a. Keltainen. <http://www.coloria.net/varit/keltainen.htm>. Päivitetty 7.5.2011. Luettu 11.5.2012.

Hintsanen, Päivi, 2011b. Punainen. <http://www.coloria.net/varit/punainen.htm>. Päivitetty 7.5.2011. Luettu 12.5.2012.

Hintsanen, Päivi, 2011c. Vihreä. <http://www.coloria.net/varit/vihrea.htm>. Päivitetty 7.5.2011. Luettu 12.5.2012.

Hintsanen, Päivi, 2012. Sininen. <http://www.coloria.net/varit/sininen.htm>. Päivitetty 7.1.2012. Luettu 10.5.2012.

Nũ 2010. Meet Raewyn Connell.

[http://www.blogyouris.com/nu\\_gender\\_excellence/meet-raewyn-connell](http://www.blogyouris.com/nu_gender_excellence/meet-raewyn-connell). Päivitetty 4.7.2010. Luettu 8.3.2012.

## Kuvalähteet

Kuva 1. Androgynous.tumblr.com, 2012. Thomas Aoustet.

[http://27.media.tumblr.com/tumblr\\_lmwmweS92H1qjvrc1o1\\_400.jpg](http://27.media.tumblr.com/tumblr_lmwmweS92H1qjvrc1o1_400.jpg). Päivitetty 25.4.2012. Luettu 25.4.2012.

Kuva 2. Androgynous.tumblr.com, 2012. Christian Brylle.

[http://26.media.tumblr.com/tumblr\\_luj0abCz6V1qlvy7go1\\_500.jpg](http://26.media.tumblr.com/tumblr_luj0abCz6V1qlvy7go1_500.jpg). Päivitetty 25.4.2012. Luettu 25.4.2012.

Kuva 3. Jokinen, Liisa, 2012. Benjam, 23.

[http://www.hel-looks.com/big-photos/20120316\\_02.jpg](http://www.hel-looks.com/big-photos/20120316_02.jpg). Päivitetty 22.4.2012. Luettu 23.4.2012.

Kuva 4. Swagger New York, 2011. Jeremy Harris.

<http://jscdn.swaggernewyork.com/media/2011/07/Jeremy-Harris.jpg>. Päivitetty 22.7.2011. Luettu 24.4.2012.

Kuva 5. Maule, Anthony, 2012. The Evangelist.

<http://www.vman.com/wp-content/uploads/2652/960x587-3.jpg>. Päivitetty 24.4.2012. Luettu 24.4.2012.

Kuva 6. Schuman, Scott, 2011. On the Street....Somerset House, London. Wednesday, September 21, 2011. The Sartorialist.

[http://images.thesartorialist.com/thumbnails/2011/09/91811BoySkirt\\_9929Web.jpg](http://images.thesartorialist.com/thumbnails/2011/09/91811BoySkirt_9929Web.jpg). Päivitetty 28.2.2012. Luettu 29.2.2012.

Kuva 7. Dior, 2012. Esquire, March 2012. Uk Edition. 03/2102. p 7.

Kuva 8. Galbraith, Ben, 2012. The Missing. By Ben G. 23 year old general of the lunar army from Australia.

[http://lookbook.nu/files/looks/large/2012/05/05/2176405\\_IMG\\_5423\\_2.jpg?1336234265](http://lookbook.nu/files/looks/large/2012/05/05/2176405_IMG_5423_2.jpg?1336234265). Päivitetty 5.5.2012. Luettu 9.5.2012.



Kuva 9. Nam HB. 2012. PITTI UOMO day3. Streetfsn. Jan 12, 2012.

[http://4.bp.blogspot.com/-M12ZIn3XMM0/Tw\\_Pxnlw\\_di/AAAAAAAAAD7E/6vY\\_TU3Tyww/s1600/17.jpg](http://4.bp.blogspot.com/-M12ZIn3XMM0/Tw_Pxnlw_di/AAAAAAAAAD7E/6vY_TU3Tyww/s1600/17.jpg). Päivitetty 14.1.2012. Luettu 17.1.2012.

Kuva 10. Alas, Mert & Piggot, Marcus, 2012. Dsquared2. Fall/Winter 2011.

<http://cdn3.yoox.biz/dsquared2/wp-content/files/fall-winter-2011/MDPS6.jpg>. Päivitetty 2012. Luettu 9.5.2012.

Kuva 11. Schuman, Scott, 2012. On the Street.....Clinton St., New York. Friday, March 23, 2012. The Sartorialist.

[http://images.thesartorialist.com/thumbnails/2012/03/32212Clinton\\_30046Web.jpg](http://images.thesartorialist.com/thumbnails/2012/03/32212Clinton_30046Web.jpg). Päivitetty 25.4.2012. Luettu 25.4.2012.