

Tyyli ja trendit muodissa
Trendiennusteiden toteutuminen Suomessa vuosina
2000 ja 2010

Lapin yliopisto
Taiteiden tiedekunta
Vaate suunnittelu
Syksy 2012
Annukka Heinonen

Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Tyyli ja trendit muodissa. Trendiennusteiden toteutuminen Suomessa vuosina 2000 ja 2010

Tekijä: Annukka Heinonen

Koulutusohjelma/oppiaine: Vaatetussuunnittelu

Työn laji: Pro gradu -tutkielma_x_ Laudaturtyö__

Sivumäärä: 109

Vuosi: 2012

Tiivistelmä:

Tässä pro gradu -tutkimuksessa tutkin käsitteitä muoti, tyyli ja trendit. Tutkimukseni oleelliseksi kysymyksiksi nousevat, mitä tyyli-sanalla tarkoitetaan, miten se liittyy käsitteisiin muoti ja trendi sekä millainen on näiden käsitteiden välinen suhde. Tutkimuksessa määrittelen erilaisia muoti-ilmiöitä, tarkastelen tyylien syntyä ja selvitän, mitkä seikat vaikuttavat niiden muovautumiseen. Lisäksi olennaista on muodin ja ajan suhde sekä tyylien ja trendien elinkaari. Tutkimuksessani käsittelen tyylien merkityksiä yksilölle, osana yhteiskuntaa ja sen normeja. Selvitän myös, miten muoti levittäytyy yksilöiden keskuudessa ja mikä on muodin ja pukeutumisen merkitys osana viestintää.

Tutkimukseni on laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta, jossa käytän apuna induktiivista päättelyn logiikkaa. Tavoitteenani on tutkittavan kohteen tulkinta, ymmärtäminen ja merkityksenanto. Tavoitteisiini pääsen hyödyntämällä lisäksi hermeneuttista metodologiaa. Tutkimuksessani analysoin runsaasti kuvia, jolloin hyödynnän semioottista kuva-analyysiä sekä Marilyn DeLongin esteettisen havainnoinnin avulla kehittämää metodologiaa.

Tutkimuksessani selvitän, millaisia trendiennusteita trenditoimisto Promostyl on antanut tutkittaville vuosille 2000 ja 2010. Havaintojeni pohjalta teen johtopäätöksiä muodin ja tyylien monimuotoisuudesta osana postmodernia kulttuuria ja syvennyn tutkimuksessani siihen, miten tutkimusvuosille annetut yleismaailmalliset trendiennusteet toistuvat naistenlehti Gloriassa. Selvitän, miten ja mitä vallitsevia trendejä se esittelee numeroissaan ja millaisia tyyliä niistä muodostuu muotikuviin. Tekemieni havaintojen ja päätelmien pohjalta koostan kymmenen trenditaulua, josta kustakin poimin yhden kuvan syvemmin analysoitavaksi. Tutkimukseni osoittaa, kuinka tutkimusvuosien trendiennusteista ja muotikuvista ilmenee postmodernille kulttuurille tyypillinen yksilöllisyyden korostuminen, alkuperästään irrotettujen elementtien yhteen sulautuminen ja uusien merkitysten syntyminen.

Avainsanat:

Vaatetussuunnittelu, muoti, tyyli, trendit, vaatteet, pukeutuminen

Muita tietoja:

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi_x_

Suostun tutkielman luovuttamiseen Lapin maakuntakirjastossa käytettäväksi_x_
(vain Lappia koskevat)

University of Lapland, Faculty of Art and Design

The title of the pro gradu thesis: Tyyli ja trendit muodissa. Trendiennusteiden toteutuminen Suomessa vuosina 2000 ja 2010

Author(s): Annukka Heinonen

Degree programme / subject: Clothing Design

The type of the work: pro gradu thesis laudatur thesis

Number of pages: 109

Year: 2012

Summary:

In this Masters Thesis I am researching the concepts of fashion, style and trends. The meaning of style and its relation with fashion and trends is one of the most relevant questions in this work. Different phenomena in fashion, fashion's relation with time and how styles are born and developed (the fashion cycle) are clarified in this research. It is also relevant to study what do fashion and styles mean for an individual and how is it used as a part of communication. I am also studying, how fashion is extended among the consumers and finding out how fashion appears in the society and in its norms.

Qualitative perspective and the inductive logic of thinking are used in this study. My goals are to interpret and understand the sense of styles and the fashion in the years 2000 and 2010. I explore the trend reports given for this period of time by the Promostyl – trend agency and find out how these styles are manifested in women's magazine Gloria. Semiotic viewpoint and Marilyn DeLong's method that is created for the assistance of aesthetic observation are used in this work when analyzing the pictures.

Studying the trend reports and fashion pictures gave me a lot of information about the elements of fashion and styles. Based on these observations I have composed ten different collages using the pictures that indicate the most common trends seen in the magazine. One picture of each collage is chosen for closer observation and analyze.

After these observations, the conclusions of the diversity of fashion elements as a part of the postmodern society are confirmed. The trend collages show how the forecasted global trends are repeated in fashion in the pages of Gloria. They present the typical features of the postmodern culture such as the idea of individuality, the diffusion, combining and the birth of new meanings for aesthetic cultural elements.

Keywords: Clothing design, fashion, style, trends, clothes, dressing

Further information:

I give a permission the pro gradu thesis to be read in the Library

I give a permission the pro gradu thesis to be read in the Provincial Library of Lapland (only those concerning Lapland)

Sisällys

1. Johdanto	1
1.1. Tutkimuksen lähtökohdat	2
1.2. Tavoitteet ja tarkoitukset	3
1.3. Viitekehys	4
1.4. Tutkimusasettelua ja käytettävät menetelmät	5
1.5. Tutkimuksen teoriataustana semiotiikka	9
2. Tyyli, muoti ja trendit: käsitteiden täsmennys	11
2.1. Muodin maailma	12
2.2. Trendit osana muotia	14
3. Tyyli ja muoti ajassa	17
3.1. Tyyli ja muoti osana kulttuuria	20
3.2. Tyylien synty ja elinkaari	23
3.3. Muodin leviämisen teorat	27
3.4. Muoti, maailma ja talous	31
4. Muoti ja pukeutuminen osana viestintää	34
4.1. Tyylien lähettämät viestit ja niiden tärkeys	36
4.2. Yksilöllinen tyyli ja tyylien merkitykset osana ryhmää	39
5. Havainnointi tutkimuksen tiedonhankintamenetelmänä	44
5.1. Havainnosta tiedoksi	45
5.2. Trendiennusteet vuodelle 2000	48
5.3. Trendiennusteet vuodelle 2010	53
5.4. Havainnoinnin lopputuloksia	59
6. Tyyli ja muotia Gloria-lehdessä	61
6.1. Uudenlaista yhdistelyä	62
– Tyyli ja trendiennusteiden toteutuminen Gloria-lehdessä vuonna 2000	
6.2. Ylellisyyttä ja kontrasteja	74
– Tyyli ja trendiennusteiden toteutuminen Gloria-lehdessä vuonna 2010	
6.3. Vaatteen muoto ja hahmo muotikuvissa	84
6.4. Yksityiskohdista kokonaisuudeksi	85
6.5. Värien merkitykset.....	89
7. Tutkimuksen tuloksia ja tyylien tarina	91
8. Pohdintoja ja tulevaisuuden visioita	98
Lähteet	102
Kuvaluettelo	107
Liitteet	

1. Johdanto

Tyyli kertovat ja viestivät tarinoita. Erilaisilla tyyleillä ilmaistaan omaa persoonaa ja paljastetaan muille tietoja itsestä. Tämä on eräs syy siihen, miksi tyyli kiehtovat ja kiinnostavat ihmisiä. Niiden avulla voidaan hakea huomiota ja saada aikaan näyttävyyttä. Tyyliä pidetään tärkeinä ja niitä seurataan tiiviisti. Tyyli voivat toisinaan herättää myös negatiivisia tunteita, kuten hämmennystä ja pelkoa, sillä ne voivat olla hyvin tehokkaita vaikuttajia. Usein tyyli reagoivat johonkin ajan ilmiöön tai tapahtumaan. Ne säväyttävät, jolloin ne myös huomioidaan. Tyyli näyttävät eri aikoina erilaisina ja ilmaisevat aikaansa tehokkaasti joko kapinoiden tai ylistäen sitä.

Tyyli ovat myös sopeutuvaisia. Ne noudattavat oman aikansa kauneusihanteita ja yhteiskunnan sääntöjä. Ne mukautuvat aikaan kuitenkin vain hyvin lyhyen hetken, kunnes ne näyttävät taas uudessa valossa. Tyyli ovatkin jatkuvassa liikkeessä. Kun ne löydetään, ne ovat jo mennyttä ja vanhaa. Joidenkin tyylien elämä on lyhyt, kun taas jotkut jäävät ihmisten suosioon pitkiksi ajoiksi. Tällaiset tyyli usein kertautuvat. Kertautuminen on melkein pä toistuvaa ja välttämätöntä. Vuodesta toiseen tyyleissä yhdistyvät vanhat tutut elementit mutta aina uudella tavalla. Tyyli ovatkin aina uutta, vaikka niissä olisi mukana ripaus vanhaa.

1.1. Tutkimuksen lähtökohdat

Kun aloin suunnitella aihetta pro gradu -tutkimukseeni, pohdin, mistä aiheesta minulle olisi hyötyä tulevaisuudessa. Mietin, mikä aihe toisi mahdollisesti mukanaan työpaikan tai olisi etuna töitä etsiessäni. Lopulta kuin itsestään mieleeni nousi aihe, tyylit. Huomasin sen täydentävän nykyistä ammattitaitoani. Tutkittava aihe on minulle läheinen ja minua kiinnostava, mutta myös merkityksellinen, sillä suunnittelijana ja stylistina tyylien ja trendien maailma on minulle erityisen läheinen. Minulla on siten käytettävissäni tutkittavasta aiheesta jo aikaisempaa taitotietoa, joka on perustana tälle tutkimukselle. Tämän jo olemassa olevan ammattitaidon ja -tiedon on tarkoitus tukea tutkimusta, eikä rajoittaa uuden tiedon hankintaa tai omaksumista.

Pukeutumista ja vaateesta ilmiönä voidaan tutkia useasta näkökulmasta. Sitä voidaan tarkastella esimerkiksi muodin, psykologisen tai sosiologisen tutkimuksen tai pukuhistorian näkökulmasta. Tämän tutkimuksen kannalta olennaisia tutkimuksen osa-alueita ovat sekä muodin että pukeutumisen tutkimus sosiologisesta mutta jonkin verran myös psykologisesta näkökulmasta. Muodin tutkimus pureutuu muotiin sosiaalisena ilmiönä, jolloin se pyrkii selvittämään sen sosiaalista sisältöä ja leviämisen vaiheita. Sosiologinen pukeutumisen tutkimus tarkastelee pukeutumista ja sen symboliikkaa sekä tarkoituksia osana laajaa sosiaalista systeemiä. Pukeutumisen psykologia puolestaan tulkitsee, mikä on vaatteiden merkitys yksilölle jokapäiväisessä elämässä ja vuorovaikutustilanteissa. Se tutkii vaatteisiin liittyviä tarkoituksia, tarpeita ja asenteita sekä vaatteiden erilaisia symbolimerkityksiä. (Turunen 2002,5; Jacobson 1994, 12–13; Lönnqvist 1972,13–24.)

Tässä pro gradu -tutkimuksessa tutkin käsitteitä muoti, tyylit ja trendit. Tutkimuksen kannalta oleellisiksi kysymyksiksi nousevat muun muassa, mitä tyyli-sanalla tarkoitetaan, miten se liittyy käsitteisiin muoti ja trendi sekä millainen on näiden käsitteiden välinen suhde. Tutkimuksessa kartoitetaan, millaisia trendejä ja tyyliä on olemassa, mitkä ovat niiden merkitykset yksilölle ja miten ne vaikuttavat yhteiskunnassa.

Tämä tutkimus käsittelee lähimenneisyyden tyylejä, trendejä sekä muodin yksityiskohtia. Koska tyyli liittyy vahvasti aikaansa, auttaa tutkimus ymmärtämään paremmin myös nykyistä aikaa sekä viime aikojen tapahtumia. Pro gradu -tutkimukseni on suunnattu vaatetusalan opiskelijoille, ja sen tarkoitus on edistää suunnittelua sekä muodin hahmottamista. Tutkimuksessa onkin oleellista selvittää, miten erilaisia tyylejä luetaan ja miten tyylien kautta viestitään sekä miten niiden kautta lähetetyt viestit vastaanotetaan. Nämä tiedot ovat hyvin merkityksellisiä vaatteiden parissa työskentelevälle ammattilaiselle, sillä esimerkiksi vaatesuunnittelijan rooli on muuttunut postmodernissa yhteiskunnassa siten, että suunnittelija taitaa kansainvälisen visuaalisen kulttuurin sekä ammentaa työhönsä inspiraatiota paikallisten ilmiöiden lisäksi myös globaaleista ilmiöistä. (8.6.2012. http://www.jyu.fi/taiku/aikajana/taidehist/th_ny_modernismi.htm.)

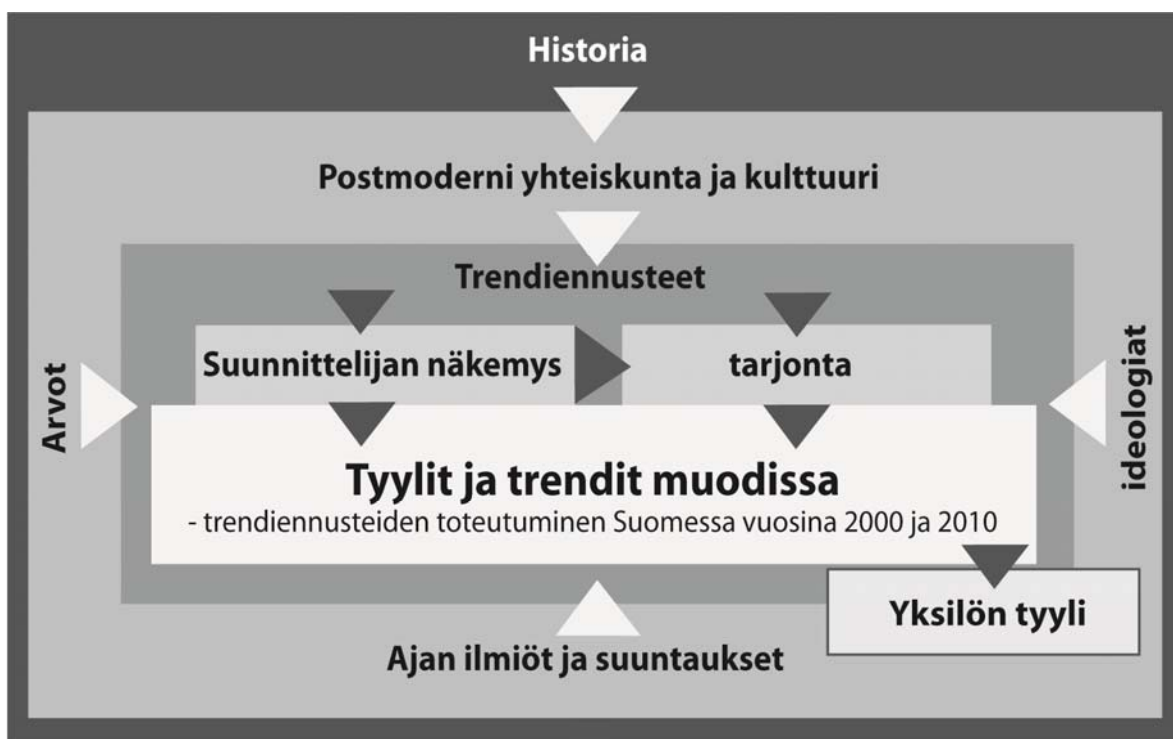
1.2. Tavoitteet ja tarkoitukset

Tutkimuksessani perehdyn tarkemmin siihen, miten muoti ja erilaiset tyyli ovat näyttäytyneet Suomessa ja ilmentyneet naistenlehti Gloriassa vuosituhannen vaihtuessa vuonna 2000 ja millaisena muoti tuli näkyviin kymmenen vuotta myöhemmin, vuonna 2010. Tutkimuksessa selvitän, millaisia trendiennusteita näille vuosille on annettu ja miten ne ovat toteutuneet maassamme. Tutkimuksen tavoitteena on löytää noina vuosina vahvimmin näkyneet muoti-ilmiöt eli tyyli. Tarkastelen, liittyvätkö nämä muoti- ja tyyli-ilmiöt vaateen hahmoon tai muotoon vai enemmän yksityiskohtiin ja asusteisiin. Pohdin lisäksi, mikä asema väreillä tai asusteilla on kyseisinä vuosina. Tutkin myös, miten nämä kaikki pukeutumiseen liittyvät yksityiskohdat ilmenevät joinakin tiettyinä tyyleinä. On mielenkiintoista selvittää, miten tutkimusvuosien pukeutumistyyli heijastavat omaa aikaansa.

Tutkimuksen kannalta oleellista on perehtyä näkyvimpien muoti-ilmiöiden lisäksi tyylien kertautumiseen. Tutkimuksessa selvitän, voidaanko vuosina 2000 tai 2010 ilmenneet muodin yksityiskohdat liittää selkeästi johonkin menneiden aikojen tyyliin ja milloin kyseinen tyyli on esiintynyt edellisen kerran. Tutkimuksessa tarkastelen myös tyylien syntyä ja selvitän, mitkä seikat vaikuttavat niiden muovautumiseen.

Tässä tutkimuksessa käsittelen tyylien merkityksiä yleensä yksilölle osana yhteiskuntaa ja sen normeja. Tutkimuksessani perehdyn etenkin tyylien merkityksiin ja niiden antamiin viesteihin vuosina 2000 ja 2010. Näiden vuosien tyylien ja muodin kartoitukset sekä niiden liittyminen aikaisempiin aikakausiin vaativat myös kulttuurihistoriaan perehtymistä. Kulttuurihistoriaa en tutkimuksessani kuitenkaan tarkastele kovin syvällisesti, mutta siihen perehtyminen antaa lisätukea tutkittaville tyyleille.

1.3. Viitekehys



KUVIO 1. Tutkimuksen viitekehys.

Pro gradu -tutkimukseni viitekehuksesta voi havaita tutkittavan ilmiön – pukeutumistyyliä Suomessa vuosina 2000 ja 2010 –peruslähtökohdat. Viitekehysten keskellä on tutkimuksen keskeisin asia, tyyli ja trendit, jotka olivat muovautumiseen ovat vaikuttaneet läheisesti suunnittelijoiden näkemykset eli se, millaisia mallistoja ja vaatteita he ovat suunnitelleet kyseisenä aikana. Ajan tyyli ovat muovautuneet saatavilla olleen tarjonnan ja annettujen trendiennusteiden pohjalta. Suunnittelijoiden työhön ovat vaikuttaneet suuresti kyseisille vuosille annetut trendiennusteet, joista he ovat poimineet inspiraatiota työhönsä. Siihen,

millaisia ennusteita vuosille 2000 ja 2010 on laadittu, ovat puolestaan vaikuttaneet vallitsevan yhteiskunnan luonne ja kulttuuri. Postmodernin yhteiskunnan ja kulttuurin sisällä vaikuttavat keskeiset arvot, ideologiat, ajan ilmiöt ja suuntaukset toimivat myös trendien ja tyylien muovaajina. Siihen, millaiseksi nämä ovat puolestaan muodostuneet, on vaikuttanut suuresti historia. Viitekehyksessä kaikki aikaisemmin mainitut elementit toimivat myös yksilön tyyliin muokkaajina ja vaikuttajina.

1.4. Tutkimusasettelua ja käytettävät menetelmät

Tutkimukseni on laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta. Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa analysoidaan laatuina ja ominaisuuksina. Oleellista ei ole saatujen vastausten tai tulosten määrä vaan niiden sisältö ja sen analysointi. Tutkimusaineiston kokoamisessa huomioin kolme erilaista näkökulmaa: tutkittavan ilmiön kontekstin eli asiayhteyden, ilmiön tarkoituksen sekä prosessin, jossa ilmiö esiintyy. (Anttila 2005,175.)

Tutkimukseni tarkoitus on selvittää, mikä on ilmiö nimeltään tyyli. Millainen on sen suhde käsitteisiin muoti ja trendi? Tutkittavien tyylien ympäristö sekä niiden esiintymispaikka ja -aika, on oleellista huomioida ja selvittää. Tätä kautta selviää tyylien tarkoitus ja tilanne, jossa ne esiintyvät. Laadullisen tutkimuksen tavoitteina ovatkin ilmiön ymmärtäminen, selittäminen, tulkinta ja tiedon soveltaminen (Anttila 2005,275). Apuna tutkimuksessani käytän induktiivista päättelyn logiikkaa, joka alkaa kerätyistä aineistosta. Tehtävänäni on käsitteellistää tämä aineisto ja määrittellä muodostamieni käsitteiden pohjalta teoria (Anttila 2005, 117).

”Laadullisessa tutkimuksessa tuloksiin vaikuttaa tutkijan mielenkiinto asiaan. Hänen elämäntapansa, ammattinsa ja aikaisempi elämänsä historia vaikuttavat näkökulman valintaan (Anttila, 276).” Minulla on tutkittavasta aiheesta olemassa jo aikaisempaa tietoa sekä käytännön kokemusta, mistä syntyy esiyymmärrykseni aiheesta ja lähtökohdat käsitteellistämiseksi. Nämä esiajatukset aiheesta olen valmis kumoamaan, mikäli keräämäni aineisto osoittaa niiden olevan vääriä. Induktiiviselle päättelyn logiikalle tyypillisesti hankin aineistoa tutkimusta varten muun muassa havainnoimalla. (Anttila 2005, 117.)

Tutkimukseni tavoitteena on tutkittavan kohteen tulkinta, ymmärtäminen ja merkityksenanto. Näihin tavoitteisiin pääsen hyödyntämällä hermeneuttista metodia, joka on ymmärtävä ja tulkitseva. (Anttila 2005, 305) Tutkijana työskentelyni on eräänlaista vuoropuhelua, jossa suhteutan omat merkitysehdotukseni aineistoon ja korjaan niitä tarvittaessa, mikäli tutkittavan kohteen tulkinta ja ymmärtäminen niin vaatii. Kyseinen metodi ja tutkittavan kohteen omaksuminen sekä tulkinta edellyttävät, että minulla on tutkijana esiyymmärrys tyyleistä, muodista ja trendeistä sekä niiden olemuksesta.

Hermeneutiikka pyrkii tuomaan esille ja selvittämään tutkittavan asian luonnetta ja sen rakentumista (Anttila 2005, 305; Malpas 2003). Tähän pyrin tutkimuksessani kyseisen metodin avulla. Hermeneutiikkaan liittyy läheisesti hermeneuttinen spiraali, josta voidaan havaita, miten jokaista yksityiskohtaa tulee tarkastella osana kokonaisuutta ja miten pienetkin yksityiskohdat vaikuttavat kokonaisuuden muovautumiseen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että hermeneuttisessa menetelmässä tutustuminen tutkimusaiheeseen, eli tyyliin, muotiin ja trendeihin, vaikuttaa esiyymmärrykseeni ja muuttaa sitä tulkinnan myötä. On yleistä, että tutkittavassa kohteessa on usein hyvin monia ja monitasoisia piirteitä. (Anttila 2005, 306).

Hermeneuttista menetelmää hyödyntäen tulkinta on tutkittavan aiheen kokemusperäisten merkityssuhteiden selvittämistä (Anttila 2005, 306; Varto 1992, 64). Tulkintaa seuraa ymmärtäminen, jossa minä tutkijana muodostan tulkittujen osien pohjalta uuden kokonaisuuden tutkittavasta asiasta eli tyyleistä (Anttila 2005, 307). Eri tutkijat voivat saada erilaisia tutkimustuloksia samasta kohteesta, sillä aineiston tulkintaan ja ymmärrykseen vaikuttaa se, miten ilmiö koostetaan. Tämän lisäksi lopputuloksiin vaikuttavat myös tulkinnan ajankohta ja kulttuurinäkemys. ”Tämän vuoksi, tulkinnallista laadullista tutkimusta tekevälle tutkijalle on oltava selvää, että hänelle itselleen tutut piirteet aineistossa korostuvat ja vieraat piirteet jäävät vähemmälle huomiolle”. (Anttila 2005, 308).

Koska tutkin trendiennusteita, teen runsaasti kuvien analysointia. Semioottinen kuva-analyysi perustuu siihen, että kuvailmaisuus on kieli, jota käytetään kommunikoinnin välineenä. Kuvat välittävät tietoja eri tavoin: toisinaan avoimen tietoisesti, toisinaan niillä on syvempiä merkityksiä. (Anttila 2005, 366.) Tässä tutkimuksessa analyysin tavoitteena on tarkastella tutkittavaa aineistoa etukäteen määrittämieni sääntöjen pohjalta, sillä Anttilan (2005, 367) mukaan visuaalinen tulkitseminen edellyttää omanlaistaan koodijärjestelmää, joka selventää kuvan ja sen esitystavan suhteita. Kuvia analysoidessani, aloitan niiden tulkitsemisen oman maailmankuvani, aikaisempien kokemusteni ja esiyymmärrykseni pohjalta (Anttila 2005, 367).

Näiden lähtökohtien kautta tutkijana käsittelen muun muassa kuvien aiheita, sisältöjä, motiiveja ja rakenteita. Lopuksi kokoan tekemieni päätelmien pohjalta mallin siitä, mikä on ollut tulkinnan kohde. On oleellista ymmärtää, että kuva-analyysi on eräänlainen kommunikaatioprosessi. (Anttila 2005, 367). Konnotatiivinen kuva-analyysi korostaa kuvan lähettämien viestien merkityksiä. Siinä tutkitaan ja tulkitaan kuvan merkkien luonnetta ja niiden muodostamia järjestelmiä sekä merkityksiä, joita ne muodostavat ja siirtävät eteenpäin. (Anttila 2005, 373).

Kuva-analyyseissa hyödynnän semioottisen kuva-analyysin lisäksi Marilyn DeLongin (1998: 54–71) esteettisen havainnoinnin avuksi kehittämää metodia, jonka olen suomentanut ulkoasun rakentamiseksi englanninkielisestä termistä Apparel-Body-Construct. DeLong (1998, 11–22) toteaa teoksessaan, että yleensä ulkoasun rakentamisen (Apparel-Body-Construct) tarkasteluun käytetään lukuisia aisteja aina näkö-, kuulo- ja hajuaistista tuntoaistiin. Aistit liittyvät läheisesti kokemuksiimme, sillä yksilö vertaa uusia kokemuksia aina jo koettuihin. Koulutus puolestaan lisää tietoisuutta asioista ja kykyä vastaanottaa informaatiota, sillä se opettaa, mihin huomio kannattaa suunnata havainnointia tehtäessä. Anttila (2005, 368) toteaa teoksessaan, että kuvan lukeminen vaatii lukijaltaan tietynlaista pätevyyttä, sillä kuviin sisällytetyt tulkinnalliset viestit ovat kaikki aika - ja kulttuurisidonnaisia.

DeLongin mukaan esteettinen vastaanotto sisältää kolme vaihetta, joiden kautta tapahtuma kulkee. Ensimmäisenä tapahtumaketjussa esille nousee muoto, jota katsotaan. Muoto antaa katsojalle tietoa vaatteen visuaalisesta hahmosta, mutta myös väreistä, linjoista ja tekstuureista. Se välittää semioottisia merkityksiä. Vaatteen visuaalisen hahmon näkee katsoja, eli tässä tapauksessa minä tutkijana. Prosessin konteksti, jossa muodon katsominen tapahtuu tai jossa muoto on, on merkityksellinen. Vaatteen muodon konteksti voi olla esimerkiksi muotikuva, muoti kokonaisuudessaan tai kulttuuri. (DeLong 1998, 11–22).

DeLongin menetelmälle on tyypillistä, että asukokonaisuudesta havainnoidaan jokainen sen osa erikseen, sillä niiden kokonaisvaltainen merkitys rakentuu vasta kun kaikki asun osat liitetään yhteen (DeLong 1998, 28). Tämän metodin kautta asukokonaisuuden muodosta havainnoidaan asun hahmoon liittyvää konkreettista tietoa, mutta myös abstraktia semanttista tietoa, joka antaa asukokonaisuudelle syvempiä merkityksiä (DeLong 1998, 2; Guilford 1977). Kuva-analysointia varten keräsin Gloria-lehteä tutkittavalta ajalta. Tarkastelin lehden eri numeroissa esiintyviä kuvia sekä sitä, mitä tyylejä tai yhtymäkohtia kuvien ja tyylien sekä tutkittaville vuosille annettujen trendiennusteiden välillä oli löydettävissä. Kirjasin ylös nämä tulokset ja, joiden pohjalta tein päätelmiä. DeLongin esteettisen havainnoinnin metodin avulla tarkasteleman muotikuvat aukesivat minulle tavalla, johon vaikuttivat omat lähtökohtani ja aikaisemmat kokemukseni sekä koulutukseni.

Gloria-lehden havainnoinnin lisäksi teen jonkin verran kuvien analysointia Muotimaailma-lehdistä. Havaintojen pohjalta hankitun aineiston lisäksi olennaisena tietolähteenä tutkimuksessa on kirjallisuuden antama tieto. Tällaista kirjallisuutta ovat sekä tekstiili- ja vaatetusalan että muotia ja sen ilmiöitä käsittelevä kirjallisuus, kuten esimerkiksi: Sprolesin & Burnsien Changing appearances, understanding dress in contemporary society, Marilyn DeLongin The way we look, Dress and aesthetics ja Ana Nuutisen Edelläkävijät.

1.5. Tutkimuksen teoriataustana semiotiikka

Viestinnän tutkimuksessa on kaksi erilaista koulukuntaa. Prosessikoulukunta uskoo, että viestinnällinen vuorovaikutus syntyy, kun ihminen on kosketuksessa toiseen ihmiseen ja saa näin aikaan jonkin vaikutuksen henkilön mielentilassa, tunteissa ja käytöksessä. Prosessikoulukunnan mukaan lähetetyn viestin sanoma on viestintäprosessissa siirtyvä, sisältö, jonka lähettäjä on viestiinsä ladannut. (Fiske 1992, 14–15.)

Semioottinen koulukunta puolestaan katsoo, että sosiaalinen vuorovaikutus syntyy, kun ihminen on jonkin kulttuurin jäsenenä oppinut ja omaksunut kulttuurin sisäisen merkkikielen eli tietyt tavat lukea ja tulkita ympäristöään. Viestin sanoma on siis merkkirakennelma, johon latautuu merkityksiä, vasta kun viesti joutuu vuorovaikutukseen vastaanottajien kanssa. (Fiske 1992,14–16.) Pukeutumista ilmiönä on erityisen mielenkiintoista tarkastella semioottisen koulukunnan oppien pohjalta. On kiinnostavaa pohtia, miten kulttuurin tai yhteisön sisällä erilaiset merkitykset sekä koodit rakentuvat asun osille, elementeille, väreille, muodoille tai yksityiskohdille ja miten niiden yhdistelyn synnyttämät viestit luetaan.

Semiotiikan keskeisiä käsitteitä ovat merkit, koodit ja kulttuuri mutta myös ikoninen, indeksinen ja symbolinen merkki. Charles Peirce on kehittänyt merkin ja objektin suhteesta luokittelun erilaisille merkeille (Anttila 2005,348). Ikoninen merkki muistuttaa kohdettaan jollakin tavalla. Tämä voi olla esimerkiksi valokuva iltapuvusta. Indeksisellä merkillä puolestaan on suora yhteys kohteeseensa, ja merkki sekä sen kohde ovatkin aina kytkeytyneet toisiinsa(Anttila 2005, 348–352).

Pukeutumiskoodi toimii indeksisen merkin tavoin. Pukeutuessaan pitkään iltapukuun, voimme päätellä naisen olevan menossa hienoihin juhliin. Pukeutuminen onkin aina eräänlaista sanoman sisään koodausta. Yksilö välittää siis sen kautta merkityksiä itsestään, käsityksiään suhteistaan muihin ihmisiin sekä asemastaan sosiaalisissa tilanteissa. Symbolinen merkki viittaa kohteeseensa yleisen sopimuksen perusteella (Fiske 1992, 69–71, 104–105) Tällöin ajatellaan naisen pukeutuvan hienoja juhlia varten näyttävään iltapukuun. Hienon puvun

lisäksi nainen asettelee kaulalleen arvokkaan jalokivin koristellun kaulakorun. Näyttävä iltapuku voi jo itsessään symboloida varakkuutta, mutta puettut jalokivet vahvistavat symbolista viestiä.

Toiseksi semiotiikan perustajista voidaan Peircen lisäksi nimetä Ferdinand de Saussure. Kielitieteilijänä Saussurea kiinnosti merkin suhde toisiin merkkeihin samassa vallitsevassa järjestelmässä. Hän loi käsitteet merkitsijä ja merkitty. Merkitsijä on merkin havaittu ulkomuoto, kun taas merkitty on se aineeton käsite, johon merkitsijä viittaa. Merkittyjen avulla luokittelemme todellisuutta. Saussuren mukaan käsitteet (merkityt), joihin merkit ja niiden ulkomuoto (merkitsijä) viittaavat, ovat ihmisten luomina aina sen kulttuurin tai alakulttuurin sanelemat, joihin nuo kyseiset henkilöt kuuluvat. Lähetetyn viestin merkitys muodostuu dynaamisen vuorovaikutuksen tuloksena, jossa keskeisinä tekijöinä ovat itse merkki, henkilön mieli ja todellisuus. (Fiske 1992, 66–69.) Aineettomat käsitteet, joihin merkin ulkomuoto viittaa, ovat osa sitä valitsevaa järjestelmää, joita kulttuurin jäsenet hyödyntävät lähettäessään viestejä toisilleen. Kyseiset käsitteet määrittyvät sen perusteella, mikä erottaa merkin tämän järjestelmän muista merkeistä. Merkitykset muuttuvat usein ajan mittaan (Fiske 1992,66–69).

Viestinnän ja erilaisten merkkien ymmärtäminen vaatii niiden rakenteellisten ja keskinäisten suhteiden ymmärtämistä. Saussure loikin käsitteen paradigma. Se tarkoittaa yksikköjoukkoa, jonka kaikilla yksiköillä on jotain yhteistä keskenään ja jonka yksiköt kuitenkin kaikki selvästi erottautuvat toisistaan. Paradigmasta voidaan valita aina vain yksi yksikkö kerrallaan. Tällainen yksikköjoukko (paradigma) on esimerkiksi paidat, joka jakautuu yksiköihin, kuten T-paidat, neulospaidat, paitapuserot ja neuleet. Sen yksikön merkitys, joka kulloinkin valitaan käyttöön paradigman sisältä, muotoutuu valitsematta jäävien yksiköiden ja niiden merkityksen perusteella. Paradigmasta valittu yksikkö liitetään osaksi syntagmaa eli eräänlaista merkkien jonoa. Se, mitä ja miten yksiköitä yhdistetään syntagmaksi, on riippuvainen vallitsevista tavoista ja säännöistä. Tässä tapauksessa syntagma on asukokonaisuus, johon valittu yksikkö eli paita liitetään (Fiske 1992,81–83).

2. Tyyli, muoti ja trendit: käsitteiden täsmennys

Käsitteet tyyli, muoti ja trendi ovat tutkimukseni kannalta hyvin keskeisiä, sillä ne vaikuttavat ja liittyvät kiinteästi toisiinsa. Tämän vuoksi kyseiset käsitteet ja niiden merkitykset on oleellista avata ja selventää tutkimukseni yhteydessä. Tyylin sanotaan olevan kulttuurin kokoava voima ja perustava muoto. Maffesolin (1995,38,67) mukaan tyyli on myös ilmaisutapa, joka määrittää sen, miten asiat on esitetty sekä millainen järjestys ja muoto niillä on. Erilaiset tyylit toistuvat ja kertautuvat aika ajoin. Ominaista niille on, että tiettyjä tyylillisiä elementtejä arvostetaan ja pidetään esteettisesti miellyttävinä sekä kauniina tietyn ajanjakson aikana. Näillä tyylillisillä elementeillä on kyseiseen aikaan, paikkaan ja jopa tilanteeseen sidottu merkitys, sekä symbolinen arvo. Esimerkiksi pukeutumisessa tyylit kertovat aina jotakin käyttäjästään, ja näin ollen vaatteet ja asusteet viestivät runsaasti erilaisia asioita. Yksinkertaisimmillaan muoti onkin tyyli tai tyylejä, jotka ovat erityisen suosittuja tietynä aikana (Brannon 2000,4).

Tyyli on myös yleisesti kuvaava malli, joka tyypittelee asiat samaan kategoriaan tai luokkaan. Tyyli-käsite sisältää useita malleja ja yhteisiä piirteitä. Toisinaan tyyli saa nimityksen ilme (look). Tällöin tyyli kuvaa usein jotakin lähtökohtaa tai aikaa (esimerkiksi 1950-luvun ilme). Tyyli-käsite toimii myös rajaavana tekijänä, kun tarkastellaan suurempaa joukkoa asioita samasta kategoriasta. Esimerkiksi Paidat -kategoriasta on löydettävissä hyvin monen tyylisiä paitoja. Yleensä tunnetaan kuitenkin vain tietyt perustyyli, joista vallitseva muoti syntyy. (Sproles & Burns, 1994, 7). DeLong (1998, 16) määrittelee teoksessaan *The way we look* käsitteen tyyli persoonalliseksi ilmaukseksi ja tunnistettavaksi tavaksi, jolla erilaiset osat on yhdistelty keskenään. Yksilön tehtävänä on valita tyylinsä vallitsevasta muodista (Perna 1995, 50).

Oman tyylin ilmaiseminen tapahtuu yleensä vallitsevien normien rajoissa; pukeudutaan tiettyihin tilanteisiin soveliaasti, yhdistetään keskenään tiettyjä värejä tai vaatekappaleita totutulla tavalla. Tyyliässä on paljon ilmaisullista ja erottelevaa voimaa. (Ruuhonen 2001, 13.) Tätä hyödyntävät erityisesti nuorisomuoti sekä syntyneet vastamuodit, joiden kokeilevilla olemuksilla on usein tarkoitus shokeerata ja pyrkiä pois totunnaisuuksista.

2.1. Muodin maailma

Muoti on väliaikainen, tietynä ajanjaksona yleisesti omaksuttu sekä soveliaana pidetty käyttäytymis- ja pukeutumistyyli (Brannon 2000, 4). Muoti käsittää tavan pukeutua ja puvun mallin (Sproles & Burns 1994, 2-4). Se on sosiaalisesti hyväksytty sekä tiettyyn aikaan ja paikkaan sopiva. Jonkin muodin omaksuminen laajempaan käyttöön perustuu aina muodin käyttäjien sosiaaliseen arvostukseen ja yleiseen hyväksyntään. Muoti voidaan ottaa käyttöön myös sosiaalisen mukavuuden vuoksi, johon ryhmäkäyttäytyminen usein johtaa. Tällöin jokin ihmisryhmä tai ryhmät valitsevat muodin omakseen. Muodin hyväksyntään vaikuttavat aina jokaisen henkilökohtaiset, persoonalliset ja sosiaaliset motiivit (Sproles & Burns 1994, 18).

Sprolesin ja Burnsien mukaan vaatetusmuoti koostuu kolmesta erilaisesta pääosasta: vaateen siluettista, yksityiskohdista sekä materiaalista. Vaateen yksityiskohdat ovat elementtejä, jotka muodostavat muotiesineen. Yksityiskohdat määrittelevät pitkälti vaateen tyyliä, sillä sellaiset elementit kuten kaulus, hihat, laskokset, taskut, nyörit ja napit vaikuttavat paljon vaateen yleiseen ulkonäköön ja sen hahmon muodostumiseen (DeLong 1998, 41). Sproles & Burnsien (1994, 7-10) mukaan myös vaateen siluetti on hyvin keskeisesti luomassa vaikutelmaa vaatteesta. Tässä tutkimuksessa keskityn siluetin sijaan kuvaamaan enemmän vaateen muotoa ja hahmoa, jotka ovat olennainen osa Marilyn DeLongin asukokonaisuuden hahmottamista ja Apparel-Body-Construct-teoriaa. (DeLong 1998,41). DeLongin (1998,41) mukaan vaateen hahmoon voidaan vaikuttaa erilaisilla vaateen leikkauksilla sekä materiaalin muokkaamisella laskoksilla, rypytyksillä tai kokoamalla kangasta. Vaateen materiaali – kuvion, värin ja tekstuurin yhdistelmä – vaikuttaa paljon vaateen esteettisiin ominaisuuksiin, kuten ulkonäköön ja istuvuuteen. (Sproles & Burns1994,7-10.)

Muodin piiriin kytkeytyy useita eri tavoin tulkittavissa olevia käsitteitä, joita on syytä tämän tutkimuksen yhteydessä avata. Käsitteinä huippu-, massa-, maailman-, pinta- ja vastamuoti viittaavat kukin erilaiseen tapaan käsitellä muotia sekä sitä suosivaan kuluttajaryhmään. Sprolesin & Burnsien (1994,13) mukaan niin sanottu

huippumuoti on kallista ja innovatiivista muotia, jolla viitataan usein muotisuunnittelijoiden valmisvaatekokoelmiin, joita myydään kalliissa muotiliikkeissä. Massamuoti on puolestaan laajasti hyväksyttyä, yleisen maun mukaista muotia, josta on yksityiskohtia karsimalla saatu halvempia vaatteita. (Sproles & Burns 1994,13). Maailmanmuoti on jonakin tiettyä aikana yleisesti levinneitä pukeutumistyyliä, joita tavalliset ihmiset käyttävät ympäri maailmaa (Koskennurmi–Sivonen 2000, 9).

Pintamuotia on toisinaan vaikea erottaa muusta muodista, sillä se seuraa yleensä samaa sykliä kuin muu muoti. Pintamuodin ero muuhun muotiin on sen nopeus ja yleinen hyväksyttävyyys. Moni pintamuoti voi kuitenkin muuttua varsinaiseksi muodiksi. (Nuutinen 2004, 64; Easey 1995,11.) On olemassa myös vastamuotia, joka jollakin tapaa kapinoi massamuotia vastaan vastustamalla sitä ja poikkeamalla valtavirrasta. Sen tarkoitus, ironista kyllä, on täsmälleen sama kuin huippumuodinkin eli erottautua massamuodista. (Davis 1992, 159–188).

Muoti, vaatetus ja pukeutuminen ovat myös kolme erilaista käsitettä. Koskennurmi–Sivosen (2000, 2) mukaan, ”vaatetus on kollektiivinen ilmaus, jolla viitataan yhden ihmisen yllä olevaan vaatteiden kokonaisuuteen, hänen asuunsa. Muoti sen sijaan on ideologia tai uskomus, jota etsitään vaatteiden avulla”. Muodilla tarkoitetaan pukeutumistapaa, joka on mukana ajassa ja joka on sillä hetkellä yleisesti mielletty edustavaksi.

Muodinmukaisuus on kuitenkin vain yksi valintaperuste ja tapa pukeutua. (Koskennurmi–Sivonen 2000, 1-11.) Pukeutumisella tarkoitetaan konkreettista tapahtumaa: esimerkiksi, kun pukeudutaan suojaavaan vaatteeseen kylmällä ilmalla (Uotila 1994,10). Pukeutuminen on laajempi käsite kuin muoti. Sillä tarkoitetaan yleisiä pukeutumiseen liittyviä tapoja ja sovinnaisuuksia. Pukeutumisen käsite kattaa vaatetuksen lisäksi myös asusteet, ja muun koristautumisen esimerkiksi meikin, kampauksen tai tatuoinnit (Koskennurmi–Sivonen 2000, 1-11).

2.2. Trendit osana muotia

Muotitrendit ovat olennainen osa muotia ja tyylejä sekä tärkeä osa vaatesuunnittelijan työtä. Täten ne ovat olennainen osa tutkimustani. Muotitrendit liittyvät kiinteästi vaatetusteollisuuteen ja kaupalliseen muotiin, jota esitellään kuluttajille suunnatuissa naistenlehdissä, joista yhteen tässä tutkimuksessa tutustun. Tietoisuus trendeistä on olennaista. Trendien, samoin kuin muodin maailmaan, liittyy paljon erilaisia käsitteitä, joita tässä kappaleessa on mielestäni tärkeää käydä läpi. Niiden ymmärtäminen sekä tietoisuus esimerkiksi erilaisista trendityypeistä antavat laajemman näkökulman tutkimuksessani tehtävään muotikuva-analyysiin.

Vaatesuunnittelijan ennakoimisen taito perustuu yleensä hyvään arvostelukykyyneen, intuition ja vankkaan kokemukseen aikaisemmasta. Tulevaisuuden ennakointi on tieteen ala ja ennustajat käyttävät siinä analyyttisiä käsitteitä ja menetelmiä, joiden avulla he hahmottavat ja analysoivat tulevaa. Muodin trendit pohjautuvat näihin ennusteisiin, joiden avulla rakennetaan tiettyjen periaatteiden mukaan näkemys tyylien kehityssuunnista. (Nuutinen 2004, 96.) Muotitrendien ja niiden ennustamisen tarve syntyi toisen maailmansodan jälkeen, jolloin teollisuus alkoi kehittyä (Nuutinen 2004, 97).

Tällöin syntyi valmisvaateteollisuus, joka mahdollisti keskihintaiset tuotteet ja johti massamarkkinointiin, jossa yhdenlaista vaatetta myytiin usealle kuluttajalle (Nuutinen 2004,97; Linton 1994,IX). Muotitrendi voi olla trenditoimistojen kaupallinen, julkinen trendi tai jonkin yrityksen puolijulkinen, suunnittelutiimin, ostajien ja agenttien käyttöön tarkoitettu. Nuutinen (2004,96) toteaa teoksessaan, että ”niin sanotut muotitrendit ovat kaupallisten trenditoimistojen ja analyytikkojen tekemiä, luotettavien menetelmien avulla kerättyä, analysoitua ja tulkittua tietoa tulevaisuudesta”. Kyseiset trendit julkaistaan yleensä painettuina tai sähköisinä julkaisuina tai esitellään asiantuntijoille yleisötilaisuuksissa. Tämän lisäksi on löydettävissä kuluttajien luomat trendit, jotka pohjautuvat yksilölliseen ilmaisuun ja kokeiluun (Nuutinen 2004, 96).

Teollinen vaatesuunnittelu uskoo, että menneisyyden trendit jatkuvat tulevaisuudessa.”Valmisvaatemuotia säätelevät sekä ajan henki, että kuitu-, tekstiili- ja vaateteollisuuden rytmittävät ennakkokatsaukset muodin tuleviin suuntiin.” (Nuutinen 2004, 28). Nuutinen toteaaakin teoksessaan Damnhorstia (1999, 21–22) mukaillen, että muotitrendit ovat harvoin lineaarisia. Valmisvaateteollisuudessa voidaan kuitenkin havainnoida uusia trendejä ja ennakoida todennäköisiä toteutumismahdollisuuksia vuosia etukäteen. Tämän mahdollistaa muodin piirissä täsmällisesti jaksotettu ja siinä vaikuttaville tahoille esitetty tulevaisuus (Nuutinen 2004, 29).

Muodin liikehdintää ja muuttumista kuvaillaan usein heiluriliikkeen avulla, jossa heiluri usein liikkuu ääripäästä toiseen (Brannon 2005, 109; Robinson 1975). Tämän kaltaisessa muodin liikkeessä trendin sanotaan päättyvän, kun se on niin sanotusti kulunut loppuun (Brannon 2005, 109; Blumer 1969). Brannonin mukaan kyseinen tapa tulkita muotia toimii, kun tulkitaan historiallista muotia, mutta moderni muoti pyrkii ottamaan ennakoimattomampia kulkusuuntia erilaisten äärimmäisyyksien välillä (Brannon 2005, 111). Muodin hahmottaminen heiluriliikkeellä sopii kuitenkin kuvaamaan helmanpituuksien, värien, tyylien ja jopa elämäntapojen vaihteluita (Brannon 2005, 112).

Tekstiiliteollisuudessa on löydettävissä kolmenlaisia tyyllisiä muutoksia: lyhytaikaiset variaatiot, sykliset variaatiot sekä pitkäaikaiset trendit. Lyhytaikaiset variaatiot ovat usein megatrendin elinkaari sen ilmestymisestä katoamiseen, syklisiin variaatioihin kuuluu puolestaan muotipiirteiden kertautuminen ja pitkäaikaiset trendit ovat usein yhteydessä yhteiskuntaan ja sen muutoksiin (Nuutinen 2004, 21).

Tyyliä yleensä omaksutaan helposti, mutta myös hylätään nopeasti, tavallisesti jo yhden sesongin kuluessa. Eri tyyliä on eripituinen sykli. Pintamuoti voi olla hyvinkin lyhytikäistä, kun taas pitkäikäiset tyyliä, joita edustavat klassikko- ja perusvaatemuoti, kehittyvät ja päättyvät hitaasti. Kyseisiin hitaammin muuttuviin tyyliin kuuluvat myös kertautuvat tyylikaudet. Massamuoti on niin sanottua keskinopeaa muotia (Nuutinen 2004, 66).

Muotitrendiksi kutsutaan suuntausta, jonka uusi pinnalle noussut muoti ottaa. Se voi olla vaatteen siluetti, materiaali tai väri. Trendit ovat suhteellisen helposti ennakoitavissa ja jäljitettävissä olevia nykyhetken piirteitä ja ilmiöitä. Ne ovat jotain sillä hetkellä hyvin pinnalla olevaa ja oleellista. (Nuutinen 2004,20,25.) Ajan kuluessa ihmiset kuitenkin helposti kyllästyvät trendeihin, ja niitä aletaan usein pitää vanhanaikaisena, mistä seuraa trendin kuoleminen. (Sproles & Burns 1994,12.) Megatrendiksi kutsutaan globaalia yleistä ilmiötä, jolla on selvästi tunnistettava suunta. Driving force on ilmiö, joksi kutsutaan laajempaa yhteiskunnan suuntaa, joka vaikuttaa voimakkaasti päätöksien tekoon ja valintoihin. Sitä harvoin kyseenalaistaan tai edes mainitaan ääneen. Muodin piirissä tunnetaan paremmin käsite designdraiveri, joka on täysin uusi tuoteidea (Nuutinen 2004,20, 25). Fads on puolestaan nopea muoti- ilmiö, joka hyväksytään yleensä todella nopeasti ja ainoastaan jotkut tietyt sosiaaliset luokat tai alakulttuuriryhmät. Fads muoti-ilmiöt ovat yleensä näyttäviä, äärimmäisyyksiin meneviä ja kapinoivia. (Sproles & Burns 1994, 10–11.)

Kun puhutaan syklisesti kehittyvästä muodista, tarkoitetaan tyylipiirteiden kertautumista. Muoti ei häviä, vaan se siirtyy hetkeksi syrjään ja nousee uudestaan pinnalle, kun ideoita lainataan menneisyydestä. Tyyli on aina omanlaisensa, vaikka sen elementit olisikin lainattu menneiltä ajoilta, sillä muoti tulkitaan aina uudelleen toteutumisaikansa hengen mukaan. Muodissa esimerkiksi vaatteiden siluetti tai mittasuhteet voivat kertautua, mutta yksityiskohdat yleensä vaihtuvat (Nuutinen 2004, 29).

Toisinaan trendi-ilmiö kuitenkin jatkuu hyvin pitkään. Tällöin voidaan puhua niin sanotuista klassikkotrendeistä, jotka eivät samalla tavalla vanhene tavallisten trendien tapaan (Nuutinen 2004, 25). Muotimaailmassa klassikoiksi nimitetään sellaisia perustyyliä, jotka ovat saaneet hyväksynnän pitkän ajan kuluessa ja hyvin erilaisissa sosiaalisissa ryhmissä. Nämä tyylit ovat usein melko yksinkertaisia ja heijastelevat laajasti levinnyttä perusmuotia. Tällaista klassista muotia edustavat parhaiten muun muassa sellaiset vaatekappaleet, kuten blazerit, trenssitakit ja farkut. Sesongit ja vaihteleva muu muoti vaikuttavat kuitenkin tämän klassisen muodin kannattajiin materiaalien ja yksityiskohtien kautta (Sproles & Burns 1994, 13).

3. Tyylit ja muoti ajassa

Tutkimukseeni liittyy oleellisesti muodin ja vaatetuksen suhde aikaan, sillä vaikka tutkimani tyylit ovat lähimenneisyydestä, on tärkeää olla tietoinen siitä, miten aika ja vallitseva kulttuuri muokkaavat muotia. Muodin ja ajan suhteeseen liittyvät keskeisesti erilaiset muoti-ilmiöt, niiden määrittely sekä tyylien ja trendien elinkaari. Tutkimukseni kannalta on tärkeää olla tietoinen siitä, miten muoti levittäytyy yksilöiden keskuudessa.

DeLongin (1998,4, 7) mukaan ihmisvartalo on vaateitettu silmää miellyttäväksi. Tietysti siihen, mitä milloinkin pidetään miellyttävänä, vaikuttavat, aika, arvot ja kulttuuri. Pukeutuminen ja ulkomuoto auttavat tunnistamaan ihmisten sosiaalisia suhteita, persoonallisia ominaisuuksia, kulttuurillisia arvoja sekä historiaa. DeLong (1998, 2) määrittelee esteettisyyden sellaiseksi, joka nähdään ja aistitaan, joka tuottaa mielihyvää sekä johon voidaan samaistua. Se, mitä pidetään esteettisenä, liittyy aina jollakin tavoin henkilökohtaisiin arvoihin, kokemuksiin, muistoihin ja tunteisiin. Se, miten esteettisyys koetaan, on sidoksissa ihmisten ideologiaan, opittuihin toimintamalleihin ja arvoihin (DeLong 1998, 17–18). Nämä asiat heijastuvat selkeästi yksilöiden mutta myös ryhmien pukeutumismuotiin ja tyyliin.

Muodin syntymiseen ovat vaikuttaneet kaupunkien rakentaminen ja eläminen niissä, luokkayhteiskunnan synty, kapitalismin nousu sekä teollistuminen (Kaiser 1985, 389; Sjöberg 1960). Muodin synnyinpaikkana pidetään yleisesti 1400-luvulla vaikuttanutta varakasta Ranskan Burgundin hovia, mutta moderni muoti syntyi kuitenkin Pariisissa vasta 1600-luvun alkupuolella Versailles`n hovin vaikutuksesta. Tällöin puvuntekijät ja ompelijat valmistivat hoviväelle, varakkaille porvareille ja heidän ulkomaalaisille vierailleen pukuja, jotka noudattivat niin sanottua pariisilaista tyyliä. Kyseistä tyyliä ihailtiin, ja useat hovin naiset sekä prinsessat ottivat sen omakseen ja hylkäsivät aristokraattisen tavan pukeutua. Aristokraattista tyyliä puolestaan imitoivat ja seurasivat ahkerasti kaupunkien asukkaat, joiden ulkoasu määritteli paljolti heidän sosiaalista statustaan. (Kaiser 1985, 390; Wilson 1985.)

Brannonin mukaan (2005, 228) muodissa on hahmotettavissa kolme erilaista aikakautta. Ensimmäisen aikakauden voidaan sanoa alkaneen, kun Frederick Worth vuonna 1860 perusti ensimmäisen muotitalon. Pian tämän jälkeen muodin piirissä alkoi ilmiö, joka on oleellinen nykymuodissakin, sillä Brannonin (2005, 229) mukaan 1920-luvulla katosi yhtenäisyys yhdestä vallitsevasta muodin lähettämästä viestistä. Muuntelusta haettiin voimaa muotiin, ja sen avulla ryhdyttiin ilmaisemaan yksilöllisyyttä ja persoonallisuutta. Muoti alkoi tarjota erilaisia mahdollisuuksia ja houkutteli kuluttajia valitsemaan tarjonnasta omannäköisensä vaihtoehdot. Ensimmäiset merkittävät muotinäytökset järjestettiin ensimmäisen maailmansodan päätyttyä (Brannon 2005, 229).

Muodin toinen aikakausi alkoi 1960-luvulla valmisvaatetuotannon myötä. Vaatteiden sarjavalmistus laski niiden hintoja, joten myös vähävaraisemmilla oli varaa pukeutua muodikkaasti sekä hankkia tavaroita, joihin heillä ei aikaisemmin ollut varaa (Laiho & Leino 1988,21). Yves Saint Laurent ja Mary Quant olivat vuonna 1966 ensimmäisiä suunnittelijoita, jotka keskittyivät pääasiassa valmisvaatteisiin omilla ehdoillaan eli jäljittelemättä haute couturea (Brannon 2005,230) Tämän jälkeen suunnittelijoille alkoi vähitellen syntyä brändinimiä, ja he ryhtyivät suunnittelemaan tuotteita tuoksuista kodin sisustukseen (Brannon 2005, 230). Nuorekkuuden ihannointi johti yksilölliseen ilmaisuun, spontaanisuuteen, huumoriin ja tyyllilliseen sekoitteluun (Brannon 2005, 230).

Muodin kolmas aikakausi alkoi 1980-luvulla, jolloin massatuotanto ja massamedia uudistivat muodin maailmaa. Tälle ajalle on tyypillistä suunnittelijoiden erottautuminen toisistaan, useiden hyväksytyjen tyylien samanaikainen ilmeneminen, kuluttajien itsenäisyys ja muodikkuuden käsitteen hämärtyminen (Lipovetsky 1994, 174–181). Muodin ja pukeutumisen vaihtelut heijastavatkin aina jollain tapaa sosiaalisten roolien muutoksia sekä yhteisön jäsenten tietoisuuden tasoa (Lurie 2000, 60).

Muoti heijastaakin aina omaa aikaansa ja paikkaansa, sillä sen mitä muoti on kullakin hetkellä, määrittelee kulttuuri, yhteiskunta, ihmisten elämäntyyli, historia, talous sekä markkinointijärjestelmä (Sproles 1994,19–20). Nykyvaatteen vallitsevaan muotoon ja sen erilaisten tyylien syntymiseen on vaikuttanut muun muassa teknologian kehittyminen ja sen tuloksena syntyneet keskuslämmitys ja autot, joiden ansiosta vaatteet voivat olla aiempia ohuempia ja kevyempiä. Tekokuitujen yleistyminen ja niiden monipuolinen hyödyntäminen osana vaatetuotantoa ovat vaikuttaneet paljon vaatteitten olemukseen. Vaatteitten ominaisuudet, kuten mukavuus, laatu, kestävyys ja helppohoitoisuus, ovat parantuneet tekokuitujen myötä. Joustavien materiaalien käyttö on mahdollistanut saumattomuuden ja rakenteiden vähentämisen (Horn 1975, 51).

Länsimaiselle kulttuurille ja teollistumisen ajalle on yleisesti tyypillistä lineaarinen aikakäsitys (Nuutinen 2004, 28; Kamppinen ym.2002, 66). Tekstiiliteollisuus ja tulevaisuuden sekä trendien ennakointi perustuvatkin paljolti tähän eteenpäin suuntautuvan ja jatkuvan ajan oletukseen. Muodin maailmassa on kuitenkin yleisesti havaittavissa tiettyjen tyyllisten piirteiden kertautumista, jotka viittaavat sykliseen ajan hahmottamiseen. Sille on tyypillistä tapahtumien toistuminen. Siinä aika kiertää kehää: sillä ei ole loppua eikä alkua. Siinä asiat toistetaan yhä uudelleen, kunnes huipentuman kautta syntyy uusi alku (Nuutinen 2004,29; Kamppinen 2002,66). Perusmuodissa ilmenevät syklinen ja historiallinen jatkuvuus. Tämän lisäksi pienemmät muutokset esimerkiksi vaatteiden väreissä ja yksityiskohdissa voivat tapahtua vuosittain. Historiallisesta näkökulmasta katsottuna vaatteiden siluettien muutoksista voi havaita syklisen periaatteen (Sproles 1994,33–35).

Usein tyylistä tulee tietyn ajan muoti. Pukeutumistyyli peilaa omaa historiallista aikaansa, mutta perustaa ja luo kulttuurisia muutoksia. (Ruohonen 2001, 54.) Muodikkaasti pukeutuva ihminen on aina hyvin tietoinen vallitsevasta ajasta. Muoti antaa vahvan tunteen nykyisyydestä ja erottaa menneen ajan tulevasta. (Ruohonen 2001,32). Koskennurmi–Sivonen (1998,14) toteaa teoksessaan, että ”muotia voidaan tarkastella tulevaisuuden ja menneisyyden rajana, jossa pala kumpaakin muodostaa nykyhetken”.

3.1. Tyyliä ja muotiä osana kulttuuria

Tutkimukseni kannalta kulttuurin ja muodin suhde on olennainen, sillä kulttuuri määrittelee siinä elävien yksilöiden ajatusmaailmaa ja muovaa sen piirissä syntyviä ilmiöitä ja asioita. Brannonin (2005, 235) mukaan muotia ei enää seurata kirjaimellisesti, vaan kuluttaja suodattaa muotia ja omaksuu sen osan, joka vastaa hänen omia esteettisiä mieltymyksiään. Tyylien ja vaikutteiden sekoittelu on nykypäivää (Lipovetsky 1994, 23). Näitä vallitsevia tyyliä ihmiset voivat omaksua ja vaihdella tilanteen mukaan (Kaiser 1985, 452). Enää ei voi väittää vain yhden muodin vallitsevan, vaan olemassa on samanaikaisesti useita muoteja. Nykyään muodin tahti on kiihtynyt, mutta toisaalta sen omaksumisen nopeus on hidastunut (Lipovetsky 1994, 23).

Postmodernismi on mielenkiintoinen suuntaus, ja koen sen vaikuttavan tutkimukseni luonteeseen. Postmodernin kulttuurin piirteiden näkyminen, muodin suhde siihen sekä sen monimuotoisuuteen, tuovat minulle tutkijana haasteita, mikä ilmenee tutkimuksessani luultavasti havainnointimateriaalin laajuutena sekä tyylien kirjon monimuotoisuutena.” Termiä postmodernismi on alettu käyttää yleisesti 1960-luvulta lähtien vaihtelevissa merkityksissä yhteiskuntatieteissä ja humanistisilla aloilla. Ideologisenä terminä postmodernismi on liitetty jälkiteolliseen yhteiskuntaan ja elämäntapaan, jonka arvoja joukkotiedotusvälineet ja kulutus säätelevät. Postmodernia maailmakuvaä hallitsee modernismin jälkeinen pirstaleisuus: 'suuret kertomukset' esim. tieteen kaikkivoipaisuudesta, hyvästä ja pahasta, arvokkaasta ja tavoiteltavasta ovat korvautuneet moniarvoisuuden ja yksilöllisten ratkaisujen korostamisella”.

(8.6.2012.<http://www.jyu.fi/taiku/aikajana/taidehist/th_ny_modernismi.htm>.)

Tavallisesti muodin ajatellaan koostuvan tiettyjen vaatekappaleiden, värien, tekstuurien ja tietyn siluetin suosiosta. Postmodernin asun vastakohtana modernille sanotaan koostuvan yksilöllisyyden piirteistä. (Henderson, B. yms. 2000, 239;Evans & Thornton 1989.) Ulkoasun avulla yksilöllisyyden tavoittelu voidaan nähdä muodin ristiriitaisuutena matkalla kohti muutosta. (Henderson, B. yms. 2000, 239;Kaiser, S yms. 1995.)

Näitä yksilöllisyyden piirteitä voidaan etsiä asuun muun muassa jollakin seuraavista tavoista: esimerkiksi hämärtämällä tai muokkaamalla asussa sukupuoleen viittaavia koodeja (gender coding), välttämällä yhteiskunnallisen aseman näkymistä vaatetuksesta, paljastamalla vartaloa yllättäviltä (ei seksuaalisuuteen liitettäviltä) alueilta (body-mapping) tai valjastamalla vaatteet edistämään yhteiskunnallisia muutoksia tai osaksi poliittisia kannanottoja (body politics). (Henderson, B. yms. 2000,239; Evans & Thornton 1989). Tässä tutkimuksessa keskityn postmodernille kulttuurille ominaisen yksilöllisyyden korostumiseen perehtymällä ja tutkimalla, näkyvätkö jotkin edellä mainituista ilmiöistä tutkimassani aineistossa.

Tyylien monimuotoisuuden voi ajatella kertovan jotakin nykyisen tuntemamme maailman monimutkaisuudesta. Postmodernille kulttuurille on ominaista useista eri kulttuureista lähtöisin olevien elementtien sulautuminen yhteen. Globaalissa yhteiskunnassa sekoittuvat erilaiset etniset tyylit länsimaisiin tyyliin ja korkeakulttuurin ainekset viihteeseen. Näistä elementeistä muokataan yleisiä globaaleja trendejä, joista yksilön tehtävänä on osana tätä yhteiskuntaa ja kuluttajana valita mieleisensä. Kulttuurin monivivahteisuuden vuoksi hyvän maun tunnistaminen on hyvin vaikeaa.

(8.6.2012.<http://www.jyu.fi/taiku/aikajana/taidehist/th_ny_modernismi.htm>.)

Davisin mukaan (1992,108) käyttötilanteet määräävät yhä useammin vaatemuotia ja lisääntyviä tyyliä. Yksilön rooli ei ole kovinkaan yksiselitteinen. ihmiset joutuvat arjessaan, ja jopa yhden päivän aikana asettumaan lukuisiin rooleihin ja tilanteisiin ja tarvitsevat yhä enemmän tyyliä ilmaisemaan itseään (Ruohonen 2001, 63). Tyylin avulla yksilö kiinnittyy yhteisöön, ja tyyli liittyykin aina jonkin roolin ottamiseen (Ruohonen 2001,32,54). Haasteellista on, että tyyli ja muoti, jotka toimivat yhdellä toiminnan alueella, eivät välttämättä ole sopivia jossakin toisessa tilanteessa. Nykypäivän yksilöllä on asuja arjen eri tilanteisiin, kuten esimerkiksi päivä- ja iltakäyttöön, työhön ja vapaa-aikaan, kaupunkiin ja maaseudulle. (Davis 1992,108). Jokaiseen rooliin ja tilanteeseen on oma sanattoman sopimuksen kautta syntynyt hyväksytty tapa pukeutua.

Ruohonen toteaaakin teoksessaan, että erilaiset tyylit ja niiden yhdisteleminen edustavat erilaisia makuja ja elämäntapoja, jotka eivät kuitenkaan kilpaile keskenään tai pyri jäljittelemään toisiaan (Ruohonen 2001,63). Eräissä lähteissä ollaan sitä mieltä, että muodilla on useita lähtökohtia ja keskittymiä. Tämän näkökulman mukaan muotia hallitsee pitkälti paikallistuminen tietyille alueille, joissa alaryhmät ovat muodostaneet ja muovanneet omia muotejaan. Muoti voi olla niin paikallistunutta, että saman paikkakunnan jossakin koululaitoksessa vallitsee eri muoti kuin toisessa (Davis 1992,108; Louie1987;Penn 192;Rimer 1985).

Kulttuurien ja yhteisöjen sisällä syntyy säännöksiä, tapoja ja arvojärjestelmiä, jotka näkyvät muun muassa pukeutumisessa. Nämä kulttuuriset kategoriat ovat välineitä, joiden avulla yksilö käsittelee ajatusprosessejaan ymmärtääkseen muita ja heidän ulkoasujaan. Havaittujen kognitiiviset kategoriat haastetaan jatkuvasti muuttuvien ja vaihtuvia ulkoasujen monimerkityksellisyydellä. Ajatusmallit yksilön ulkoasun ja pukeutumisen hallinnan vaikutuksista kulttuuristen kategorioiden muovaajina ovat muuttuneet yhteensopiviksi postmodernin kulttuurin kanssa. Siinä esiintyy useita samanaikaisia yleisesti hyväksytyjä tyyliä. Tällöin yksilön identifiointi ja erottautuminen tulevat yhä kriittisemmäksi vuorovaikutusprosessiksi, jossa pukeudutaan samoin kuin jotkut, mutta eri tavoin kuin toiset ja ilmaistaan kuitenkin samalla itseään (Kaiser 1985, 451).

McCrackenin (1988, 59) mukaan vaatetus on tärkeä todiste kulttuuristen sääntöjen olemassaolosta. Ne ovat mukautuvia ja muuttuvaisia yksilön sekä sosiaalipsykologisen prosessin ansiosta. Ulkoasun hallinta antaa uudenlaisen pohjan ilmaista ja uudelleen määrittää, mitä tarkoittaa esimerkiksi olla vanha tai nuori. Tämän vuoksi kulttuuri itsessään on dynaamista. (Kaiser 1985, 453). Se, mitä kulttuuriset kategoriat tarkoittavat, riippuu pitkälti yksilön toiminnasta, hänen ulkoasun hallinnastaan ja sosiaalisesta vuorovaikutuksestaan.

Kulttuurin sisällä nousee aika ajoin esille erilaisia stereotyyppisiä luokittelemaan yksilöitä. Nämä stereotyyppit menettävät kuitenkin ajan myötä käyttökelpoisuutensa sekä selkeytensä ja poistuvat lopulta kokonaan yhteisön tietoisuudesta. (Kaiser 1985, 456). Kaiserin mukaan siitä huolimatta, että vaatetus sisältää kielellisiä ja

verbaalisia elementtejä, kulttuurisia kategorioita on vaikea määritellä. (Kaiser 1985, 413.) On hyvä pohtia, miksi kulttuuriset kategoriat ovat epävakaita modernissa yhteiskunnassa. Syinä voivat olla muun muassa yksilön sosiaalisen identiteetin epävarmuus osana erilaisia sosiaalisia ryhmiä sekä sosiaalisten luokkien jatkuva kamppailu. (Kaiser 1985, 456.) Kulttuuriset kategoriat voivatkin ajoittain nostaa esiin yhteiskunnan epätasapainotiloja ja jännitteitä. Näistä ristiriidoista saadaan kuitenkin usein luovaa polttoainetta muodin muutokselle, koska yksilöt ovat tällöin alttiita kokeilemaan erilaisia tyyliä sekä muovaamaan henkilökohtaista ulkoasuaan. Suunnittelijat ja kuluttajat sekoittavat yhdessä pukeutumisen symboleja, jotka eivät aina selkeästi istu kulttuurin tarjoamiin kategorioihin (Kaiser 1985, 453).

3.2. Tyylien synty ja elinkaari

Pro gradu-tutkimukseni kannalta on tärkeää tietää, miten erilaiset tyylit ja uudet muodit syntyvät ja millainen on niiden elinkaari. Tutkimukseni yhteydessä on oleellista myös selventää, mitä tarkoittavat käsitteet, kuten muotiuutuus, innovaatio, muodin kiertokulku (fashion cycle) ja muodin prosessi (fashion process). Etenkin muodin prosessi on kokonaisuudessaan monimutkainen. Sitä ohjaavat muodin piirissä vaikuttavien henkilöiden, organisaatioiden ja instituutioiden välinen vuorovaikutus, suhteet, sopeutuminen ja mukautuminen kokonaisuuteen (Davis 1992, 104). Muodin sykliksi puolestaan kutsutaan kiertokulkua, jossa uusi muoti ja sen muutos hyväksytään (Nuutinen 2004, 79). Muodin kiertokulku (fashion cycle) sisältää muodin vaiheet esittäytymisestä häviämiseen (Davis 1992, 103).

Hyvin monenlaiset tekijät vaikuttavat uusien muotien ja tyylien syntymiseen (Sproles & Burns 1994, 18). Trendit nousevat esimerkiksi korkeakulttuurista (taide ja esiintymistaide), alakulttuureista (paikalliset ilmiöt, jotka eivät ole valtaosan tietoisuudessa) ja popkulttuurista (elokuvat, TV, musiikki ja julkisuuden henkilöt) (KUVA 1). (Brannon 2005, 123). Muoti-ilmiöihin ammennetaan ainesta muun muassa entisten suunnittelijoiden tuotannosta, taidesuuntauksista, erilaisista elämäntyyleistä sekä vanhoista ja uusista kulttuureista. (Sproles & Burns 1994,18,32).

Uudet muodit syntyvät Sproles & Burns (1994,18, 32) mukaan aina vanhasta muodista eivätkä koskaan ole hyvin poikkeavia edeltäjästään. Muodissa onkin havaittavissa historiallinen jatkuvuus. Esimerkiksi takkien muodot tai hameitten pituudet vaihtelevat ainoastaan hiukan. Joissakin tapauksissa historialliset muoti-ilmiöt herätetään henkiin ja päivitetään vastaamaan omaa aikaansa. Muoti-ilmiöiden kierrätys on osa muodin historiallista jatkuvuutta ja vaatetuksen kehitystä (Brannon 2005,105). On mielenkiintoista tutkia, millä tavoin muoti-ilmiöiden kierrätys näkyy tutkimukseni yhteydessä havainnoitavassa aineistossa ja löytyykö tutkimieni vuosien ajalta selkeitä viitteitä muodin kulttuurillisiin lähtökohtiin. Muotiuutuus on jotakin, jonka täytyy poiketa ja näyttää erilaiselta entiseen verrattuna (Brannon 2005, 42 - 43).



KUVA 1. Jean-Paul Gaultier herätti vuoden 2010 kokoelmisissaan (sivuilla) uudelleen henkiin 1990-luvulla Madonnalle suunnittelemansa esiintymisasun (kesk.).

Nuutisen mukaan ”innovaatio voi olla keksintö, joka tarkoittaa ensimmäistä ideaa, hahmotelmaa tai mallia uudesta tuotteesta tai prosessista.” (Nuutinen 2004,79; Pulkkinen 1994,64). Innovaatio voi kuitenkin olla myös uusi versio jostakin vanhasta jo olemassa olevasta tuotteesta. 1990-luvun innovaationa voidaan pitää esimerkiksi Jean-Paul Gaultierin alusvaatteiden tuomista muotiin päällysvaatteina. (Brannon 2005,42 - 43). Tällöin alusvaatemuoti esiteltiin ensimmäisiä kertoja muotinäytöksen Catwalkeilla sekä esiintymisasuissa.



KUVA 2. Vuoden 2010 Gloria-lehden muotikuva toistaa Jean- Paul Gaultierin jo 1990-luvulla ensimmäisen kerran muotiin tuomaa alusvaatemuotia.

Aluksi ilmiötä pidettiin paljastavuudessaan liian rohkeana ja sopimattomana tavallisen arkivaatetuksen osana. Totuttelun jälkeen alusvaatemuoti levisi kuitenkin myös tavalliseen arkikäyttöön, tosin mukautuen ja muuntuen. Lopulta muoti-ilmiö oli niin suosittu, että työpaikoillakin oli täysin suotavaa yhdistää alusvaatemuoti tavalliseen jakkupukuun. Oli syntynyt eräänlainen käsite naisen "voimapuvusta", jossa oli täysin hyväksyttävää, että jakun alta näkyi aluspaidan pitsi (Brannon 2005, 42). Kyseinen ilmiö oli niin voimakas, että se palasi muotiin myös vuonna 2010, jolloin Jean-Paul Gaultier herätti sen uudelleen henkiin suunnittelemisissaan kokoelmisissaan. Huippumuodin näytöksistä tyyli levisi edelleen myös massamuotiin ja naistenlehtien sivuille (KUVA 2.)

Muodilla ja tyyleillä on oma kiertokulkunsa. Ne heijastavat aikaansa ja vallitsevia elämäntyyliä sekä sosiaalista ilmapiiriä. Uudet muodit puolestaan edustavat aikojen ja elämäntyylien muuttumista. Toisinaan syntyneet muodit voivat jopa ennakoita tulevia sosiaalisia muutoksia. (Sproles & Burns 1994, 19–20). Muotiin ja siihen, millainen on hameen malli vaikuttavat yhteiskunnalliset, kulttuuriset, historialliset ja taloudelliset tekijät. Siihen, miten kuluttaja hyväksyy muoti-ilmiön, vaikuttavat puolestaan kunkin henkilökohtaiset ja yhteiskunnalliset motiivit. Nämä tekijät vaikuttavat edelleen siihen, miten pian muodin edelläkävijät hyväksyvät uuden ilmiön, milloin se saavuttaa näkyvyyttä yhteiskunnassa sekä milloin muoti saavuttaa tason, jolloin sitä pidetään yleisesti hyväksyttynä (Sproles & Burns 1994,18).

Muoti-ilmiön leviäminen tapahtuu Sproles & Burns (1994, 15–17) mukaan useiden vaiheiden kautta. Ensimmäisessä vaiheessa uusi tyyli syntyy ja se esitellään. Tämän jälkeen ensimmäisenä muodin omaksuneet, niin sanotut muodin edelläkävijät levittävät uutta trendiä. Muodin näkyvyyden kasvun jälkeen siitä kiinnostutaan laajemmin. Kun muoti on levittäytynyt laajalle alueelle, sitä aletaan pitää sosiaalisesti hyväksyttynä. Tällöin muoti tunnetaan jo hyvin. Tästä seuraa massojen hyväksymä muoti ja jopa sen ylikäyttö. Ylikäytön myötä muoti menettää suosiotaan, ja lopulta on seurauksena koko muodin loppuminen.

Muoti ilmaisee ja kertoo vallitsevista poliittisista tilanteista, taloudellisista ja yhteiskunnallisista muutoksista, taiteellisista suuntauksista ja teknologian kehitymisestä. (Sproles & Burns 1994, 284–287). Erilaiset historialliset tapahtumat, ilmiöt tai vaikuttavat poliittiset henkilöt voivat suunnata yleisen mielenkiinnon ja huomion hetkittäin eri maiden taiteeseen, muotiin sekä tuotteisiin. Sodat ja vallankumoukset vaikuttavat myös muotiin aiheuttamalla muun muassa materiaalipulaa.(Nuutinen 2004,68.)

Äkillisiä dramaattisia muutoksia muodissa tapahtuu harvoin. Yleensä tällaiset muutokset heijastavat suuria muutoksia koko yhteiskunnassa. Tällaisia suuria muutoksia tapahtuu esimerkiksi sotien jälkeen, kuten toisen maailmansodan, kun Cristian Diorin New look syntyi. (Sproles & Burns1994,32.) Nykypäivänä yksittäinen suunnittelija ei voi enää sanella muodikkaita tyyliä, kuten Cristian Dior

aikoinaan, sillä nykyisin muodin valikoitumisessa ovat osallisena monet tahot: sisäänostajat sekä toimittajat, jotka valitsevat suuresta määrästä vaatteita mielestään toimivimpia malleja (Nuutinen 2004, 72; Blumer 1995, 381–382). Muodin muuttuminen tapahtuu suuremman valintaprosessin tuloksena, jossa jokin tyyli valikoituu yhteneväksi ympäristönsä kanssa. (Nuutinen 2004,72; Kaiser yms.1995,173).

Muodin muuttumisprosessin tuloksena syntyy visuaalinen kokonaisuus eli kyseisen aikakauden tyyli, joka sisältää muodin mukaiset värit, muodot, materiaalit ja yksityiskohdat (Sproles & Burns1994, 7-12). Muoti kuitenkin muodostuu lopullisesti vasta, kun kuluttajat omaksuvat tarjonnasta mieleisensä. Nykyajan kuluttajat ovat hyvin tietoisia mahdollisuuksistaan muun muassa median ansiosta, joten suunnittelijan näkemys on luultavasti hyvin toisenlainen kuin se, mihin kuluttajat päätyvät yhdistellessään elementtejä eri mallistoista (Nuutinen 2004,72; Roach-Higgins 1995,9).

3.3. Muodin leviämisen teorit

Nykyinen maailma ja runsas sosiaalinen liikkuvuus mahdollistavat myös erilaisten tyylien ja muotien siirtymisen ja imitoimisen. Nuutisen mukaan ”muodin muutoksen todetaan olevan erityisen nopeaa niissä yhteiskunnissa, joissa arvostetaan nuorison elämän- ja kulutustapoja sekä radikaaleja ajattelutapoja”. (Nuutinen 2004,69.) Muodin muutosta edistävät myös erilaisten kulttuurien kohtaaminen ja lisääntynyt matkustus sekä paremmat keinot kommunikoida, jolloin myös vaatetus siirtyy helposti kulttuurista toiseen (Horn 1975,106).

Ensin tapahtuu innovaation keksiminen, esimerkiksi muodin innoittajat (fashion innovators) synnyttävät uuden pukeutumistyylin jossakin ryhmässä (Frings 2005,54). Uusi innovaatio voi olla myös esimerkiksi uusi kuitu, uusi viimeistely, uudet epätavalliset värit tai yksityiskohdat vaatteissa, uudenlainen tapa käyttää asusteita tai siluetin muuttuminen. Innovaatio voi tulla esille ja yksilöiden tietoisuuteen esimerkiksi elokuvassa, Tv-show’ssa, musiikkivideossa tai muotinäytöksessä. (Brannon 2005,42).

Puhutaan esittelyvaiheesta, jossa innovaatio syntyy ja kasvaa. Kyseistä pukeutumistyyliä ei vielä voida kutsua muodiksi, vaan se edustaa yhä uutta tyyliä, sillä tullakseen muodiksi sen täytyy olla ensin usean kuluttajan hyväksymä (Frings 2005, 42–55). Ilmiön esittelyn jälkeen yksilöt aina harkitsevat sen omaksumista.(Brannon 2005, 42). Ensimmäisenä kyseisen tyylin todennäköisesti omaksuvat muotia aktiivisesti seuraavat, persoonallisia pukeutumistyyliä toteuttavat tai muille roolimalleina toimivat muodin edelläkävijät (fashion leaders), jonka jälkeen tyyli saavuttaa vähitellen muodin seuraajien (fashion follower) hyväksynnän (Frings 2005, 54–55).

Pukeutumistyylin suosio kasvaa ensin kyseisessä alakulttuuriryhmässä ja leviää ryhmästä toiseen, kunnes tämä potentiaalinen muoti-ilmiö huomataan ja se leviää sekä teollisuuteen että tuotantoon. Tällöin kyseinen muoti-ilmiö on pelkistynyt jo melkoisesti vastaamaan valtavirran makua. Tuotannon myötä muoti-ilmiöstä tulee suosittu ja yleisesti hyväksytty tyyli, jolloin pukeutumistyyli on saavuttanut hyväksymisvaiheen ja sen voidaan sanoa edustavan yleisesti hyväksyttyä muotia. Sen suosio kasvaa nopeasti kuluttajien keskuudessa (Nuutinen 2004,79). Hyväksymisvaiheelle on tyypillistä vahva kopioitumis- ja monistumisprosessi (Frings 2005,52). Se ei ole enää vain johonkin tiettyyn alakulttuuriin yhdistettävä pukeutumiskoodi, vaan on monenikäisten, luultavasti myös keskiluokan ja ylemmän yhteiskuntaluokan, suosiossa. Tässä vaiheessa muodin keksineet alakulttuurin edustajat ovat sen luultavasti hylänneet ja pitävät sitä vanhentuneena. Muodin syklissä on alkanut niin sanottu taantumisvaihe, jossa muoti-ilmiön suosio vähenee ja siitä tulee vanhanaikainen(Nuutinen 2004,79).

Muodin leviämiseen on käytössä kolme erilaista teoriaa: Trickle-down -, Trickle-across - ja Trickle-up -teoria. Trickle-down-teoria on vanhin ja parhaiten säilynyt muodin leviämisen malli. Sille kehukset muodostivat Thorstein Veblen ja Georg Simmel näkemyksineen (Brannon 2005,84; Simmel 1986). Sen taustat ovat jo keskiajalla alkaneessa kauppias- ja liikemiesluokan menestymisessä, teollisessa vallankumouksessa ja sen kiihdyttämissä luokkarakenteiden syntymisessä ja lopulta kaupungistumisessa sekä ihmisten vuorovaikutuksen lisääntymisessä.(Nuutinen 2004,74; Kawamura 2004,6).

Trickle-down -teorian mukaan muoti on hierarkkinen järjestelmä, jossa tyyli-ideat kulkeutuvat ylhäältä alaspäin. Yhteiskunnan varakkaimmat luokat ovat muodikkaimpia, koska heillä on mahdollisuus panostaa visuaaliseen julkisivuun. Pukeutumisella voi myös erottautua alemmista luokista. Nämä eliitin erottautumisen merkit valuvat kuitenkin pyramidin huipulta alaspäin, koska alempi luokka jäljittelee varakkaampien muotia. Teorialle olennaisia ovat selvät vallitsevat luokkaerot sekä vaateen merkitys osana viestintää, joka kytkeytyy yksilön yhteiskunnalliseen asemaan. (Davis 1992, 110–112).



KUVIO 2. Muodin kiertokulku. Mukaelma Sproles & Burnsin kaaviosta: Stages in the Fashion Process (1994,15).

Charles W. King toi 1960-luvulla esille Trickle-Across -teorian. (Brannon 2005, 84.) Teorian mukaan muoti voi syntyä missä yhteiskunta luokassa tahansa ja levitä sen sisällä vaakatasossa (Brannon 2005, 92). Jokaisessa ryhmässä on niin sanottuja muodin edelläkävijöitä, jotka omaksuvat ja levittävät muotiuutuuksia. Teoriassa keskeisinä elementteinä ovat moderni viestintäteknologia ja yksilöiden omat verkostot, joihin edelläkävijät levittävät omaksumaansa muotia. Kyseinen teoria syntyi 1960-luvun tienoilla ja liittyy läheisesti kertakäyttöisen muodin ideaan. Tuona aikana halpatuotteet olivat jokaisen kuluttajan saatavilla. Tuotteiden edullisuus johti siihen, että uusia malleja lanseerattiin entistä tiheämpään tahtiin ja kuluttajan kynnyksen heräteostoksiin madaltui.

Muodin leviämisessä näkyi 1970-luvulta eteenpäin myös median vaikutus, joka teki kuluttajista entistä tietoisempia vallitsevista muodeista ja omasta tyylistään. Suunnittelijat eivät voineet entiseen tapaan sanella vallitsevia tyylejä, eivätkä kuluttajat jääneet enää odottamaan, että eliitti hyväksyisi muodin käyttöönsä ennen heitä. Kuluttajalähtöisen muodin katsotaan saaneen alkunsa tuolloin (Nuutinen 2004, 76; Easey 1995, 13–14).

Viimeinen muodin leviämisen teoria Trickle-up -teoria kuvaa nimensä mukaisesti muodin leviämistä alemmista luokista ylöspäin keskiluokkaan tai aina yläluokkaan saakka. G. A. Field esitti Trickle-up -teoriaa kuvaamaan 1960-luvun lopun ilmiötä, jolloin vallitsi yleinen nuoruuden ihannointi ja jota muun muassa musiikki, taide, televisio ja elokuvat korostivat. Nuorekkuuden ihannointi oli niin pinnalla yhteiskunnan ilmiöissä, että aikuiset alkoivat ottaa vaikutteita nuorten tyylistä ja pukeutumisesta. (Brannon 2005,96.)Teorian mukaan muoti saakin usein alkunsa alemmista yhteiskuntaluokista ja nuorisolla tai ala- ja vastakulttuurisilla ryhmillä on suuri merkitys ideoiden syntyyn. 1960-luvulta lähtien vaatesuunnittelijat hylkäsivät ylhäisön esikuvinaan ja suuntasivat katseensa katumuotiin ja hakivat inspiraatiota sieltä (Brannon 2005, 96–99).

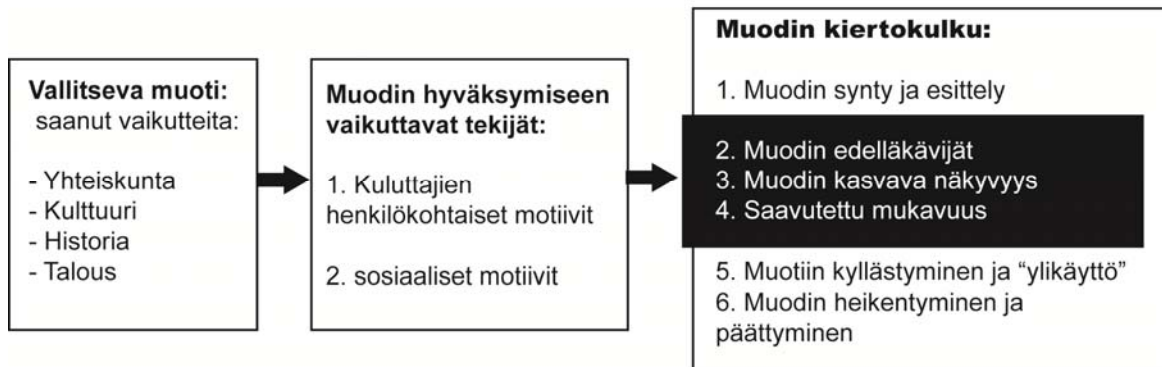
Brannon (2005, 53) toteaa teoksessaan, että etenkin vähävaraiset nuoret ovat vapaampia luomaan uusia muoteja. Tämä johtunee siitä, että heitä eivät sido tiukat perinteet, eikä heidän sosiaalinen arvostuksensa tai asemansa kärsi kokeilevastakaan pukeutumisesta. Nuoruuteen kuuluvat tyylien kokeilu ja

pukeutumisella shokeeraus mahdollistavat luovan ideoinnin. Osin samoista syistä merkityksellisiksi muodin ja tyylien maailmassa nousevat erilaisten sukupuoleen liitettävien pukeutumiskoodien sekoittelu (gender blending) sekä seksuaalistenvähemmistöjen edustajat (Entwistle 2000, 174–176). Nuutinen toteaa teoksessaan (2004, 77), että ”alamaailma on usein muodin pioneeri juurettoman elämänsä vuoksi”. Tosin muodin luojina voivat toimia myös yhteiskunnan ylempiin luokkiin kuuluvat, boheemit tai epätavallisia pukeutumistyyliä kokeilevat kuluttajat.

3.4. Muoti, maailma ja talous

Muoti on ajanhenki. Muoti heijastaa aikansa virtauksien lisäksi laajasti myös muuta yhteiskunnan tilaa. Se kertoo paljon yleisestä henkisestä ja moraalisesta ilmapiiristä sekä vallitsevista ideologioista ja uskomuksista. Vallitseva ajanhenki vaikuttaa vahvasti yksilön ajatusmaailmaan, tunteisiin ja toimintaan. Nämä seikat määrittelevät vahvasti muun muassa yksilön kulutusvalintoja. (Nuutinen 2004,66.) Muoti heijastaa sitä, miten kulttuuri ajattelee ja toimii kunakin aikana (Nuutinen 2004,68;Greenwood & Murphy 1978,57). Tutkimuksessani havainnoimani aikakauslehdet sisältävät pääosin kaupallista muotia, joten niissä varmasti heijastuu ja näkyy vahvasti yleinen taloudellinen tilanne. Tämän vuoksi koen tarpeelliseksi tässä kappaleessa käydä lyhyesti läpi muodin suhdetta talouteen ja yleisesti maailman tapahtumiin.

Ruohosen (2001,15) mukaan ”muoti kontrolloi kansakunnan kulutusvoimaa. Muoti on yhteiskunnallinen instituutio, jonka tehtävänä on lisätä kulutusta tuomalla aina uudennäköisiä tuotteita kuluttajien saataville”. Kun taloudellinen tilanne on hyvä, muoti on monimuotoisempaa. Taloudellinen hyvinvointi lisää muodin tarvetta ja kuluttamista sekä sen tuottamismahdollisuuksia. (Brannon 2005,4-6) Huonon ja epävakaa taloudellisen tilanteen myötä myös muoti on epävakaa. Muotiuutuuksia on vähemmän tarjolla, sillä kuluttajien on todettu tekevän taloudellisesti huonompina aikoina konservatiivisempia ja pitempään muodikkaina pysyviä hankintoja (Nuutinen 2004, 67; Frings 1982, 33;Greenwood & Murphy 1978, 62).



KUVIO 3. Muoti osana yhteiskuntaa. Mukaelma Sproles & Burns'n kaaviosta: Framework for Understanding Fashion in Contemporary Society. (1994, 18).

Taloudellinen vapaus mahdollistaa kouluttautumisen, mikä edistää muodin muuttumista, sillä sen kautta aukeaa mahdollisuuksia uusiin kokemuksiin. Hyvä koulutus mahdollistaa yleensä hyvän toimeentulon ja näin ollen venyttää kuluttajan tarpeita niillekin osa-alueille, joissa tarvitaan muotia. Ihmisten kasvava tietoisuus vähentää uuden pelkoa, vapauttaa ja tekee tietoisemmiksi mahdollisuuksista. Koulutus lisää itsevarmuutta ja omaa yksilöllisyyttä halutaan tällöin korostaa myös pukeutumisen kautta. (Horn 1975, 104). Paremmat ansiot mahdollistavat, mutta toisinaan jopa edellyttävät, muodikkaiden vaatteiden hankkimisen. Korkeammin koulutettujen ja korkeassa asemassa työskentelevien henkilöiden velvollisuutena pidetään hyvin pukeutumista. (Nuutinen 2004,68).

Taloudellinen hyvinvointi lisää vapaa-aikaa, jolloin yksilöllä on enemmän aikaa ja mahdollisuuksia käyttää muotia ja miettiä pukeutumistaan (Ruohonen 2001,14). Vuoden 2000 vaihtuessa urheilullisuuteen ja ruumiillisuuteen liittyvä kulutus kasvoi. Tämän ilmiön myötä yleistyi ihmisten osallistuminen sosiaalisiin tapahtumiin, joissa ulkonäköön kiinnitettiin huomiota. (Ruohonen 2001,14.) Urheilulla onkin ollut suuri vaikutus muotiin ja sen muovautumiseen aina 1800-luvulta asti, jolloin metsästäjien asut muokkasivat asuja käytännöllisemmiksi.

Sen jälkeen, kun urheilu ja siihen liittyvä fyysinen suoritus lopulta hyväksyttiin harrastustoimintana ja hupina, urheilulliset asut hyväksyttiin yleisesti. Vapaamman elämän myötä vaatteiden täytyi antaa enemmän vapautta liikkua. Urheilu myös salli ja totutti käyttäjät hiljalleen vartalon paljastamiselle. Urheilijoista tuli suosittuja

ja ihannoituja sekä tiiviisti seurattuja henkilöitä. Näin ollen urheilijoiden innostamana alun perin urheilun piiriin tarkoitettut vaatekappaleet ja urheilun käytännöllisyys levisivät muillekin käyttäjille (Horn 1975,104).

Teknologia ja sen kehittyminen ovat vaikuttaneet huomasti muotiin sekä sen kehitykseen ja lisännyt mahdollisuuksia tekstiiliteollisuuden tuotannon ja laadun parantamiseen (Nuutinen 2004,76; Easey 1995, 29). Tekokuitujen keksiminen on mahdollistanut monenlaisten jäljitelmäateriaalien nopean ja huokean valmistamisen ja pitkälle kehitettyjen tuotteiden viimeistelyyn (Horn 1975,109). Teknologian kehittymisen ansiosta teollisuudessa pystytään tuottamaan yksilöllisesti muotoiltuja tai tyylieltyjä vaatteita sarjatuotannossa (Brannon 2005,231–233.) Turunen toteaa pro gradu -työssään (2002, 58), että ”muodin ilmiötä tarkastelevat teoriat ovat kriittisen kulutustutkimuksen sivutuote. Kuva kuluttamisesta ja muodista on monipuolistunut, kun kulutusta alettiin tarkastella yksilöllisinä valintoina. Kuluttajien massakulttuuri osoittautui moniksi mikrokulttuureiksi, minkä myötä huomio kiinnittyi kuluttamisen merkitykseen ihmisen identiteetille ja elämäntavalle.”

Nuutisen (2004,63) mukaan ”nykyisin muotiin ja tyyliin on voitu liittää läheisesti myös elämäntyylikäsite. 1980-luvulta lähtien muotinäytöksissä, mainonnassa ja tuotteiden esille panossa on hyödynnetty kerronnallista esitystapaa, jonka avulla on pyritty vetoamaan tiettyyn kohderyhmään. Tietyistä merkeistä, tavaroista ja tuotteista on luotu tietyn elämäntyylin symboleita. Näiden elämäntyyli- tai -kulttuurien kautta muoti, vaatteet ja pukeutuminen on liitetty osaksi kulttuuria”. Elämäntyylien markkinointi tarjoaa erilaisia identiteettejä, joihin kuluttaja voi samaistua. Ne auttavat häntä tekemään oman kulutusketjun mukaisia valintoja tavarapaljouden keskellä (Laiho & Leino 1988, 44).

Lifestyle eli elämäntyyli-ajattelun myötä vaatemuoti yhdistetään muihin vallitseviin muoteihin, kuten sisustukseen, kodin esineisiin ja laitteisiin (Nuutinen 2004, 56). Muoti on laajentunut koskemaan lähes kaikkia elämänalueita ja yksilöitä kehoitetaan sen avulla työstämään ja rakentamaan persoonallisuuttaan (Laiho & Leino 1988,6). Näin ollen muoti on kiinteässä vuorovaikutuksessa yksilön kaikkien elämänalueiden kanssa (Laiho & Leino 1988, 52) Nuutisen (2004, 72–73) mukaan

”muoti on dynaaminen ilmiö, joka kytkee toisiinsa estetiikan, kulttuurin ja talouden, sekä jokapäiväisen elämän, jonka luonteenomainen ominaisuus on muutos.” On mielenkiintoista huomata, millä tavoin Nuutisen väite ilmentyy tutkimassani aineistossa. Miten lehtien muotikuvat esittelevät elämäntyylejä ja yhdistyvätkö artikkeleissa todella erilaiset muodit keskenään?

4. Muoti ja pukeutuminen osana viestintää

Tutkimuksessani on tärkeää tutustua muodin ja pukeutumisen merkitykseen osana viestintää, sillä tutkimuksen yhteydessä havainnoitava aineisto viestii tutkimieni vuosien muodista monin eri tavoin. Tämän lisäksi on mielestäni tärkeää olla tietoinen myös siitä, miten yksilöt vastaanottavat pukeutumisen ja muodin kautta lähetettyjä viestejä sekä miten niiden avulla kommunikoidaan. Fisksen mukaan (1992, 13–14) ihminen voi viestiä lukuisin eri keinoin, esimerkiksi kuvin tai tekstein, mutta myös oman kehonsa ja ulkonäkönsä avulla. Tämän vuoksi viestintä on hyvin laaja ja monimutkainen käsite ja sitä voidaan tarkastella useista eri näkökulmista. Viestinnän monialaisuuden vuoksi sen tutkiminen onnistuu parhaiten soveltamalla eri tieteenaloille ominaisia lähestymistapoja.

Kielitieteilijä Ferdinand de Saussure huomasi tarpeen ymmärtää sosiaalisia suhteita osana suurempaa kulttuurillista tarkoitusta. Hän halusi yhdistää sosiaalipsykologian ja semiotiikan ja toivoi, että semiotiikka käsittäisi jonakin päivänä kielitieteiden lisäksi myös muita kulttuurin muotoja, kuten esimerkiksi pukeutumisen. Jakaessaan yhteisen kulttuurin, ihmiset altistuvat aina konkreettisten tuotteiden verkostoille. Ihmiset myyvät, ostavat ja pukeutuvat tuotteisiin. Tämä edistää niihin liittyvien merkitysten syntymistä ja lisää esineiden tärkeyttä. Merkityksenannossa ei ole tärkeää vain tuote vaan se, miten ihmiset käyttävät tuotteita ja ovat vuorovaikutuksessa näiden tuotteiden kanssa (Kaiser 1985, 48).

Yhteistä viestinnälle yleensä onkin, että se perustuu aina jonkinlaisiin koodeihin ja merkkeihin, jotka toimivat välineinä merkitysten antamiseen sekä syntymiseen. John Fisksen (1992, 13–14, 37) mukaan koodit ovat merkkien käyttöä jäsentäviä merkitysten järjestelmiä, jotka määräävät miten ja missä yhteyksissä tiettyjä

merkkejä hyödynnetään sekä miten niitä voidaan yhdistellä toisiinsa sanomien laatimiseksi. Koodit kehittyvät aina kulttuurin tai alakulttuurin piirissä, mikä määrää, miten viestit lähetetään ja millaisia koodit ovat. Tämä sääntö pätee myös kun viestitään pukeutumisen avulla. Tällöin pukeutumisen koodit tarjoavat kulttuurisen kehyksen, jonka puitteissa ulkoasua on mahdollista tulkita (Kaiser 1985, 223). Sosiologi Nathan Joseph tunnisti kahdenlaisia ulkoasuun liittyviä viestejä. Signaali on suora ja helppotulkintainen ulkoasuviesti. Se perustuu kognitiiviseen yhteyteen merkitsijän ja merkityn välillä. Havainnoitua asua käytetään ympäristössä, jossa sen oletetaan näkyvän (Kaiser 1985, 226). Merkitsijänä voi toimia koko asu tai jokin asun osa. Merkitty puolestaan on asiayhteys, konsepti tai ajatus, johon merkitty viittaa (Kaiser 1985, 225).

Symbolinen merkki on monitulkintainen ja merkitsijän ja merkityn välinen suhde on tällöin paljon monimutkaisempi. Symboli ei viittaa kohteeseensa suoraan, vaan symboliset ulkoasuvihjeet ilmaisevat arvoja, uskomuksia ja tunteita. Näitä asioita on vaikeampi konkretisoida, sillä koodit ovat paljon muuttuvaisempia, monimutkaisempia ja niiden ratkaiseminen vaatii enemmän havainnoijan keskittymistä sekä tietoista huomionsuuntaamista asiaan. Sosiaalisen vuorovaikutuksen merkitys korostuu osapuolten neuvotellessa, rakentaessa ja uudistaessa sosiaalisia tarkoituksia (Kaiser 1985, 227). Signaalin ja symbolin ero ei ole absoluuttinen ja hyvin riippuvainen asiayhteydestä, jossa ulkoasuviestit esitetään, sekä mielten prosesseista, joilla havainnoijat niitä tulkitsevat. (Kaiser 1985,228).

Vaatteet ja muut asusteet voidaan siis käsitteellistää kulttuuristen viestien viejiksi. Ulkoasuviestit ovat hyvin monimutkaisia yhdistelyn ja muuntelun sekä muodin muutoksen vuoksi (Kaiser 1985, 223). Viestintä tapahtuu käytetyn välineen ja kulttuurin määräämien koodien välityksellä. Päälle puettu asu viestii siihen sisältyneiden koodien avulla, jotka aukeavat eri tavoin sen lukijalle, mikä riippuu hänen kulttuurillisista lähtökohdistaan. (Fiske 1992, 35–39.) Kulttuuri tarjoaa ohjenuoran ja säännöt, miten ulkoasu tulisi rakentaa. Tästä huolimatta on sen hallintaan ja havainnointiin liittyvälle yksilön vapaudelle ja ilmaisulle kuitenkin runsaasti tilaa (Kaiser 1985, 220). Etenkin kunkin ajan vallitseva naisihanne vaihtelee aikakausittain (Lurie 2000, 211–229).

Viestinnän välineellä tarkoitetaan sitä keinoa, jolla viestintä voidaan esittää siinä viestintäkanavassa, joka on valittu. Viestinnän lisäksi asulla on myös suojaava tehtävä. Onkin yleistä, että kulttuurillisilla asioilla on kaksi erilaista merkitystä, teknologinen ja viestinnällinen. Viestin rakentamisessa toimii omalta osaltaan mukana lisäksi kohteen design, joskin teknologia määrää koodien rajat (Fiske 1992, 35–39).

Viestinnässä sanoman toisteisuus on ehdottoman tärkeää. Toiste tarkoittaa informaatiossa sitä, mikä on informaatiossa tuttua, totuttua ja ennustettavaa. Se lisää uloskoodauksen tarkkuutta ja auttaa tarkistamaan sanomaa sekä selviytymään käytännön viestinnän pulmista. Toisteinen viestintä pitää yllä sosiaalisia suhteita, sillä suhteet ovat olemassa vain jatkuvan viestinnän tuloksena. Uuden informaation välittämisen sijasta toisteinen viesti vahvistaa ja huoltaa jo olemassa olevia merkityksiä. Näin ollen viestinnän toisteisuus sekä tapasidonaisuus vahvistavat ryhmäjäsenyyttä ja yhteisöllisyyttä (Fiske 1992, 25–30). Vastakohtana informaation toisteisuudelle on haje. Se tarkoittaa äärimmäistä ennustamattomuutta. Sanoman rakentaminen totuttuihin muotoihin siis vähentää aina informaation hajetta. Pukeutumisen tyyli tai muoto voi olla ihmisten silmissä hajetta, mikäli se rikkoo totuttua tapaa pukeutua. Tyyli voi myöhemmin kuitenkin vakiinnuttaa omat tapansa ja lisätä näin ollen toisteisuutta, sitä mukaan kun tyyli opitaan ja hyväksytään. (Fiske 1992,26–29.)

4.1. Tyylien lähettämät viestit ja niiden tärkeys

Pukeutumistutkija, sosiaalipsykologi Susan B. Kaiser (1985,33–39) tuo teoksessaan esille pukeutumisen tutkimuksessa yksilön ulkoasun symbolisten merkitysten kontekstuaalisen lähestymistavan. Siinä hän yhdistää kognitiivisen, symbolis-interaktionistisen ja kulttuurillisen näkökulmat. Kognitiivisella perspektiivillä hän tarkoittaa sitä, kuinka ihmiset luovat merkityksiä ja muodostavat vaikutelmia toisistaan sekä itsestään vaatteiden avulla ja muodostavat sosiaalisia luokittelujärjestelmiä, jotka keskittyvät pitkälti ulkoasun havainnointiin.

Toisin kuin kognitiivinen tutkimusote symbolis-interaktionistinen perspektiivi laajentaa näkökulmaa yksilöiden ulkoasun havainnoin lisäksi siihen, miten yksilö hallitsee sitä. Se tarkasteleekin ihmisiä ja heidän ulkoasuun osana laajempaa kontekstia eli sosiaalista ympäristöä, jossa vaatteiden käyttö tapahtuu. (Kaiser 1985,30,39). Kulttuurillisessa lähestymistavassa Kaiser asettaa ulkoasun ja vaatetuksen suurempaan kulttuurilliseen kontekstiin. Tämä monitieteinen ja rajoja rikkova lähestymistapa koostuu useiden humanististen tiedealojen, kuten esimerkiksi antropologian, kulttuurillisten tutkimusten, sosiologian, naistutkimuksen, etnologian ja semiotiikan teorioista (Kaiser 1985,48).

Kulttuuria tarkastellaan erilaisten ryhmien kautta. Erilaisten ikäryhmien, sukupuolten, etnisten ryhmien ja sosiaalisten luokkien väliset suhteet ovat merkityksellisiä. Tätä kautta pystytään ymmärtämään enemmän ihmisten yksilöllisyyttä (Kaiser 1985,48–56). Kulttuurin sisäiset säännöt määrittävät sen, miksi esimerkiksi jokin erityinen tyyli liitetään johonkin etniseen ryhmään tai miksi eri sukupuolta olevat henkilöt pukeutuvat eri tavoin. Kulttuuriset säännöt sitoutuvat myös estetiikkaan (Kaiser 1985,413).

John Fiske toteaa teoksessaan *Merkkien kieli*, että viestintä on yleisesti määritelty viestien välityksellä tapahtuvaksi sosiaaliseksi vuorovaikutukseksi. Viestinnän kautta vaikutetaan aina toisen käytökseen tai mielentilaan (Fiske 1992, 13–14). Vaatteen itsessään voi sanoa olevan neutraali. Merkitys syntyy siitä, mihin asiayhteyteen se liitetään ja kuinka sitä luetaan. Pukeutumisen merkitykset muodostuvat aina ihmisten välisessä kommunikaatiossa, jolloin ihmisen ulkoisen olemuksen perusteella tehdään toisesta johtopäätöksiä joko tiedostamatta tai tiedostaen. (Ruuhonen 2001,59,76). ”Nuutinen toteaa (2004, 67), että ”olennaisin asia ei ole vain vaatteet, niiden tyylin takana ovat kysymykset, kuten miksi se on muotia? Mitkä syyt ovat aiheuttaneet sen? Ja miltä se tuntuu?”

Alison Lurie käsittää teoksessaan ”The language of clothes” pukeutumisen eräänlaisena kielenä, jonka avulla viestitämme toisillemme (Lurie 2000,3-6). McCrackenin (1988,57) mukaan kieli (language)- vertauskuvaa käytetään yleisesti silloin kun halutaan kuvata esimerkiksi erilaisten asioiden tyylejä. Hänen mukaansa vertauskuva on auttanut näkemään kulutustuotteiden ja materiaalisen

kulttuurin symbolisia ominaisuuksia. Kyseisen vertauskuvan käyttö on johtanut myös väärinkäsityksiin siitä, mitä nämä symboliset ominaisuudet ovat ja kuinka ne toimivat. McCracken onkin pitkälti sitä mieltä, että vaatetusta ei voi verrata kieleen vaan se on hyvin erilainen kommunikoinnin keino, jossa ilmeistä on kulttuurin vaikutus. Myös Fred Davis pohtii teoksessaan *Fashion, Culture, and identity* (1992,3) materiaalisten artefaktien, kuten vaatteiden, kosmetiikan sekä hajusteiden, luonnetta ja merkitystä yksilölle. Hän pohtii, ovatko vaatteiden lähettämät viestit kieltä, vai ovatko ne enemmänkin musiikin kaltainen ilmaisu, jossa merkityksiä luovat tunteet ja mielialat, jotka herätetään erilaisten vihjeiden avulla.

Myös minä kyseenalaistan Lurien ajatukset pukeutumisesta varsinaisena kielenä. On totta, että pukeutuminen on kielen tavoin vahvasti sidoksissa kulttuuriin sekä sen ”säännöstöön”. Se toimii myös osana ihmisten välistä kommunikaatiota, mutta mielestäni pukeutumista ja vaatteita tulee ennemminkin tarkastella semioottisesta näkökulmasta merkkijärjestelminä. Tässä tutkimuksessa tukeudun enemmän Davisin ja McCrackenin näkökulmaan, jossa merkityksiä muodostavat kulttuuri, tunteet, mielialat sekä vaatteisiin sisällytyt vihjeet.

Kunkin aikakauden kauneushanteet ja yleinen yhteiskunnassa vallitseva tilanne vaikuttavat myös pukeutumisen kehitykseen. Erilaisina aikoina pidetään erilaisia asioita merkityksellisinä tai esteettisesti miellyttävinä. Ympäristön esteettiset koodit ovatkin usein hyvin moninaisia, vaikeasti määriteltävissä ja nopeasti muuttuvia. Kulttuurilla on ratkaiseva vaikutus etenkin tapaan perustuvien koodien sisältöön. Yhteistä näille koodeille on se, että ne vetoavat ihmisen sisäiseen maailmaan, tuottavat mielihyvää ja merkityksiä. Jotakin näiden koodien ilmaisuvoimasta ja merkityksellisyydestä kertoo myös se, että niitä käyttävät niin massayhteiskunnat kuin heimoyhteisöt. (Fiske 1992,108–109.) Kun ihmiset ovat tietoisia vallitsevista ulkoasuun liittyvistä ”säännöistä”, niiden muokkaaminen on helpompaa, jopa hiukan sääntöjä taivuttaen, rikkoen tai jopa liioitellen. Muodin muutos liittyy aina sääntöjen vuorovaikutukseen. Suunnittelijat ja käyttäjät tekevät tätä omalta osaltaan (Kaiser 1985,220).

Arja Turunen toteaa pro gradu -työssään (2002, 7), että ”viime aikoina pukeutumistutkimukseen tulleen ruumiillisuus (body) -näkökulman kannalta ruumiin asennot, eleet ja ilmeet vaikuttavat pukeutumisen ja muun koristautumisen ohella olennaisesti siihen miten ruumis koetaan ja tulkitaan”. Tutkimukseni analysoinnin kannalta on hyvin oleellista olla tietoinen muun muassa kuvien mallien asentojen muodostamista merkityksistä ja tärkeydestä. Semioottisen ajattelun mukaan sanaton viestintä (esimerkiksi eleet ja äänensävy) on niin sanottuja suoria koodeja. Suorien koodien tehtävänä on toimia vuorovaikutuksen ohjaajana. Ihminen välittää niitä pääasiassa kehonsa ja ulkonäkönsä avulla. Ihmisen päätettävissä olevien seikkojen kuten vaatetuksen, kampauksen ja meikkauksen kautta ilmaistaan omaa persoonaa, yhteiskunnallista asemaa sekä vahvistetaan yhteenkuuluvuutta muiden kanssa. (Fiske 1992, 90–92.)

Nuutinen (2004,73) toteaa teoksessaan Kaiseria (1998, 575–580) lainaten, että ”vaate- ja ulkonäkösymbolit toimivat vihjeinä, joiden avulla on mahdollista jäsentää vuorovaikutustilanteita”. Vaate toimii ikään kuin yhdistävänä tekijänä (esimerkiksi ryhmäpukeutuminen), mutta myös oman reviirin merkinä (oma erottuva tyyli) (Nuutinen 2004,73; Barnard 1996,37). Tärkeässä asemassa osana sanatonta viestiä ovat lisäksi henkilön sukupuoli, ikä, kansallisuus sekä fysiologiset ominaisuudet, jotka vaikuttavat havaintoon ympäristöstä ja näin ollen siihen, miten pukeutumista tulkitaan (DeLong 1998, 2-5, 17). Näitä edellä mainittuja sanattomia viestejä tulen etsimään ja tulkitsemaan havainnoimastani aineistosta, sillä niihin perehtyminen auttaa minua ymmärtämään ja tulkitsemaan muodin ilmiöitä syvällisemmin.

4.2. Yksilöllinen tyyli ja tyylien merkitykset osana ryhmää

Pukeutumiseen on aina liittynyt mielikuvia, ja ehkä tämän vuoksi ihmiset ovat jo kauan asettaneet joitakin henkilöitä pukeutumisen esikuviksi. Menneinä aikoina muodin esikuvia saattoivat olla hallitsijat, ylhäisö tai jopa kuninkaan rakastajattaret. Muoti olikin ennen lähinnä rikkaiden ja ylhäisön etuoikeus. Ihmiset ovat kauan viestineet toisilleen pukeutumisellaan ja vaatteiden kautta määrittelemällä ja kuvailemalla itseään (Ruohonen 2001,32).

Halu kuulua ryhmään, tulla hyväksytyksi tai ehkäpä näyttää hyvältä muiden silmissä ohjaavat pukeutumista enemmän tai vähemmän tietoisesti. (Fiske 1992, 13–14). Viestinnän avulla pidetään yllä sosiaalisia suhteita. Koodit, merkit ja viestit ovat elintärkeä osa kulttuuria. Tämän vuoksi viestinnän tutkimuksen yhteydessä on syytä perehtyä aina myös vallitsevaan kulttuuriin. (Fiske 1992, 13–14.) Tutkimukseni kannalta on tärkeää ottaa kulttuurisen kontekstin lisäksi selvää myös tyylien ja muodin merkityksistä yksilölle sekä osana ryhmää, sillä näiden asioiden selvittämisen kautta saan tutkimukseni kannalta tärkeää lisätietoa ja vastauksia siihen, mitkä ovat tyylien tarkoitukset ja esiintymistilanteet.

Pukeutuminen on usein ryhmään kuulumisen symboli. Pukeutumalla oikein halutaan antaa sosiaalisesti tärkeää informaatiota. Ryhmän yleisesti hyväksymät normit määrittelevät myös pukeutumisen säännöt. Yleensä pienemmissä ryhmissä vallitsevat tiukemmat normit. Muoti on jatkuvasti erilaisten ryhmien kontrolloitavissa ja ryhmien johtohahmot tuovat uutuuksia sekä uusia tyyliä esille. (Sproles & Burns 1994, 140, 149, 154). Nykyisin on havaittavissa ilmiö, jossa muoti ilmenee erilaisten tyyllisten heimojen kautta. Tällaisia heimoja on löydettävissä esimerkiksi alakulttuuriryhmistä, jotka synnyttävät katumuotia. Vallitsevalle kolmannen muodin aikakaudelle on tyyppillistä kuulua johonkin ryhmään eli tyylliseen heimoon, mitä ilmaistaan muun muassa ulkoasulla ja pukeutumisella. (Brannon 2005, 231).

Muodin luonne yksilön oman tyylin muokkaajana on kaksijakoinen. Muoti on erilaistumisen väline, ja pukeutumisen avulla pyritään sekä erottautumaan muista että luomaan omaa identiteettiä. Toisaalta muoti on aina myös hyvin yhtenäinen. Oman aikansa muotia seuraava henkilö ei useinkaan erotu merkittävästi muista pukeutumisellaan: Hän siis mukautuu muotiin ja yhteisöön (Ruohonen 2001, 32). ”Muodikkaasti pukeutuva ihminen ei ole koskaan yksin, sillä muoti on yhtenäinen malli, jota yksilö voi turvallisesti seurata anonyymina ja samalla tulla hyväksytyksi” (Nuutinen 2004, 73; Laiho & Leino 1988, 31, 58). Yksilöllisyys ja muodin saavuttama mukavuusaste (yleinen hyväksyntä) ovat vastakohtaisuuksia, jotka mukautuvat toisiinsa osana muodin syntymistä ja hyväksyntää (Sproles & Burns 1994, 19–20).

Nykyään on lähes mahdoton olla tietämätön vallitsevasta muodista, sillä niin monesta eri lähteestä se tavoittaa yksilön tietoisuuden. Vaatevalinnat ilmaisevat persoonallista tyyliä ja yksilöllisyyttä. Niiden avulla muokataan yksilön ulkoista olemusta eri tilanteisiin sopivaksi ja vastaamaan ihmisten odotuksia. (Brannon 2005,14). Ulkoasun hallinta on identiteetin ilmaisuun liittyvä prosessi. Yksilön identiteetin muodostumiseen vaikuttavat suuresti kulttuurin kategoriat, joita säätelevät kulttuurin sisäiset säännöt, arvot ja ideologiat. (Kaiser 1985, 413). Näiden asioiden pohjalta ihminen muodostaa kuvan siitä, miltä hän haluaa näyttää.

Yksityisen ihmisen tyyliä säätelevät tärkeimpinä tekijöinä kulttuuri, eri aikakaudet sekä yksilön sosiaalinen asema ja elämäntapa. Tämän lisäksi yksilön tyyliin vaikuttavat vallitseva muoti, henkilön kulutustottumukset ja harrastukset. Kulutus ja pukeutuminen asettuvat aina kulttuuriseen kontekstiin, sillä kulttuuri, jossa eletään vaikuttaa ratkaisevasti siihen, miten kuluttamiseen suhtaudutaan. Muoti puolestaan sanelee sen, millaisia vaatteita kuluttajille tarjotaan ja millaisesta tarjonnasta kuluttajat tehdään markkinoinnin avulla tietoisiksi. Muoti ja mainonta ovat hyvin riippuvaisia kyseisen ajan taiteellisista tyylisuunnista ja näin ollen myös vallitsevasta kulttuurista. Kuluttaja liittyy itsensä osaksi tätä kulttuurista kontekstia vaatehankinnoillaan ja pukeutumisellaan. (Ruohonen 2001,54,64,70.)

Tässä tutkimuksessa havainnoin naistenlehti Gloriassa näkyviä trendejä ja annettujen ennusteiden toteutumista. Ymmärtämällä tyylien merkitystä yksilölle ja ryhmässä pystyn tulkitsemaan tutkimuksen yhteydessä havainnoitavaa aineistoa paremmin. Havainnoitaviin lehtiin on asetettu esille erilaisia trendejä lukijoiden poimittaviksi ja kopioitaviksi. Kyseisten trendien avulla yksilö voi ilmaista yksilöllisyyttään, mutta lehdistä hän myös näkee ne tyylit, jotka ovat yleisesti hyväksytyjä ja joita toistamalla massaan sulautuminen on mahdollista. Vallitsevaa postmodernia kulttuuria on noussut kuvaamaan termi massayhteiskunta, jolle on tyypillistä median merkitys ja sen kautta laajalle levinneet kuvat ja mallit siitä, millaisia yksilöiden tulisi ulkoasultaan olla.

Ulkoasun hallinta tarjoaa yksilöille keinon rakentaa omaa kuvaa ja identiteettiä. Jotkut ovat kuitenkin sitä mieltä, että massayhteiskunta on vain myytti, sillä sen sisällä yksilön on itse asiassa työskenneltävä tehokkaammin yrittäessään säilyttää yksilöllisyytensä ja rakentaessaan omaa muista eriyvää tyyliä. (Kaiser 1985,402). Yksilön pukeutumiseen vaikuttaa suuresti myös se, mitä sillä hetkellä pidetään esteettisenä ja kauniina, eli mikä on sen ajan maku.

Davisin (1992, 116–119) mukaan ”maku on yhteisön käsitys siitä, mikä on tai ei ole hyvännäköistä, sopivaa tai muodin mukaista jossakin tilanteessa. Maku on kriittinen mielipide, joka vaikuttaa valintojen tekoon”. Sitä voidaan arvioida ainoastaan suhteessa aikaan ja kulttuuriin, sillä ne määrittelevät sen. Pelkin esteettisin perustein se ei onnistu. (Nuutinen, 2004, 63; Anspach 1967, 39.) Kauneuden käsite liittyy usein läheisesti makuun. Kauneuden sanotaan olevan inhimillistä järjestyksen, säännöllisyyden, ennakoitavuuden ja turvallisuuden kaipuuta. (Nuutinen 2004, 64; Jones 1991,x). Ruman kokeminen voi usein liittyä yhteen sopimattomien visuaalisten näkemysten kohtaamiseen. Vaatesuunnittelijan tehtävänä onkin usein tasapainottaa tilanne ja luoda elementeistä jokin yleisesti hyväksytty ja mielihyvää tuottava kokonaisuus. (Sproles & Burns1994, 6).

Jokaisella henkilöllä on oma tyyliinsä pukeutua. Pukeutumisen kautta yksilö viestii ja kertoo itsestään. Oma tunnistettava tyyli ja tapa pukeutua ovatkin hyvin tärkeä osa ihmisen identiteettiä. (Ruuhonen 2001, 50). Ihmisen minäkäsityksellä tarkoitetaan sitä, kuinka henkilö tuntee ja ajattelee itsestään (Horn 1975, 121). Muut ihmiset vaikuttavat aina yksilön pukeutumiseen. Toisten ihmisten suhtautuminen on tärkeää, sillä esimerkiksi kuva omasta tyylistä muodostetaan toisten reaktioiden kautta. Tämän peilautumisen avulla ja itsereflektion myötä siitä syntyy osa kyseisen henkilön identiteettiä ja jotain juuri hänelle persoonallista sekä ominaista. (Ruuhonen 2001, 50–51, 54). Yksilön kokemusten kautta oppimat vaatetukseen liittyvät asiat ovat melko pysyviä, mutta voivat kuitenkin muuttua ja laajentua, kun henkilö kohtaa jotakin uudenlaista ja miellyttävää, esimerkiksi uusia muotoja. Muodin uusista tuulista ja odotuksia rikkovista asioista ollaan aina kiinnostuneita. Tämän vuoksi esimerkiksi sesonkien uudet värit ovat tärkeitä. (DeLong 1998, 2, 17–18).

Nuoruudessa on yleistä kokeilla erilaisia tyylejä ja tapoja pukeutua, sekä samalla rakentaa omaa identiteettiä ja persoonaa. Tyyli myös muuttuu ajan kuluessa. Sitä valitessaan ihminen tekee usein identiteettityötä ja elämäntilanteiden muuttuessa joudutaan usein myös identiteettiä muokkaamaan uudelleen ja näin ollen yksilö miettii yleensä myös tyyliään toistamiseen. (Ruohonen 2001, 54.)# Yksilön henkilökohtainen maku muuttuu ajan kuluessa ja kehittyy kokemuksen myötä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. (Nuutinen 2004,61; Blumer 1995, 381–382). Nuoret vaihtelevat tyylejään usein, koska heidän identiteetin työstämisenä on vielä kesken. Oma vaikutuksensa asiaan on varmasti myös vallitsevilla tekijäkeskeisellä yhteiskunnalla, jossa mikään ei ole ennallaan ja jossa vallitsee jatkuva muutostila. Identiteetin muokkaus tarvitsee jatkuvuutta ja vasta toistuvuus vakuuttaa nuoren itsensä ja toiset siitä, kuka hän oikeastaan on. Mikäli yhteiskunta olisi staattinen, yksilöt tietäisivät paikkansa ja roolinsa jo nuorena. (Ruohonen 2001, 42).

#

”Yksilöllisen tyylin ilmaisemisella ulkonäön ja vaatetuksen kautta on tärkeä merkitys.” (Kaiser 1996,7-9). Tyylikkyys onkin pitkälti riippuvainen siitä, miten eri vaatekappaleista ja asusteista yhdistetään kokonaisuus, ja ennen kaikkea, miten se sopii kantajansa persoonaan ja käyttötilanteeseen sekä miten käyttäjä ”kantaa” eli liikkuu ja viihtyy asussaan. Tyyli on pukeutumista laajempi käsite. Henkilön tyyliin kuuluvat pukeutumisen lisäksi muun muassa ilmeet, eleet, vartalon asennot, tapa puhua sekä yleisesti käyttäytyä. Tyyli on jotain, mitä yksilö haluaa itsestään ulospäin näyttää ja millaisen kuvan hän haluaa toisille itsestään antaa. Se on ulkokuori, joka käy kuitenkin jatkuvaa vuoropuhelua yksilön sisäisen minäkuvan kanssa. Ihminen oppii pukeutumisen ja ulkoisen olemuksensa työstämisen kautta aina myös jotain itsestään. (Ruohonen 2001,13, 54,59). Arja Turunen toteaa pro gradu -tutkimuksessaan Kaiserin mukaan (2002,10), että yksilön subjektiivisuus ilmenee tyyliissä, koska se saa omakohtaisen tulkinnan näkyväksi. Sen kautta voidaan rakentaa siltoja havaintoihin perustuvan ja käsitteellisen ajattelun sekä kokemisen tapojen välille.

5. Havainnointi tutkimukseni tiedonhankintamenetelmänä

Vaatesuunnittelijan työn haasteisiin kuuluu muun muassa tulevaisuuden ennakointi. Suunnittelijan on osattava ennakoida, mitä muutoksia muodissa tulee tapahtumaan ja milloin ne ovat ajankohtaisia. Haasteellista on myös arvioida, ketkä nämä muutokset omaksuvat ja miksi jokin tietty muoti omaksutaan ja hyväksytään. (Sproles & Burns 1994,238). Tutkimuksessani ennustamisen taito sekä jo olemassa olevat tulevaisuuden ennustukset nousevat oleellisiksi, joskin poikkeuksellisesti tutustun menneiden vuosien ennusteisiin. Kyseiset ennustukset toimivat yleensä tiennäyttäjinä ja vihjeinä tulevasta, mutta tässä tutkimuksessa niiden tehtävänä on paljastaa ja muistuttaa menneistä vuosista. Trendiennusteet kertovat mielestäni paljon myös siitä ajasta, jolloin ne on tehty tulevaisuutta ajatellen. Tämän lisäksi ennusteiden toteutuminen ilmaisee paljon ennakoitavana olleesta ajasta. Tässä tutkimuksessa keskityn vuosille 2000 ja 2010 annettuihin trendiennusteisiin sekä kyseisinä vuosina Gloria-lehdessä esiteltyyn ja Suomessa toteutuneeseen muotiin.

Eräs muodin ennakoimiseen keskittyvä yritys on Promostyl, joka perustettiin vuonna 1970. Nuutinen (2004,98) esittää teoksessaan, että ”se määrittelee tehtäväkseen palvella asiakkaita kuidusta kankaisiin, vaatteista asusteisiin, kodista kosmetiikkaan, lastenhoidosta autoihin sekä myydä trendikirjoja ja esittää audiovisuaalisia trendiennusteita”. Tässä tutkimuksessa tutustun ja käytän havainnointiaineistona pääosin Promostylin trendiennusteita vuosille 2000 ja 2010. Vuoden 2010 naisten muodin kesän ja syksy/talven ennusteisiin pääsin tutustumaan Trendeal Oy:n toimistolla. Vuoden 2000 ennusteita oli melko vaikea löytää, koska aikaa oli kulunut. Onnistuin tutustumaan osaan Promostylin vuoden 2000 ennusteisiin Aalto-yliopiston muotoilun laitoksella, jonne niitä oli säilötty opiskelijoiden käytettäväksi ja inspiraation lähteiksi. Näitä ennusteita ei kuitenkaan ollut arkistoitu ja osa niistä oli hävinnyt. Tämän vuoksi päädyin täydentämään vuoden 2000 trenditietoutta etsimällä kyseisen vuoden kesän ja Syksy/talven trendejä Muotimaailma-lehdistä sekä niihin painetuista kyseisen vuoden trendiennusteiden tiivistelmistä. Väritrendien lähteenä käytin Promostylin ennusteita, Muotimaailma-lehdessä olleita artikkeleita sekä Intercolorin väriennusteita.

5.1. Havainnosta tiedoksi

Havainnointi osana tutkimustani antaa monipuolista tietoa tutkimieni vuosien muodin elementeistä ja tyyleistä. Se kertoo minulle myös paljon noina vuosina vallinneista ajan ilmiöistä sekä kulttuurista. Näiden taustatietojen kartoittamisen kautta ja rikastuttamalla jo olemassa olevaa esitietoutta aiheesta pystyn monipuolisemmin ja syvällisemmin tulkitsemaan tutkimusaiheeni. Hendersonin yms. (2000,238) mukaan tutkimalla vaatteille ominaisia postmoderneja ominaisuuksia ja motivaatioita näiden elementtien taustalla voidaan ymmärtää niihin liitettyjä arvoja sekä esteettisiä koodeja. Esteettisten muutosten ymmärtäminen on tärkeää, sillä tietoisuus niistä mahdollistaa myös muodin muutoksen ymmärtämisen. Lisäksi ulkoasuun liittyvien tyylien merkitystä osana muodin tutkimusta painotetaan ja muodin tutkimuksessa perinteisesti vallitsevan vaatteen muotojen sekä mallien muutoksen tutkimisen syrjään siirtämistä kannatetaan. (Henderson, B. yms. 2000, 238; Kaiser, S.yms., 1995, 172–183).

Marilyn DeLong (1998, 30–51) käyttää termiä Apparel- Body- Construct (ABC), joka määrittää asukokonaisuuden rakennetta eli sitä, miten sen osat rakentuvat ja muodostavat kokonaisuuden. Käsitteen mukaan pukeutuminen voidaan liittää osaksi kulttuurillista kontekstia ja sosiaalista ympäristöä. Asun linjojen määrittämiseksi ja tutkimiseksi on hyvä esittää seuraavanlaisia kysymyksiä: Määrittävätkö vaatteen muodon sen linjat, leikkaukset vai pinnat? Onko vartalo vai vaate ensisijainen katsomisen kohde? Minkälainen on ulkoasun rakenne? Vaatteiden ja ulkoasujen rakenne kehittyi osana muodin prosessia.

DeLongin mukaan esteettisessä havainnoinnissa on neljä vaihetta, joiden avulla analysoidaan ulkoasun rakentuminen (Apparel-Body-Construct) lopputuloksen muodostamiseksi. Ensimmäisessä vaiheessa tapahtuu muotikuvan havainnointi (observation), jossa huomioin asukokonaisuuden koko hahmon. Tässä vaiheessa tunnistan ja kuvailen muotikuvasta saamani tiedon: esimerkiksi sen järjestyksen, jossa näen asukokonaisuuden visuaaliset osat.(DeLong 1998, 54–71.) Toisessa vaiheessa tapahtuu elementtien erittely (differentiation), jossa tiedostan asukokonaisuuden osat ja niitä erottavat sekä yhdistävät tekijät. Tässä vaiheessa

selvitän osien välisiä suhteita ja myös tiedostan, ovatko kuvan elementit yhdenvertaisia vai erottuuko jokin osa dominoivana. Selvitän lisäksi, kuinka kuvan asukokonaisuuden osat yhdistyvät, ovatko ne samankaltaisia ja mitkä syyt johtivat havainnointivaiheen tulokseen.

Kolmannessa vaiheessa tapahtuu muotojen tulkinta (interpretation), jossa selvitän, mitkä ovat ulkoasun rakenteen visuaaliset teemat. Miten voin luonnehtia ulkoasuun liittyviä muotoja ja mikä on niiden merkitys käyttäjälle? Tutkijana selvitän myös, mikä on asun käytön tarkoitus ja kuinka hyvin ulkoasun rakenne siihen sopii. Viimeisessä eli neljännessä metodin vaiheessa tapahtuu arviointi (evaluation), jossa käyn läpi sitä, kuinka ulkoasun rakenne kiinnittyy kulttuuriin, ajanjaksoon, muotiin ja johonkin paikkaan. Tässä vaiheessa tarkastellaan myös, kuinka ulkoasu määritellään kulttuurin arvojen (myös esteettisten) mukaisesti, kuinka onnistunut sekä ainutkertainen ulkoasun rakenne on, ja miten se välittää mielihyvää. (DeLong 1998, 54–71.)

Tässä tutkimuksessa havainnoinnin kohteena olivat pääosin Promostylin vuosille 2000 ja 2010 antamat trendiennusteet, ja niiden lisäksi trendiennusteiden tiivistelmät Muotimaailma-lehdestä. Promostylin ennusteiden havainnoinnin jälkeen, tehtyäni aineistosta johtopäätökset, syvennyin tutkimuksessani vielä tarkastelemaan tutkimusvuosien trendiennusteiden näkymistä Gloria-lehdissä. Tein näin, koska halusin havainnoinnin kautta saavuttaa mahdollisimman selkeän kuvan siitä, kuinka tehokkaasti annetut ennusteet toistuivat kaupallisessa muodissa ja miten niitä tuotiin näkyville lehden lukijoille.

Havainnoitavia trendiennusteita tutkittaville vuosille oli erittäin paljon, joten päätin rajata tutkimukseni naisten vaatetuksen kesän 2000 ja 2010 sekä syksy-talven 2000 ja 2010 trendeihin. Päätin, että keskityn tyyllisesti naisten sisävaatetusta esittelevään muotiin enkä perehdy ulkovaatetukseen tai juhlamuotiin. Aineiston laajuuden ja kuvamateriaalin runsauden johdosta havainnointi oli haastavaa. Käytin havainnoinnissa tekniikkaa, jossa ensin tarkastelin annetun trendin yleiskuvaa ja yksityiskohtia, joihin ensimmäiseksi kiinnitin huomioni, ja suuntasin havaintoni hiljalleen pienempiä yksityiskohtia ”poimien” kohti suurempaa kokonaiskuvaa trendistä.

Muoto on DeLongin mukaan yhtä kuin vaatteen visuaalinen hahmo eli se kuinka vaatteen kokonaisuus muodostuu. Tähän liittyy muun muassa se, miten vaate istuu käyttäjälle tai millaisia viestejä vaatteen muodot kertovat muille. Ovatko käytetyt muodot kovia vai pehmeitä, ovatko vaatteen linjat vaaka - vai pystysuuntaisia. Muoto on tunnistettava järjestelmä, joka koostuu väreistä, linjoista, tekstuureista ja hahmoista, jotka muodostavat kokonaisuuden. (DeLong 1998,12–13.) DeLongin metodin pohjalta pyrin järjestelmään havainnoimaani aineistoa ryhmittelyyn ja erittelyyn avulla. DeLongin mukaan ryhmittelyyn päädytään, koska samankaltaiset elementit on helpompi nähdä ikään kuin yhdessä. (DeLong 1998,32).

Trendiennusteiden havainnointi sisälsi runsaasti vaatteen hahmon sekä olemuksen nopeaa hahmottamista. Yleiskuva vaatteen muotokielestä, linjojen suunnasta, pehmeystä, kovuudesta tai värien luonteesta kertoi paljon annetusta trendistä. Näiden yksityiskohtien kautta lähdin avaamaan trendiä hiljalleen suuremmaksi kokonaisuudeksi ja liitin siihen lisää ominaisuuksia ja kysyin kysymyksiä: Millaiset värit? Minkälaiset muodot/leikkaukset? Minkälaiset materiaalit? Mikä aika? Mikä tyyli? Peruskysymysten rinnalle asetin aina myös vastakohtaisuuksia, kuten esimerkiksi, ovatko vaatteen muodot kovia vai pehmeitä tai ovatko värit voimakkaita vai herkkiä? Näiden kysymysten kautta ja asettamieni vastakohtaparien sekä tekemieni muistiinpanojen avulla pystyin hahmottamaan ja havainnoimaan tutkittaville vuosille annettuja trendiennusteita.

DeLong (1998, 16–17) kirjoittaa, että katsoja on aina muodon havainnoija. Hän voi olla käyttäjä itse tai esimerkiksi ystävä. Yksilöllisen katsojan ominaisuudet sisältävät niin sanottuja pysyviä ominaisuuksia kuten persoonallisuus, ikä tai sukupuoli. Yksilöllisiin ominaisuuksiin kuuluvat myös hitaasti muuttuvat tekijät kuten esimerkiksi koulutus. Yksilön muuttuviksi tekijöiksi kutsutaan asioita, jotka voivat vaihdella todella nopeasti. Näitä ovat esimerkiksi mielialat, kiinnostuksen kohteet ja henkilön odotukset.

Siihen, miten huomioni havainnointia tehdessä suuntautui ja miten hahmotin trendiennusteita, vaikuttivat suuresti oma ikäni ja taustatietoni aiheesta. Tietämykseni taiteesta, historiallisista tyyli suunnista sekä muodista ja sen piiriin

liittyvistä erilaisista tyyleistä luultavasti nopeuttivat ja varmasti myös ohjasivat havainnointia. Tämän kaltaiset trendiennusteet ovat suunnattu vaatetusalan ammattilaisille ja sen piirissä työskenteleville henkilöille, jotka voivat tulkita ennusteita ja ammentaa niistä haluamansa inspiraation esimerkiksi suunnittelutyöhönsä.

5.2. Trendiennusteet vuodelle 2000

Kesän 2000 Promostylin trendiennusteissa yhdistyvät teknologia, design ja arkkitehtuuri. Tässä hillityssä modernissa tyylissä on pinnalla minimalismi ja ylellisyys, jotka näyttäytyvät värikkyydellä. Materiaalit ovat sileitä ja litteitä, luonnon- ja teknisten kuitujen sekoitteita ja joko hyvin tiiviitä tai läpikuultavia. Trendiennusteissa korostuu myös luonnonläheisyys ja pinnalla ovat erilaiset luonnonmateriaalit tai osittain luonnonkuidut, sekä erilaiset pinnan vaihtelut. Herkän ja harmonisen linjan luovat tyylin takana olevat ajatukset kuten vakavuus, filosofia ja humanismi. Tyyli edustaa uutta minimalismia. (Muotimaailma 2/99,84.) Tämän vakavuuden vastapainona trendiennusteissa näkyy lapsenomainen tyyli, jossa lähtökohtina ovat runous, huumori ja naiivius. Trendeissä on pinnalla mielikuvitus ja lasten leikit ja niissä on yhdistetty fantasiaa, epätavallisia yksityiskohtia ja koristeita sekä erikoisia kerroksia ja miellelyhtymiä. Materiaaleja on hyödynnetty laidasta laitaan: konstikkaista yksinkertaisiin, lapsellisia kankaita ja naisellista voiléeta.

Kesän trendeissä näkyy myös materiaalien "väärinkäyttöä", sillä provokatiivisen dramaattiseen muodot esille tuovaan keskikesän trendiin kuuluu materiaalien repalointi ja leikkely. Tyyli sisältää raskaita neuleita, hienostunutta repaleisuutta, erikoisia käsittelyjä ja leikkauksia. Tämän trendin materiaalit ovat peruskankaita ja joko hyvin painavia tai ultrakevyitä.(Muotimaailma 2/99,85). Muotimaailma-lehden mukaan kesän 2000 muodin materiaaleissa korostuvat keveys, luonnollinen ulkonäkö ja pelkistetty rakenne. Erilaisten käsittelyiden avulla parannetaan vaatteiden toiminnallisuutta, ja suosiossa ovatkin erilaiset käsittelyt, jotka muun muassa helpottavat vaateen huoltoa tai antavat sille antibakteerisen tai UV-suojan. Muodissa ovat myös uuden teknologian kautta tuotetut aidonomaiset materiaali jäljitelmät.(Muotimaailma 2/99,94).

Pellava materiaalina saa erityisen aseman kesän 2000 muodissa ja esiintyy monessa muodossa: joko täyspellavana, sekoitteina, paperimaisina materiaaleina tai valmiiksi rypyttelyinä kankaina. (Muotimaailma nro 4/99/108.) Lehden mukaan myös tropiikin sävyt ja lähes jokaiseen kevääseen ja kesään kuuluva safariteema yhdistetään naiselliseen, urheilulliseen, kevyeen, ja läpikuultavaan tyyliin, jossa pääosassa ovat pellavaiset, kanvaasi- sekä puuvilla- ja pinnoitetut materiaalit. Näiden rinnalla esiintyy verkkomaisia ja läpinäkyvät kankaita. Vaatteissa olennaisena osana ovat toimivat taskut ja bodybag-vartalolaukut. (Muotimaailma 4/99,110.)

Vuoden 2000 syksyn ja talven trendeissä yhdistyvät monenlaiset elementit. Klassinen business-pukeutuminen on vaaleaa, eleganttia ja ilmeeltään rauhallista. Siinä oleellista ovat laadukkaat materiaalit, kuten esimerkiksi villa, jossa on sekoitteena silkkiä, mohairia, alpakkaa tai kashmiria. Muodikkaita yksityiskohtia ovat korkealle nostettu ylisuuri neulekaulus, kashmir- tai mohairneule ja pörröinen hartianlämmitin (Muotimaailma 4/99,35). Sileäpintainen turkis on muodissa. (Muotimaailma 4/99,36) Yksityiskohdat ovat elegantteja ja monikäyttöisiä. Uudenlaista ilmettä tuovat kapea pantakaulus, sekä korkea savupiippukaulus. (Muotimaailma 1/00,8).

Pinnalla on myös värikäs ja moderni tyyli, jossa leikitellään materiaaleilla. Siinä on runsaasti kerroksittaisia tai kiedottavia vaatteita. Neulosmateriaalit ovat muodikkaita ja ilmavat, pörröiset, suuret puserot tai neuletakit ovat suosiossa. Neuleissa on tehosteina epäsymmetrisiä leikkauksia ja erilaisia pintakäsittelyjä. Kaikessa korostuvat kirkkaat värit, joita yhdistellään 1980-luvun henkeen. (Muotimaailma 1/00,9).

Muodissa on myös mukavuus, suojaavuus ja sporttisuus, niin ulko- kuin sisävaatetuksessa. Tähän trendiin kuuluu lyhyitä vetoketjullisia pusakoita ja väljiä housuja tai pitkiä leveähelmäisiä hameita. Vaatteissa käytetään paljon tehosteina vetoketjuja, taskuja ja turkissomisteita. Sporttista ilmettä ja toimivuutta vaatteisiin tuovat muodissa olevat irrotettavat osat, kuten hihat, huput ja kaulukset. Muodissa ovat myös erilaiset kiinnittimet, joissa näkyvät soljet, pikalukot, tarrat ja magneetit tehostavat urheilullista ilmettä. Vihreänruskean sävyt hallitsevat tyylin

värimaailmaa ja saavat tehosteeksi rinnalleen oranssia, punaista ja terra. Materiaalit vaihtelevat villa- ja puuvillakankaista pinnoitettuihin teknisiin kankaisiin, mutta myös mokka ja fleece näkyvät muodissa. Mielenkiintoisimpia ovat mielikuvitukselliset pintakäsittelyt, kuten valmiiksi rypistetyt tai pinnaltaan paperimaiset materiaalit. (Muotimaailma 1/00,10).

Syksyn ja talven vuoden 2000 muodissa pätee sanonta, ei tulevaisuutta ilman menneisyyttä. Muotiin on lainattu paljon etnisiä yksityiskohtia Amerikan intiaanien, Andien vuoristoväestön ja pohjoisen pallonpuoliskon alkuperäiskansojen vaateuksesta. Inspiraatiota on haettu myös Aasiasta ja Afrikasta. (Muotimaailma 1/00,16) Muodin historiasta on 2000-luvun muotiin lainattu muun muassa irtohihat, keepit, hapsut, tupsut, hartianlämmittimet ja suuret huivit. (Muotimaailma 1/00,3.)

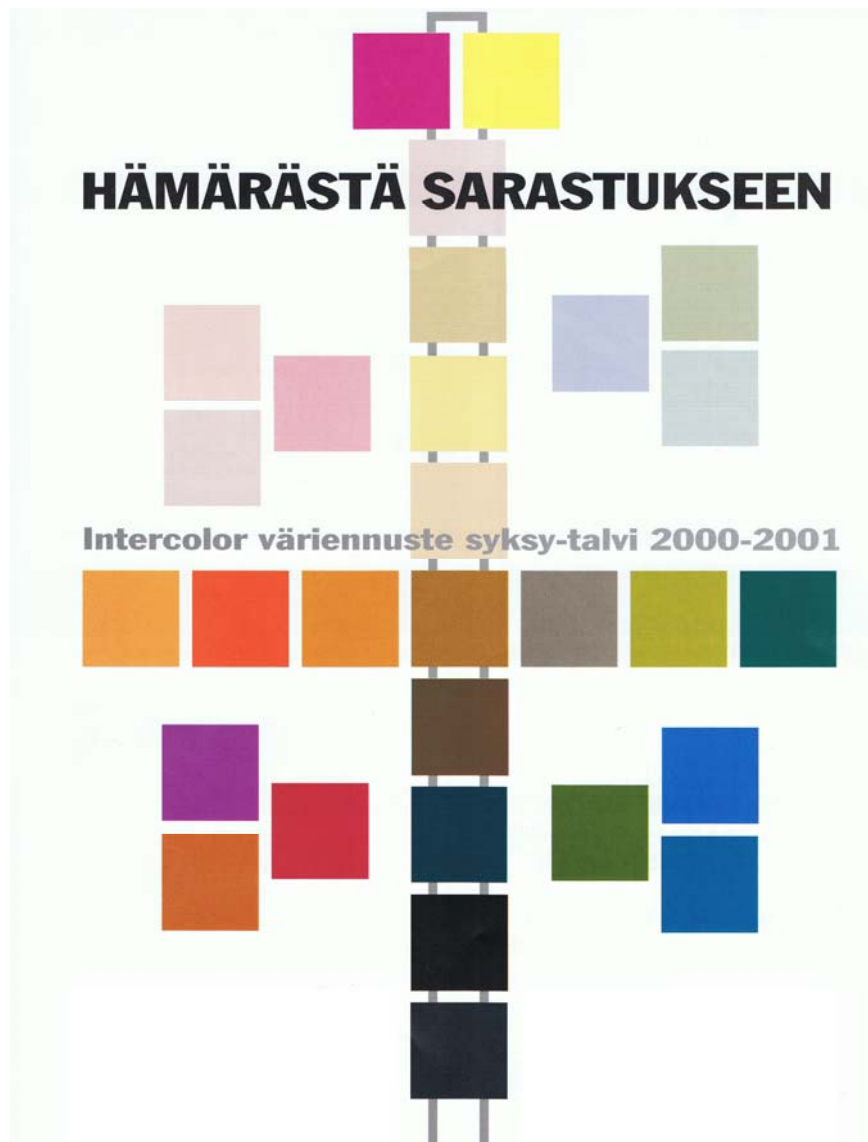
Asut koostuvat useasta osasta, jotka ovat helposti muunneltavissa tilanteen ja tunnelman mukaan. (Muotimaailma 1/00,3.) Vaatteitten materiaalit ovat aitoja tai aidon oloisia, primitiivisen rustiikkeja tai käsintehdyn oloisia. Muodissa on oleellista vaatteitten sommittelu keskenään, niiden mittasuhteet sekä värien käyttö joko jännittävän voimakkaina tai hillittyinä. Asusteilla on myös merkittävä rooli muodissa (Muotimaailma 1/00,16).

Syksyn ja talven muodissa pitkä ja runsas hame on housuja muodikkaampi. Trendikkäässä hameessa on useampi kerros kangasta kerroksittain tai kietaisten. Laskokset ovat myös muodissa. Kerroksellisuuden, tyllin tai alushameen avulla aikaansaadaan pallomainen muoto. Hameissa käytetään villaisia, pörröisiä ja kevyesti topattuja kankaita. (Muotimaailma 4/99,37.) Muutenkin tikkaukset ja toppaukset ovat muodikkaita, ja niitä käytetään tehosteena monenlaisissa materiaaleissa kiiltävistä teknisistä materiaaleista flanelliin ja neuleisiin. Tikkaukset näkyvät myös asusteissa ja saappaan varsissa (Muotimaailma 4/99,38).



KUVA 3. Intercolorin väriennuste kevät/kesä 2000.

Intercolorin kesän 2000 väriennusteessa (KUVA 3.) näkyy paljon erilaisia valkoisia, hohtavan kirkkaita ja läpikuultavan keveitä sekä opti - ja luonnonvalkeita. Selkeys ja puhtaus ovat pääosassa. Näitä yhdistetään neutraaleihin sävyihin, jotka edustavat turvallisuutta, pysyvyyttä ja historian kunnioitusta. Inspiraation lähteenä on teknologian ja luonnon välinen suhde. (Muotimaailma 2/99,94) Nämä luonnolliset ja himmennetyt neutraalit sävyt vaihtelevat kylmän ja lämpimän välillä. (Muotimaailma 2/99,84.)



KUVA 4. Intercolorin väriennuste syksy/ talvi 2000.

Trendeissä korostuvat erilaiset siniset, joita terästetään keltaisilla ja keltavihreillä. Trendeissä näkyvät myös klassisen merihenkiset sinivalkoiset. Kesän värejä on inspiroinut myös luonto, minkä tuloksena on syntynyt syvän täyteläisiä sävyjä, kuten oranssi, oranssin punainen, tomaatti, kaakao ja suklaanruskea sekä musta. (Muotimaailma 2/99,94) Näiden rauhallisten värien lisäksi pinnalla ovat kirkkaat värit kuten, keltaiset, pinkki ja punainen yhdistettynä kalpeisiin sävyihin. Väriytykset voivat olla myös naiiveja, voimakkaita ja lapsellisia pastellisävyjä ja himmennettyjä kirkkaita valkoiseen yhdistettynä. Tummista sävyistä pinnalla ovat harmahtavat sävyt sekä värilliset harmaat. Näiden värien tehosteina esiintyy farkun sinistä ja ultraviolettia. (Muotimaailma 2/99,85.)

Vuoden 2000 syksyn ja talven väreistä (KUVA 4.) pinnalle nousevat kirkkaat sävyt, kuten punainen, oranssi, kirkkaankeltainen, vihreä ja sähkönsininen. Näitä värejä myös yhdistellään ennakkoluulottomasti. Peruspunaisen rinnalla suositaan viininpunaista ja muita ruskeaan taittuvia punaisen sävyjä (Muotimaailma 1/00,29). Värikartassa on runsaasti variaatiomahdollisuuksia, jotka sopivat hyvin erilaisten kuluttajien tyyliihin sekä tarpeisiin. Pinnalla kauan olleet harmaat ovat väistymässä ja vaihtumassa lämpimiin neutraaleihin, kuten kerman ja beigen sävyihin. Muodissa on valoteema, joka näkyy lumi- ja jääsävyinä. Valkoinen on pinnalla näkyvästi ja sopii talven huopamaisiin materiaaleihin hyvin. (Muotimaailma 4/99,40.) Näille vastapainona värikartassa esiintyy lämpimiä sävyjä, kuten poltettu oranssi, ruosteenpunainen ja hunajan keltainen. Tummat sävyt ovat sävytettyjä mustia, jotka syntyvät erilaisten efektien kautta. (Muotimaailma 5/99,86).

5.3. Trendiennusteet vuodelle 2010

Yleisilmeeltään Promostylin vuoden 2010 kesän muoti näyttäytyy trendiennusteissa rentona ja vaivattomana. Ennusteiden mukaan pinnalla olivat teemoina muun muassa matkustaminen (ensimmäinen luokka ja kaupunkilomat) sekä risteilytunnelma. Elementtejä on lainattu klassisesta pukeutumisesta, paimentolaiskansojen asuista (Afrikka) sekä jopa villin lännen tyylistä. Asusteisiin on selvästi otettu inspiraatiota esimerkiksi itämaisistä lähteistä tai lännen tyylistä. Nämä elementit näkyvät kuitenkin hyvin hienostuneesti: joissakin yksityiskohdissa esimerkiksi siinä, miten remmit ja nahka on muotoiltu. Lännen tyylisten asujen kanssa voi esimerkiksi pukea mokkamateriaalista valmistetut sirot bootsimaiset kengät. Asusteissa on monesti yhdistelty useampaa materiaalia, ja niissä on nähtävissä myös futuristinen vaikutelma. Laukut ovat yleensä pieniä ja pussukkamaisia.

Menneistä vuosikymmenistä ennusteissa näkyvät muun muassa 1940-luvun vaikutteet sekä 1950-luvun retrohenkinen tyyli. Ennusteissa on hyödynnetty myös 1970-luvun reipasta tyyliä ja ajalle tyypillisiä elementtejä, kuten leveitä lahkeita sekä kohonnutta vyötärölinjaa. Näitä yksityiskohtia on epätavalliseen tapaan yhdistetty herkkiin ja tyttömäisiin pastelleihin. Asuihin yhdistettävät asusteet ovat

1970-luvun hengessä ja melko huomaamattomia. Kengät ovat siroja korkeakorkoisia ja niissä on remmit. Kyseiseltä ajalta on lainattu elementtejä muun muassa farkkumuodista, jota on yhdistetty 1900-luvun korsettimaisiin alusasuihin.

Trendien yleisilmeenä on helppous, vaivattomuus, mukavuus sekä sporttisuus. Vaatekappaleissa painotetaan perusmukavaa casual- eli arkipukeutumista. Muodissa on perusvaatteita, joille on ominaista kirkkaat värit, iloisuus ja mukavuus. Vuoden 2010 trendeihin onkin ammennettu näkyvimmin aineksia 1980-luvun sporttisesta muodista, jota on muokattu nykyaikaan leikitellen maskuliinisuuden ja feminiinisyden muodostamalla kontrastilla sekä tekemällä siitä hiukan hienostuneempaa.

Vaatteita on muotoiltu, vyötetty ja koristeltu yksityiskohdin, kuten lisäämällä vetoketjut hihoihin. Tämän trendin tyypillisiä vaatekappaleita ovat esimerkiksi yksinkertainen t-paitahame nahkajakun kanssa tai laskostetut porkkanahousut sekä peruspuvillainen tai silkkinen t-paita sekä jakku. 1980-luvun urheilumuodista vaikutteensa ammentavan trendin iloisten vaatekappaleiden kanssa käytettävät asusteet ovat 1980-luvulta, mutta samalla futuristisia. Ne ovat melko maskuliinisia eivätkä kovinkaan siroja. Kengissä on värejä ja mielenkiintoisia yksityiskohtia; niissä saattaa yhdistyä kolmea erilaista materiaalia. Joidenkin pintojen kiiltävyys on sallittua. Laukkuna on esimerkiksi kirjekuorenmallinen kannettava laukku.

Luonnon elementit näkyvät kesän 2010 trendiennusteissa muun muassa maanläheisinä väreinä, eräänlaisena rauhallisuutena ja herkkyytenä sekä luonto- sekä eläinaiheisten printtien käyttönä. Ennusteiden mukaan pinnalla olivat erityisesti luontomaisemia esittävät valokuvaprintit. Surrealistinen taide ilmentyi unimaisissa valokuvaprinteissä. Puutarha kasvimaailmoineen oli muodin innostuksen lähteenä kasvi-/kukka-aiheillaan ja muotokielellään. Kyseisissä trendiennusteissa kukka-aiheita esitetään kuoseissa tavalla, joka tuo mieleen impressionistisen tai abstraktin taiteen.

Pinnalla ovat XL-koko, väljyys, helppous, vaatteiden laskeutuvuus ja neulokset. Väljä, kaupunkilaisten arkimuoti ja kerroksellinen pukeutuminen ovat avainsanoja ennusteen mukaan. Trendi ihanoi 1990-luvun japanilaisten suunnittelijoiden

puhdasta linjaa ja muotokieli onkin hyvin orgaanista. Tyypillistä on ylisuurten vaatteiden kurominen vyötäröltä solmumaisilla vöillä tai yksityiskohdilla. Asusteissa on samoja linja kuin vaatteilla: muotokieli on luonnosta lainattua eli linjakkaan yksinkertaista ja soljuvaa. Materiaalit ovat luonnollisia ja värit harmonisia. Korut ovat suurehkoja kooltaan sekä usein esimerkiksi valuvan muotoisia(muistuttaen sulaa metallia). Väissä voi näkyä solmumaisia yksityiskohtia. Asusteita ei ole kuitenkaan paljon, ja ne sulautuvat vaatetukseen, eivätkä ole pääosassa.

Promostylin vuoden 2010 syksy/talvikauden ennusteissa oli yhteistä historiallisuus ja menneiden aikojen tyylien fuusioituminen. Trendiennusteet antoivat menneille tyyille eräänlaisen kasvojen kohotuksen ja liittivät ne nykyaikaan. Elementtejä on lainattu keskiajan ritarityylistä, jota on yhdistetty 1990-luvun muotiin. Trendiennusteiden muotokieleen on haettu inspiraatiota 1970-, 1980- ja 1990-luvuilta. Trendeissä korostuvat tehokkuus ja käytännöllisyys. Siinä näkyvät moderni eleganssi ja jokapäiväisen arkivaatetuksen helppous. Geometrisuus näkyy selkeästi linjoissa ja muodoissa sekä hiukan ylisuurissa suorakulmaisissa, pyöreähköissä tai laatikkomaisissa hahmoissa. Graafisen yksinkertaisista linjoista tulee miellelyhtymä Art deco -taidetyyliin. Tyyliin yhdistyvät tämän lisäksi 1990-luvun tunnelma sekä jonkinasteinen futuristisuus.

Trendiennusteen piirissä on tarjolla kuitenkin myös pehmeämpää ja luonnollisempaa arki-ilmettä, jossa graafisuus tulee esille ainoastaan rentojen ylisuurtenvaatekappaleiden muodoissa. Värit ovat harmonisempia, eikä kuoseja ole juuri lainkaan. Asusteet ovat näyttäviä, voimakkaita ja graafisia muodoiltaan. Ne ovat hengeltään vahvasti Art decoa muistuttavia. Neliön muoto ilmenee selvästi yksityiskohdissa ja esimerkiksi silmälasien muodoissa. Laukut ovat keskikokoisia asuun sopivia elementtejä ja tyyliin käytännöllisen klassisia tai pussimaisen rentoja.

Trendiennusteissa näkyy myös luonnon ja teknologian kohtaaminen. Luonnollisuus yhdistyy monin tavoin teknologiaan joko siten, että se näkyy pinnalla tai kätketään vaatteen sisään. Tyyli on karkean luonnollinen. Kankaissa, materiaaleissa ja leikkauksissa on matkittu eläinten ja kasvillisuuden maailmaa.

Ideologiassa yhdistyvät ekologisuus, eettisyys ja esteettisyys. Asusteissa matkitaan runsaasti luonnon elementtejä ja orgaanisia muotoja niin yksityiskohdissa kuin kuoseissa. Ne ovat näkyviä, mielenkiinnon herättäviä ja toimivat oleellisena osana asukokonaisuutta. Asusteista selkeimmin näkyvät kookkaat nahkaiset laukut.

Trendien yleisilme on käytännöllinen, tehokas ja yksinkertainen, mutta myös naisellinen ja itämainen. Se pitää sisällään idän ja lännen vaikutteiden yhdistelyä kokeilevalla tavalla. Trendeissä yhdistyvät klassisen muodin piirteet kansanperinteeseen ja niissä on elementtejä useista lähteistä kuten Iranista, japanista tai slaavilaisesta vaateuksesta, joita yhdistetään muun muassa 1900-luvun alun sekä 1970-luvun tyyliin. Trendiennusteissa on pinnalla eräänlainen maailmanmatkajan ideologia ja aineistoa ennusteisiin on omaksuttu monesta lähteestä.

Kansanperinne ja slaavilaisuus näkyvät muun muassa naisellisuutena, printeissä sekä turkishattuina ja viittoina. Japanilaista ilmettä luovat kimonomaiset yläosat, mutta myös iranilaisia ja mongolialaisia vaikutteita on nähtävissä vaatteiden yleisilmeessä. Annetuissa ennusteissa inspiraatioita on poimittu useista historiallisista lähteistä ja on pyritty yhdistämään useita aikoja ja tyyliä keskenään. Näin on luotu jotain uutta ja nykypäiväistä. Kyseessä on vahva ja persoonallinen tyyli, jossa yhdistyvät eleganssi ja elementit muun muassa 1900-luvulta. Tyyleinä on eräänlainen luksus-muoti, jossa esiintyvät yksinkertaiset vanhanhenkiset mallit, kuten esimerkiksi viittamaiset takit.

Itämaisyyttä ilmenee muotokielessä, mutta myös kasvi- ja kukkakuviointeina käytetyissä materiaaleissa. Trendi painottaa yläosaa, joka onkin usein tunikamainen (kimonohenkinen), tai jossa korostuu hartialinja puhvihihojen avulla. Alaosat ovat mattapintaisia tai kuvioituja sukkahousuja, lyhyehköjä kapenevia hameita tai porkkanahousuja. Poikkeuksena tästä on 1970-luvun vaikutus ja sen tuomat todella leveät lahkeet. Tämänkin tyylin piirissä korostuu kuitenkin yläosa suurikokoisten tai vyötärölinjaisten takkien, liivien sekä turkiselementtien ja korujen avulla.

Syksy-talven trendiennusteiden asusteet ovat näyttäviä, naisellisia ja kengät ovat korkeakorkoisia. Muodoltaan ne ovat rohkeita, selkeitä ja rock-henkisiä. Niiden värit on yleissävyltään tumma. Laukut ovat kookkaita tai ainakin ne tulevat selvästi tyyliin esille voimakkaalla kuviolla ja esimerkiksi metallisilla yksityiskohtilla. Koruissa ja vöissä on paljon solmumaisia näyttäviä yksityiskohtia. Leveillä vöillä korostetaan naisellista vyötärölinjaa. Käsissä on paljon näyttäviä paksuhkoja puurenkaita.

Trendejä olivat inspiroineet, muun muassa mayojen ja inkujen muinaiset kulttuurit, joista oli lainattu elementtejä esimerkiksi geometrisiin yksityiskohtiin sekä tyyliin koristella vaatteet ja asusteet näyttävin korukivin ja helmin. Tulevaisuuden ihannointi näkyy ennusteissa puolestaan Star Trek -henkisinä alusvaatemaisina vartalonmyötäisinä neulosvaatteina sekä eräänlaisena ideologiana ”kadonneesta kansasta”. Ennusteissa näkyy teknologian yhdistyminen luonnollisuuteen ja ekologisuuteen. Annettujen ennusteiden materiaalit, kankaat ja leikkaukset matkivat eläinaiheita ja kasvillisuutta.

Promostylin kesälle 2010 annetut väriennusteet toistavat hyvin Intercolorin samaan aikaan antamia ennusteita (KUVA 5.). Trendiennusteessa on yleistä muun muassa rustiikkinen vaikutelma, mattasävyt ja neutraalit beiget (yhdistyen rustiikkiin). Yleisimpiä värejä ovat muun muassa norsunluunvalkoinen, tummat vihreän sävyt, violetti ja voinkeltainen. Värimaailma vaihtelee kuitenkin myös harmaan khakin sävyistä neon-oranssiin sekä herkkiin pastellin sävyihin, kuten lilaan, laventelin siniseen, vaaleaan vedenvihreään, vaaleaan lohenpunaiseen ja koralliin.

Vuoden 2010 värimaailma on neutraalia sävyä maailmaa, joka vaihtelee harmaista, todella vaaleaan limenvihreään ja tummaan farkunsiniseen. Myös puuterimaisia pastellinsävyjä esiintyy. Promostylin syksyn ja talven kaudelle annetuissa ennusteissa, kuten myös Intercolorin ennusteissa (KUVA 6.), värit ovat vahvoja, maanläheisiä ja tummia, enimmäkseen harmaan, ruskean ja kamelin sävyjä.



KUVA 5. Intercolorin väriennuste kevät/kesä 2010.

Tehosteväreinä on nähtävissä kirkas korallinpunainen, vahva sininen sekä laivastonsininen. Värit ilmenevät kuitenkin myös hohtavissa sävyissä, joissa on paljon iloista potentiaalia, ja väreillä leikitellään epätavallisilla yhdistelmillä, joissa yhdistyvät epätavalliset värit, kuten terra cotta, harmaan valkoinen, nude, vaalea roosa, tummansininen, musta, vadelman- ja kirkkaanpunainen sekä oranssi. Trendikokonaisuuden väreinä näkyvät selkeästi myös laivastonsininen, farkunsininen, tuhkanharmaa ja ruskean harmaan neutraalit sävyt sekä keltainen. Värimaailma koostuu myös luonnonväreistä monin eri sävyin. Yleisimpiä ovat vihreän, ruskean ja harmaan erilaiset tummanpuhuvat maanläheiset sävyt.



KUVA 6. Intercolorin väriennuste syksy/ talvi 2010.

5.4. Havainnoinnin lopputuloksia

Trendiennusteet sisältävät runsaasti muotoja, yksityiskohtia, erilaisia tyylejä ja eri vuosikymmenten tyylielementtien sekoittelua. Niitä havainnoidessa minulle konkretisoitui muotialan ammattilaisille työvälineeksi ja inspiraation lähteeksi annettu suuri määrä materiaalia, jossa tässäkin tutkimukseni aineistossa oli runsaasti eri lähteistä poimittuja elementtejä. Postmodernille kulttuurille on tyypillistä erilaisten elementtien yhteen sulautuminen, joka näkyy mielestäni selkeästi myös tutkimilleni vuosille annetuissa trendiennusteissa (Kaiser 1985:452).

Aikaisemmin modernin ajan säännökset ja tavat loivat muodille yhteneväisyyttä, harmoniaa ja liittivät puvun aikaansa tai tarkoituksenmukaiseen käyttötilanteeseen. Ulkoasu, joka välttää näitä moderneja tapoja, koetaan usein merkitykseltään epäselvänä. (Henderson, B. yms. 2000,237). Tyylien paljous ja muodin runsaat elementit voivat toisinaan hämmentää. Vaatetusalan ammattilaisena

trendiennusteita havainnoidessani käytin hyväkseni taidehistorian ja tyyllisiin elementteihin liittyvää tietämystäni sekä visuaalisen aineiston lukemisen kokemustani. Huomasin trendejä tarkastellessani tarttuvani yksityiskohtiin sekä pieniin tyyllisiin vihjeisiin, joiden kautta muodostui laajempi kuva trendistä kokonaisuutena. Henderson, B. yms. (2000,239) toteaaakin artikkelissaan, että postmodernin asun estetiikan ymmärtämiseksi asukokonaisuuden jokaista osaa ja sen yksityiskohtia tulee tarkastella erikseen, minkä jälkeen ne, asetetaan osaksi asukokonaisuutta. Olennaista on ymmärtää, että juuri nämä kokonaisuuden palat muodostavat lopputuloksen.

Trendiennusteiden määrästä ja materiaalin laajuudesta huolimatta kuluttajille suunnattu muoti yleisesti toistaa näitä ennusteita melko tarkasti. Olisikin hyvin mielenkiintoista, mikäli jonakin vuonna ennusteissa annettu materiaali ei toteutuisikaan missään muodossa ja suunnittelijat päättäisivät luoda täysin omat trendinsä. Tällöinkin maailmanmuoti luultavasti olisi samankaltaista. Tämä johtuu siitä, että kansainvälisen muodin tuotannon ja myynnin kautta muodin elementit sekä kuvamaailma leviävät tehokkaasti yli maitten rajojen.(Kaiser 1985,515)

Maailma on todella kiinteästi verkostoitunut. Ihmiset matkustavat paljon, ovat tekemisissä eri kulttuurien kanssa ja pystyvät helposti vaihtamaan ajatuksiaan, vaikka toisella puolella maapalloa olevan kanssa. Tällöin eri kulttuureista lähtöisin olevat elementit sekoittuvat toisiinsa. Täytyy muistaa, että suunnittelijoiden rooli postmodernissa yhteiskunnassa on erilainen kuin aikaisemmin. Suunnittelijalla ei ole enää entiseen tapaan valtaa sanella muotia kuluttajille, koska nämä muokkaavat nykyisin muotia yhdessä suunnittelijoiden kanssa, kun he ostavat näiden suunnittelemlia vaatteita ja sekoittelevat sekä yhdistelevät vaatekappaleita kukin tavallaan. Näin esimerkiksi ulkoasussa voi olla erilaisia tyylejä ja pukeutumisen symboleita. (Kaiser 1985, 453.)

Edellä mainitut asiat ovat hyvin oleellisia vallitsevan kulttuurin, muodin ja yksilön kannalta sen vuoksi, että vaatteiden visuaalisuus ja esteettinen olemus tarjoavat mielenkiintoisen näkökulman monikulttuurisen yhteiskunnan tarkastelemiseen. Vaatetus ja yksilöiden henkilökohtainen pukeutuminen ovat hyvin olennainen osa sitä. (Kaiser 1985,516). Tässä tutkimuksessa tarkastelen seuraavaksi sitä, miten

Promostylin vuosille 2000 ja 2010 antamat yleismaailmalliset trendiennusteet näkyvät Gloria-lehden esittelemässä muodissa. Mielestäni olisi mielenkiintoista nähdä näiden trendien matka kokonaisuudessaan: trendiennusteiden laadinnasta osaksi suunnittelijoiden visioita, sisäänostajien valinnasta kauppojen tarjonnaksi ja lopulta muotitoimittajan näkemyksestä naistenlehden muotikuvaan, jossa trendi toimii inspiraationa sekä ohjenuorana lukijalle.

6. Tyylejä ja muotia Gloria-lehdessä

Tutkimuksessani olen jo aikaisemmin tutustunut ja havainnoinut vuosille 2000 ja 2010 annettuja trendiennusteita muun muassa Promostylin ennustekansioista sekä Muotimaailma-lehdistä. Kyseinen lehti on suunnattu vaatetusalan ammattilaisille, joten halusin sen vastapainoksi tutustua myös naisille suunnattuun Gloria-lehteen ja sen vuosikertoihin 2000 ja 2010. Gloria-lehti esittelee monipuolisesti muotia, kulttuuria ja ajanilmiöitä aina sisustuksesta ruuanlaittoon. Vuoden 2010 numeroissa esitellään muotia yllättävän paljon ja niissä näkyy runsain mitoin etenkin vaatemainoksia, tyylivinkkejä ja muotikuvia, joista lehden lukija pystyi omaksumaankin ajan trendejä ja pukeutumismuotia.

Tutustumalla lehtiin haen tietoa siitä, miten kyseisille tutkimilleni vuosille annetut trendiennusteet näyttäytyvät naistenlehdessä, joka on suunnattu vaatetusalan muodin ammattilaisten sijaan tavallisille kuluttajille. Haluan perehtyä myös siihen, ja mitä vallitsevia trendejä lehti esittelee numeroissaan ja miten sekä millaisia tyylejä niistä muodostuu muotikuviin. Tutustumalla näihin elementteihin hahmotan kokonaiskuvaa siitä, millaisia tyylejä ja trendejä suomalaiset naiset omaksuivat osaksi pukeutumistaan vuosina 2000 ja 2010. Selvitän myös mahdollisia yhtymäkohtia tutkimieni vuosien muodissa ja trendeissä laatimalla trenditauluja, joihin havainnoinnin jälkeen ja tekemieni päätelmien pohjalta kokoan yhteen lehden sivuilla selkeimmin näyttäytyneitä muotikuvien tyyllisiä seikkoja.

Näistä tauluista poimin kustakin yhden kuvan, jota analysoin Marilyn DeLongin esteettisen havainnointiin perustuvan teorian pohjalta sekä tarkastelen semioottisesta näkökulmasta. On mielenkiintoista selvittää, miten muotikuvissa

heijastuu vuosi 2000, ja millaisena muoti näyttäytyy kyseisen lehden numeroissa kymmenen vuotta myöhemmin. Miten muoti on muuttunut ja onko kyseisessä ajassa tapahtunut muodin tai tyylien kertautumista?

Havainnoin ja tarkastelen lehdissä julkaistuja artikkeleita, muotikuvia sekä mainoksia. Kiinnitän huomioni myös muotikuvien mallien figureihin sillä, DeLongin (1998, 30 - 51) mukaan, voidaan erilaisilla painotuksilla ja merkityksiä etsimällä löytää erilaisia näkökulmia tarkastella figuuria. DeLong painottaa teoksessaan (1998,34) myös kuvien taustan (figure-ground) merkitystä, sillä sen tiedostaminen ja siihen keskittyminen voi johtaa muutoksiin ulkoasun arviointiprosessissa. Joten muotikuvia havainnoidessani minun on syytä kiinnittää erityistä huomiota vaetetun siluetin ja sen ympäristön yhteyteen, sillä niiden välinen suhde on kuvan merkityksen kannalta olennainen. Muotikuvissa tämä havainto on muovattavissa ja sen avulla voidaan herättää katsojan huomio. (DeLong 1998, 45.)

6.1. Uudenlaista yhdistelyä

– *Tyyliä ja trendiennusteiden toteutuminen Gloria-lehdessä vuonna 2000*

Vuoden 2000 helmikuun Glorian pääkirjoituksessa silloinen päätoimittaja Riitta Lindegren (Gloria 2/00,7) toteaa, että kyseisen vuoden muoti on syntynyt erilaisista väriyhdistelmistä ja useista muotilinjauksista. Muoti yhdistelee useita muotikausia ja saa innostusta muun muassa 1950 -, 1960 -, ja 1970 - luvuilta. Vuoden 2000 muoti näyttäytyykin erilaisten tyylien ennakkoluulottomana yhdistelynä. Muodin muutokselle on tyypillistä, että uusia pukeutumistapoja pidetään usein aluksi kummallisina tai jopa rumina, mutta tapojen levitessä niihin totutaan ja ne alkavat näyttäytyä miellyttävinä tai myöhemmin jopa tavanomaisina. Kuten päätoimittaja tekstissään kirjoittaa, muotimaailma esittelee näytöksissään yleensä ääri-ilmiöitä, joista sitten siivilöityy kiinnostavia elementtejä kuluttajille.

Vuoden 2000 Gloria-lehdessä esiteltyjen vaatteiden tyyllisestä runsaudesta huolimatta muodostin muotikuvien, mainoksien ja artikkeleiden pohjalta kuusi erilaista trenditaulua, joihin kokosin lehden sivuilla selkeimmin näkyviä tyyllisiä piirteitä. Vuoden 2000 Gloria-lehden muotikuvista näkyy useita yhtymäkohtia annettuihin ennusteisiin. Kuvia havainnoidessa huomioni kiinnittyi erityisesti urheilun vaikutuksen korostumiseen.

Ensimmäiseen kokoamaani trenditauluun keräsinkin muotikuvia, joissa näyttäytyy urheilumuodin vaikutus (LIITE 1). Lehdessä esitellään muun muassa mukavia vapaa-ajan asuja, joissa korostuvat asujen toimivuus kerroksellisuuden ja käytännöllisyyden ansiosta. Trenditaulun eräässä kuvassa (KUVA 7.) on nainen pelaamassa golfia. Hänellä on yllään vaaleat urheilulliset vapaa-ajan vaatteet. Asukokonaisuus eli syntagma koostuu kokonaisuudessaan viidestä eri vaatekappaleesta (Fiske 1992,81–83). Kuvaa tarkastellessa huomioni kiinnittyi ensin naisen vaaleanharmaaseen hameeseen, sitten valkoiseen lyhythihaiseen yläosaan, hattuun sekä jalkineisiin. Lopuksi huomioin naisen toisessa kädessä olevan käsineen.

Keskittyessäni tarkemmin kuvan asukokonaisuuteen huomaan, että kuvan valkoinen yläosa koostuukin jo itsessään kolmesta erillisestä vaatekappaleesta. Näitä asunosa on vaikea huomata, sillä ne sulautuvat väritään yhteen. Yläosan tarkempi tarkastelu paljastaa myös, että siinä käytetty materiaali on ensivaikutelmasta poiketen joustavaa ja vain asukokonaisuuden alaosa sekä siihen yläosan liittävä essu, ovat tekstuuriltaan sileää ja materiaaliltaan hiukan jäykähköä kangasta. Kuvan asun kappaleet ovat itsessään yhdenvertaisia ja väriykseltään tasa-arvoisia. Asu vaikuttaa miellyttävän viileältä päällä. Viileän assosiaatio syntyy henkilökohtaisista kokemuksistani ja muistikuvistani, mutta myös kuvassa taivaalla olevista sadepilvistä, tummuvasta metsän rajasta, joka osoittaa, että ilta on jo saapumassa.

Minulle on heti selvää, että kuvassa oleva nainen pelaa golfia, viittaavat mielestäni selkeästi naisen asento, hänen kädessään oleva maila, sekä naisen vierelle pystyyn asetettu lippu. Kuvassa esiintyvät maila sekä lippu toimivat indeksisen merkin tavoin, eli ovat suorassa yhteydessä kohteeseensa (Fiske 1992, 69–71) (Anttila 2005, 348–352). Kuvaa tarkemmin tarkastellessani huomaan, että naisen taustalla näkyy taivasta, hämärä metsän raja sekä kaistale ruohokenttää. Nämä kuvan elementit viestittävät minulle naisen seisovan jonkinlaisella aukealla, jonka tulkitseen saatujen merkkien pohjalta golf-kentäksi.



KUVA 7. Urheilumuodin vaikutteita vuoden 2000 Gloria-lehden muotikuvassa.

Kuvan asukokonaisuus esiintyy ympäristössä, jossa sen yleensä oletetaan esiintyvän, joten asun lähettämä viesti on suora signaali. (Kaiser 1985, 226). Kuvan antamat semioottiset merkit viestittävät minulle kyseessä olevan golfin harrastamisen, vaikka itse golf-palloa ei näy kuvassa. Edellä mainitut ympäristön elementit ovat hyvin merkityksellisiä kuvan kertoman viestin muodostumisessa. Ilman niitä kuvan asukokonaisuuden voisi liittää mihin tahansa vapaa-ajan toimintoon ja massamuotiin.

Kuvan asulle antaa urheilullisen leiman myös naisen käsineessä oleva urheiluvaatemerkki Niken logolla varustettu käsine. Tunnetun merkin tunnistaminen helpottaa asun yhdistämistä urheiluun. Ilman tätä tunnistettavaa merkkiä asun voisi helposti mieltää esimerkiksi rennoksi kaupunkiasuksi. Niken logo toimii kuvassa urheiluvaatteen symbolina. Niken merkki viittaa urheiluun syntyneen yleisen sopimuksen perusteella (Fiske 1992, 69–71) (Anttila 2005, 348–352).

Vuoden 2000 muotiin on selvästi vaikuttanut myös tieteiden sekä teknologian kehittyminen ja tulevaisuuteen suuntautunut ajattelu. Tekniikan kehittyminen näyttäytyy tavallisten kuluttajien vaatteissa kyseisenä vuonna muun muassa uudenlaisina teknisesti pitkälle kehittyneinä materiaaleina. Toisaalta vuosituhannen vaihtuminen, siihen liittyvä muutos ja hyppy kohti tuntematonta saavat aikaan ihmisen yksilöllisyyden korostumisen. Muodissa tämä ilmenee yksityiskohtiin keskittymisenä ja niiden tärkeytenä osana suurempaa kokonaisuutta. (Gloria 2/00,7.)

Kuvissa näkyvät ennusteiden mukaisesti myös vaatteiden mukavuus, suojaavuus ja urheilullisuus. Ennusteet lupasivat lyhyitä vetoketjullisia pusakoita ja väljiä housuja tai pitkiä leveähelmaisia hameita. Nämä vaatekappaleet näkyvät yleisesti myös Gloria-lehden muotikuvissa ja edustavat aikansa massa- ja maailman muotia. (Gloria 3 /00, 101; Gloria 1/00,104.) Urheilumuodista tutut elementit ovat kiinteä osa vuoden 2000 arkipukeutumista. Siihen on lainattu elementtejä muun muassa 1950- ja 1970- luvuilta ja vuosikymmenten nostalgisesta keilahallien tunnelmasta (Gloria 11/00/92). Urheilumuodista vaikutteensa saaneet vaatteet yhdistyvät uudella tavalla sekä klassiseen että pintamuotiin (Gloria 9/00/81) (Gloria

5/00/64–71). Vuoden 2000 lehtiä havainnoidessani kiinnitin huomioni siihen, että muotikuvissa hämärtyy selvästi eri käyttötarkoitusten välinen raja. Muoti ei kyseisenä vuonna tee selvää eroa esimerkiksi arkeen tai juhlaan soveltuvien vaatteiden ja toiseen tilanteeseen sopivan pukeutumisen välillä.

Tuon vuoden muodissa on yhdistelty yllättävällä tavalla erilaisia yksityiskohtia sekä materiaaleja. Muotikuvissa näkyy etenkin urheiluun liittyviä elementtejä osana kokonaisuudessaan hyvin toisenhenkisiä asuja. Kuvissa leikitellään selvästi rajojen rikkomisella. Eräässä muotikuvassa on esimerkiksi yhdistetty sporttinen vetoketju juhlaan yläosaan. Toisessa lehden kuvassa yhdistyvät puolestaan pitkä ja runsas, materiaaliltaan kiiltävä, juhlaan mielletävästä satiinista valmistettu hame sekä arkinen ja sporttinen yläosa. Käyttövaatteissa imitoidaan urheiluasujen materiaaleja ulkonäöllisesti. Trendiennusteet lupasivatkin kyseiselle vuodelle erilaisten viimeistelyjen ja käsiteltyjen materiaalien suosiota, mikä havainnoimieni kuvien pohjalta näyttää toteutuneen.

Myös toinen vuoden 2000 trendeistä kokoamani taulu esittelee postmodernille kulttuurille tyypillistä rajojen rikkomista. Siihen olen koonnut tyyllisiä elementtejä, joissa näkyy vuoden trendeille tyypillistä kerroksellisuutta, hapsuja, erilaisia halkioita, kiiltäväpintaisten ja kevyiden materiaalien yhdistämistä sekä erilaisista osasista koostuvia asukokonaisuuksia. Trenditaulu ilmentää myös pitkän, menneiltä ajoilta lainatun hameen suosiota ja sen yhdistämistä arkiseen niukkaan yläosaan.(LIITE 2.)

Yhdessä trenditaulun kuvassa (KUVA 8.) toteutuu mielestäni hyvin vuodelle 2000 annettu trendi, jossa olennaisia asioita olivat lapsenomaisuus ja naiivius. Vuoden 2000 Gloria-lehden muotikuvista on yleisesti luettavissa eräänlainen tyttömäinen naiivius. Tätä vaikutelmaa korostavat pienet kukkaset koristeluyksityiskohtina niin asusteissa kuin vaatteissa, sekä vaaleanpunaisen ja pinkin värin käyttö. Nämä elementit ovat tyttömäisyyden symboleita. Kuvassa malli poseeraa tummaa punertavaa taustaa vasten, yllään vaaleanpunainen perinteistä kotelomekkoa muistuttava pellavamekko. Pellava oli kyseisenä vuonna hyvin suosittu materiaali.

Kuvan asu eli syntagma koostuu kolmesta osasta, joita ovat mekko, vaaleanpunaiset kiiltävät saappaat sekä mallin päässä oleva ruususeppele (Fiske 1992,81–83.) Ruususeppele viittaa symbolisesti morsiameen tai pikkutyttöön. Muotikuvan lapsenomaisen viaton vaikutelmaa lisäävät myös kuvan asusteet. Puvun luonnonmateriaalinen pinta sekä saappaiden tekonahkainen kiiltävä materiaali luovat näiden kahden erilaisen materiaalien välille kontrastin. Se syntyy, kun vaaleanpunainen, jota pidetään yleisesti herkkänä tyttömäisenä ja nuorekkaana värinä yhdistetään kiiltävään tekonahkaan.

(5.10.2012<<http://www.coloria.net/varit/vaaleanpunainen.htm>>).



KUVA 8. Vuoden 2000 muotikuvan vaaleanpunaisessa pellavamekossa on muodikkaana vksitviskohtana halkion hapsut.

Kuvaa tarkastellessani, huomioni kiinnittyi ensimmäiseksi mekkoon ja sen mielenkiintoiseen yksityiskohtaan, pitkään halkioon, jossa on koristeena hapsuja. Hapsut toimivat asun yhteydessä viitteenä trendiin, jossa otettiin vaikutteita alkuperäiskansojen vaateuksesta. Kyseinen yksityiskohta on kulkeutunut melkoisen kauas alkuperäisestä kontekstistaan. Gloria-lehden vuoden 2000 muotikuvista syntyy vaikutelma, että niissä ja muodissa yleensä muokataan pukeutumiseen liitettäviä normeja uudelleen. Muutosta saadaan aikaan uudenlaisten materiaalien ja yksityiskohtien yhdistelyllä tai käytöllä. Kyseiselle vuodelle annetuissa trendiennusteissa tämänkaltaisesta ilmiöstä ei suoranaisesti puhuta, joskin ennusteissa mainitaan trendejä, jotka liittyvät lapsenomaisen mielikuvituksen tyyliin sekä materiaalien provokatiiviseen ”väärinkäyttöön”, jotka ovat voineet inspiroida suunnittelijoita tekemään uudenlaisia yhdistelmiä.

Muotikuvissa näkyy myös trendiennusteiden mukaisesti Amerikan intiaanien, Andien vuoristoväestön ja pohjoisen pallonpuoliskon alkuperäiskansojen vaateuksesta maailman muotiin lainattuja etnisiä yksityiskohtia. (Muotimaailma nro1/00,16) Näitä hienovaraisia viittauksia alkuperäiskansoihin ja Intiaan tai Aasiaan on runsaasti. Vaatteissa käytetään yksityiskohtina muun muassa hapsuja, vinoja leikkauksia ja brodeerauksia, joiden kautta viestitetään suunnittelun lähtökohtiin.

Etnisyys nousee massa- ja maailman muodissa pinnalle ajoittain ja edustaa muodin syklisiä variaatioita (Nuutinen 2004,21.) Gloria-lehden vuoden 2000 tammikuun numerossa viitataan siihen, että trendien taustalla on usein mitä monimuotoisimpia vaikutteita, ja kehoitetaan lukijoita tutustumaan kyseisenä vuonna ilmestyneen Bond-elokuvan ”Kun maailma ei riitä” naispääosan itämaisvaikutteiseen puvustoon ja ottamaan siitä pukeutumisvinkkejä. (Gloria 1/00,24.) Kolmas kokoamani trenditaulu (LIITE 3.) esittelee, annettujen trendiennusteiden mukaisesti idän, Aasian ja Intian vaikutteita, joista pinnalle nousevat kuvissa runsaasti näkyvät kiiltäväpintaiset materiaalit, silkki sekä itämaisets kuosit (Gloria 2/00,88). Näitä yleensä juhlapukeutumiseen mielletäviä materiaaleja yhdistetään arkipukeutumiseen esimerkiksi tavallisen neuletakin tai unisex-tyylisen takin kanssa. (Gloria 4/00,83; Gloria 7/00,46.)

Muotikuvista näkee, että muodin viittaukset niiden inspiraation kohteeseen ovat hyvin hienovaraisia ja tulevat esille ainoastaan joissakin vaatteiden yksityiskohdissa tai asusteissa, kuten tyylliltään itämaisessä brodeerauksessa osana klassista jakkupukua. Etnisiä vaikutteita esittelevästä trenditaulusta poimin tarkasteltavaksi kuvan (KUVA 9), jossa malli poseeraa vaaleaa taustaa vasten yllään ruskea mokkajakku, toppi sekä punainen puolihame. Asukokonaisuus (Syntagma) koostuu kolmesta erillisestä osasta (Fiske 1992,81–83). Kuvaa katsoessa kuitenkin huomioni kiinnittyy selvästi pääosaa näyttelevään hameen punaiseen väriin, mutta myös sen etnisaiheiseen kuviointiin, joka luo koko asulle tyyllillisen merkityksen. Hameen kirjailua muistuttava kuviointi toimii kuvassa käsityön indeksinä, eli kirjailua muistuttava kuviointi viittaa suoraan käsitöiden tekemiseen. (Fiske 1992, 69–71) (Anttila 2005, 348–352).

Kuvassa mallin yllä olevan jakun luonnonmukainen mokka ja hameen pellavamateriaali tukevat mielikuvaa alkuperäiskansojen vaateuksesta sekä ilmentävät annettuja trendiennusteita. Hameen ja jakun ulkomuoto (merkitsijä) viittaavat käsityöhön (merkitty) (Kaiser 1985,225). Jakun alle puettun topin pääntien rypytyksytyiskohta tuo asuun herkkyyttä. Röyhelöt ja pitsit yhdistetään yleisesti naisellisuuteen, joten kyseinen yksityiskohta toimii naisellisuuden symbolina. (Fiske 1992, 69–71) (Anttila 2005, 348–352).

Vuonna 2000 Gloria-lehti esitteli myös paljon asiallista muotia kuten bisnespukeutumista. Tuona vuonna pinnalla olivat vahvasti muodin klassiset vaikutteet. Kyseiset muodin klassiset piirteet ja pelkistetyt maskuliiniset elementit edustavat muodin pitkäaikaisia variaatioita ja heijastelevat perusmuotia (Nuutinen 2004, 25) (Sproles & Burns 1994,13.). Neljänteen työstämäni (LIITE 4.) vuoden trendeistä kertovaan tauluun kokosin kuvia kyseisestä toimistovaatemuodista, joka ilmentää klassista, yksinkertaista, laadukasta ja asiallista tyyliä. Kyseisen vähäeleisen ja minimalistisen bisnespukeutumisen suosio oli ennustettu myös annetuissa trendiennusteissa. Vuonna 2000 ovat muodissa selkeät, elegantit ja pelkistetyt toimistovaatteet sekä etenkin kotimainen toimistopukeutuminen. Suomalaiset vaatemerkit, kuten Ril's, Marimekko ja Andiaa ovat suosiossa. (Gloria 2/00,67.)



KUVA 9. Muotikuvan hame antaa asukokonaisuudelle etnisen merkityksen.

Muotikuvien asut ovat yleensä melko vähäeleisiä ja hillittyjä. Kuvien perusteella pinnalla olivat klassista muotia edustavat perusvaatteet ja tyypillisiä toimistovaatetuksen asuja edustavat vaatteet, kuten jakut, suorat housut, kotelomekot sekä perusneulokset. (Muotimaailma nro 2/99,85.) Toimistoasuja esittelevästä trenditaulusta pöiminn analysoitavaksi kuvan, (KUVA 10.) jossa esitellään hiukan epätyypillistä toimistopukeutumista. Kyseinen kuva kuuluu kuvasarjaan, jossa esitellään toimistomuotia kesäajalle.

Muotikuvassa esiintyy toimistoympäristössä modernilla istuimella istuva nainen. Kuvan mallin asento symboloi mielestäni maskuliinisuutta, ja käsien asettaminen reisien päälle antaa voimakkaan itsevarman vartalonviestin. Naisella on yllään asukokonaisuus, joka koostuu neljästä osasta. Selkeästi siitä erottuvat tumma bleiseri, vaalea T-paita, Capri-mittaiset tummat housut sekä lehmännahkakuosiset korkokengät. Kuvaa tarkastellessani havaitsin, että housupuku yhdistyy selvästi omaksi kokonaisuudekseen ja erottuu muista vaaleista elementeistä. Mallin yllä oleva valkoinen T-paita näkyy hyvin avonaisen jakun alta. Jakun auki oleminen toimii merkinä tilanteen rentoudesta (yleensä jakku tai pikkutakki napitetaan virallisiin tilanteisiin). Kesäaikaan viittaavat myös mallin lyhytlahkeiset housut, jotka elementtinä tuovat kuvaan jännitettä.



KUVA 10. Vuonna 2000 pinnalla oli kotimainen toimistopukeutuminen

Kuvan toimistotaustan ja mallin paljaiden säärrien välille syntyy ristiriita, sillä vallitsevan kulttuurin pohjalta en heti miellä lyhyitä lahkeita tai shortseja oikeanlaiseksi vaatetukseksi toimistoympäristöön. Toimistossa työskentelevän naisen odotetaan yleisesti pukeutuvan esimerkiksi vähäeleiseen housupukuun ja tummiin naisellisiin korkokenkiin, kun taas lyhytlahkeiset shortsit ovat ennemminkin loman symboli. Tässä muotikuvassa mallilla on jalassaan lehmännahkakuosiset kengät, jotka tuovat mielestäni ripauksen huumoria muotikuvaan, mutta myös jännitettä, sillä kyseistä kuosia ei voi heti mieltää toimistoympäristössä käytettäväksi. Korkokenkien lehmäkuosi on myös nautaeläimen indeksi. Lehmät puolestaan yhdistetään maaseutuun, joten tästä ajatusyhteydestä syntyy kuvaan ristiriitaisuutta.

Brannonin (2005, 112;Greene, 2003) mukaan yritykset ottivat 2000-luvulla käyttöönsä pukukoodeja työmaailmaan. Tämä johti siihen, että valmisvaateyritykset alkoivat esitellä räätälöityjä ulkoasuja, hienoja materiaaleja ja pehmeitä siluetteja. Kuluttajat halusivat näyttää huolitelluilta mutta pukeutua silti mukavasti. Muodin voitiin nähdä liikkuvan näiden kahden vastakohtan välillä. Tällöin trendien ennustajat huomasivat, että klassinen muoti on rennon vaatetuksen ja muodollisen pukeutumisen välimaastossa ja vastaa hyvin tähän tarpeeseen. Muodin klassikkovaatteet voidaan nähdä eräänlaisina kompromisseina, joissa tyylipiirteet ovat harmonisia ja mittasuhteet tasapainoisia (Nuutinen 2004,65;Easey 1995,110.)

Muodin asut olivat Glorian kuvissa rentoja, mutta kuitenkin ulkonäöltään hyvin siistejä. Eräässä vuoden 2000 Gloria- lehden numerossa päätoimittaja toteaa klassikkovaatteiden olevan aina käyttökelpoisia ja etenkin Burberryn ruutukuosin olleen kyseisenä vuonna suosiossa.(Gloria 9/00/9.) Klassisissa, laadukkaissa ja tyylikkäässä asuissa ilmenee selkeästi vuoden 2000 muoti, joka korostaa vaatteissa ja asusteissa ylellisyyttä. Tämä näkyy muun muassa kultaisen värin käytössä, minkä tulkitseen symboloivan kultaa metallina ja täten vaurautta. (Gloria 9/00,68–69).

Muodin avainsanoja vuonna 2000 olivat tyylikkyys, naisellisuus ja jopa konservatiivisuus. Gloria-lehden muotikuvista ilmenee selvästi myös erilaisten muotitalojen tuotteiden ja logojen näkyvä käyttö (Gloria 8/00,84–91.) Klassinen muoti on pitkäaikaista ja kestävä, mutta tässä tapauksessa klassisesta muodista on tullut uudestaan viimeisintä muotia (Koskennurmi–Sivonen 1998,21). Viidennessä kokoamassani trenditaulussa toin esille tätä pelkistetyä naisellista ja ylellistä tyyliä. Poimin kyseisestä taulusta (LIITE 5.) lähemmin tarkasteltavaksi muotikuvan (KUVA 11.), jossa mielestäni kiteytyvät hyvin vuodelle 2000 annetut trendiennusteet, sekä postmodernin kulttuurin piirteet. Tässä muotikuvassa malli seisoo beigensävyistä taustaa vasten.



KUVA 11. Farmarikankaan olemusta imitoivat materiaalit olivat muodissa vuonna 2000.

Mallin asennosta ja ilmeestä syntyy vaikutelma, että hän on juuri käännähtänyt katsomaan jotakin hämmästyttävää. Kuvassa mallilla on yllään asu, joka koostuu neljästä osasta. Ensimmäiseksi kuvassa huomioni kiinnittyy mallin päällä olevaan kitinväriseen pohjepituiseen takkiin sekä sen alle puettuun tummaan paitaan ja hameeseen. Kuvan syntagmasta (asukokonaisuudesta) on selkeästi eroteltavissa tummat ja vaaleat elementit omina kokonaisuuksinaan. Mallin yllä olevaa tummaa yläosaa ja vaaleampaa alaosaa erottaa selkeästi vaalea nauha. Kuvan asukokonaisuuteen syntyy kontrasti vaalean takin ja muun tumman vaatetuksen yhdistymisestä.

Pintamateriaaltaan kuvatut asun osat ovat kaikki sileitä ja samankaltaisia. Asun elementtien pintojen samankaltaisuus yhdistää niitä ja tuo ne kokonaisuudeksi. Sen materiaalit imitoivat trendiennusteiden mukaisesti farmarikankaan olemusta. Farmarikangas käsitteenä synnyttää asukokonaisuuteen merkityksiä. Farkut liitetään nykyaikana yleisesti vapaa-aikaan ja mukavuuteen, mutta aikoinaan ne olivat työntekijän symboli. Merkityksiä ja assosiaatioita entisaikaan tuo myös mallin päässä oleva farkkukankainen huivi. Huivi toimii kuvassa maalaistalon emännän symbolina. Se on kuvan dominoiva elementti ja luo koko kuvalle merkityksen, sillä vaikka kuvassa ei ole taustaa, voi siihen silti helposti kuvitella maalaismaiseman ja lehmät laitumella. Kuva kertoo mielestäni hyvin, kuinka olennainen merkitys asusteilla on osana asukokonaisuutta. Tässä vuoden 2000 muodille tyypillisesti pelkistettyyn asuun yhdistetään eleetön, mutta merkitsevä asuste (merkittäjä), joka antaa koko asukokonaisuudelle tarinan (merkitty) (Kaiser 1985,225).

6.2. ylellisyyttä ja kontrasteja

– Tyyli ja trendiennusteiden toteutuminen Gloria-lehdessä vuonna 2010

Havainnoidessani Gloria-lehden muotikuvia vuodelta 2010 kiinnitin huomioni siihen, että kuvissa näkyy selvästi luonnon elementtien vaikutus. Luontoa on käytetty lähtökohtana sekä muotikuvien lavastuksessa että itse vaatteiden ja asusteiden muotokielessä; luonnon imitointi näkyy myös printeissä. Eläinkuosit, kuten, pantteri- ja leopardi-kuosit, ovat suosittuja kuvissa, samoin tekoturkis ja

nahkamaiset materiaalit. (Gloria 8/10,50–51). Näin Promostylin trendiennusteissa myös esitettiin. Muotikuvien vaatteissa näkyy paljon kukkakuoseja sekä syvän vihreää väriä ja rosoista kerroksellisuutta materiaaleissa, joista syntyy mielle yhtymiä rehevistä vanhoista ja villiintyneistä puutarhoista. Englantilaiset kartanot, entisaika ja niissä eläneet aateliset ovat myös selkeästi vaikuttaneet muotikuviin ja niissä esiteltyihin vaatteisiin. Puutarhoja tai englantilaisten kartanoiden tiluksia on käytetty paljon muotikuvien taustalla vahvistamassa näiden mielikuvien syntymistä. Näiden elementtien pohjalta kokosin ensimmäisen vuoden 2010 muotia esittelevän trenditaulun (LIITE 6.).

Gloria-lehti esittelee puutarhaympäristössä työvaatteita, joissa yhdistyvät puutarhoista tutut värit. (Gloria 9/10,98–103) Luontoon viittaavien muotikuvien joukosta huomioni herätti kuva (KUVA 12.), jossa on kuvattu malli keskellä rehevää puutarhaa. Kuvan asukokonaisuus eli syntagma koostuu kuudesta osasta. (Fiske 1992,81–83.) Päähuomion vievät vihreä tulppaanin mallinen hame sekä oranssi neuletakki. Tämän jälkeen huomioni siirtyy mallin kantamaan tummaan laukkuun sekä kaulassa olevaan kuviolliseen huiviin. Jalassa olevat kengät ja vyötäröllä olevan vyön huomioidin vasta lopuksi, sillä ne ovat muuhun asuun verrattuna neutraalin väriset. Lähemmin tarkastellessa huomaan, että myös laukun lukossa on luontoaiheinen kuviointi.

Kuva asun on yleisilmeeltään pelkistettyä klassisen tyylikästä ja pitkäkestoista muotia (Nuutinen 2004,21). Mallin hiusmuoti viittaa menneisiin aikoihin ja luo yhdessä helmikorvakorujen kanssa asulle elegantin yleisilmeen. Kyseiset menneiltä ajoilta lainatut elementit edustavat muodin syklisiä variaatioita (Nuutinen 2004,21). Muotikuvassa mallia ympäröivät raikas vehreys ja kasvien runsaus, mutta huomio keskittyy kuitenkin ainoastaan malliin ja tämän esittelemään värikkääseen asukokonaisuuteen, ikään kuin se olisi tämän puutarhan ainoa kukka. Kuvista huokuu toisaalta menneet ajat ja kartanoihin liittyvä arvokkuus sekä salaperäisyys, mutta myös paremman elämän edut. Eräässäkin kuvasarjassa malli esittelee mielenkiintoisen vanhahtavia muotiasuja Glorian kuvasarjassa (Gloria 9/10,89 - 97.), jossa kuvauspaikkana on käytetty vanhaa kartanoa.



KUVA 12. Vuoden 2010 Gloria-lehden muotikuvista löytyy runsaasti viittauksia luontoon.

Gloria-lehdessä muodista henkii trendiennusteiden mukaisesti eräänlaisen ylellisyyden ja luksus-elämän tavoittelu. Näitä trendejä kokosin toiseen vuoden 2010 trendejä esittelevään tauluun (LIITE 7.). Taulusta poimin lähemmin tarkasteltavaksi kuvan (KUVA13.), jossa malli poseeraa massamuodin trendien mukaisessa 1970 -luvun henkisessä asussa neutraalia taustaa vasten. Kyseisessä muotikuvassa toteutuvat ennusteiden mukaisesti 1990-luvun muodin vaikutteet, sillä myös silloin pinnalla oli 1970-luku ja esimerkiksi superleveät lahkeet (Brannon 2005,109). Näiden eri vuosikymmenien muodin toistumisen kautta muotokuva ilmentää oivallisesti muodin sykliä variaatioita (Nuutinen 2004,21).

Mallin asukokonaisuus koostuu yhteensä seitsemästä osasta. Jalassaan mallilla on väljät viininpunaiset housut ja yllään turkisliivi ja harmaa neulepusero. Mallilla on päässään vaalea hattu sekä kädessään vaalea kirjekuorilaukku. Asukokonaisuutta tarkastellessa huomioni kiinnittyy ensimmäiseksi turkisliiviin sekä hattuun. Tämän jälkeen asun alaosa kiinnittää huomioni. Kuvan asun elementit viittaavat yhdessä 1970-luvun muotiin. Tätä ilmettä vahvistaa myös mallin kyseiselle ajalle tyypillinen hiustyyli. Maskuliinista jännitettä muotokuvaan tuovat hattu sekä mallin asento. Ne toimivat kuvassa maskuliinisuuden merkittyyinä (Kaiser 1985,225). Tämän vastapainoksi hienostuneisuutta ja naisellisen elementin kuvaan tuo mallin kädessä kantama kirjekuorilaukku, jonka pelkistetyn klassinen ulkoasu viittaa laukun laadukkuuteen ja arvokkuuteen.

Malli johdattelee asennollaan katsojan katseen suuntaa lantiolle, jolloin huomioni kiinnittyy lantiolle puettuun vyöhön sekä hänen ranteessaan oleviin koruihin. Vyössä olevat kiiltävät paljetit ja ranteeseen pujotetut kiiltävät rannekorut toimivat varallisuuden symbolina (Fiske 1992, 69–71) (Anttila 2005, 348–352). Varallisuuden merkinä toimii myös kuvan turkismateriaali, johon malli ei selvästikään ole sonnustautunut sen lämmittävän ominaisuuden vuoksi. Kuvaa tarkastellessani, tulkitseen mallin yllä olevan turkisliivin vahvasti osaksi slaavilaista maailmanmuotia, jonka vaikutteita Gloria-lehden muotikuvissa näkyy paljon. Näissä muotikuvissa on käytetty paljon ylellisyyteen viittaavia elementtejä ja varallisuuden symboleita, kuten turkismateriaaleja, merkkituotteita ja näyttäviä ja kiiltäviä asusteita, kuten kookkaita aurinkolaseja sekä 1970-luvun henkeä. (Gloria 8/10,44–60.)

Vuoden 2010 muotikuvissa korostuvat muiden ennusteiden mukaisesti yltäkyläinen elämäntyyli, matkustelu, lomailu sekä vapaa-ajan merkitys. Asut ovat usein olemukseltaan mukavia, väljiä ja vaivattomia (Gloria 7/10,76–85). Varakkuuden ihannointi ilmenee kuvien aiheissa ja mallien vaatteissa ja johdattelee näin ykkösluokan trendeihin, kuten merkkituotteiden, turkismateriaalien ja näyttävien asusteiden käyttämiseen pukeutumisessa sekä vapaa-ajanviettopoihin, kuten purjehdukseen ja matkusteluun. Myös urheilu - ja vapaa-ajan vaatetuksen vaikutteet ja 1980-luvun sporttisuus huokuvat muotikuvista ennusteiden mukaisesti(Gloria 7/10, 68–72).



KUVA13. Ylellisyys ja luksus oli muodikasta vuonna 2010.

Aiheesta kokoamani trenditaulu ilmaisee urheilun vaikutuksia muotiin; Se näkyy värikkyytinä ja vaatteiden rentoutena. Lehden muotikuvien kesäisillä ympäristöillä sekä vaatteiden rentoudella viitataan selvästi urheiluun, vapaa-aikaan ja lomailuun. Tämän teeman piiriin rakensin neljännen trenditaulun (LIITE 8). Tommy Hilfigerin mainoskuva esittelee Gloria-lehdessä merihenkistä muotia. (KUVA 14.). Kuvassa malli seisoo terassilla kaiteeseen nojaten ja hänellä on yllään niukka, pelkistetty 1980-luvun tyylipiirteitä kertaava ja annettujen trendiennusteiden mukainen mekko.

Mekko on ulkomuodoltaan myös futuristinen ja Star Trek -science fiction -sarjan henkinen. Maailman- ja massamuodille tyypillisen merihenkisyyden mekkoon tuo vahvasti purjehdukseen liittyvä raitakuosi, jota on mekossa rinnuksen kolmionmallisessa yksityiskohdassa. Alaspäin suunnatun kolmion muoto sekä mekon pelkistetty yksinkertaisuus saavat aikaan futuristisen vaikutelman. ja 1980-luvun vaikutteita ja syntyy mekon terävistä ja maskuliinisuuteen viittaavista linjoista. Noiden terävien linjojen sekä mallin naisellisen figuurin välille syntyy jännite, kun kuvan mekon 1980-luvulle tyypilliset maskuliinisen terävät linjat mukailevat mallin naisellisen figuurin muotoja korostaen ja imarrellaen naisvartaloa.



KUVA 14. Tommy Hilfigerin Gloria-lehdessä vuonna 2010 julkaistussa mainoskuvassa ilmenevät useat kyseisen vuoden trendit.

Kuvasta nousee vahva tunnelma lomailusta ja vapaa-ajanvietosta. Kuvan mallilla on kasvoillaan nautiskeleva ilme ja kaiteeseen nojaten hän ojentautuu kohti aurinkoa, lämpöä ja meren rantaa. Kuvaa katsoessani en voi nähdä tätä rantaa tai aurinkoa, mutta vihjeiden perusteella voin kuvitella niiden läsnäolon. Aurinkoon kuvassa viitataan pehmeän värimaailman sekä valojen että varjojen avulla. Kun tarkastelen kuvaa lähemmin, tunnistan siitä markiisin reunan sekä tangon merkkeinä auringonvarjosta.

Näiden suoraan kohteeseensa viittaavien indeksisten merkkien perusteella voin päätellä, että kuvan malli on aurinkorannalla, jossa paistaa aurinko, koska siellä on tarvetta varjolle. (Fiske 1992, 69–71) (Anttila 2005, 348–352). Kuvassa on pehmeän ja kellertävä valaistus, joka muistuttaa näkemiäni vanhoja valokuvia. Valaistus tuo kuvaan lämpöä ja luo vanhahtavan 1940-luvusta muistuttavan tunnelman.

Gloria-lehden kuvista näkyy myös Promostylin trendiennusteissa mainittu ideologia kadonneesta kansasta, joka näyttäytyy muotikuvissa muun muassa niissä esiteltyjen vaatteiden etnisten elementtien kautta. Viides vuoden 2010 muodista koostamani trenditaulu (LIITE 9) esittelee etnisten lähtökohtien näkymistä muotikuvissa. Näitä tyyllisiä suuntia yhdistetään ennusteiden mukaisesti klassiseen muotiin. Gloria-lehden kuvissa ja niissä esitetyissä muotiasuissa ilmenee runsaasti viittauksia etenkin Afrikkaan. Muodissa on nähtävissä paljon afrikkalaishenkisiä ja paimentolaisasuja muistuttavia mekkoja, joissa näyttäytyvät kyseiselle kulttuurille tyypillisiä rohkean värikkäitä kuoseja. Toisaalta muotivaatteissa viitataan annettujen trendien mukaisesti myös muun muassa slaavilaiseen pukeutumiseen, Japaniin ja Iraniin. Itämaisyyttä korostuu muodissa esimerkiksi tunikamaisissa ja kimonohenkisissä yläosissa (Gloria 8/10,39).

Etnisyyden vaikutteet tulevat esille vuoden 2010 muodissa, mielestäni hyvin Gloria-lehden muotikuvassa (KUVA 15.), jossa mallin yllä on kahdesta osasta koostuva asukokonaisuus. Kuvan asussa yhdistyvät trendiennusteiden ja maailmanmuodin mukainen afrikkalaishenkinen ja näyttävästi kuvioitu väljä tunikamainen yläosa sekä kookas nahkasta valmistettu kaulakoru. Muotikuvaan

kontrastia ja mielenkiintoa tuo se, että asu, jonka mieltäisi merkkikieleltään Afrikkaan, tumman naisen päälle puetuksi, on muotikuvassa puettu kalpean punahiuksisen mallin ylle. Mallin hiukset ovat pöyhkeästi sotkussa mikä on eräänlaisena merkinä vapaudesta tai villiydestä. Kuvan asun tyylillisiin seikkoihin liittyvää ristiriitaa korostaa myös se, että kuvassa mallin taustalla on savannin sijasta moderni abstrakti kuviointi. Nämä ristiriitaisuudet herättävät mielenkiintoni ja suuntaavat huomioni itse asuun ja sen yksityiskohtiin.



KUVA 15. Afrikkalaishenkistä muotia vuoden 2010 Gloria-lehden muotikuvassa.

Vuoden 2010 Gloria-lehden muotikuviin tutustuessani huomasin, että useissa kuvissa on hyödynnetty kontrastia, joka syntyy maskuliinisuuden ja feminiinisuuden yhdistämisestä. Nämä kuvat ovat hengeltään yleensä voimakkaita ja niissä malli poseeraa usein maskuliinisessa asennossa ja hänen vaatetuksessaan korostuu hartialinja ja asun alaosa on usein kapeneva. Kyseisissä kuvissa muotivaatteet on esitetty tehostamalla vaatteiden stailauksessa maskuliinisten ja feminiinisten elementtien yhdistelyä toisiinsa (Gloria12/10/110 - 116), mikä oli hyvin tyypillistä 1980-luvun muodille. (10/ 10, 78–85). Näiden kuvien pohjalta voin todeta, että useissa Glorian muotikuvissa kyseisen vuosikymmenen vaikutteet toteutuivat ennusteiden mukaisesti.

Viimeinen tekemäni trenditaulu (LIITE 10) kuvastaa 1980-luvun vaikutuksia tutkimani vuoden tyyliihin. Nämä kertautuneet muodin syklisiä variaatioita ilmentävät vaikutteet näkyvät selkeästi muun muassa Gloria-lehden (KUVA 16.) (Nuutinen 2004,21). Ril'sin mainoksessa, jossa esitellään mallin yllä neljästä osasta rakentuva klassista muotia edustava asukokonaisuus. Asu koostuu pelkistetyistä, mallin hartialinjaa korostavasta, maskuliinisesta jakusta sekä kapenevista porkkanahousuista. Asun naisellisena merkinä ja yksityiskohtana toimii jakun alle puettu syvävihreä silkkipaita. Naisellisuutta asuun tuovat myös, mallin nilkat paljastavat käärityt lahkeet sekä mallin jaloissa olevat korkeat kiilakorkokengät.

Muotikuvassa tausta on hengeltään pelkistetty, futuristinen ja mielestäni surrealistiseen taiteeseen viittaava. Kuvan taustalla on mielenkiintoinen metallin sävyinen sulavalinjainen muoto, mahdollisesti kangas tai metalli, joka tuo kuvaan jännittävän lisäelementin sekä johdattelee ajatukseni maskuliinisten automainosten kuvakieleen. Tämän miellelyhtymän syntymisen jälkeen muotikuvan taustalla käytetyn maiseman mieltää helposti automainosten taustoina usein käytetyksi autiomaaksi tai testiradaksi.

Kuvaan tuovat maskuliinisen elementin myös mallin asento sekä naisen itsevarma olemus hänen poseeratessaan kätet taskuissaan. Muotikuvan ja asukokonaisuuden naisellisen maskuliinista ja voimakasta tunnelmaa täydentää myös Ril'sin kuvaan liitetty mainosteksti: "Dynamic, feminine and cosmopolitan."Ril'sin Gloria-lehdessä mainostama asu vastaa täysin Promostylin antamia trendiennusteita.



KUVA 16. Vuoden 2010 Ril'sin mainoksessa näkyy hyvin maskuliinisten ja feminiinisten elementtien yhdistelyä toisiinsa

6.3. Vaatteen muoto ja hahmo muotikuvissa

Marilyn DeLong kehottaa teoksessaan tutustumaan asukokonaisuuden kappaleisiin osana kokonaisuutta, asun hahmoa sekä muotoa, joissa kukin asun osa muodostaa oman merkityksensä. (DeLong 1998, 11–22.) Tässä pro gradu -tutkimuksessa on olennaista perehtyä tutkittavien muotikuvien vaatteen muotoon ja hahmoon kokonaisuutena, joka sanelee asukokonaisuuden henkeä. Tästä syystä kuva-aineistoa analysoidessani pidän siluetin havainnoimista tärkeämpänä keskittyä asujen hahmoon ja muotoon, sekä niistä kumpuaviin merkityksiin. (Henderson, B. yms. 2000,239; Evans & Thornton 1989.)

Gloria-lehti esittelee vuoden 2000 muotikuvissa vaatemuodin melko selkeälinjaisena. Muoti sisältää lehden mukaan pitkiä hameita, joiden yläosaksi puettiin yleensä jotakin tiukkaa ja pientä. Muodissa olikin pohkeen puoliväliin asti ulottuva suoralinjainen hame, jonka sivuilla on halkiot. Tämän vastapainoksi muodissa olivat kuitenkin myös runsaat ja löysät asut sekä alushamein varustetut puolihameet (Gloria 9/00,81). Asujen yläosat ovat usein muodoltaan tiukahkoja tai hiukan väljempitä ja laatikkomaisia ja päättyvät ylälantion tietämille. Päätiet ovat niukkoja: joko pyöreitä, savupiippu- tai poolokauluksia. Muodissa ovat myös ¾-pituiset hihat. Vuoden 2000 Gloria-lehden muotikuvien perusteella vaatteen hahmo on A- linjainen tai muistuttaa pitkittäistä suorakulmiota.(Gloria 9/00,58–68) Muodista tulee vaikutelma, että se on varovaista, ja se ikään kuin pohtii, minkä tien valitsee ja millaiseksi alkaa muuttua.

Vuoden 2010 muodin muodot vaihtelevat paljon. Gloria-lehden kuvissa näkyy rennon väljiä, suurehkoja ja tunikamaisia yläosia. Vaatteiden päätiet ovat usein pienehköjä, pyöreitä tai soikeita. Kuvista on havaittavissa myös, että vaikka XL-koko ja väljyys yläosissa on selkeästi huomattavissa, myös vyötärölinjaa on korostettu. Mikäli vaate ei ole vyötäröltä vartaloa myötäilevä, se on koottu vyötäisiltä, esimerkiksi vyöllä tai solmulla kiinteäksi (Gloria 8/10,44–60).

Kuvissa esiintyvien vaatteiden alaosat ovat kapenevia, tiukahkoja ja vartaloa myötäileviä housuja, kuten 1980-luvusta muistuttavat porkkanahousut. Toisaalta pinnalla olivat myös väljemmät miesten farkkuja muistuttavat ”poikaystäväfarkut”, jotka nekin usein tosin kapenevat hiukan lahkeeseen. Kuvien perusteella vastakohtana tällaisille alaosille pinnalla olivat myös 1970-luvun henkiset, reilusti levenevät lahkeet (Gloria 1/10,53). Hameissa, mekoissa ja tunikoissa tyypillinen mitta on polvilinjaan tai hieman sen yläpuolelle. Tosin muotikuvissa esiintyy myös jonkin verran maxi-mittaisia hameita(Gloria 8/10,56). Naisellisuutta ja sirompaa vaikutelmaa asuihin haetaan pitkien helmojen lisäksi housujen nilkat paljastavilla kapenevilla lahkeilla(Gloria 1/10,53).

6.4. Yksityiskohdista kokonaisuudeksi



KUVA 17. Vuoden 2000 asusteissa yhdistyivät erilaiset yksityiskohdat ja tyylit.

Tutkimukseni yhteydessä tekemäni trendiennusteiden ja muotikuvien havainnoinnin myötä minulle on konkretisoitunut se, että yksityiskohdat, asusteet ja muodin pienetkin elementit ovat merkityksellisiä ja tärkeitä osana asukokonaisuutta. Analysoidessani muotikuvia DeLongin (1998, 54–71) menetelmän avulla ymmärsin, että asukokonaisuus todella on nimensä mukaisesti kokonaisuus vaatekappaleita, asusteita ja yksityiskohtia, jotka yhteen liitettynä muodostavat kokonaisvaltaisen merkityksen. Asukokonaisuuden kantajalla sekä käyttöympäristöllä on tärkeä osuus asun merkityksien rakentumisessa, mutta näin on myös yksityiskohdilla, jotka pienuudestaan huolimatta voivat kokonaisuudessaan määrittää asun lähettämän viestin.

Vuonna 2000 yksityiskohtien, kuten erilaisten kirjailujen, painokuosien tai asusteiden merkitys korostui Gloria-lehdessä osana muotia (KUVA 17.). Nämä yksityiskohdat olivat yhtä tärkeitä suurempien linjojen kanssa. Tuon vuoden muotiasujen voikin sanoa koostuvan useista yksityiskohdista suuremmaksi kokonaisuudeksi, sillä Gloria-lehden muotikuvissa näkyy, että asut koostuvat useasta osasta, jotka ovat helposti muunneltavissa tilanteen ja tunnelman mukaan (Gloria 9/00,81). Muodikkaisiin asuihin on lainattu elementtejä muodin historiasta muun muassa irtohihat, keepit, hartianlämmittimet ja suuret huivit. (Muotimaailma nro1/00,3.)

Vaatteissa käytetään hapsuja, tupsuja, vinoja leikkauksia ja brodeerauksia, joiden kautta viestitetään suunnittelun lähtökohtiin. Yksityiskohtien elementit on lainattu trendiennusteiden mukaisesti Amerikan intiaanien, Andien vuoristoväestön ja pohjoisen pallonpuoliskon alkuperäiskansojen vaatetuksesta, mutta ne viittaavat myös Intiaan ja Aasiaan. (Muotimaailma nro1/00/16) Vuoden 2000 muodin yksityiskohtien inspiraation lähteenä on ollut lisäksi urheilumuoti, jonka vaikutteet tuovat vuoden 2000 muotiin urheiluun liittyviä elementtejä, kuten muun muassa huppuja, kiinnittimiä ja taskuja. Toimivina asusteina kyseisten vaatteiden kanssa lehti esittelee muodikkaan yli olan kannettavan ja useita taskuja sisältävän unisex-laukun. (Gloria 1/00,56–61.)

Yksityiskohtien merkitys korostuu myös isojen muotitalojen vaatteissa, joissa niiden logot ovat näkyvästi esillä esimerkiksi kankaaseen kudottuna. 2000-luvulla muotiin tulivat myös huppeat suurikokoiset merkkilaukut. Farkkumuoti oli suosittua vuonna 2000, ja se, muun muodin tavoin oli koristeltu yksityiskohdin, kuten esimerkiksi brodeerauksin, niitein tai strassein. Gloria-lehden mukaan pinnalla olivat myös hippihenkiset käsintehtyn näköiset yksityiskohdat vaatteissa ja asusteissa. Muodissa olivat turkissomisteet sekä hapsut hameissa ja huiveissa.

Gloria-lehti neuvoi lukijoitaan kiinnittämään huomiota yksityiskohtiin, joiden oikeanlaisilla valinnoilla saatiin olemuksesta persoonallinen ja muodikas. Lehti antoi pukeutumisvihjeenä esimerkiksi koristeellisten kenkien yhdistämisen muutoin eleettömään asuun. Lehden mukaan vuoden 2000 ehdoton hitti oli kirjailtu, painokuosinen tai muuten koristeltu hame, joka yhdistettiin klassiseen twinsettiin, yksinkertaiseen toppiin tai vielä värikkäämmiin kirjailtuun yläosaan. (Gloria 2/00,56–65)

Lehden kuvissa on nähtävissä, trendiennusteissakin mainittu, erilaisten jäljitelmäateriaalien käyttö aitojen rinnalla. Materiaaleista vuonna 2000 suosioon nousi nahka sen kaikissa muodoissa. (Gloria 2/00,50.) Lehdessä vaatteissa esitellään runsaasti myös vaatteita, jotka on valmistettu mukavista ja jopa pestävistä moksajäljitelmistä (Gloria 2/00,70). Muotikuvissa näkyy lisäksi valmiiksi rypistettyjä kankaita sekä turkisjäljitelmiä (Gloria 11/00, 64–73). Luonnolliseen vaikutelmaan pyrkivien jäljitelmäateriaalien lisäksi muodissa näkyivät muovimaiset materiaalit, kuten vinyyli (Gloria 11/00,92). Tämän lisäksi käyttövaatteissa on käytetty materiaaleja, joissa on imitoitu kahisevien, kiiltävien ja liukaspintaisten erityismateriaalien ilmettä. Ennusteet lupasivatkin erilaisten viimeistelyjen ja käsiteltyjen materiaalien suosiota, mikä näyttää toteutuneen.

Vuoden 2000 muotikuvien eri asuille on yhteistä kerroksellisuus ja erilaiset materiaalit. Vaatteissa yhdistellään runsaasti läpinäkyviä, mattapintaisia sekä kiiltäviä kankaita (Gloria 2/00,50 – 55). Trendiennusteiden mukaisesti Gloria-lehti esittelee idänvaikutteita, joiden kautta pinnalle nousee kuvissa runsaasti näkyvä kiiltäväpintaiset materiaalit ja silkki (Gloria 2/00,88). Muotikuvien vaatteissa pääosassa ovat yksiväriset materiaalit ja selkeät leikkaukset. Asusteiden kautta pukeutumiseen saadaan aikaan mielenkiintoa. Rohkeutta vuoden 2000 asuun voidaan tuoda, esimerkiksi kultaisilla asusteilla tai käärmenahkakuosisella vyöllä ja laukulla. Gloria-lehti esittelee kyseisen vuoden kuvissa hyvin vähän kuviollisia vaatteita, ja jos kuvioita on, niin ne liittyvät olennaisesti esimerkiksi Aasiaan tai Intiaan. Lehden perusteella muodissa näkyivät myös värikkäät itämaiset ja yksinkertaiset, graafiset kuviot ja kuosit (Gloria 2/00,88). Kuoseina näkyvät myös pilkut, keittiöruudut sekä logot. (Gloria 2/00,65) (Gloria 8/00/84 -91).

Vuonna 2010 Gloria-lehden muotikuvissa yhdistyvät hyvin monimuotoiset tyylit. Näin ollen myös erilaiset tyylilliset vaatteiden yksityiskohdat ovat tärkeässä asemassa (KUVA 18.) (Gloria 1/10,42–53) On hyvin jännittävää, miten nämä useista lähteistä ja moneen asiaan viittaavat elementit sulautuvat tyylillisesti yhteen asuun ja muodostavat uudenlaisen merkityksen. Muotikuvista on havaittavissa useanlaisia tyylillisiä vihjeitä, joskin jotkin vihjeet nousevat merkityksenannossa dominoiviksi ja jättävät toiset elementit varjoonsa. (Gloria 8/10,44–60) Se, miten näitä vihjeitä sekä tyylillisiä elementtejä havainnoidaan ja luetaan, riippuu pitkälti muotikuvan katsojasta ja siitä, mihin hän mielenkiintonsa kohdistaa.



Kuva 18. Monimuotoista kenkämuotia vuodelta 2010.

Luonnon elementtien muodille antama inspiraatio ilmenee selkeästi vuoden 2010 asusteiden muotokielessä ja niihin valittujen materiaalien pinnoissa. Katsojan huomion voi kiinnittää esimerkiksi orgaanisia muotoja toistava yksityiskohta, kuten puutarhan kukkien inspiroima kukkakuosi (Gloria 6/10,52) tai eläimen nahkaa muistuttava materiaali (Gloria 1/10,53;Gloria 8/10,51). Vuoden 2010 muotikuvissa on runsaasti myös etnisyyteen viittaavia elementtejä esimerkiksi vaatteiden kuoseissa, joiden suuret värikkäät kuviot saavat aikaan mielle yhtymiä (Gloria 2/10,45). Muotikuvissa näkyy myös etnisen tyylin hakemista vaateen muodoissa, leikkauksissa, väreissä, materiaaleissa ja asusteissa(Gloria 1/10,42–53) (Gloria 8/10,44–60).

Ylellisyyteen ja luksuselämään viittaavat usein varallisuuteen liitettävät elementit, kuten hohtavat metallit, jalokivet, nahka ja turkis(Gloria 5/10,58). Näitä yksityiskohtia hyödynnetään myös vuoden 2010 muotikuvissa.(Gloria3/10,87–91) Slaavilaista vaikutelmaa asuihin saadaan niissä esiintyvillä itämaisilla kukkakuviolla, tummilla värisävyillä, naisellisuudella ja turkishatuilla.(Gloria 8/10,64–73) Vapaa-ajan viettoon ja purjehdukseen viittaavassa tyyliässä tärkeässä asemassa ovat miltei joka kevät pinnalle nouseva merihenkinen punaisen, valkoisen ja sinisen yhdistelmä (Brannon 2005,172). Myös muut lukuisat purjehdukseen viittaavat yksityiskohdat, kuten raidat, silmut, köysimäiset elementit, purjehduskalvat symboloivat metallirenkaat sekä ankkurit ilmentävät kyseistä tyyliä. (Gloria 1/10,46).

6.5. Värien merkitykset

Muodissa olevissa väreissä on myös löydettävissä oma syklinsä, jossa värikaudet seuraavat toisiaan (Nuutinen 2004,113;Brabbon 2000, 130) Tämän lisäksi elämäntyyli, arvot ja asenteet vaikuttavat siihen, hyväksytäänkö vai hylätäänkö jokin värien muotisuuntaus. Siitä huolimatta, että massamedia muokkaa ja mukauttaa yksilöiden näkökulmia ja kulttuurin suuntauksia, säilyvät eroavaisuudet ryhmien välillä. Jotkin kuluttajat omaksuvat muodin muutoksen, kun taas toiset pitävät kiinni perinteisistä väreistä. (Brannon 2005, 171–172.)

Intercolorin väriennusteen mukaan syksyn ja talven 2000 väreissä korostuu yksilöllisyys. Siinä tulee mielenkiintoisella tavalla esille postmodernin maailman piirteitä, jossa muodissa vallitsee useita elementtejä yhtä aikaa. Kyseinen värikartta rakentuu ikään kuin kentiksi, joista voidaan noukkia haluttuja värejä joko viileistä lämpimiin tai tummista vaaleisiin sävyihin. Piristeväreinä toimivat pinkki ja limenvihreä. Värikartan lähtökohtana oleva useimmiten ikään perustuva kohderyhmäajattelu on muuttumassa elämäntyyliin perustuvaksi, joten tämä edelleen korostaa yksilöllisyyttä. Ihmisen erilaiset tarpeet ovat sen lähtökohtana. Tämä oli mielenkiintoinen seikka huomata ja voin todeta ennusteen toteutuneen osana muuta vuoden 2000 muotia, jossa yksilöllisyys korostuu.

Vuonna 2000 värit olivat myös tärkeitä yksityiskohtia ja niitä hyödynnettiin yhdistelemällä joko suurina pintoina tai pienempinä tehokkaina väripilkkuina. (Gloria 2/00/50). Gloria-lehden muotikuvien vaatteissa esiintyivät värit Intercolorin ennusteiden mukaisesti. Huomioni kiinnitti erityisesti näkyvät, lehden mukaan muodissa olleet kirkkaat värit, kuten punaiset, oranssit, keltaiset, vihreät ja sinisen sävyt.(Gloria 2/00,7) Sinisistä sävyistä muodissa oli etenkin turkoosi. Pinnalla oli myös pinkki kaikissa sen sävyissä hennosta teeruususta aina fuksiaan ja hehkuvaan lilanpunaiseen saakka. (Gloria 7/00,46.)

Erytisen hyvin muotikuvissa näkyi ennusteiden mukainen ylellinen valkoinen väri, joka symboloi kulttuurissamme yleisesti puhtautta, keveyttä, rauhaa ja vapautta. (18.6.2012.<<http://www.coloria.net/varit/valkoinen.htm>>). Lehden päätoimittajan kirjoituksen mukaan (Gloria 5/00/9) kauppojen suosikkiväri vuonna 2000 oli beige. Metalliväreistä pinnalle nousi kulta, joka kävi niin arkeen kuin juhlaan.(Gloria 2/00,62). Vihreän värin merkitys korostui, samoin kuin khakin. (Gloria 2/00,79). Ruskean pehmeät sävyt olivat myös muodikkaita ja antoivat laadukkaille käyttövaatteille luksuksen tuntua(Gloria 5/00,79.) Ruskea olikin vuoden 2000 harmaa (Gloria 8/00,84–91).

Vuonna 2010 pinnalla olivat luonnonläheiset neutraalit harmaan khakin sävyt toisaalta myös tummat voimakkaat sävyt, kuten syvävihreä, oranssi, purppura ja violetti (Gloria 9/10,77)(Gloria 9/10,73)(Gloria 4/10,80–85). Muotikuvissa esiintyi myös kirkkaita 1980-luvun urheilumuotiin liitettäviä sävyjä (Gloria 7/10,68–72)

(Gloria 9/10,98–103), mutta lisäksi herkempiä puuterimaisia sävyjä norsunluun valkoisesta vaaleaan lohenpunaiseen ja koralliin (Gloria 1/10,39) (Gloria 8/10,43). Kuvissa näkyi vielä valkoista, mustaa laivastonsinistä, korallin punaista sekä maanläheisempiä sävyjä, kuten ruskeaa, beigeä ja terrakottaa (Gloria 9/10,75) (Gloria 8/10,44–60). Kyseisen vuoden muodin värimaailmassa toistuu muodin monimuotoisuuden henki. Muodissa oli hyvin monenlaisia tyylejä, joissa kussakin on oma värimaailmansa.(Gloria 8/10,44–60.) Se, mitkä värit esiintyivät lehden kuvissa, riippui ajankohdasta, jolloin lehti on julkaistu, sekä siitä, minkä tyyllisiä vaatteita kuvissa esitettiin.

7. Tutkimuksen tuloksia ja tyylien tarina

Taideteollisesta korkeakoulusta valmistunut Liisa Puolakka toteaa vuonna 2000 Glorian artikkelissa Trendien näkijä (Gloria 1/00,30), että tuolloin alkaneen vuosituhaten megatrendi on, ettei enää ole olemassa vain yhtä ainoaa megatrendiä vaan kehitys on kiihtynyt ja pinnalle ovat tulossa asiat, jotka vasta äskettäin olivat vanhan aikaisia. Hän näkee kyseisen ajan eräänlaisena vedenjakajana minimalismin lopun ja uuden värikkäämmän ja yltäkylläisemmän kulttuurin alkamisen välillä.

Tämä on mielenkiintoinen ennustus, jonka voidaan mielestäni todeta käyneen toteen. Vuonna 2010 vallitsivat tyylikokonaisuudet, jotka liittivät yhteen ideologioita yhä useammista aihealueista ja pitivät sisällään lukuisia kokonaisuuksia ulottuen aina kodin esineistä ja laitteista, sisustukseen, harrastuksiin, pukeutumiseen ja jopa ruuanlaittoon. Muodista on tullut osa ihmisen identiteettiä ja keino toteuttaa yksilöllisyyttä. Enää ei ole olemassa varsinaisesti irrallisia tyylejä tai pukeutumismuoteja, vaan ne liittyvät kiinteästi muihin vallitseviin arvoihin ja ajattelumalleihin sekä tyyli- ja muotisuuntauksiin. Tämä ilmiö tulee selkeästi esille tutkimuksessani useista Gloria-lehden hyvin monialaisesti muotia esittelevistä artikkeleista ja kuvasarjoista (Gloria 7/10,48–65).

Mike Featherstone (2007,13) tuo teoksessaan esille, että kuluttajien unelmia ja tarpeita korostetaan kulutuskulttuuriin liittyvässä kuvakielessä, joka innostaa heitä ja saa aikaan esteettistä nautintoa. Myös tutkimuksessani muotikuvat, artikkelit ja

mainokset ovat täynnä unelmia, tunnelmia ja valmiiksi annettuja ihanteita. Niistä huokui voimakkaana kehoitus arvostaa itseään ja hankkia elämyksiä, sekä kokea että aistia asioita. Lehden muotikuvat mainostivat ja vetosivat katsojaan moniulotteisilla tavoilla. Jokaiselle ne viestittävät kuitenkin aina jostakin asiasta, joka vetoaa yksilöön itseensä (Nuutinen 2004,63). Brannonin mukaan (2005,230) vallitsee voimakas nuoruuden ja nuorekkaan elämäntyylin ihannoiti. Tästä ilmiöstä kertoo mielestäni muun muassa se, että vuonna 2010 Gloria-lehtien sisältö on selvästi nuorekkaampaa kuin vuonna 2000. Lehti tavoittelee vuonna 2010 selkeästi nuorekkaampaa kohderyhmää kuin kymmenen vuotta aikaisemmin.

Lehden olemus on muuttunut paljon kokonaisvaltaisemmaksi vuodesta 2000 vuoteen 2010 mentäessä. Tämän muutoksen pohjalta tulkitsin, että erilaisten elämäntyylien esittelystä ja muodista on tullut vuonna 2010 entistä tärkeämpää. Nuutisen mukaan (2004, 63), kuten tässä tutkimuksessa on jo aikaisemmin tullut esille, vuodesta 1980-luvulta lähtien vaikuttanut elämäntyyli-käsite on muuttanut kuluttamiskäyttäytymistä niin, että yksilö hakee kuluttamisella omaa identiteettiään. Tavaroista ja tuotteista on luotu tietyn elämäntyylin symboleita, ja ne on liitetty kiinteämmäksi osaksi kulttuuria.

Nykyhetken ja tulevaisuuden suunnittelijoiden tulee pystyä jatkossa ratkaisemaan muodin ikuinen ristiriita siitä, kuinka yksilö pystyy muodin avulla sulautumaan yhteisöön, mutta samalla kuitenkin ilmaisemaan itseään ja yksilöllisyyttään.(Horn 1975,147). Suomessa toimiva Nomo Jeans -niminen yritys vastaa mielestäni ansiokkaasti nyky maailman kuluttajien yksilöllisyyden tavoittelun ja erottautumisen tarpeeseen ja tarjoaa samalla keinon sulautua joukkoon muodin avulla. Yritys tarjoaa asiakkaalle mahdollisuuden tilata toiveittensa mukaiset farkut, jotka on valmistettu 3D -skannauksen avulla saatujen asiakkaan henkilökohtaisten mittojen mukaisesti. (11.6.2012<http://www.nomojeans.com/nomo/how_nomo_works>).

Kaiser ennusti aikanaan teoksessaan (1985, 402–403) osuvasti, että tulevaisuudessa nousee massayhteiskuntailmiötä vastaan ja esimerkiksi vaatetuotanto siirtyy kuluttajien hallintaan. Tällöin voidaan esimerkiksi tietokoneohjatuksi tuottaa vaate vastaamaan kuluttajan tarpeita. Nomo Jeans toimii tämän ennustuksen mukaisesti ja hyödyntää nykyaikaista teknologiaa, onnistuen vastaamaan kuluttajien yksilöllisyyden tarpeeseen.

Yksilöllisyyttä tavoittelevat ilmiöt, kuten esimerkiksi Evans & Thortonin Gender coding -ilmiö (Henderson, B. yms. 2000,239;Evans & Thornton 1989.), näkyvät mielestäni vuosien 2000 ja 2010 Gloria-lehden muotikuvissa: esimerkiksi eri sukupuolten pukeutumiseen liittyvillä koodeilla leikittelyllä sekä naisellisuuden ja miehisyyden välisen kontrastin hyödyntämisellä. Kyseisten kuvien pohjalta on tulkittavissa esimerkiksi, että vuoden 2000 talven hameissa sekä housupuvuissa nousivat suosioon miesten pukukankaat (Gloria 9/00, 81)(Gloria 9/00,70–75).



KUVA 19. Vuoden 2010 muodikkaassa asussa yhdistyvät yläluokan symbolit sekä täysin päinvastaisen viestin lähettävät paikatut farkut.

Muoti yhdistää myös tavanomaisesti miesten muotiin mielletäviä materiaaleja ja elementtejä naisellisiin muotoihin ja vartalonmuotoja korostaviin silkkipaitoihin (Gloria 8/00,84–91.) Muotikuvissa maskuliinisten ja feminiinisten piirteiden sekoittaminen tulee esille esiteltyjen vaatteiden hahmoissa sekä niiden muotokielessä (Gloria 12/10,110–116). Etenkin vuoden 2010 muotikuvista on nähtävissä paljon miesten vaatetukseen liitettävien elementtien kierrätystä, aina lähimenneisyydestä 1980-luvulta, jolle oli ominaista hartialinjan ja maskuliinisten elementtien korostaminen vaatetuksessa, mutta myös paljon kauempaa pukuhistoriasta (Gloria 3/10,74 – 84.)

Henderson, B. yms. toteaa artikkelissa Evans & Thorntonin mukaan (1989), että postmodernissa asussa pyritään välttämään yhteiskunnallisen aseman näkymistä vaatetuksessa. Tutkimuksessani tulkitsin tämän ilmiön näkyvän ylellisen, yläluokkaisen elämäntavan korostumisena muodissa. Muoti toi esille vaatteita, asusteita ja ideoita, jotka voidaan liittää yläluokkaiseen luksuselämäntapaan (Gloria 5/00,64–71). Muodikkaiksi tulemisella ja massamuodiksi muututtuaan nämä elementit ovat kuitenkin kaikkien saatavissa (Gloria 2/00,86–91). Toisaalta muotiin tuodaan myös elementtejä, jotka viittaavat toisenlaiseen maailmaan, kuten esimerkiksi Afrikkaan tai alkuperäiskansoihin. Yleistä on, että muodin elementtien lähtökohtia muutetaan ja vaatekappaleiden lähettämiä viestejä hämärretään sekoittamalla niitä eri yhteyksiin ja toisiinsa (KUVA 19.) (Gloria 5/10,68–77).

Vuoden 2000 Gloria-lehden muotikuvissa tulee selkeästi esille myös Evans & Thorntonin Body-mapping -ilmiö (Henderson, B. yms. 2000,239; Evans & Thornton 1989.), jossa vartaloa ikään kuin kartoitetaan vaatetuksen avulla, peittämällä vaatteilla mutta paljastamalla joitakin alueita. Kyseisenä vuonna muotiasut, joita Gloria-lehtikin esittelee, koostuivat pitkälti useista kerroksista ja erillisistä elementeistä, jolloin esimerkiksi muodissa olleet erilaiset irtohihat, ranteen- tai käsivarrenlämmittimet jättivät osan ihoalueista paljaaksi.

Vuonna 2000 Gloria-lehden muotikuviissa näkyi runsaasti monia erimuotoisia neuloksia. Muodissa olivat niin liivit, pulloverit kuin napamittaiset, vatsan tai käsivarret paljaksi jättävät villapaidat käsivarren lämmittimien kanssa puettuna (KUVA 20). Tyyli ja muoti ovat yhä tiiviimmin yhteydessä kuluttajien erilaisiin elämäntapoihin ja tyyliin (Nuutinen 2004,56.) Tämä ilmiö on havaittavissa Gloria-lehden muotikuviista. Tällöin on luonnollista, että yksilö ilmaisee vaatetuksellaan myös mielipiteitään tai kuulumistaan tiettyyn ryhmään. Poliittiset kannanotot (Body - Politics) ovat osa muotia ja keino hätkähdyttää.



KUVA 20. Vuonna 2000 Gloria-lehdessä julkaistussa Rils`n mainoksessa ilmenee kyseisenä vuonna muodissa ollut vaatteiden kerroksellisuus.

Vuoden 2000 muotiin ovat vaikuttaneet erityisen paljon tieteiden sekä teknologian kehittyminen ja tulevaisuuteen suuntautunut ajattelu. Tekniikan kehittyminen näyttäytyy tavallisten kuluttajien vaatteissa tuona vuonna uudenlaisina teknisesti pitkälle kehittyneinä materiaaleina. Vuosituhannen vaihtuminen ja siihen liittyvä muutos ja hyppy kohti tuntematonta saavat aikaan nykyiselle kulttuurille tyypillisen ajattelumallin, ihmisen yksilöllisyyden korostumisen. Muodissa tämä näkyy muun muassa yksityiskohtiin keskittymisenä ja niiden tärkeytenä osana suurempaa kokonaisuutta.(Gloria 2/00, 7.)

Havaintojeni pohjalta tulkitsin, että vuoden 2000 muodissa ainakin arvostettiin minimalismia, josta on selvästi havaittavissa viittauksia futurismiin. Tulevaisuuteen kurkottaminen ilmenee mielestäni kyseisen vuoden muodissa myös urheilumuodin elementtien suosiossa. Urheilullisilla yksityiskohdilla vaatteisiin saadaan aikaan futuristista sävyä, mutta niissä korostuvat myös tiede ja teknologia, jotka ovat huipussaan erilaisissa urheilumateriaaleissa ja erityisvaatteissa.(Gloria 1/00/105.)

Vuosituhanen vaihtuminen oli tapahtuma, jonka uskottiin ja pelättiin tuovan mukanaan suuria ja nopeita muutoksia. Vuonna 2010 tilanne oli jo tasaantunut, ja teknologian huomattiin kehittyvän omassa tahdissaan, eikä vuosituhanen vaihtumisen itsessään tuonut mukanaan yllättäviä muutoksia maailmaamme. Vuoden 2010 muoti näyttääytyy Gloria-lehden muotikuvissa hyvin monimuotoisena. Kuvissa esiintyy runsaasti yhtymäkohtia useisiin menneisiin tyyliuuntiin ja aikoihin. Promostylin vuoden 2010 trendiennusteissa mainittiin historiallisuuden ja menneiden aikojen tyylien fuusioituminen ja muokkautuminen osaksi nykypäivää. Tässä ilmiössä tulee hyvin näkyville postmodernille ajalle tyypillinen pukeutumisen koodien kierrätys, jossa nostetaan menneiden aikojen nostalgisuutta esille, luopumatta kuitenkaan nykyajan mukavuuksista. Jokin tyyli irrotetaan historiallisesta yhteydestään ja liitetään uuteen yhteyteen, jolloin sen merkityskään ei ole sama kuin ennen. (Kaiser 1985, 407.)

Promostyl otaksui trendiennusteissa, että taidesuunta surrealismin vaikutteita tullaan suosimaan muodissa, ja ainakin Gloria-lehden muotikuvissa kyseinen tyyli on selvästi havaittavissa (KUVA 21.). Vuoden 2010 lehden muotikuvat ovat usein hengeltään salaperäisiä, mielikuvituksellisia ja jopa satumaisia. Jotkin Gloria-lehdessä julkaistut kuvat ovat mielikuvituksellisia, hassuttelevia ja tuovat mieleeni sadun Narniasta tai Liisa Ihmemaasta. Gloria-lehden muotikuvien perusteella elokuvamaailma inspiroi muotia kyseisenä vuonna vahvasti. Tuon vuoden muoti on saanut inspiraationsa muun muassa menneistä vuosikymmenistä, kaukaisista kansoista, futurismista, luksus-elämästä, lomamatkailusta sekä purjehduksesta. Kaikille näille inspiraation lähteille on yhteistä se, että ne eivät kuulu arkiseen elämään ja todellisuuteen.



KUVA 21. Gloria-lehden Sherlock Holmes -elokuvan inspiroimassa muotikuvassa näkyvät Surrealismin vaikutteet ja eri sukupuolten pukeutumiseen liittyvillä koodeilla leikittely.

Gloria-lehden kuvissa on havaittavissa niihin vaikuttanut ja mielestäni surrealismiin viittaava ideologia kaipuusta kaukaisuuteen. Tämä tulee esille muotia kyseisenä vuonna inspiroineista asioista, joissa kaikissa toistuu kyseinen teema jollakin tapaa. Ilmiöön viittaa mielestäni myös muotikuvien surrealistinen henki. Kyseiselle muotia vuonna 2010 inspiroineelle taidesuunnalle oli tyypillistä unenomaisuus ja todellisuudesta poikkeavat elementit, maagis-mystiset sommitelmat sekä oudot tila- ja aikasuhteet.

(18.4.2012<<http://virtuaaliyliopisto.jyu.fi/aikajana/modernismi/1900-luvun-modernismi/surrealismi>>).

Surrealismien vaikutteiden näkyminen muodissa ja muotikuvissa kertoo mielestäni kyseisestä ajanhengestä, sillä aivan kuten kyseisessä taiteessa, myös postmodernissa kulttuurissa erilaiset tyylit, asiat ja niiden lähtökohdat usein sekoittuvat keskenään. Entuudestaan tutut elementit saattavat näyttäytyä täysin uusissa yllättävissä tilanteissa tai yhteyksissä, joissa niiden alkuperäiset merkitykset ovat muuttuneet ja merkkien symboliset merkitykset korostuvat.

8. Pohdintoja ja tulevaisuuden visioita

Pro gradu -tutkimuksessani perehdyin muodin ja trendien maailmaan liittyviin olennaisiin ilmiöihin sekä kartoitin aikakauslehdistä tekemieni havaintojen taustaa. Tutkimuksen taustatyö, eli muodin tarkastelu eri näkökulmista oli mielestäni olennaista havainnoitavan aineiston ymmärtämisen kannalta. Tutkimuksessani käyttämäni materiaalia oli hyvin paljon. Aineistoa olisi ollut jopa syytä karsia ja otaksun, että jo Gloria-lehden yhdestä vuosikerrasta olisin saanut riittävästi sisältöä tutkimukseeni. Tällöin olisin luultavasti voinut syventyä löytämiini trendeihin ja tyyliihin entistä syvemmin ja löytää enemmän mahdollisia liittymäkohtia kyseisen vuoden tapahtumiin sekä ilmiöihin.

Tällöin minulla ei kuitenkaan olisi ollut mahdollisuutta vertailla kahden eri vuoden tutkimusaineistoa. Vertailu toi tutkimukseeni lisää ulottuvuutta. Vertailumahdollisuus ja se, että tutkimusvuosien välillä oli yhdeksän vuotta aikaa, mahdollisti minulle tutkijana muodin muutoksen havaitsemisen. Mielenkiintoa tutkimukseeni antoi lisäksi se, että ensimmäinen tutkimusvuosi oli vuosi 2000,

johon oli tunnetusti liitetty paljon odotuksia. Aineiston tutkimiseen vaikuttivat henkilökohtaisten kokemusteni ja tietojeni lisäksi myös ajankohta sekä kulttuuri. Näin ollen toinen henkilö jonakin toisena aikana tai toisesta kulttuurista voi saada kyseisestä aineistosta erilaisia tuloksia. Tämän vuoksi, on tutkimuksessani tärkeää korostaa, että muotikuvista tekemäni muoti-, trendi- ja tyylihavainnot sekä niiden analysointi ja tulkinta ovat yksilöllisiä näkemyksiäni muodin piirteistä tutkimiltani vuosilta 2000 ja 2010. Luotettavaksi tutkimuksen tekee tutkimuksen toistettavuus muotikuvien tulkitsemisessä käyttämilläni menetelmillä.

Tutkimuksessani selvitin tyylien merkityssuhteita hermeneuttisen menetelmän avulla. Kyseisellä menetelmällä sekä semioottisen että Marilyn DeLongin kehittämän kuva-analyysin avulla onnistuin muodostamaan tulkintoja niin annetuista trendiennusteista kuin Gloria-lehden muotikuvista. Näiden tulkintojen pohjalta kokosin uudet kokonaisuudet eli trenditaulut, jotka edustavat tutkimukseni lopputulosta, joka on mielestäni onnistunut ja sisällöltään monipuolinen.

Tutkittavan aineiston laajuuden vuoksi jouduin valitettavasti tekemään runsaasti tulosten karsintaa. Toiveenani olisi ollut päästä analysoimaan kutakin löytämäni trendiä ja sen elementtejä sekä merkityksiä vielä syvemmin. Tähän en voinut kuitenkaan tässä tutkimuksessa ryhtyä. Tutkimuksestani tulee selkeästi esille, miten tutkimusvuosien trendiennusteista ja muotikuvista ilmentyvät postmodernille kulttuurille tyypillinen yksilöllisyyden korostuminen, alkuperästään irrotettujen elementtien yhteen sulautuminen ja uusien merkitysten syntyminen.

On mielenkiintoista pohtia, mihin tässä tutkimuksessa selkeästi esille tullut globaali eklektismi johtaa. Millainen merkitys on sillä, että sekä taiteessa että muodissa vaikutteita ja elementtejä, irrotetaan, poistetaan, siirretään ja muokataan alkuperäisistä lähteistä ja että ne muuttuvat sekoittelun tuloksena? Uudessa yhteydessään ilmiöiden alkuperä usein unohdetaan ja uusia merkityksiä muodostetaan. On syytä pohtia, voiko tämä ilmiö olla jollakin tapaa vahingollista kulttuureille, niiden tasapainolle ja alkuperäisyydelle (esimerkiksi käsityökulttuurille)?

Globalisoituneen vaatetusmuodin seurauksia pohtii myös Kaiser (1985,515). Hän käsittelee teoksessaan muun muassa sitä, voiko yhteiskunnan globaalius, kulttuuristen elementtien runsas sekoittuminen ja asioiden liittäminen uusiin sosiaalisiin sekä kulttuurisiin konteksteihin hämärtää yksilöiden kulttuurista identiteettiä ja paikallisuuden tunnetta. Voidaankin pohtia, onko vallitseva ilmiö riski yksilön henkilökohtaiselle muun muassa pukeutumisella tapahtuvalle identiteetin ilmaisulle.

Tämän tutkimuksen perusteella ymmärrän Kaiserin teoksessaan esille tuomat kulttuurillisten elementtien sekoitteluun liittyvät riskit. Mikäli yhteisöt eivät vaali ja pidä oman kulttuurinsa erityispiirteitä yllä, on niillä vaarana hämärtyä ja sekoittua lopullisesti muuhun tarjolla olevaan kulttuurilliseen aineistoon. Tämän vuoksi toivon, että vaikka elementtejä jatkossakin luultavasti sekoitetaan ja saatetaan uusiin yhteyksiin, niiden alkuperää ei kuitenkaan unohdettaisi ja kulttuurien piirteet siirtyisivät myös tuleville sukupolville.

Kaiser (1985,515) näkee kyseisen ilmiön riskeistä huolimatta myös mahdollisuutena, jossa eri lähteistä omaksuttujen trendien paljous ja kulttuuristen elementtien kirjo, voivat johtaa demokraattisempaan globaaliin ymmärrykseen. Minä olen asiasta samaa mieltä. Tämä tutkimus osoittaa, miten globaali ja laaja trendiaineisto on tarjolla vaatesuunnittelijalle inspiraatioksi ja miten uskollisesti muoti toistaa näitä annettuja trendejä. Nykypäivän yksilöiden välinen tiivis vuorovaikutus edistää myös tulevaisuudessa kulttuurillisten elementtien sekoittumista. Tämä johtaa siihen, että kulttuurit yhtenäistyvät, koska vieraat elementit tulevat tutuiksi tai ne saavat uusia merkityksiä.

Hyödynnetäänpä kulttuurillisten sisältöjen ja aineistojen sekoittelua sitten taiteessa tai vaatesuunnittelijan työssä, ne antavat luovuudelle valtavasti inspiraatiota ja mahdollisuuksia. Tämän vuoksi uskon, että ympäri maailmaa leviävät trendit ja myös vaatesuunnittelijat vaikuttavat siihen, että tulevaisuudessa kulttuurien esteettiset elementit jatkavat sekoittumista ja sulautumista toisiinsa. Näin ollen myös muodin merkitys osana viestintää korostuu edelleen.

Tämän vuoksi koen tärkeänä perehtyä myös siihen, miten muoti on ilmennyt osana menneiden vuosien viestintää. Naisille suunnatut aikakauslehdet ovat eräs tärkeä väylä, jota kautta muotia tarjotaan kuluttajille. Jatkossa olisi mielenkiintoista toteuttaa tutkimus laajempaan ja kirjata ylös sekä ennusteita ja tyylejä että niiden toteutumista pidemmältä ajalta. Mielestäni olisi kiinnostavaa perehtyä aineistoon syvemmin ja etsiä siitä yhtymäkohtia kulttuuriin ja menneisiin muoteihin sekä selvittää ilmiön toistuvuutta ja toistumisajankohtien mahdollisia yhtymäkohtia. Tämän lisäksi olisi mielenkiintoista tutkia, minkälaiset ilmiöt kulttuurissa ovat saaneet (tietynä ajankohtana) aikaan muoti-ilmiöiden syntymisen ja yleistymisen.

Tutkimus keskittyisi tällöin trendien syklien tutkimiseen ja myös tulevaisuuden ennakkointiin, josta on vaatesuunnittelijan työssä suuresti hyötyä. Tutkimus olisi laajennettavissa myös lähemmäs yksilöä kuluttajana ja näin olisi mahdollista selvittää, mitä tyylejä lukijat omaksuvat heille tarjotuista valmiista esityksistä ja mitä nämä tyylit ja muodit merkitsevät heille. Kaupallisesta näkökulmasta olisi mielenkiintoista selvittää, mitkä asiat muotikuvien vaatteissa ja niiden sisällöissä sekä ilmeissä vetoavat esimerkiksi jonkin tietyn naistenlehden lukijakuntaan.

Uskon että myös tulevaisuuden suunnittelijoille muotilehdet, ovatpa ne sitten sähköisessä tai paperisessa muodossa, ovat yhä oiva keino tuoda esille omia tuotteita. Lehtien muotikuvissa suunnittelijoiden vaatteet on usein esitetty muiden samaan (elämän)tyyliin sopivien tuotteiden kanssa, joista kuluttaja voi huomioida häntä kiinnostavat. Vaatteet esitellään vaatemerkkejä, tyylejä sekä mallistoja sekoitellen, toisin kuin esimerkiksi muotinäytöksissä, joissa tuotteet tuodaan usein esille kokonaisina mallistoina suunnittelijoiden näkemysten mukaisesti. Muotilehtien kuvat voivat vedota kuluttajaan enemmän siksi, että niissä sekoitellaan ja yhdistellään kyseisiä tuotteita mallien ylle ja luodaan samalla mitä monilukuisimpia tyylejä. Näin kuluttajat tekevät tuotteille oikeassa elämässäkin ja pyrkivät samalla luomaan omaa yksilöllisyyttään ja identiteettiään.

Lähteet

Painetut lähteet:

Anttila, Pirkko: Ilmaisuu, teos, tekeminen ja tutkiva toiminta. Artefakta 16. Hamina: Akatiimi Oy, 2005.

Brannon, Evelyn. L.: Fashion forecasting. New York: Fairchild, 2005.

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

DeLong, Marilyn: The way we look. Dress and aesthetics. Second edition. United States of America: Fairchild Publications, 1998.

Entwistle, Joanne: The Fashioned body: Fashion, dress and modern social theory. Cambridge: Polity Press, 2000.

Featherstone, Mike: Consumer Culture and Postmodernism. Second edition. Los Angeles: SAGE Publications, 2007.

Fiske, John: Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen. Tampere: Vastapaino, 1992.

Frings, Gini: Fashion from concept to consumer. Eighth edition. New Jersey: Pearson education, Inc. 2005.

Horn, Marilyn, J.: The second skin. An interdisciplinary study of clothing. Second edition. Boston: Houghton Mifflin company, 1975.

Kaiser, Susan B: The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment. New York: Macmillan Publishing Company, 1985.

Koskennurmi–Sivonen, Ritva: Creating a unique dress. A study of Riitta Immonen's creations in the Finnish fashion house tradition. Helsinki. Akatiimi, 1998.

Koskennurmi - Sivonen, Ritva & Raunio Anna-Mari: Vaatekirja. Helsingin yliopiston Kotitalous- ja käsityötieteiden laitos. Helsinki: Yliopistopaino, 2003.

Laiho, M. & Leino, R.: Erojen leikki. Muodin jäljillä. Helsinki: Gaudeamus, 1988.

Lurie, Alison: The language of clothes. New York: Henry Holt and company, 2000.

Lipovetsky, Gilles: The empire of fashion. Dressing Modern Democracy. Princeton: N.J.: Princeton university Press, 1994.

McCracken, Grant: Culture & Consumption. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1988.

Maffesoli, Michel: Maailman mieli. Yhteisöllisen tyylin muodoista. Helsinki: Gaudeamus, 1995.

Nuutinen, Ana: Edelläkävijät. Hiljainen, implisiittinen tieto muodin ennustamisessa. Taideteollinen korkeakoulu. Saarijärvi: Ilmari Publications, 2004.

Perna, Rita: Fashion Forecasting. A Mystery or a method? New York: Fairchild Publications, 1995.

Ruohonen, Sinikka: Nuorten pukeutuminen. Erottautumista, elämyksiä ja harkintaa. Joensuu University Press Oy, 2001.

Simmel, Georg: Muodin filosofia. Helsinki: Odessa, 1986.

Sproles, George. B & Burns, Leslie Davis: Changing appearances. understanding dress in contemporary society. New York: Fairchild Publications, 1994.

Uotila, Minna: Pukeutumisen kuva. Fenomenologis - eksistentiaalinen lähestyminen pukeutumiskuvien tekemiseen ja tulkintaan. Helsinki: Yliopistopaino, 1994.

Opinnäytteet:

Turunen Arja 2002: Marimekkoihmisiä ja marimekkomuotia: etnologinen tutkimus Marimekosta pukeutumislmiönä. Jyväskylän yliopiston julkaisuarkisto. jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/8109 [Julkaistu painettuna: Etnologian laitos, Jyväskylän yliopisto, 2002.]

Internet-lähde:

Modernismi ja postmodernismi

<http://www.jyu.fi/taiku/aikajana/taidehist/th_ny_modernismi.htm> Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 8.6.2012.

NOMO <http://www.nomojeans.com/nomo/how_nomo_works> Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 11.6.2012.

Surrealismi<<http://virtuaaliyliopisto.jyu.fi/aikajana/modernismi/1900-luvun-modernismi/surrealismi>> Päivitetty 22.9.2006. Luettu 13.6.2012.

Vaaleanpunainen<<http://www.coloria.net/varit/vaaleanpunainen.htm>> Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 5.10.2012.

Valkoinen<<http://www.coloria.net/varit/valkoinen.htm>> Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 18.6.2012.

Verkkojulkaisut:

Henderson Betsy & Marilyn DeLong 2000: Dress in a Postmodern Era: An analysis of aesthetic expression and motivation.

www.ctr.sagepub.com/content/18/4/237

— Clothing and Textiles Research Journal, Vol.18, No.4/237. www.sagepublications.com

Artikkelit:

- Catwalk kevät 2000. – MuotiMaailma 1/00 s.83-90.
- Dursse Anneli 2000: Värien ja volyymien talvi 2000/01.– MuotiMaailma 1/00 s.3.
- Etninen innostus. – MuotiMaailma 1/00 s. 16–23.
- Hienonen, Kati 2000: Cross Couture. – Gloria 4/00 s.78–83.
- Hämärästä sarastukseen. Intercolorin väriennuste syksy - Talvi 2000–2001.
– MuotiMaailma 5/99 s.86
- Häkkinen, Milla 2000: Kultakuume.– Gloria 9/00 s.68–69.
- Jouhki, Marjut & Karske, Miina 2010: Myrskyluodon Gloria.– Gloria 7/10 s.48–65.
- Karske, Miina 2010: Hulmuava kaftaani.– Gloria 2/10 s.45.
- Karske, Miina 2010: Kestävä takki.– Gloria 3/10 s.43.
- Karske, Miina 2010: Mia ihmemaassa.– Gloria 4/10 s.60–63.
- Kesä 2000. Promostyl: Promostyl esittelee kesään 2000 neljä erilaista teemaa.–
MuotiMaailma 2/99 s. 84–85.
- Kesä 2000. – MuotiMaailma 4/99 s. 108–115.
- Koivula, Emma 2000: Gloria elokuvissa.– Gloria1/00 s.24.
- Kokko, Liisa 2010: Valkeus tuli.– Gloria 1/10 s.39.
- Kokko, Liisa 2010: Muodin kevät 2010. – Gloria 1/10 s.42–53.
- Kokko, Liisa 2010: Rönsyilijän tyyli.– Gloria 2/10 s.45.
- Kokko, Liisa 2010: Mekolle töitä.– Gloria 3/10 s.87–91.
- Kokko, Liisa 2010: Väri on voittaja.– Gloria 4/10 s.80–85.
- Kokko, Liisa 2010: Sukella siniseen.– Gloria 5/10 s.56.
- Kokko, Liisa 2010: Sähköttä päivään.– Gloria 5/10 s.58.
- Kokko, Liisa 2010. Muodikas matelija.– Gloria 6/10 s.53.
- Kokko, Liisa 2010: Sekaisin kukista.– Gloria 6/10 s.52.
- Kokko, Liisa 2010: Seesteisten sävyjen sylissä.– Gloria 8/10 s.43.
- Kokko, Liisa 2010: Lavalle astuu huikea syysmuoti.– Gloria 8/10s.44–60
- Kokko, Liisa 2010: Syvälliset sävyt.– Gloria 9/10 s. 73.
- Kokko, Liisa 2010: Mustaa valkoisella.– Gloria 9/10 s.75.
- Kokko, Liisa 2010: Hillitty harmonia.– Gloria 9/10 s.77.
- Kokko, Liisa 2010: Värien voimalla töihin.– Gloria 9/10 s.98–103.
- Koskinen, Henna 2010: Hullun hieno.– Gloria 9/10 s.89 - 97.
- Lindegren, Riitta 2000: Kevätmuoti jättää hyvästit harmaalle.– Gloria 2/00 s.7.

Lindegren, Riitta 2000: Toukokuu 2000.– Gloria 5/00 s. 9.

Lindegren, Riitta 2000: Merkintöjä muotimessuilta.– Gloria 9/00 s.80–81.

Lindegren, Riitta 2000: Syyskuu2000.– Gloria 9/00 s.9.

Muurimäki, Milla 2010: Kaksilahkeiset.– Gloria12/10 s.110–116.

Niitti, Teri 2010: Lupa paljastaa.– Gloria 2/10 s.76–83.

Niitti, Teri 2010: Pääosassa Sherlock Holmes.– Gloria 3/10 s.74–84.

Niitti, Teri 2010: Muodin uudet muodot.– Gloria 5/10 s.68–77.

Niitti, Teri 2010: Upea & edustava.– Gloria 8/10 s.64–73.

Niitti, Teri 2010: Kissa kuumalla kadulla.– Gloria 10/10 s.78–85.

Niitti, Teri 2010: Satumainen jouluku.– Gloria 12/2010 s.68 - 98.

Nuoret urbaanit.– MuotiMaailma 1/00 s.50–53.

Pentti, Mila 2010: Kaikki pelissä.– Gloria 7/10 s.68–72)

Pentti, Mila 2010:Kesäpäivä rannalla.– Gloria 7/10 s. 76 - 85.

Puolakka, Liisa 2000: Trendien näkijä.– Gloria1/00 s.30.

Rosma, Kaija 2000: Anni Sinnemäki. Sankaritar, jossa on särmää.– Gloria 1/00 s. 100–105.

Rosma, Kaija 2000: Jo vihertää.– Gloria 2/00s. 78–81.

Rosma, Kaija 2000: Kevään merkki.– Gloria5/00 s.82–85.

Rosma, Kaija 2000: Ruusunen.– Gloria7/00 s.46–51.

Rosma, Kaija 2000: Hehkeänä herrainkuosissa.– Gloria 9/00 s.70–75.

Rosma, Kaija 2000: Tyylipuhdas täyskaato.– Gloria 11/00s. 92–95.

Salovaara, Johanna 2000: Trendit Talvi 00-01. – MuotiMaailma 1/00 s.5-14.

Salovaara, Johanna 1999: Talven huippumuoti.– MuotiMaailma 4/99 s.34–39.

Smolander, Tarja 1999: Sporttinen ja moderni kevät 2000.
– Muotimaailma 5/99 s.69–70.

Sykkö, Sami 2010: Ihmetyttö. – 2/10 s.54–59.

Vakkamaa, Riikka 2000: Korucoctail. – Gloria 1/00s. 62–67.

Vakkamaa, Riikka. Suomalaiset bisneshuiput. – Gloria 2/00 s.66–70.

Vakkamaa, Riikka 2000: Pariisi – Milano – New York – Muoti 2000. – Gloria 2/00 s.56–65.

Vakkamaa, Riikka 2000: Glorian kevät muoti. – Gloria 2/00 s.50–55.

Vakkamaa, Riikka 2000: Toinen iho – Gloria 2/00 s.70 - 77.

Vakkamaa, Riikka 2000: Suuri sininen.– Gloria 3/00 s.98 - 105Vakkamaa, Riikka 2000: Arvokkaalla vaihteella — Gloria 5/00 s.64–71.

Vakkamaa, Riikka 2000: Maitokahvilla.– Gloria 5/00 s.79.
Vakkamaa, Riikka 2000: SyysMuoti 2000.– Gloria 8/00 s.84–91.
Vakkamaa, Riikka 2000: Hittilista.– Gloria 9/00 s. 58–68.
Valon kesä 2000. Intercolorin väriennuste kevät- kesä 2000.– Muotimaailma 2/99 s.94.
Vekkeli, Pirkko. Trendien näkijä. – Gloria 2/00 s.30–33.
Vesala, Minttu 2000: Kuuran taikaa.– Gloria 1/00 s.56–61.
Vesala, Minttu 2000: Tilaa maailmanmerkeille. – Gloria 2/00 s.86–91.
Värien voitto.– MuotiMaailma 1/00 s. 24–37.

Muut lähteet:

Promostyl: Women`s Trends Summer 10.
Promostyl: Women`s Trends Winter 10/11.

Kuvaluettelo

KUVA 1. Jean-Paul Gaultier spring-summer 2010 collection

<<http://frillr.com/?q=node/16566>> Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 30.10.2012.

KUVA 2. Gloria 2/10,79

KUVA 3. Muotimaailma 2/99,94

KUVA 4. Muotimaailma 5/99,86

KUVA 5. Kesä 2011< <http://www.icfin.com/DowebEasyCMS/?Page=Kaudenvarit>>

Päivitetty syyskuu 2012. Luettu 5.10.2012

KUVA 6. Talvi 2010-11

< <http://www.icfin.com/DowebEasyCMS/?Page=Kaudenvarit>> Päivitetty syyskuu 2012. Luettu 5.10.2012

KUVA 7. Gloria 6/00, 58

KUVA 8. Gloria 7/00,48

KUVA 9. Gloria 2/00,77

KUVA 10. Gloria 6/00,69

KUVA 11. Gloria 3/00,100

KUVA 12. Gloria 9/10,101

KUVA 13. Gloria 8/10,55

KUVA 14. Gloria 4/10,14–15

KUVA 15. Gloria 5/10,70

KUVA 16. Gloria 9/10,12–13

KUVA 17. Kuvat 1 - 4: Gloria 5/00, 57, 9/00,54, 5/00, 57, 5/00, 55

KUVA 18. Gloria 8/10, 60

KUVA 19. Gloria 8/10, 51

KUVA 20: Gloria 11/00,133

KUVA 21: Gloria 3/10,76

LIITE 1. Trenditaulu 1: Urheilumuoti

Kuvat 1-6 Gloria-lehdestä:

6/00,58, 1/00,61, 5/00,66, 1/00,105, 6/00,54, 1/00,67

LIITE 2. Trenditaulu 2: Kerroksellisuus

Kuvat 1-7 Gloria-lehdestä:

5/00,62, 7/00,48, 9/00,13, 7/00,51, 11/00,33, 12/00,60, 5/00,85

LIITE 3. Trenditaulu 3: Etnisyys

Kuvat 1-8 Gloria-lehdestä:

2/00,77, 4/00,83, 5/00,56, 2/00,58, 9/00,61, 4/00,78,2/00,81,2/00,75

LIITE 4. Trenditaulu 4: Toimistovaatemuoti

Kuvat 1-6 Gloria-lehdestä:

10/00, 149, 8/10,43, 2/00,39, 2/00,66, 3/00,98, 6/00,68

LIITE 5. Trenditaulu 5: Pelkistetty naisellisuus

Kuvat 1-6 Gloria-lehdestä:

2/00,56, 5/00,71, 5/00,75, 2/00,89, 2/00,54, 3/00,100

LIITE 6. Trenditaulu 6: Luonnon elementit

Kuvat 1-8 Gloria-lehdestä:

2/10,49, 1/10,48, 3/10,25, 1/10, 52, 5/10/9, 4/10,11, 9/10,101

LIITE 7. Trenditaulu 7: Luksus ja ylellisyys

Kuvat 1-7 Gloria-lehdestä:

1/10,39, 8/10,73, 8/10,51,8/10,55,10/10,88.

LIITE 8. Trenditaulu 8: Urheilu ja vapaa-aika

Kuvat 1-8 Gloria-lehdestä:

1/10,51,1/10,46, 7/10,68, 7/10,51, 7/10, 84, 7/10,71, 4/10,15

LIITE 9. Trenditaulu 9: Etniset elementit

Kuvat 1-7 Gloria-lehdestä:

2/10,45, 10/10,91, 5/10,70, 8/10,49, 9/10,72, 2/10,45, 4/10,83

LIITE 10. Trenditaulu 10: 1980 - luvun vaikutteet

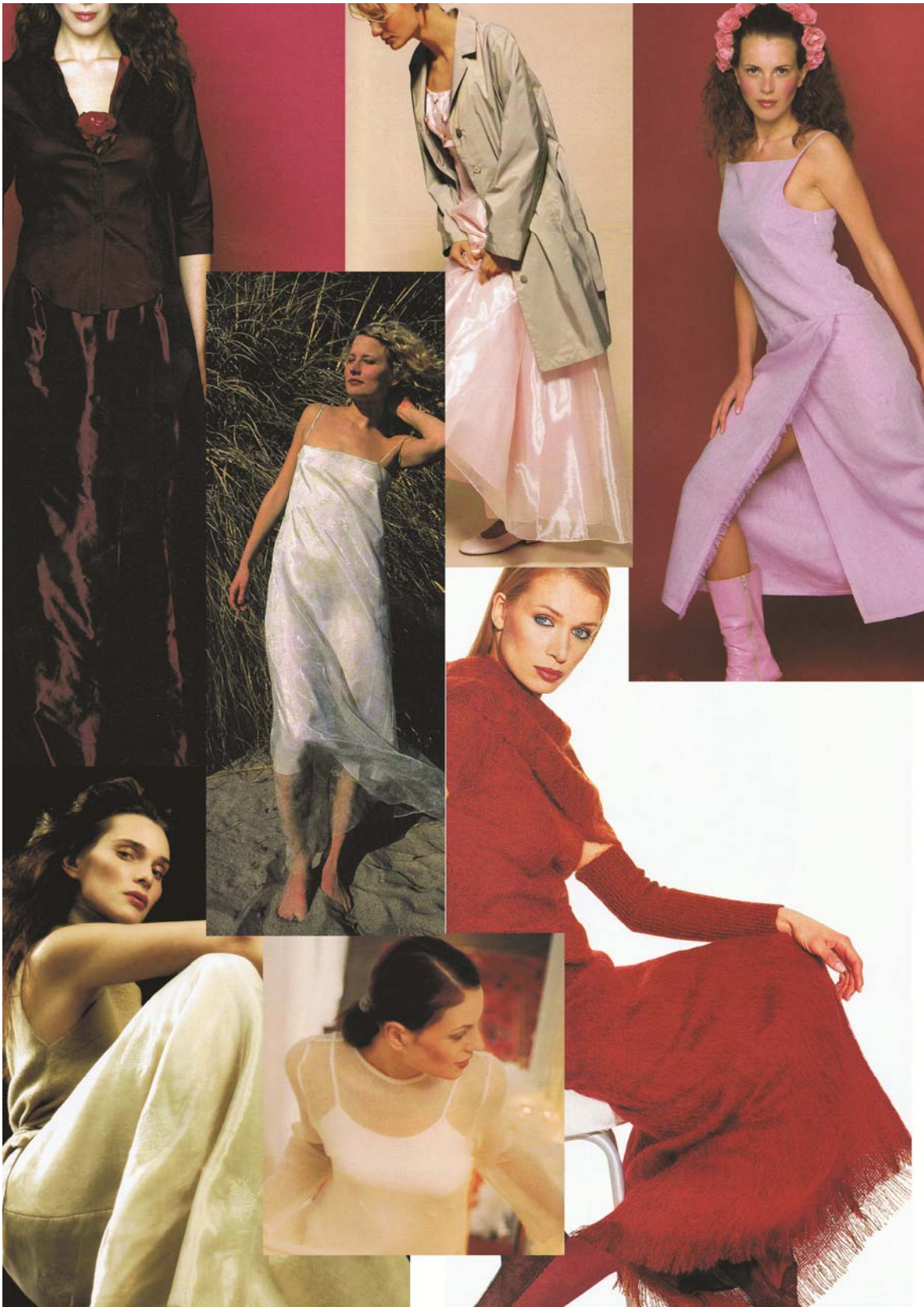
Kuvat 1-7 Gloria-lehdestä:

4/10,74, 2/10,56, 10/10,113, 10/10,79, 9/10,13, 4/10,81, 10/10,

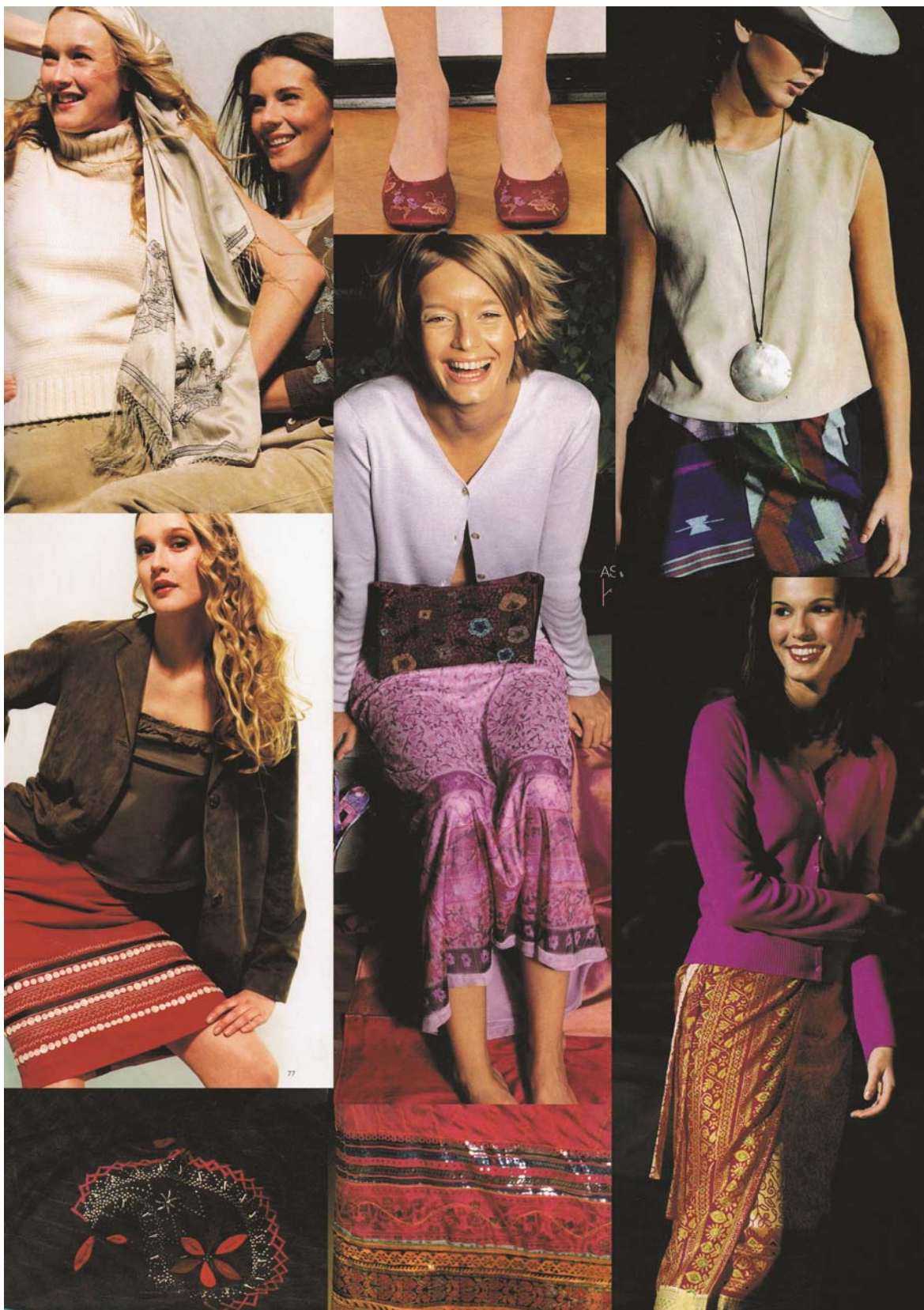
LIITE 1. Trenditaulu 1: Urheilumuoti



LIITE 2. Trenditaulu 2: Kerroksellisuus



LIITE 3. Trenditaulu 3: Etnisyys



LIITE 4. Trenditaulu 4: Toimistovaatemuoti



LIITE 5. Trenditaulu 5: Pelkistetty naisellisuus



LIITE 6. Trenditaulu 6: Luonnon elementit



LIITE 7. Trenditaulu 7: Luksus ja ylellisyys



LIITE 8. Trenditaulu 8: Urheilu ja vapaa-aika



LIITE 9. Trenditaulu 9: Etniset elementit



LIITE 10. Trenditaulu 10: 1980 - luvun vaikutteet

