

”Nothing wrong with a bit of healthy competition”

Keskustelu selfie-kulttuurin konventioista ja kehoihanteista Celeste Barberin parodiakuvissa

Kaisu Kälviäinen

Pro gradu -tutkielma

Mediatutkimus

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Turun Yliopisto

Kesäkuu 2020

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

Sisällysluettelo

1 Johdanto	1
1.1 Itserepresentaatio ja selfie-kulttuuri	1
1.2 Instagram, Internet-julkisuus, mikrojulkisuus ja henkilöbrändääminen	4
1.3 Celeste Barber ja parodia	6
1.4 Tutkielman lähtökohdat	9
1.4.1 Aineisto	9
1.4.2 Tutkimuskysymykset	10
1.4.3 Tutkimusmenetelmät, viitekehys ja tutkimusperinne	10
1.4.4 Tutkielman rakenne	12
2 Selfie-kulttuurin konventiot ja julkisuus Instagramissa	13
2.1 Itserepresentaatio ja Instagram	13
2.2 Instagram-julkisuus ja henkilöbrändääminen	16
2.3 Celeste Barberin parodiakuvat – mille nauretaan ja miksi	20
3 Celeste Barberin parodiakuvat vaikuttamisen keinona	28
3.1 Kuinka parodia toimii – ironia, satiiri ja huumori	28
3.2 Parodian tulkitseminen – keskustelunavaukset Celeste Barberin parodiassa	33
3.3 Vastamainoskulttuuri ja Celeste Barberin parodiakuvat	36
3.4 Selfie-kulttuurin turhamaisuuden kritiikki Celeste Barberin parodiakuvissa	40
4 Keskustelunavaukset naisrepresentaatiosta ja kehoihanteista Celeste Barberin parodiassa	46
4.1 Sukupuolen performatiivisuus ja naisrepresentaatio mediakuvastossa	46
4.2 Naisrepresentaatio Celeste Barberin parodioimissa kuvissa	50
4.3 Keskustelu kehoihanteista Celeste Barberin parodiakuvissa	54
4.3.1 Laihuusihanne	56
4.3.2 Atleettisuus ja fitness-kuvat	59
4.3.3 Ihannerinnat	61
4.3.4 Naiskehon haluttavuus ja äitiys	62
4.4 Vastakkainasettelu Celeste Barberin parodiakuvissa	64
5 Lopuksi	66
Lähteet	69
Aineisto	73

1 Johdanto

Celeste Barber on australialainen koomikko, joka parodioi Instagram-tilillään julkisuuden henkilöiden selfieitä. Parodian kohteeksi valikoituneet kuvat ovat rohkeita otoksia, kuten kuvista, joissa esiintyy paljasta pintaa, yleensä sanotaan. Barber toistaa perässä, riisuutuu ja tekee oman huvittoman versionsa julkisuuden henkilöiden kuvista. Olen seurannut Celeste Barberin käyttäjätiliä Instagramissa muutaman vuoden ajan. Huvitun aina nähdessäni Barberin parodiakuvia puhelimeni näytöllä Instagramin kuvasyötettä selatessani. Naurunpyrähdyksen lisäksi kuvat herättävät tunteita ja ajatuksia. Kun katsoo koomisten piirteiden ohi huvittavaa pintaa syvemmälle, kuvista löytyy paljon asiaa.

Pro gradu -tutkielmassani analysoin Celeste Barberin Instagram-tilin @celestebarber¹ parodiakuvia. Celeste Barber nousi kansainväliseen tietoisuuteen vuonna 2015 alkaessaan parodioida julkisuuden henkilöiden kuvia Instagramissa. Tilillä on yli 7 miljoonaa seuraajaa², ja Barber julkaisee kuvia edelleen noin viikoittain. Pureudun tutkielmassani siihen, millaisin keinoin Celeste Barberin parodia ottaa kantaa selfie-kulttuurin konventioihin sekä julkisuuden henkilöiden Instagram-kuvien kapeaan naisrepresentaatioon. Osoitan, kuinka parodian keinoin käydään keskustelua niin kuvien ottamiseen ja jakamiseen liittyvistä käytännöistä kuin naisiin kohdistuvista ulkonäköihanteista. Erittelen, kuinka Celeste Barber onnistuu parodian keinoin tekemään näkyväksi käytännöt kuvien ottamisen taustalla sekä huomauttamaan naisrepresentaation yksipuolisuudesta ja kapeista kehoihanteista, joita julkisuuden henkilöiden Instagram-kuvat ylläpitävät.

1.1 Itserepresentatio ja selfie-kulttuuri

Valokuvat ovat aina olleet tapa ilmaista identiteettiä. Nyt kuvia käytetään enemmän kuin koskaan omakuvamme muotoiluun ja itsemme esillepanoon eli itserepresentaatioon. (Marwick 2015, 141, Sit. Winston 2013, 4–5.) Crystal Abidin (2018, 10) esittelee kirjassaan *Internet Celebrity – Understanding Fame Online* P. David Marshallin jaottelun representationaaliseen ja presentaationaalisen median välillä. Ennen digitaalisen median aikakautta ihmisiä, heidän identiteettejään ja kulttuurejaan

¹ Celeste Barberin Instagram-tili @celestebarber: <https://www.instagram.com/celestebarber/?hl=fi>.

² Seuraajamäärä on tarkistettu 27.5.2020.

kuvattiin mediassa esityksinä, joiden muotoiluun pääsi vaikuttamaan vain toimimalla tuotantoprosessissa. Tällaiset mediaesitykset siis representoivat. Yleisön jäsen ei voinut muuta kuin toivoa, että hän ja ihmisryhmä, johon hän identifioituu, tulisi edustetuksi. Joku muu valikoi, ketkä tulevat representoiduiksi ja kuinka. (ibid.)

Internetin myötä ihmisten on mahdollista esittää itsensä muille sekä kontrolloida sitä, kuinka itseä esitetään. Tällöin kyse on presentoinnista, koska edustettu henkilö ei tule esitetyksi toisen ihmisen ehdoilla, vaan edustaa itse itseään omine ehtoineen. Itserepresentaatiossa on kyse tällaisesta itsensä presentoinnista, jonka presentationaaliset mediat kuten sosiaalisen median alustat mahdollistavat. (Abidi 2018, 10) Itserepresentaatiota harjoitetaan sosiaalisen median kautta, jonka ansiosta kuvien jakamisesta on tullut nopeaa ja vaivatonta. Internetistä onkin tulossa jatkuvasti entistä visuaalisempi media. Esimerkiksi Facebookiin ladataan päivittäin 350 miljoonaa kuvaa, ja yli 90 % teini-ikäisistä Facebook-käyttäjistä lataa sivustolle kuvia itsestään (Marwick 2015, 141–142, Sit. Madden ym. 2013).

Selfie on kuva, jonka henkilö on ottanut itsestään. Tavallisimmin selfie otetaan älypuhelimien etukameralla. Yksi tapa ottaa selfie on ottaa kuva omista kasvoista pitäen puhelinta koko käsivarren mitan päässä yläviistossa³. Jos kuvaan halutaan mahduttaa koko vartalo ja vaikkapa taltioida tyylikäs asukokonaisuus, onnistuu tämä ottamalla itsestä kuva peilin kautta eli peilselfien. Selfieihin liittyy oleellisesti mahdollisuus jakaa se sosiaalisessa mediassa. Selfieitä otetaankin useimmiten sillä ajatuksella, että jos kuva onnistuu ja on ottajansa mielestä julkaisukelpoinen, se saatetaan julkaista muiden nähtäville. Julkaisukelpoisten kuvien valikoiminen on tärkeää työtä, sillä selfiet ovat itseilmaisun väline. Selfieiden avulla muotoillaan omakuvaa, ymmärretään toisia, sekä rakennetaan ja ylläpidetään suhteita, identiteettejä ja statuksia. (Tiidenberg 2018, 7.) Selfiet nousivat ilmiöksi vuosikymmenen alussa sosiaalisessa mediassa lähinnä nuorten keskuudessa. Muutamassa vuodessa selfie-ilmiö levisi kaikkialle ja selfiet vakiinnuttivat asemansa. Vuonna 2013 jopa yhdysvaltain presidentti Barack Obaman nähtiin ottavan selfie Nelson Mandelan muistotilaisuudessa⁴.

³ Kuvakulmaa, jossa kuva otetaan ylhäältä päin, kutsutaan nimellä ”MySpace angle” (Marwick 2015, 141).

⁴ Barack Obama nähtiin ottavan ryhmäselfietä yhdessä Iso-Britannian pääministeri David Cameronin ja Tanskan pääministeri Helle Thorning-Schmidtin kanssa Nelson Mandelan muistotilaisuudessa vuonna 2013. Selfietä ei koskaan julkaistu, mutta kuvan ottamisesta aiheutui kohu, sillä tilannetta ei pidetty soveliaana selfien ottamiselle. (”Art at Arm’s Length: A History of the Selfie”, Saltz, Jerry, 26.1.2014: <https://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>.)

Tutkielmassani laajennan selfie-tutkimuksen koskemaan myös kuvia, jotka eivät ole tiukan määritelmän mukaan selfieitä. Tiidenbergin (2018, 7) mukaan selfie otetaan itsestä tai vaikkapa yhdessä kaverin kanssa, joko ojennetun käden avulla tai peilaavaa pintaa vasten. Tiidenberg kuitenkin huomasi selfieiden määritelmän laajenevan ja rajojen muuttuvan aina vain häilyvämmiksi mitä pidempään selfieiden rajoista keskusteltiin. Kaikki Celeste Barberin parodiakuvat eivät ole puhelimen etukameralla itsestä otettuja kuvia. Useimmiten kuvan on ottanut valokuvassa esiintymätön henkilö. Selfieissä kuvan ottamisen tapaa oleellisempia piirteitä ovat itserepresentationaalisuus, kuviin liittyvät konventiot, sekä menetelmät, joita kuvien ottamiseen ja jakamiseen liittyy. Itsestä otetut ja sosiaaliseen mediaan jaetut kuvat ajavat selfieiden kanssa samaa käyttötarkoitusta ja toimivat itseilmaisun välineinä, vaikka kuvan olisi ottanut joku muu kuin henkilö itse. Selfie-kulttuurilla viitataan selfieihin liittyviin konventioihin ja jakamisen kulttuuriin. Käytännöt kuten kuvien ottaminen, muokkaaminen jakaminen, julkaiseminen, toisten jakamista kuvista tykkääminen sekä kuvien poistaminen palvelusta ovat osa selfie-kulttuuria (Tiidenberg 2018, 6). Nämä käytännöt kiinnittyvät sosiaalisessa mediassa itsestä jaettuihin kuviin, olivat ne kirjaimellisia selfieitä tai itsestä toisen henkilön avustuksella otettuja kuvia.

Barberin parodioimat kuvat toimivat kontrolloituina ja harkittuina itsensä esityksinä, joiden avulla henkilöt pitävät yllä identiteettiä sekä asemaansa. Selfie-tutkimus soveltuu aineistoni analyysin välineeksi, sillä selfieissä on kyse omakuvan kontrolloimisesta. Kuten sanottua, sosiaaliseen mediaan julkaistavat kuvat kiinnittyvät kaikki itserepresentaatioon, jota sosiaalisen mediassa harjoitetaan. Sosiaalisen median kuvat ovat esityksiä, joilla ylläpidetään ja muotoillaan omakuvaa. Selfie-tutkimuksessa selfieitä on kuvattu uudenaikaisena voimaannuttavana itserepresentaation käytäntönä (Marwick 2015, 141, Ks. Tiidenberg & Gómez Cruz 2015). Kaisu Hynnä (2018, 67) on tutkinut selfieitä ja kirjoittanut selfieistä affektiivisena käytäntönä. Hynnän mukaan selfieiden avulla on mahdollista tehdä omakuvaan ja kehosuhteeseen liittyvää identiteettityötä. Selfieistä on kuitenkin puhuttu myös paljon narsismiepidemiana (Marwick 2015, 141). Varsinkin nuorten vanhemmat olivat selfie-ilmiön alkuaikoina huolissaan lastensa uudesta tavasta, ”turhamaisesta keikistelystä”⁵ kameran edessä.

⁵ Daily Mailin lukija-artikkelissa (2013) äiti Shona Sibary ilmaisee huolensa koskien nuorten tyttöjen turhamaisilta julkkiksilta matkittua tapaa ottaa itsestään selfieitä huulet mutrussa: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2299619/Selfie-photo-craze-The-pouting-pictures-I-fear-daughter-end-regretting.html>

Selfieistä on tullut vuosikymmenen sisällä oma valokuvauksen genrensä konventioineen ja kliseineen (Marwick 2015, 141). Konventiot nousevat Barberin kuvissa huomionkohteeksi. Barberin kuvat tekevät näkyväksi sen, kuinka selfiet rakentuvat kliseisistä piirteistä, joista on tullut kyseenalaistamaton osa selfieiden ottamisen konventioita. Tällaisia piirteitä ovat muun muassa kuvakulmat, poseeraukset ja ilmeet, joita opitaan toisten käyttäjien kuvista. Barberin parodiakuvia katsoessaan ymmärtää, kuinka kontrolloituja selfieiden osat todellisuudessa ovat. Alkuperäiset kuvat alkavat näyttää jopa teennäisiltä. Barberin parodia kommentoi huumorin keinoin selfie-kulttuurin turhamaisuutta, mutta koko selfie-ilmiötä ei ole mielekästä kiteyttää turhamaiseen taipumukseen. Narsisminäkökulma ei ole selfie-kulttuurin ymmärtämisen kannalta kovin hedelmällinen eikä kiinnosta minua tutkimussuuntauksena. Silti en voi olla käsittelemättä tutkielmassani turhamaisuuden kritiikkiä, jota Celeste Barberin parodiakuvista löytyy. Barber ikään kuin tekee parodian keinoin tämän selfieiden turhamaiseksi tuomitun puolen näkyväksi. Yhtäältä Barber huomauttaa selfieiden suunnitelmallisesti ja harkitusti tuotetusta luonteesta. Toisaalta parodia suhtautuu kriittisesti julkisuuden henkilöiden paljastaviin Instagram-kuviin ja saa pohtimaan, kuinka kapeaa kauneusihannetta kuvat välittävät.

1.2 Instagram, Internet-julkisuus, mikrojulkisuus ja henkilöbrändääminen

Instagram on Kevin Systromin sekä Mike Kriegerin vuonna 2010 lanseeraama kuvapalvelu. Instagramin mobiiliapplikaatio eli puhelimella käytettävä sovellus on saatavilla iOS ja Android käyttöjärjestelmille. Vuonna 2012 Facebook osti Instagramin biljoonalla dollarilla, joten Instagram on nykyisin Facebookin omistuksessa (Marwick 2015, 137). Instagramin toimintaperiaatteena on käyttäjälähtöinen sisällöntuotanto. Sovelluksessa käyttäjät jakavat alustalle elämäänsä kuvien muodossa. Käyttäjät siis lataavat alustalle kuvia, joita palvelun muilla käyttäjillä on mahdollisuus katsella ja kommentoida. Sovelluksen tärkeimpiin ominaisuuksiin kuuluu mahdollisuus tykätä muiden käyttäjien kuvista ja seurata muita käyttäjiä. Instagramissa julkaistaan päivittäin 95 miljoonaa kuvaa, joista suurin osa on selfieitä (Tiidenberg 2018, 5). Julkaisemalla alustalle kuvia käyttäjät rakentavat käyttäjätileistään eli profiileistaan omansa näköisiä. Instagram pohjautuu vahvasti visuaalisuuteen, onhan alusta tarkoitettu pohjimmiltaan kuvien jakamiseen. Julkaisujen yhteyteen voi kirjoittaa kuvatekstin, mutta kuvasyötettä selatessa kuvatekstistä näkyy kuvan alapuolella vain ensimmäinen rivi. Sovelluksessa

kommunikoidaan vahvasti kuvien voimalla, ja kuvatekstit ovat vain lisä, jonka voi klikata näkyviin halutessaan tietää enemmän kuvan kontekstista ja julkaisijan ajatuksista.

Julkisuus on Internetin aikakaudella muuttunut yhä vain monimuotoisemmaksi, kun kanavia, joilla voi kerryttää huomiota sekä seuraajia, syntyy lisää koko ajan. Kun ennen julkisuuden henkilö eli julkkis tuli kuuluisaksi esimerkiksi roolisuorituksestaan elokuvassa, voi nykyisin julkisuutta saavuttaa omatoimisesti tuottamalla kotitekoista sisältöä Internetin kiertoon. Julkisuuden painopisteen muutokseen ja Internet-julkisuuteen liittyy demoottiseksi käännteeksi (*demotic turn*) kutsuttu vaihe, jolloin tavallisten ihmisten kokemusmaailmasta kiinnostuttiin (Abidin 2018, 5). Käänteeseen johti muun muassa lukemattomien tosi-tv-ohjelmakonseptien syntyminen, mutta antoi samalla jalansijaa Internet-julkisuudelle. Demoottiseen käännteeseen kiinnittyy oletus, että tavalliset ihmiset eli ”tavikset” ovat aidompia, eivätkä pyri olemaan yhtä harkittuja ja hillittyjä kuin julkisuuden henkilöt, joiden tavoitteena on pitää imagoaan yllä. Internet-julkisuus ohittaa perinteistä julkisuutta kuten näyttelijöitä tai pop-artistejä tuottavien rakenteiden kontrollin. (ibid., 9–11.) Sisällöntuottaja itse valikoi, mitä asioita hän haluaa jakaa yleisölleen ja millaisella sisällöllä hän lähtee tavoittelemaan seuraajia ja suosiota.

Kun perinteisen julkisuuden henkilöt eli *julkkikset* usein hakevat etäisyyttä yleisöönsä ja pyrkivät pitämään yksityiselämänsä tapahtumat poissa juorulehtien sivuilta, Internetissä elämäänsä jakavat henkilöt herättävät yleisönsä kiinnostuksen nimenomaan paljastamalla yksityiskohtia yksityiselämästään. Siinä, missä perinteinen julkisuus koostuu hallituista esityksistä julkkiksen imagon eduksi, Internet-julkisuus pelaa intiimiydellä, joka näyttäytyy välittömämpänä ja suunnittelemattomampana kuin perinteinen julkisuus. Mikrojulkisuus on Internet-julkisuuden muoto, joka perustuu yleisön ja julkisuuden henkilön eli julkkiksen väliseen vastavuoroisuuteen sekä yhteyden tunteeseen. Mikrojulkkis on kuuluisa intiimimmän ja pienemmän yhteisön sisällä. (Abidin 2018, 11.) Mikrojulkkis on esimerkiksi tunnettu tietyllä sosiaalisen median alustalla omista seuraajistaan koostuvan yhteisön keskuudessa. Esimerkiksi Celeste Barber on Instagramin mikrojulkkis. Barber on pääasiallisesti tunnettu Instagramiin julkaisemastaan sisällöstä eli parodiakuvistaan ja hänen seuraajansa koostuu muista Instagramin käyttäjistä.

Yksityishenkilöiden lisäksi myös yritykset ja tavaramerkit voivat luoda Instagram-profiilin. Yritystilien kohdalla on selkeää, että kanavan avulla pyritään toiminnan ja tuotteiden mainostamiseen sekä imagon luomiseen ja ylläpitämiseen. Yksityishenkilöt käyttävät alustaa kuitenkin jokseenkin samalla tavalla kuin yritykset. He muotoilevat julkaisemansa sisällön avuin omakuvaansa. Tutkijat ovat kiinnittäneet huomiota Instagramin ominaisuuksiin itsensä tuotteistamisen ja markkinoinnin välineenä eli henkilöbrändäämisen (*self-branding*) välineenä, sillä palveluun ladattu sisältö perustuu vahvasti itserepresentaatioon. Henkilöbrändääminen viittaa sosiaalisen median alustoilla toteutettaviin käytäntöihin, joiden avulla muotoillaan ja ylläpidetään omakuvaa. Omasta elämästä sekä omasta itsestä luodaan kiinnostavaa kuvaa, ja tätä kuvaa tarjoillaan ikään kuin tuotteena seuraajille esimerkiksi esteettisesti miellyttävän Instagram-profiilin muodossa. Uusi älypuhelin teknologia ja sosiaalisen median kuvapalvelut ovatkin mahdollistaneet julkisuuden henkilöille nopeamman ja vaivattomamman väylän itsensä ja uransa markkinoimiselle. (Duguay 2016, 2.)

Tutkimuksissa on laskennallisesti menetelmin selvitetty, että sosiaalisessa mediassa kuvat kiinnostavat ihmisiä enemmän kuin tekstijulkaisut (Ks. Tiidenberg 2018, 6). Selfiet saavat sosiaalisessa mediassa enemmän huomiota kuin muu sisältö. Julkisuuden henkilöt yrittävätkin usein herättää yleisön kiinnostuksen kuvillaan. Heidän kuvansa ovat rohkeita ja seksikkäitä, kuvissa on paljon paljasta pintaa ja niissä kuvataan luksuselämää. Tämä nousee huomionkohteeksi Barberin parodiakuvissa, joiden iva osuu julkkisten julkaisemien Instagram-kuvien henkilöbrändäysstrategioihin. Yritykset saavuttaa huomiota paljasta pintaa sisältävillä kuvilla näyttäytyvät turhamaisina ja yliamupuvat kuvat väkinäisinä ja jopa naurettavina.

1.3 Celeste Barber ja parodia

Celeste Barber on mikrojulkkis, joka on kerryttänyt suosiota ja seuraajia Instagramissa julkaisemillaan parodiakuvilla. Barber on australialainen koomikko, joka on näytellyt australialaisissa tv-sarjoissa kuten draama-sarja *Ensiapuostossa* (1998–2009, alkuperäiseltä nimeltään *All Saints*), jossa Barber näytteli vuosina 2005–2009, ja komedia-sarjassa *How Not to Behave* (2015). Maailmanlaajuista julkisuutta Celeste Barber saavutti Instagram-tililleen julkaisemiensa parodiakuvien myötä.

Celeste Barber on itse niin sanottu ”tee-se-itse” -mikrojulkkis. ”Tee-se-itse” -julkkis (*DIY celebrity*) kerryttää suosiota omatoimisesti sisältöä tuottamalla, irrallaan julkisuutta tyypillisesti tuottavista rakenteista ja yhtiöiden toimintamalleista. ”Tee-se-itse” -julkkis on onnistunut nousemaan tuntemattomasta tunnetuksi ja luomaan ympärilleen seuraajien yhteisön. (Abidin 2018, 9.) Barber on toki koomikko ja esiintynyt Australian televisiossa jo ennen kuin hän on kerryttänyt suosiota parodiakuvillaan Instagramissa. Hän on kuitenkin vasta parodiakuviansa myötä tullut maailmanlaajuisesti tunnetuksi. Barberin voi kuitenkin laskea mikrojulkkikseksi, koska hän on pääosin tunnettu nimenomaan tietyllä alustalla eli Instagramissa muiden sovelluksen käyttäjien keskuudessa. Hänen faniyhteisönsä muodostuu toisista Instagram-käyttäjistä, vaikka suosio olisikin maailmanlaajuista.

Barber parodiakuvien julkaisun omalle henkilökohtaiselle Instagram-tililleen @celestebarber⁶ vuonna 2015. Tuolloin Barberin tilille ilmestyi kuva hänestä imitoimassa puolapuilla joogaavan naisen kuvaa⁷. Barber julkaisi kuvan, jossa vasemmalle on aseteltu alkuperäinen joogakuva ja oikealle puolelle hänen versionsa, jossa Barber esiintyy yrittämässä itse samannäköistä jooga-asentoa vasten kotinsa rappusten kaiteita. Kuvaan on aseteltu teksti ”Challenge Accepted”. Sama sanapari löytyy myös aiheutunnisteista. Kuvatekstiksi on kirjoitettu: ”*I’m starting something*”. Kuvateksti merkitsee jonkin uuden alkua. Barber aloitti parodiakuviansa julkaisemisen aiheutunnistekampanjan muodossa merkiten jokaiseen kuvaansa saman #celestechallengeaccepted ja myöhemmin lyhyemmän #challengeaccepted tunnistein. Tunnisteet merkitsevät, että Barber on ottanut haasteen vastaan. Haasteella hän tarkoittaa, että hän aikoo versioida julkkisten upeita Instagram-kuvia ja yrittää onnistua samanlaisen kuvan versioinnissa. Barber lähtee haastamaan näitä kuvia kuitenkin vain ironisesti. Hän ei ole tosissaan, eikä edes yritä onnistua nappaamaan samanlaista kuvaa. Kuten tutkielmani otsikoksikin valikoituneessa ironisessa kuvatekstissä Barber ilmaisee: ”*Nothing wrong with a bit of healthy competition*”⁸, eli tervehenkisessä kilpailussa ei ole mitään vikaa.

Seuraavana päivänä ensimmäisestä parodiakampanjaan selkeästi kuuluvasta julkaisusta, Barber julkaisi yli vuoden takaisen kuvansa⁹. Kuva noudattaa samaa kaavaa kuin hänen

⁶ Katso Celeste Barberin Instagram-tili: <https://www.instagram.com/celestebarber/?hl=fi>.

⁷ Kuva 1, 19.1.2015: https://www.instagram.com/p/yBouPdw_Br/.

⁸ Katso kuva 22.

⁹ Kuva 2, 20.1.2015: https://www.instagram.com/p/yEQMafw_BC/.

parodiakuvansa yleensäkin, mutta oli julkaistu aikaisemmin täysin erillään parodiakuvakampanjasta ja ilman sen virallista aihetunnistetta. Kuvassa hän poseeraa sadetakki päällä malli Jen Hawkinsin lomakuvan rinnalla ja kuvatekstinä samantyylinen teksti kuin alkuperäisessä julkaisussa: ”*How to #honeymoon. Jen V Cel. You Choose.*”. Kuvateksti vahvistaa vertailuasetelmaa Barberin ja Hawkinsin häämatkakuvien välillä. Hawkinsin kuva on sporttinen ja ihanteellinen aurinkoinen lomakuva, jossa Hawkins poseeraa uima-altaassa bikineissä ja hellehattu päässään SUP-laudan kanssa. Barber sen sijaan pönöttää hölmö ilme kasvoillaan sadesäässä epäimateleva kertakäyttöinen sadetakki yllään. Tällä kertaa aihetunnisteista löytyi *#challengeaccepted*, jonka avulla hän liitti tämän aiemman julkaisunsa nyt osaksi uutta parodiasisältöään ja kampanjaansa. Lopulta kampanja sai niin suurta suosiota, että Barber on jatkanut kuvien julkaisemista samalla aihetunnisteella tähän päivään asti.

Barber parodioi julkisuuden henkilöitä ja heidän kuviaan. Hän muovaa valikoimiensa kuvien elementtejä ja viihdyttää yleisöään humoristisesti epäonnistumalla yrityksessään matkia alkuperäistä kuvaa. Barber ei pelkää näyttää hölmöltä tai riisuutua huumorin tähden. Hänen poseerauksensa ovat kiusallisia ja kömpelöitä, ilmeensä övereitä ja sarkastisia. Kuvissa Barberilla on päällään mitä ihmeellisimpiä asuja tai vaihtoehtoisesti ei juuri mitään. Parodiakuvat ovat lähes aina samanmallisia. Instagramin julkaisuformaatin mukainen neliönmuotoinen kuva on kahtia jaettu ja sisältää kaksi erillistä otosta, alkuperäinen kuva yleensä vasemmalla ja Celeste Barberin ottama versio oikealla ellei kuvia ole aseteltu allekkain. Kuvien yhteyteen on kirjoitettu hauska kuvateksti, joka tuo kuvalle oman lisämerkityksensä ja huumoriarvonsa sekä aihetunnisteita. Barber on julkaissut Instagram-tililleen myös lyhyitä parodiavideoita, mutta aineistokseni tutkielmaani valikoin pelkästään kuvamuotoisia julkaisuja. Rajasin videojulkaisut tutkielmani ulkopuolelle, jotta aineisto pysyisi selkeämpänä, ja koska kuvajulkaisut ovat Barberin parodialle tyypillisempiä.

Parodia viittaa aina toiseen teokseen ja rakentuu tämän pohjalta (Hutcheon 1985). Teoksessa *Anatomy of Satire* Gilbert Highet (1962) määrittelee parodian imitoinniksi, joka vääristelyn sekä liioittelun kautta tuottaa viihdettä ja pilkkaa, ja joskus jopa halveksuu. Linda Hutcheonin (1985) mukaan parodia voi kommentoida yhteiskunnallisia teemoja ja olla hyvin kriittistä, rakentavaa tai purkavaa. Parodia herättää katsojan huomiokyvyn huumorin ja ironian avulla (ibid., 27). Barberin parodia tarjoaa kriittisiä huomiota ja on verrattavissa vastamainoskulttuuriin, jossa on

samanlaisia elementtejä kuin parodiassa. Parodiassa alkuperäisen mediatuotteen aineksia muokataan ja vääristellään samalla tavalla kuin vastamainoksissa tehdään alkuperäiselle mainokselle. Teoksen elementit järjestellään uudelleen niin, että ne auttavat välittämään halutun viestin. Juuri tällä tavalla Barber valjastaa mikrojulkkisten selfieiden elementit omaan käyttöönsä ja kääntää ne parodiaversiossaan omien tarkoituksien tueksi. Barberin parodiakuvat toimivatkin viihteen lisäksi yhteiskunnallisina keskustelunavauksina. Esittelen kolmannessa luvussa tarkemmin, mitä parodia on ja millaisilla keinoilla parodiassa voidaan ottaa kantaa.

1.4 Tutkielman lähtökohdat

Esittelen seuraavissa alaluvuissa aineistoni, tutkimuskysymykseni, käyttämäni tutkimusmenetelmät, tutkielmani viitekehyksen sekä käyn läpi tutkimusperinnettä, johon tutkielmassani nojaan. Viimeiseksi esittelen tutkielmani rakenteen.

1.4.1 Aineisto

Olen valikoinut aineistokseni 25 parodiakuvaa Celeste Barberin Instagram-tililtä. Valitsin aineistoksi kuvia, joissa selfie-kulttuurin konventioita ironisoidaan ja joissa ulkonäkö- ja kehoihanteet ovat esillä. Rajasin sekä parodiavideot että muotimaailman mainoskuvien parodiat aineistoni ulkopuolelle.

Celeste Barberin Instagram-käyttäjätili on julkinen, jolloin sen sisältö on kaikille avoimesti nähtävillä. Käyttäjätilin saa halutessaan määriteltä sovelluksen asetuksista yksityiseksi, jolloin ainoastaan hyväksytyt seuraajat näkevät käyttäjäprofiilin julkaisut. Barberin Instagram-tili kuvineen on hänen työkalunsa, jonka avulla hän pitää yllä luomaansa parodiakuvakampanjaa sekä brändiään, ja siksi tili on myös julkinen. Julkisen luonteensa vuoksi Barberin kuvat ovat vapaasti tarkasteltavissa sekä analysoitavissa.

Analysoin Barberin parodiakuvia, mitä asioita kuvissa halutaan kommentoida ja millä keinoilla kommentointia tehdään. Ennen tutkielmani varsinaisia analyysilukuja esittelen Barberin parodiakuvia. Käytän Barberin kuvia esimerkkeinä käydessäni läpi, miten parodia toimii ja miten parodia on verrattavissa vastamainoskulttuuriin. Käyn aineiston

avulla läpi selfie-kulttuurin käytäntöjä ja konventioita sekä esittelen selfie-kulttuurin ylläpitämiä kehoihanteita.

1.4.2 Tutkimuskysymykset

Tutkielmani tutkimuskysymyksiäni ovat seuraavat: Millaisin keinoin Celeste Barberin parodia ottaa kantaa selfie-kulttuurin konventioihin sekä julkisuuden henkilöiden Instagram-kuvien kapeaan naisrepresentaatioon? Kuinka Barberin parodiakuvat tekevät selfieiden ottamiseen liittyvät konventiot näkyviksi? Entä kuinka Barberin parodiakuvat kiinnittävät huomion kehoihanteisiin?

Pureudun tutkielmassani siihen, kuinka Celeste Barberin parodia kommentoi selfie-kulttuuria ja selfieiden ottamisen konventioita. Osoitan, kuinka parodian keinoin voidaan käydä keskustelua niin selfieiden ottamiseen liittyvistä käytännöistä kuin naisiin kohdistuvista kehoihanteista. Esittelen, kuinka Celeste Barberin parodian keinoin pystyy tekemään näkyväksi toimintatavat kuvien ottamisen taustalla, huomauttamaan naisrepresentaation yksipuolisuudesta sekä kapeasta kehoihanteesta, jotta julkisuuden henkilöiden Instagram-kuvat ylläpitävät.

1.4.3 Tutkimusmenetelmät, viitekehys ja tutkimusperinne

Käytän analyysimenetelmänäni lähilukua. Lähiluku on aineiston tarkkanäköistä ja yksityiskohtaista tarkastelua. Menetelmä on alun perin toiminut kirjoitetun tekstin tutkimiseen, mutta lähilukumenetelmä soveltuu myös muunlaisien aineistojen tutkimiseen. (Pöytä 2015.) Käytän menetelmää tutkielmassani visuaalisen aineksen eli kuvien elementtien erittelyyn. Tulkitseen julkaisuja kuitenkin kokonaisuutena niihin liitettyjen kuvatekstien kanssa. Kuva ja teksti muodostavat yhdessä julkaisun, jota puran lähiluvun keinoin. Tutkielmani loppupuolella neljännessä tulee mukaan representaatioanalyysin piirteitä. Representaatioanalyysi pyrkii hahmottamaan symbolisten esitysten ja eletyn, materiaalisen todellisuuden suhteita (Paasonen 2010, 45). Neljännessä luvussa keskityn naisrepresentaatioon ja naiskehon esityksiin Barberin kuvissa, sekä alkuperäisessä otoksessa että sen parodiaversiossa.

Kuvien tulkinnassa on kyse kielellistämisestä, eli visuaalisen aineksen kääntämisestä sanalliseen muotoon (Paasonen 2013, 38–43, Sit. Mikkonen 2005). Instagram perustuu

visuaalisuuteen. Jo pelkät Instagram-kuvat ilman kuvatekstejä puhuvat ja sisältävät paljon merkityksiä. Internetin julkaisualustoja ei sovi ymmärtää passiivisina (Paasonen 2013, 43). Selailijat tulkitsevat ja imevät kuvista tiedonmurusia ja käsityksiä tahtomattaankin. Merkitysten lähettäminen tapahtuu Internetin alustoilla käyttäjältä käyttäjälle käytännössä ilman mitään muita välikäsiä kuin palvelun säännöt. Säännöt saattavat rajoittaa sitä, millaista sisältöä palveluun on luvallista julkaista. Pyrin analyysissäni avaamaan merkityksiä, joita Celeste Barberin parodiakuvat sisältävät, mutta myös sitä, millaisten merkitysten välittäjinä alkuperäiset parodian kohteeksi valikoidut Instagram-kuvat toimivat.

Itserepresentaation sekä sukupuolen performatiivisuuden käsitteet ovat tutkielmani kannalta oleellisia ja suuntaavat työni viitekehystä. Sukupuolen performatiivisuudella tarkoitetaan prosessia, jossa säännellyt normit vaikuttavat sukupuolen ilmaisuun. Performatiivisuudella tarkoitetaan toistavia ja siteeraavia käytäntöjä, jotka voivat olla täysin tiedostamattomia. (Butler 2006/1990.) Samalla tavalla voidaan ajatella, että käyttäjien tapa representoida itseään sosiaalisessa mediassa on siteeraamista, joka mallintaa totutuista, paljon nähdystä tavoista muotoilla itseä edustavia esityksiä. Itserepresentatio sosiaalisessa mediassa tuottaa sukupuolta ja sosiaaliseen mediaan ladatut kuvat toimivat sukupuolen performansseina. Olen aineiston analyysissä kiinnostunut nimenomaan naisrepresentaatiosta.

Tutkielmani pohjautuu valokuvatutkimuksen tutkimusperinteeseen. Esimerkiksi Leena-Maija Rossi on tutkinut mainoskuvia ja niissä toistuvia sukupuolen suorituksia (Ks. 2003, 2007 & 2006). Rossi puhuu ihannekuvista, joiden avulla mainonnassa kaupataan tuotteita ja palveluita. Ihannekuvilla tavoitellaan realistista tai dokumentaarista vaikutelmaa. Mainosten voima perustuu siihen, että esitetyt asiat kuten sukupuolet, tunnustetaan nopeasti. Tehokas tunnistaminen on mahdollista, koska mainonnan käyttämät koodit ovat hyvin vakiintuneita. Näen Celeste Barberin parodioimissa julkisuuden henkilöiden Instagram-kuvissa paljon piirteitä, joita on lainattu mainoskuvista. Instagram-kuvilla pyritään samankaltaiseen huomionherättämiseen kuin mainonnassa. Ammattimaisten ja hiottujen, mutta samalla aidoilta vaikuttavien kuvien julkaiseminen on yksi henkilöbrändäämisen käytäntö. Henkilöbrändääminen tarkoittaa itsensä tuotteistamista samalla tavoin kuin yritykset tekevät eli henkilöbrändäämisessä lainataan yrityksille jo pitkään tutuista toimintatavoista. Instagram-kuvissa lainataan siis

elementtejä, jotka ovat katsojille tuttuja mainoskuvista, ja juuri tuttuudella herätetään katsojassa affekteja. Tunnistettavuus tekee kuvista helppoa pureskeltavaa.

1.4.4 Tutkielman rakenne

Johdannon alaluvuissa esittelin käsitteitä sekä teemoja, joiden tunteminen on välttämätöntä tutkielmani kannalta. Tutkielmani muut pääluvut rakentuvat seuraavasti. Toisessa luvussa esittelen selfie-kulttuuria ja Instagram-julkisuutta. Luvussa tutustutaan julkisuuden henkilöiden Instagram-kuvissaan käyttämiin henkilöbrändäämisen taktiikoihin. Luvun lopussa siirryn kohti analyysiä. Tarjoan itserepresentaatiota ja henkilöbrändäämistaktiikoiden ymmärtämistä tukevia esimerkkejä Celeste Barberin parodiakuvista. Esittelen Barberin parodiakuvia ja tutustutan lukijan kuvissa esiin nouseviin teemoihin.

Kolmannessa luvussa käydään läpi parodian teoriaa ja vastamainoskulttuuria. Analysoin Barberin parodiakuvia rinnakkain teorian esittelyn kanssa. Kolmannessa luvussa jatketaan siitä, mihin toisessa luvussa jäätiin, ja keskitytään Barberin parodian tapaan kritisoida selfie-kulttuurin konventioita ja turhamaisuutta. Neljännessä ja viimeisessä analyysiluvussa keskityn naisrepresentaatioon ja kehoihanteisiin. Esittelen sukupuolen performatiivisuuden teoriaa sekä aiemman kuvallisen kulttuurin suhdetta tämän päivän naisrepresentaatioon sosiaalisessa mediassa. Käsittelen Barberin kuvien esiin nostamia kehoon liittyviä ihanteita teemoittain sekä käyn läpi, kuinka Barberin parodiakuvat kommentoivat ihanteita.

2 Selfie-kulttuurin konventiot ja julkisuus Instagramissa

Tässä luvussa aion esitellä selfie-kulttuuria ja sen konventioita. Esittelen Instagramia julkaisualustana sekä Internet-julkisuutta ja mikrojulkisuutta Instagramissa. Selfie-kulttuurin läpikäyminen auttaa ymmärtämään Celeste Barberin parodiakuvia ja niiden elementtejä. Selfie-kulttuurille ominaista on itserepresenaatio, jonka käsitettä pyrin selvittämään. Itserepresentaatiota harjoitetaan selfie-kulttuurin kautta sosiaalisen median alustoilla, kuten Instagramissa. Sosiaalisen median alustojen julkaisut toimivat erityisesti julkisuuden henkilöille osana henkilöbrändäämisen strategiaa. Sisällöllä pyritään luomaan itsestä kiinnostavaa kuvaa, viehättämään aina vain uusia ihmisiä ja houkuttelemaan käyttäjiä sen pariin. Esittelen Celeste Barberin parodiakuvien avulla, millaista Barberin parodioimien julkisuuden henkilöiden itserepresenaatio heidän Instagram-kuvissaan on, ja kuinka Barber tulee kuvillaan kiinnittäneeksi katsojan huomion selfie-kulttuurin ja itserepresentaation käytäntöihin.

Loppuluvusta esittelen tarkemmin, millaista Celeste Barberin parodia on, millaisia elementtejä kuvissa esiintyy ja mitä asioita kuvissa kommentoidaan. Selvennän, mistä Barberin kuvissa tehdään huumoria, eli millaiset kuvat valikoituvat Barberin parodian kohteeksi ja miksi. Luku toimii pohjustuksena syvemmälle analyysille kolmos- ja nelosluvuissa. Kolmannessa luvussa esittelen, kuinka parodian keinoin voidaan käydä yhteiskunnallista keskustelua ja neljännessä luvussa pureudun tarkemmin kuvien yksitoikkoiseen naisrepresentaatioon sekä kuvissa toistuviin kapeisiin kauneusihanteisiin.

2.1 Itserepresentaatio ja Instagram

Itsensä kuvaamisella on ihmishistoriassa pitkät perinteet, sitä on harjoitettu eri aikoina eri välinein. Teknologian kehitys on mahdollistanut itsensä kuvaamisen aina vain helpommin ja välittömämmin tarkemmalla laadulla. Älypuhelimien eteenpäin suunnattu kakkoskamera tekee tästä erityisen helppoa ja kerrassaan kutsuu kuvaamaan omia kasvoja ja ottamaan selfieitä. Selfieitä ei kuitenkaan vain oteta, vaan ne myös jaetaan kommunikaatioteknologian avulla. Trendi on vallannut sosiaalisen median alustat ja selfieiden ottamisesta on muotoutunut arkinen käytäntö (Tiidenberg 2018, 6). Viitatessani tällaiseen jokapäiväiseen selfieiden jakamiseen ja siihen liittyviin konventioihin, puhun siis selfie-kulttuurista. Selfie-kulttuuriin sisältyvät tavat ottaa

selfieitä, selfieiden jakaminen, julkaiseminen, muokkaaminen, kuvien saamat tykkäykset sekä selfieiden poistaminen. Yhteiskunnalliset normit sekä arvot ohjaavat kuvan ottamista ja ovat samalla osa selfie-kulttuuria. Tavat, joilla selfieistä puhutaan ja käydään keskustelua, ovat nekin osa selfie-kulttuuria. Selfie-kulttuurin ymmärtämisessä on kyse niihin kiinnittyvien elämäntapojen ja käytäntöjen ymmärtämisestä sekä siitä, kuinka nämä käytännöt leviävät. (Tiidenberg 2018, 11–12.)

Instagram on yksi ehkä selfie-kulttuurin leviämiseen eniten vaikuttaneista sovelluksista sillä sovelluksen toimintatapa perustuu erityisen paljon visuaalisuuteen sekä kuvien jakamiseen. Toinen sovelluksen toimintaperiaatteista on välittömyys. Kuvia on siis tarkoitus julkaista nopealla syötteellä ja lyhyellä viiveellä asioiden tapahtumisesta. Instagram toimii kuin visuaalinen päiväkirja tai julkinen valokuva-albumi. Sovelluksessa jaetaan lähes reaaliajassa mitä milloinkin tapahtuu, mutta kuvat myös jäävät tilille muodostaen albumin elämän kohokohdista ja muistoista. Julkinen valokuva-albumi on mielestäni toimiva vertaus, sillä kuvia on kautta ajan käytetty muistamiseen, kommunikointiin ja itseilmaisuuksiin (Tiidenberg 2018, 33), niin kuin valokuva-albumia ja sosiaalista mediaakin. Sosiaalisen median luonteeseen kuuluu ajatus välittömyydestä eli siitä, että päivityksiä julkaistaan reaaliajassa heti asioiden tapahtuessa. Instagram perustuu juuri tällaiselle välittömyyden ajatukselle ja alusta on suunniteltu nimenomaan älypuhelimella käytettävään muotoon. Sovelluksen toimintamalli ominaisuuksineen on rakennettu niin, että käyttäjää rohkaistaan julkaisemaan pienimmätkin arjen yksityiskohdat¹⁰. (Marwick 2015, 140.) Puhelin kulkee mukana kaikkialla, jolloin myös sovellus on käytettävissämme missä tahansa vain muutamalla näpäytyksellä. Instagramilla on Internet-sivut, jossa kuvia voi selata, mutta sivulla ei kuitenkaan ole samoja käyttöominaisuuksia kuin mobiilisovelluksessa. Palveluun ei esimerkiksi voi ladata kuvia nettisivujen kautta. Sekä nettisivuilla että puhelinsovelluksessa etusivun syöte täyttyy seurattujen tilien uusista julkaisuista, jotka tarjoillaan käyttäjälle vaivattomasti katkeamattomana kuvavirtana.

Instagramin välittömyyteen pyrkivästä luonteesta kertoo se, että sovelluksen ominaisuudet ovat pidetty yksinkertaisina. Julkaisuformaatti on vakio, perus kuvasuhde on neliönmuotoinen 1:1 ja käytössä on tietyt melko muuttumattomina pysyvät

¹⁰ Instagramissa käytetään aihetunnistetta #latergram, joka viittaa siihen, että kuva on otettu jo aiemmin kuin se on julkaistu palveluun eli kuvanottohetkestä on kulunut aikaa. Aihetunnisteen synty ja suosio kertoo sovelluksen formaatista, eli siitä periaatteesta, että kuvat julkaistaan vaivattomasti heti kuvanottohetkellä. (Marwick 2015, 142.)

muokkaustoiminnot. Se, että vaihtoehtoja ei ole loputtomasti tekee älypuhelimella kuvien lataamisesta sovellukseen vaivatonta niin, että julkaisun voi suunnitella ja julkaista hyvin nopeasti. Kuvien yhteyteen voi kirjoittaa kuvatekstejä, mutta selatessa sovellusta, teksteistä näkyy automaattisesti vain kaksi ensimmäistä riviä, ja jos käyttäjä haluaa lukea tekstin kokonaisuudessaan, on hänen napautettava se erikseen auki. Ominaisuus kertoo siitä, että kuvasisältö on Instagramin toimintaperiaatteiden keskiössä. Sovellukseen julkaistaan kuvia jopa ilman mitään kuvatekstejä, jolloin kuva puhuu puolestaan. Esimerkiksi selfien julkaisemiseen ei tarvita mitään erityistä syytä eikä sen yhteyteen tarvitse välttämättä kirjoittaa minkäänlaisia saatesanoja.

Instagramissa julkaistaankin päivittäin 95 miljoonaa kuvaa, joista suurin osa on selfieitä (Tiidenberg 2018, 5). Keskustelu selfieiden ympärillä on ollut jatkuvaa ja intohimoista. On tutkittu, että selfiet kiinnostavat sosiaalisen median käyttäjien huomion teksti- ja linkkijulkaisuja tehokkaammin. Silti selfieiden ajatellaan usein olevan tyhjänpäiväistä ja arvotonta sisältöä. Selfieitä ovat alusta asti leimanneet syytökset narsistisuudesta. Jopa osa selfie-tutkijoista on jakanut ajatuksen selfieiden narsistisuudesta. (Tiidenber 2018, 6.) Tutkielmani perustana on kuitenkin kliseinen ajatus ”kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa”. Kuten kuvat yleensäkin, selfiet sisältävät paljon informaatiota yhteiskunnastamme, sen ilmiöistä, arvoista ja normeista. Kuvia pitää vain hieman enemmän tonkia, jotta kaikki vivahteet tulevat esille. Kuvallisen kulttuurin ymmärtäminen on todella tärkeää sosiaalisen median aikana, jota elämme, sillä näkemämme kuvat viestivät meille jatkuvasti asioita aivan vaivihkaa. Jos emme kiinnostu ja kiinnitä huomiota niihin merkityksiin, joita kuvat sisältävät, emme lopulta pääse kontaktiin sen kanssa, millaisia arvoja ja muita merkityksiä omaksumme kuvista. Tietoinen pohdinta ja kyseenalaistaminen auttavat pääsemään ohjaksiin ja punnitsemaan, millaisia viestejä haluamme omaksua ja millaisia emme. Se, mistä ja mitä selfie viestii, on kuvasidonnaista ja julkaisukonteksti liittyy selfieiden omia merkityksiään (Baym & Senft 2013). Celeste Barberin seuraajat haastetaan parodian keinoin pohtimaan, millaisia merkityksiä kuvat pitävät sisällään ja mitkä kaikki asiat vaikuttavat kuvan ja sen ottamisen taustalla. Oleellisimpana näen selfieiden ymmärtämisessä sen, että selfiet ovat itsensä ilmaisemisen käytäntö. Selfieiden kautta ja avulla ymmärretään itseä ja toisia sekä rakennetaan ja ylläpidetään suhteita, identiteettejä ja statuksia. (Tiidenberg 2018, 7.) Selfieiden avulla siis esitetään eli representoidaan itseä, mutta lisäksi ne viestivät yhteiskunnallisista asiantiloista. Viestejä voi kuvasta löytää ja lukea tarkastelemalla sen sisältöä ja elementtejä sekä pohtimalla

käytäntöjä kuvan ottamisen sekä julkaisemisen ja muokkaamisen taustalla. Ajatus selfieistä itserepresentaation eli itseilmaisun käytäntönä kulkee mukana läpi koko tutkielmani.

2.2 Instagram-julkisuus ja henkilöbrändääminen

Nykyisin, kun julkaisemalla sisältöä sosiaalisessa mediassa on mahdollista saavuttaa laaja seuraajakunta ja saada huomiota, Instagramissa se on mahdollista pelkkiä kuvia jakamalla. Instagram on toiminut monelle väylänä menestykseen. Instagram-sovelluksessa seuraajamäärään avulla kertynyttä statusta eli Instagramissa ilmenevää mikrojulkisuutta kutsutaan termillä *instafame*. Käytän kuitenkin tutkielmassani mieluiten suomenkielisiä termejä, joten viitataan ilmiöön termeillä Instagram-julkikset tai Instagramin mikrojulkikset. Tarkka ja harkittu henkilöbrändääminen eli tietynlaiset itserepresentationaaliset toimet, joiden avulla itsestä luodaan haluttua kuvaa, kuuluvat oleellisesti mikrojulkisuuteen Instagramissa. (Marwick 2015, 138, 157.) Henkilöbrändääminen (*self-branding*) on itsensä esittämisen strategia, johon liittyy henkilön asettaminen kulutustuotteen asemaan niin, että haluttua mielikuvaa itsestä ikään kuin myydään muille. Henkilöbrändääminen kiinnittyy vahvasti mikrojulkisuuteen. Mikrojulkisuus on Internet-julkisuuden muoto, joka perustuu yleisön ja julkisuuden henkilön eli julkiksen väliseen vastavuoroisuuteen ja yhteyden tunteeseen. Theresa Senft (2008) käyttää termiä mikrojulkisuus siitä suosiosta, jota digitaalisten mediateknologioiden, kuten Instagramin kautta saavutetaan. Senftin mukaan perinteiset julkikset kuten näyttelijät hakevat yleisöönsä usein etäisyyttä, Internet-julkikset sen sijaan tekevät affektiivista työtä ja heidän interaktionsa yleisön kanssa perustuu vastavuoroisuuteen sekä kokemukseen yhteydestä. Mikrojulkisuus sanana viittaa myös suosion laatuun. Perinteiset julkikset voivat olla globaalisti tunnettuja, kun taas mikrojulkis on tunnettu kapeamman mutta tiiviimmän yhteisön keskuudessa. Mikrojulkisuus on intiimimpää, siinä kommunikoidaan yleisön jäsenten kanssa ja paljastetaan itsestä jotakin luottamuksellista informaatiota. (Abidin 2018, 11.)

Internetin alkuaikoina mikrojulkisuus oli nykyiseen verrattuna paikallisempaa. Internetin mikrojulkisten yleisöt olivat suppeampia ja koostuivat saman alustan käyttäjistä, joilla oli samankaltaiset mielenkiinnon kohteet mikrojulkiksen kanssa. Internetin mikrojulkisuus on kuitenkin muuttunut ja nykyisin mikrojulkikset käyttävät useita sovelluksia ja vaikuttavat monilla alustoilla samaan aikaan saadakseen

näkyvyyttä sekä laajentaakseen yleisöään ja fanipohjaansa jopa maailmanlaajuiseksi. Mikrojulkisuus on entistä enemmän perinteisen julkisuuden kaltaista. Perinteiseen julkisuuteen lukeutuvat siis julkisuuden muodot, jotka ilmenivät ennen Internetiä, joten esimerkiksi näyttelijät ja laulajat ovat perinteisen julkisuuden henkilöitä, jotka ovat saavuttaneet julkisuutensa perinteisiä mediaväyliä pitkin. Mikrojulkikset päätyvätkin vaikuttamaan Internetin lisäksi perinteisissä medioissa eli medioissa, jotka olivat olemassa jo ennen Internetin aikakautta. (Abidin 2018, 14–15.) Mikrojulkikset saattavat päätyä Internet-alustalla saavuttamansa suosion avulla töihin perinteisen median pariin vaikkapa televisioon tai radioon¹¹.

Tutkielmani päähenkilö australialaiskoomikko Celeste Barber lukeutuu mikrojulkikseksi sillä hän on saavuttanut seuraajakuntansa toimimalla ja julkaisemalla omaa sisältöään sosiaalisen median alustalla Instagramissa. Hän on siis niin kutsuttu ”tee-se-itse” -mikrojulkis sillä hän on noussut tunnetuksi ja luonut ympärilleen seuraajayhteisön tuottamalla omatoimisesti sisältöä. Vaikka Barber oli ennestään näyttelijä, hän ei ollut maailmanlaajuisesti tunnettu henkilö ennen kuin hän ryhtyi toteuttamaan ideoitua ja julkaisemaan hulvattomia parodiakuvia Instagramiin. Barber on ottanut Instagram-tilillään julkaisemiensa parodiakuvien kohteeksi toiset mikrojulkikset. Mikrojulkiksen käsitteen käyttöä tässä kontekstissa tulee hieman selittää, sillä monet näistä julkisuuden henkilöistä ovat saavuttaneet julkisuutta alun perin muita väyliä pitkin kuin sosiaalisessa mediassa, kuten esimerkiksi Kardashian-Jennerien perhe. Heidän julkisuutensa ja maineensa sekä imagonsa ylläpitäminen kuitenkin nojautuu vahvasti sosiaalisen median sisältöön ja he käyttävät sosiaalisessa mediassa mikrojulkiksen tavoin henkilöbrändäämisen taktiikoita. Nämä julkisuuden henkilöt ovat muun julkisuutensa lisäksi saavuttaneet laajan seuraajakunnan Instagramissa ja lukeutuvat täten Instagram-julkikiksi. Aloittaessaan *#challengeaccepted*-aihetunnistekampanjansa, Barber ei vielä itse ollut kovinkaan tunnettu. Barber kuitenkin saavutti nopeaa suosiota rohkeilla kuvillaan, joissa hän matkii mikrojulkiksen vetäviä selfieitä ja tekee niistä kömpelön version tuiki tavallisen ihmisen eli taviksen asemasta. Kuvat ovat samaistuttavia sillä monet varmasti kamppailevat paineiden kanssa julkaistessaan kuvia sosiaaliseen mediaan erityisesti, koska Instagramin mikrojulkikset ja muut julkisuuden henkilöt asettavat kuville todella

¹¹ Esimerkiksi Youtubessa kanavallaan *Mariieveronica* laajan seuraajakunnan saavuttanut Maria Veronica Verho on saanut töitä *Radio Helsinki*- ja *NRJ*-radiokanavilta sekä MTV:n *Posse*-ohjelmasta. Tämän lisäksi Verho on esiintynyt *Tanssii tähtien kanssa* -tv-ohjelmassa vuonna 2019.

korkeat standardit. Celeste Barber liittää parodiakuviansa yhteyteen aihetunnisteen *#challengeaccepted* kuin julistaen kilpailun kauniiden ja täydellisyyteen pyrkivien mikrojulkkisten kanssa. Todellisuudessa tämä on ironiaa. Barber heittää kilpailun vitsiksi eikä edes yritä.

Celeste Barber parodioi nimenomaan sellaisia mikrojulkkisten selfieitä ja kuvia, jotka kiinnittyvät usein vahvasti ulkonäköön sekä ovat poikkeuksetta ja selkeästi itserepresentationaalista henkilöbrändiä luovaa, muotoilevaa ja vahvistavaa sisältöä. Oikeastaan lopulta kaiken sosiaaliseen mediaan julkaistun sisällön voi nähdä itserepresentaationa. Julkaistu sisältö on tapa ilmaista itseä. Sisältö viestii julkaisijan mielipiteistä tai antaa jonkin kuvan siitä, millainen julkaisija on ihmisenä. Sen avulla luodaan sekä muotoillaan omakuvaa sekä itselle että muille ymmärrettäväksi sekä ylläpidetään statusta. (Tiidenberg 2018, 7.) Sisältö, kuten Instagram-kuvat, julkaistaan aina tietynlaisen prosessin kautta. Kuvia otetaan, niistä valitaan sopivin ja onnistunein otos, kuvaa muokataan, siihen kirjoitetaan kuvateksti, julkaisuun lisätään mahdollisesti aihetunnisteita, sijaintimerkintöjä tai merkitään muita käyttäjiä, jonka jälkeen kuva julkaistaan ja siihen tuleviin kommentteihin reagoidaan. Tämä prosessi auki kirjoitettuna tekee selkeämmäksi sen, ettei Instagram-kuvien julkaiseminen ole koskaan täysin spontaania, vaan vaatii aina jonkin verran suunnitelmallisuutta. Parodiallaan Barber osoittaa saman. Tehdessään version mikrojulkkisten kuvista, hän onnistuu osoittamaan, että kuvissa on todella paljon hiottuja elementtejä. Tämän Barber osoittaa itse humoristisesti epäonnistumalla näiden elementtien toteuttamisessa, jota kuvissa toisinaan käytetty aihetunniste *#nailedit* ironisesti ilmaiseekin. Barber lisää aihetunnisteeksi *#nailedit*, jolla hän viittaa vitsikkäästi onnistuneensa otoksessa, vaikka asia on nimenomaan päinvastoin ja versio on tarkoituksellisesti hyvin kaukana alkuperäisestä.

Internetissä julkkikset käyttävät tietynlaisia henkilöbrändäämisen taktiikoita kiinnittääkseen käyttäjien huomion ja kerryttääkseen seuraajia. Celeste Barberin parodiassa esiintyvistä julkkiksista monet nojaavat sisällössään ulkonäköönsä ja statukseensa. Barberin parodioima Internet-julkisuus ja valikoitujen Instagramin julkkisten kuvat perustuvat poikkeuksellisuuteen (*exceptionalism*) sekä eksklusiivisuuteen (*exclusivity*). Poikkeuksellisuus viittaa hämmästyttävien taitojen tai piirteiden esittelyyn kuvissa. (Abidin 2018, 20–32.) Barberin parodioimissa kuvissa Instagram-julkkisten ulkonäkö on esittelyn kohteena oleva hämmästyttävä piirre.

Kuvissa henkilöiden kehot ovat hyvin usein näkyvässä osassa kuvan keskipisteenä ja kuvat sisältävät usein paljasta pintaa sekä vietteleviä poseerauksia. Internet-julkikkiset joutuvatkin paljastamaan aina vain enemmän pitääkseen seuraajiensa mielenkiintoa yllä (Abidin 2018, 18). Kuviin tunnutaan liittävän aina vain erikoisempia piirteitä sekä aina vain enemmän paljasta pintaa, jotta hämmästyimisreaktio saataisiin yhä uudelleen aikaan. Eksklusiivisuudella taas viitataan luksuselämäntyyliin eli kuviin, joissa juhlistetaan omaisuutta. Elämäntyyliin kiinnittyy asioita, joihin muilla ei ole pääsyä tai joiden kokeminen on harvinaista, koska se vaatisi paljon pääomaa. Tällaista sisältöä ovat esimerkiksi kuvat lomamatkoilta, kuvat, joissa esitellään omaisuutta ja kalliita hankintoja, kuvat ravintolailallisista tai kalliista kokemuksista kuten vaikkapa laskuvarjohypyistä tai risteilyiltä luksusjahdeilla. (Abidin 2018, 20.) Barberin parodiakuvissa kuvataan toisinaan tällaista luksuselämää, kuten johdannossa esittelemässäni Barberin ensimmäisiin parodiakuviin lukeutuvassa lomakuvaparodiassa, jossa Barber vertaa häämatkakuvaansa malli Jen Hawkinsin kuvaan hänen omalta häämatkaltaan¹². Internetin mikrojulkikkiset käyttävät luksuskuvia myös strategiana ja julkaisevat sisältöä, jossa he mallintavat korkeaa statusta ja simuloivat huomiota, jota perinteisille julkiksille annetaan. (Marwick 2015, 138, 157.)

He asettavat itsensä julkisuuden henkilöiden asemaan ja esiintyvät tutuksi tulleella tavalla käyttäen samaa koodistoa kuin julkisuuden henkilöitä kuvatessa. Sosiaalisen median aikakautena niin julkisuuden henkilöt kuin tavallisetkin ihmiset ovat alkaneet julkaista itse itsestään ammattitasoisia kuvia, jollaisia julkisuuden henkilöistä on totutusti julkaistu perinteisessä mediassa promootiotarkoituksessa esimerkiksi mainoskampanjoissa, elokuvajulisteissa ja vaikkapa artistien levykansikuvissa. Instagram-kuvissa asetutaan tähän positioon, vaikkei mitään erityistä markkinoitavaa tuotetta olisikaan. Jäljelle tuotteen asemaan jää henkilö itse ja oma tarkkaan kuratoitu käyttäjätili julkaisuineen. Instagram-kuvilla pyritään nykyisin samankaltaiseen huomionherättämiseen kuin mainonnassa. Ammattimaisten ja hiottujen kuvien julkaiseminen on yksi henkilöbrändäämisen käytäntö. Henkilöbrändääminen on siis itsensä tuotteistamista samalla tavoin kuin yritykset tekevät eli henkilöbrändäämisessä lainataan yrityksille jo pitkään tutuista toimintatavoista (Marwick 2015, 138, 157). Instagram-kuvissa lainataan siis elementtejä, jotka ovat katsojille tuttuja mainoskuvista,

¹² Katso kuva 2.

ja juuri tuttuudella herätetään katsojassa affekteja. Kuvien ja niiden elementtien tunnistettavuus tekee kuvista helppoa ja mukavaa pureskeltavaa.

2.3 Celeste Barberin parodiakuvat – mille nauretaan ja miksi

Tässä alaluvussa lähdän esittelemään Celeste Barberin parodiakuvia ja erittelemään esimerkkien avulla teemoja, jotka nousevat kuvissa esiin. Aiemmissä alaluvuissa esittelin pääpiirteittäin selfie-kulttuurin, Instagramin ja Internetin mikrojulkisuuden teemoja. Nämä kaikki yhdistyvät Barberin parodiassa ja aihepiireistä on tärkeää olla perustietämys, jotta Barberin parodiaa voi tulkita. Parodia pureutuu pohjimmiltaan Instagram-julkusten tapaan kuvata itseään. Esittelen, kuinka tämä joutuu Barberin parodiassa huomion ja ivan kohteeksi. Instagram-julkusten kuvissaan käyttämä poikkeuksellisuuden (*exceptionalism*, Abidin 2018, 28) strategia nousee kaikissa esimerkiksi valitsemissani kuvissa esiin, sillä jokaisen kuvan on tärkeää olla jollakin tapaa poikkeuksellinen ja huomiota herättävä, jotta ne toimisivat henkilöbrändäyksen välineinä. Barberin parodia tekee näkyväksi sen, kuinka tarkkaan suunniteltuja kuvajulkaisut ovat. Parodiakuvissa nauretaan henkilöbrändäysstrategioille, joilla yritetään saada huomiota. Naurunalaisiksi joutuvat muun muassa yliampuvat poseeraukset, lavastetut kuvaussessiot ja paljas pinta, jotka kaikki näyttäytyvät Barberin parodiakuvien tarjoaman kommenttiraidan rinnalla katseltuna lopulta huomionhakuisilta taktiikoilta vetää huomiota itseensä sosiaalisessa mediassa.

Celeste Barber versioi eräässä parodiakuvassaan malli Gigi Hadidin ja hänen kumppaninsa pop-artisti Zayn Malikin yhteiskuvaa¹³. Kuvassa Hadid ja Malik suutelevat sängyssä, mutta eivät aivan perinteisesti vierekkäin makoillen, vaan hyvin atleettisessa akrobaattisessa poseerauksessa niin, että Hadid on käsillä seisonnassa Malikin kasvojen yläpuolella. Pariskunta hymyilee toisilleen, kuva näyttää kepeältä ja poseeraus vaivattomalta. Celeste Barberin ja hänen miehensä versio on kaikkea muuta kuin vaivattoman näköinen. Kuva on epäselvä ja kuvatut kohteet ovat liikkeessä, kun Barber räpiköi yrittäessään päästä samaan poseeraukseen kuin Hadid siinä onnistumatta. Kuva on erittäin toimiva esimerkki siitä, millaisia Barberin parodiakuvat useimmiten ovat. Alkuperäisessä kuvassa on jokin hämmästyttävä elementti, jolla on saavutettu huomiota, mutta Barberin versiossa tämä elementti tarkoituksellisesti epäonnistuu.

¹³ Kuva 3, 7.5.2016: https://www.instagram.com/p/BD4-4fRw_Di/?igshid=d9b6nvladkpr.

Parodiakuvan kuvatekstinä lukee: ”*Real love is perfect, flawless, acrobatic, stylised, timed and photogenic*”, eli oikea rakkaus on täydellistä, virheetöntä, akrobaattista, tyylieltyä, oikein ajoitettua ja valokuvauksellista. Kuvateksti on ironinen ja kuvan versioinnissa epäonnistuminen vahvistaa viestiä. Epäonnistuminen ei pelkästään ole huvittavaa ja naurata. Kuvassa epäonnistutaan tarkoituksella, ja sillä Barber haluaa nimenomaan ilmaista, etteivät elämä ja rakkaus ole aina niin täydellistä ja valokuvauksellista. Myös Instagram-kuville ominaiset henkilöbrändäämistaktiikat tulevat alkuperäisessä Hadidin ja Malikin kuvassa esille selkeästi. Otoksessa on pyritty poikkeuksellisuuteen, jota mallinnetaan tässä tapauksessa selkeästi mainoskuvastosta. Kuva on kuin suoraan mainoskampanjasta. Se kiinnittää hämmästyttävillä elementeillään tehokkaasti katsojan huomion ja siinä läsnä samanlainen suunnitelmallisuus kuin ammattimaisessa valokuvaussessiossa. Kuva on myös muokattu silotellun näköiseksi. Kaikilla näillä elementeillä luodaan tuotemerkeille ominaista eli brändimäistä mielikuvaa itsestä ja omasta Instagram-sisällöstä. Barber on tehnyt paljon parodiaa myös muotimaailman kuvista, kuten muotilehtien kansikuvista ja tuotemerkkien mainoskuvista. Olen kuitenkin rajannut nämä kuvat tutkielmani aineistosta, sillä haluan keskittyä nimenomaan julkkisten omiin kuviin, itse otettuihin selfieihin ja itserepresentationaalsiin otoksiin.

Kehitys on kuitenkin toiminut myös toiseen suuntaan, nimittäin myös perinteisiksi julkisuuden henkilöiksi mielletyt julkkikset ottavat mallia Internetin-sisällöntuottajien toimintatavoista, jotta heidän otteensa olisi yhtä helposti lähestyttävä ja kiinnostava kuin sosiaalisen median mikrojulkkisten. He julkaisevat samalla tavalla emotionaalista täytesisältöä eli tavallisuutta huokuvaa sisältöä jokapäiväisestä arjesta kuin Internet-julkkikset sosiaalisen median alustoilla. Tämän sisällön avulla he saavat uusia ihmisiä houkutelua heidän pääasiallisen sisältönsä pariin. (Abidin 2018, 11–18.) Esimerkiksi artisti saattaa herättäessään ihmisten mielenkiinnon onnistua houkuttelemaan heidät kuuntelemaan hänen musiikkiaan. Kehitys liittyy julkisuuden painopisteen muutokseen ja Internet-julkisuuteen liittyvään demoottiseksi tai rahvaanomaiseksi käänneeksi (*demotic turn*) kutsuttuun vaiheeseen, jolloin tavallisten ihmisten eli tavisten kokemusmaailmasta kiinnostuttiin (Abidin 2018, 5). Julkisuuden henkilöt julkaisevatkin itsestään samalla tavalla rentoja selfieitä kuin kuka tahansa Instagramin käyttäjä. Sosiaalisen median myötä julkkikset ovat päässeet itse enemmän ohjaksiin omasta imagostaan eikä heidän jokaista näyttäytymistään mediassa enää hallinnoi heidän markkinointitiiminsä.

Barberin parodioiman laulajan Demi Lovaton peilselfie, jossa artistilla on yllään vain uimapuku, toimii esimerkkinä kuvasta, jossa julkisuuden henkilö pyrkii ilmaisemaan tavallisuuttaan ja tulemaan fanikuntansa lähelle julkaisemalla samaistuttavan yksinkertaisen selfien¹⁴. Kuvassa pitää toki silti olla jokin kiinnostuksen herättävä elementti, jotta se kiinnittäisi huomion Instagramissa, jossa kuvia selaillaan yhtenäisenä kuvavirtana. Sovelluksessa, jossa kuvat lipuvat ohi vain näytön pyyhkäisyllä, pitää pystyä herättämään selailijan kiinnostus, jotta hän jäisi katsomaan kuvaa ja antaisi sille tykkäyksensä. Julkaisualusta vaikuttaakin kuvien funktioon ja siihen, mitä pidetään alustan kannalta kiinnostavana sisältönä eli mitä asioita sisällössä kannattaa korostaa. (Tiidenberg 2018, 34.) Demi Lovaton Instagram-selfiessä kiinnostava elementti on paljas pinta, jolla huomio saadaan tehokkaasti kiinnitettyä. Barber irvailee kuvatekstissä Lovaton uimapuvulle, joka näyttää siltä, kuin se olisi puettu päälle väärinpäin: *”When you’re feeling yourself over the holidays and try to getaway with wearing your swimmer backwards.”* Todennäköisesti Barberin versiossa uimapuku tosiaan on väärinpäin, vaikka Lovaton uimapuku olisikin tarkoituksella ollut rinnan kohdalta hyvin avonainen. Suurimmassa osassa Barberin parodiakuvista esiinnyttään hyvin vähissä vaatteissa tai jopa kokonaan alasti. Tällöin keho nousee selkeästi operoivimmaksi tekijäksi kuvassa. Myös se, kuinka kehot ovat kuvissa aseteltuja mitä ihmeellisimpiin poseerauksiin, kiinnittää huomiota väkisinkin vartaloihin. Julkkisten litteiden vatsojen ja Barberin mahamakkaroitten välillä vallitsee kontrasti. Selfie-kulttuuri vaikuttaa käsitykseen siitä, millainen ulkonäkö sekä millaiset kehot ovat arvokkaita ja kuvaamisen arvoisia. Selfieiden ottamista on tarkasteltu kehosuhdetta muokkaavana käytäntönä. Selfieillä tuotetaan ymmärrystä kehoista, niiden arvosta ja paikasta maailmassa. (Hynnä 2018.) Parodiallaan Celeste Barber kommentoi ulkonäköön ja kehoon kiinnittyviä käsityksiä sekä ihanteita, joita selfie-kulttuuri ja julkkisten selfiet heijastelevat.

Hip-hop -artisti Iggy Azaleaa parodioivassa kuvassa Barberin versiossa esillä ovat vatsamakkarat, joita yleensä itsestä otetuissa kuvissa koetetaan viimeiseen saakka peitellä¹⁵. Iggy Azalea poseeraa kuvassa ryhdikkäästi kyykyssä katsoen viettelevästi suoraan kameraan. Kuva vaikuttaa promootiokuvalta, koska se on otettu studioolosuhteissa ja se on selkeästi suunniteltu otos taustoineen kaikkineen. Kuva ei myöskään ole selfie-muotoinen, vaan jonkun toisen Azaleasta ottama, jonka ansiosta

¹⁴ Kuva 4, 5.1.2019: <https://www.instagram.com/p/BsQ4wETlcAb/>.

¹⁵ Kuva 5, 30.7.2018: <https://www.instagram.com/p/B12qqKFh99V/?igshid=dl6os3ypc632>.

Azalea on päässyt entistä paremmin poseeraamaan kuvaa varten. Kuvassa esiintyvän Azalean vatsa on litteä, rinnat ja peppu korostetun pyöreät ja hän esiintyy, kuten Barberin valikoimille julkkisten kuville on ominaista, korkokenkiä ja sukkia lukuun ottamatta täysin alasti. Barber on napannut oman versionsa kotiolosuhteissa käytävän seinää vasten. Hän on pukeutunut kuvaan ihonväriset alusvaatteet eikä esiinny täysin alasti, vaikka paljasta pintaa jää esille paljon. Barberin asu, vaikka päällä ei paljoa olekaan, on hullunkurisen näköinen. Ihonväriset alusvaatteet ovat mummohtavat sekä epäseksikkäät ja eriparisukat korkokengissä ovat näyttävät hölmöiltä. Barberin kasvojen ilme ei ole alkuperäisen kuvan tavoin seksikäs, vaan hassu virne, jolla saadaankin ilmaistua hyvin sitä, ettei kuvaa ole otettu tosissaan matkimistarkoituksessa vaan kyseessä on nimenomaan parodia. Kuvaan valikoidut elementit riitelevät sitä itsensä representoimisen tapaa vastaan, jossa sosiaaliseen mediaan ladatut kuvat ovat siloteltuja ja esittävät parhaan version itsestä. Barber rikkoo parodiallaan täydellisyyteen pyrkivää itsensä ilmaisua ja kommentoi viimeisen päälle hiottuja selfieitä. Parodia tekee näkyväksi kuvien takana piilevän ”tuotantoprosessin” eli toimet, joita kuvien ottaminen, muokkaaminen ja julkaiseminen edellyttävät sekä pistää pohtimaan kuvien sisältämiä ja viestimiä merkityksiä.

Barberin parodia tekee näkyväksi, kuinka julkkisten kuvat ja selfiet ovat tuotettuja ja suunnitelmallisia. Sosiaaliseen median ladatut kuvat harvoin ovat vaivattomia ja spontaaneja. Barber huomauttaa tarkasta Instagramin kuvalliseen kulttuuriin kiinnittyvästä koodistosta ja normeista rikkomalla itse näitä pelisääntöjä. Sosiaalisen median kuvajulkaisujen ja selfieiden kohdalla voidaan mielestäni soveltaa Judith Butlerin (2006/1990) ajatusta sukupuolen performatiivisuudesta, johon pureudumme syvällisemmin tutkielman neljännessä luvussa. Performatiivisuudella tarkoitetaan tiedostamattomia toistavia käytäntöjä, jotka ylläpitävät jotakin totuttuja asiantiloja, normeja, arvoja ja toimintatapoja. Selfie-kulttuurissa toistetaan tiettyjä käytäntöjä ja tapaa kuvata itseä aivan tiedostamatta, samalla tavalla kuin yhteiskunnassa toistetaan tietynlaista sukupuolen representaatiota ja ilmaistaan omaa sukupuolta niin kuin on opittu olevan sopivaa. Sosiaalisen median kuvat ovat siis ikään kuin itserepresentationaalista performanssia. Tätä performanssia Celeste Barber pyrkii parodiansa voimin tekemään läpinäkyväksi ja jopa kyseenalaistamaan siihen kiinnittyviä käytäntöjä.

Barber kommentoi siis parodiallaan selfie-kulttuuria ja sosiaalisessa mediassa julkaistaviin kuviin sekä selfieihin liittyvän itserepresentaation performatiivisuutta. Barber tekee parodiansa keinoin näkyväksi sen, kuinka tarkkaan harkittuja esityksiä Instagramissa julkaistut kuvat ovat. Parodiakuvissaan Barber toimii toisin, esiintyy epäonnistuen selfieiden ottamiseen liittyvissä konventiossa ja huomauttaa samalla, kuinka paljon täydellisen Instagram-kuvan eteen todellisuudessa tehdään, vaikka ne näyttävätkin usein niin vaivattomilta. Pop-laulaja Beyoncé'n kuvan parodiassa¹⁶ Barber nostaa kekseliäästi esille sen, että kuvan ottaminen on voinut vaatia valmisteluja ja otos ei olekaan niin spontaani ja vaivaton kuin ensimmäiseltä katsomalta saattaa vaikuttaa.

Beyoncéta parodioivassa värikkäässä kuvassa, jossa pop-laulaja poseeraa ulkona pyykkinarulla roikkuvan sinisen kankaan edessä, esiintyy Barberin lisäksi toinenkin hahmo nimittäin hänen aviomiehensä. Barberin aviomies Api Robin avustaa Barberia toisinaan parodiakuvien toteutuksessa. Yleensä kuvat, joissa Robin esiintyy, ovat sellaisia, joissa esiintyy julkkiksen lisäksi tämän kumppani, jolloin aviomies Robin esittää tämän osuutta parodiassa. Beyoncé-parodia eroaa tästä hieman, sillä alkuperäisessä kuvassa ei esiinny miestä, jonka paikalle Robin asettuisi. Sen sijaan, kun Beyoncé'n kuvassa kangas tai lakana roikkuu narulla, Barberin versiossa hänen aviomiehensä pitelee Barberin taustalla pientä tyynyliinan näköistä kankaanpalaa. Kuva huvittaa, sillä se luo vaikutelman siitä, että Barber on pakottanut miehensä avustamaan kuvan ottamisessa. Kuva myös herättää huvittavan ajatusketjun valokuvaussessiosta Beyoncé'n alkuperäisen otoksen taustalla. Ehkäpä Beyoncé'n aviomies rap-artisti Jay Z on piilossa lakanan takana pitelemässä sitä pystyssä, jotta hänen vaimonsa saa otettua täydellisen Instagram-kuvan. Näin tuskin on, mutta ajatus tulee väkisinkin mieleen Barberin parodiaa katsoessa ja huvittaa suuresti. Kun Beyoncé'n kuvaa tai mitä tahansa muuta julkkiksen kuvaa katsoo uudelleen nähtyään siitä Barberin parodiaversio, alkaa kuvaustilannetta pohtia uudesta näkökulmasta. Millainen tilanne on kyseessä tuon Beyoncé'n kuvan ottamisen yhteydessä? Ripustaako artisti pyykkejään – ja vieläpä itse? Vai onko tilanne lavastettu vain kuvanottamista varten.

Miehet toisinaan pääsevät sivurooliin julkkisten Instagram-kuvissa, ja niin pääsee Barberinkin aviomies. Celeste Barberin aviomiehellä Api Robinilla on Instagram-tili

¹⁶ Kuva 6, 5.9.2019: <https://www.instagram.com/p/B2AYVKCnBH7/?igshid=qrhijsg3fuge>.

@hothusband_¹⁷. Käyttäjätilin kuvauksessa lukee ”This account may or may not be run by my wife” eli vihjataan siihen, että tili saattaa olla Barberin hallinnoima. Tilin nimestä @hothusband_ voi tehdä päätelmän, että tili on ainakin alkujaan Celeste Barberin perustama, sillä leikkisä nimi ilmaisee käyttäjätilin kuuluvan *seksikkäälle aviomiehelle*. Käyttäjätilille on julkaistu muutamia kymmeniä kuvia¹⁸ muun muassa Barberin aviomiehestä paidattomana, romanttisia yhteiskuvia pariskunnasta, lomakuvia ja -videoita, kuvia kiertueilta. Tili on henkilökohtaisempi, intiimimpi, rennompi ja arkisempi. Vaikka profiili olisi alun perin Barberin perustama, näyttää siltä, että profiili on pariskunnan yhteinen ja molemmat heistä julkaisevat kuvia tilille.

Barber merkitsee @hothusband_-käyttäjätilin varsinaisen käyttäjätilinsä @celestebarber parodiakuviin silloin, kun hänen miehensä esiintyy kuvissa hänen kanssa. Kun käyttäjätili mainitaan Barberin parodiakuvien yhteydessä, käyttäjänimeen kiinnittyä komediallinen aspekti. Kuvaan siis merkitään ”seksikäs aviomies”. Barber siis ikään kuin kehuskelee seksikkäällä aviomiehellään merkitessään tämän kuvaan. Hän ei mainitse miestä nimeltä, vaan sen sijaan valittu nimimerkki kuvailee miehen ulkonäköä. Nimimerkki on kehuskeleva ja kiinnittää huomion siihen, millaisen miehen Barber on onnistunut nappaamaan. Nimimerkki on valikoitunut huumoritarkoituksessa ja sen voi tulkita ironisena Barberin parodian jatkumona. Julkkikset poseeraavat toisinaan kuvissa heidän hyvännäköisten ja seksikkäiden kumppaniensa kanssa, joten kun Barber tekee tällaisista kuvista parodian, hän asettaa miehensä kirjaimellisesti seksikkään kumppanin sivurooliin. Beyoncé’n kuvassa ei esiinny alun perin ketään miestä, mutta miehen lisääminen kuvaan lakanaa pitelemään on ensinnäkin hauskaa, jonka lisäksi elementillä pystytään kommentoimaan selfie-kulttuuriin ja kuvien ottamisen konventioihin liittyviä käytäntöjä. Kuvan ottaminen sosiaaliseen mediaan on prosessi, johon nähdään toisinaan paljonkin vaivaa ja valmistelua. Tästä Barber haluaa meitä parodiallaan muistuttaa.

Selfie-kulttuuriin kiinnittyvällä henkilöbrändäämisellä tarkoitetaan siis itsensä asettamista tuotteen kaltaiseen asemaan eli ikään kuin itsensä markkinoimista. Tarkoituksena on luoda itsestä ja omista kyvyistä kiinnostavaa ja mielekästä kuvaa, jonka avulla voidaan saavuttaa vaikkapa työtarjouksia. Barber parodioi näyttelijä-malli Lindsey Pelasin kuvaa, jossa Pelas mainostaa sponsorinsa ravinnelisätuotemerkki 1st

¹⁷ Katso Celeste Barberin aviomiehen Api Robinin Instagram-tili @hothusband_: https://www.instagram.com/hothusband_/.

¹⁸ Julkaisujen määrä on tarkistettu 29.5.2020, jolloin määrä oli 61 julkaisua.

Phorm:in tuotetta¹⁹. Kuvateksti kuuluu ”When you need to explain to your parents that you don’t use your education because you want to be one of those chicks who sell weird shit on Instagram”. Barber vitsailee kuvatekstissä tilanteesta, jossa Lindsey Pelasin kaltainen Instagram-julkkiksen pitäisi selittää vanhemmilleen, ettei hän käytä koulutustaan sillä hän haluaa olla yksi niistä tytöistä, joka myy outoa tavaraa Instagramissa. Sosiaalisen median vaikuttajat tekevät sponsorisopimuksia yritysten ja tuotemerkkien kanssa, jolloin he saavat tuotteen mainostamisesta kuvissaan ja muissa julkaisuissaan palkkion. Barber kuittailee Pelasin tavalle ansaita elantonsa Instagram-kuvia ottamalla ja mainostamalla tuotteita henkilökohtaisella käyttäjätilillään ja omien kuviensa sekä lopulta kehonsa ja ulkonäkönsä avulla. Käytäntö tehdä sponsorisopimuksia yritysten kanssa ja julkaista heidän mainossisältöään selfieiden muodossa henkilökohtaisella käyttäjätilillä kertoo siitä, että käsityksemme kuvien itseresentationaalista arvosta ja siitä, mihin kaikkeen kuvia voi käyttää, on laajentunut (Tiidenberg 2018, 34). Tuotteiden myyminen vaatii viehättävien ja huomiota herättävien kuvien ottamista, ja nämä seksikkäät sekä keimailevat kuvat saattavat vaikuttaa huomionhakuisilta ja turhamaisilta, onhan kuvien keskiössä aina niin sanotusti ”oma napa”. Itsestään otettujen kuvien julkaiseminen, joka yleistyi ja jopa tavanomaistui selfie-kulttuurin synnyn myötä, tuomittiin varsinkin selfie-ilmiön alkuaikoina turhamaisena käytöksenä ja selfie-ilmiöstä puhuttiin jopa narsismiepidemiana²⁰ (Marwick 2015, 141). Muun muassa populaarilehdistö on syyttänyt selfieiden ottajia pinnallisuudesta (Hynnä 2018). Barber ottaa osaa keskusteluun kritisoiden Instagramin kuvallisen kulttuurin elementtejä parodiallaan.

Representaatiot osallistuvat aktiivisesti siihen, kuinka hahmotamme ympäristömme, ja millaisen kehyksen kautta merkityksellistämme todellisuutta. Ne eivät yksinkertaisesti heijasta yhteiskunnallisia arvoja ja ymmärryksiä, vaan osallistuvat niiden muotoilemiseen ja kierrättämiseen. Ne ylläpitävät, tuottavat ja markkinoivat meitä ja muita koskevia ymmärryksiä. Representaatioita tuotettaessa nojataan erilaisiin normeihin ja esityskonventioihin. Populaarikulttuurin representaatioilla on vaikutusta siihen, millaiset roolit ja asemat näemme kenellekin mahdollisina ja tavoittelemisen arvoisina (Paasonen 2010, 41–45). Mikrojulkkikset, joilla on miljoonia seuraajia

¹⁹ Kuva 7, 17.4.2018: <https://www.instagram.com/p/BhpXF0zBW2r/?igshid=2a5wjdkmv38n>.

²⁰ Daily Mailin lukija-artikkelissa äiti Shona Sibary ilmaisee huolensa koskien nuorten tyttöjen turhamaisilta julkkiksilta matkittua tapaa ottaa itsestään selfieitä huulet mutrussa. (26.3.2013 klo 22.38 BST, tarkistettu 29.5.2020, <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2299619/Selfie-photo-craze-The-pouting-pictures-I-fear-daughter-end-regretting.html>.)

Instagramissa, toimivat monille nuorille esikuvina ja roolimalleina, joita vasten omaa itseä peilataan. Barberin kritiikki tuntuu koskevan osittain juuri tätä. Nuoret naiset ja tytöt katsovat julkkisten kuvia ja näkevät, kuinka naiset pärjäävät ulkonäkösä ansiosta asettamalla itsensä ihailun ja katseen kohteeksi. Instagramin selailijat altistuvat jatkuvasti näkemään kuvia, joissa on kiinteitä ja hoikkia vartaloita. Instagramissa käyttäjä voi toki valita, millaisia tilejä seuraa ja vaikuttaa siihen, millaista sisältöä hän sovellusta käyttäessään kohtaa. Kuitenkin kuvat, jotka saavat paljon tykkäyksiä, kuten julkisuuden henkilöiden julkaisut, kiertävät muuallakin mediassa. Vain yhden selfien pohjalta voidaan nettilehteen kirjoittaa artikkeli, jossa päivitellään, kuinka rohkean kuvan julkkis on jakanut²¹.

Selfie-kulttuuri voi vaikuttaa käytäntöineen turhamaiselta, sillä harkittu ja tarkkaan hiottu itserepresentaatio on kaiken keskiössä. Barberin parodiasta luettavissa oleva turhamaisuuden kritiikki purkautuu lopulta siihen, että parodioituissa kuvissa naisrepresentaatio pyörii toistuvasti ulkonäön ja laihuusihanteeseen sopivien kehojen ympärillä. Todellisena kritiikin kohteena näyttävätkin olevan nämä ulkonäkö- ja kehoihanteet, joita kuvissa toistetaan ja joita ylläpidetään tuottamalla sisältöä, jossa ulkonäköpiirteet ovat keskiössä, niitä korostetaan sekä asetetaan ihailun kohteeksi.

Celeste Barberin parodiakuvissa asetetaan yksittäisten julkisuuden henkilöiden kuvien lisäksi koko selfie-kulttuurin käytännöt naurunalaisiksi. Kun käytännöille ensin nauretaan, on ne sen jälkeen myös helpompi kyseenalaistaa. Kuvien ottamisesta on tullut automaatio, johon liittyviä tapoja ei jäädä pohtimaan ja kyseenalaistamaan. Celeste Barberin parodiakuvat paljastavat sosiaalisen median kuvien paikoittaisen teennäisyyden ja hullukurisuuden. Tässä luvussa pyrin pohjustamaan Instagrammaailmaa ja avaamaan oleellisia termejä, joiden ymmärtäminen on tärkeää tutkielmani kannalta. Viimeisessä aluvussa pyrin antamaan yleiskuvan siitä, millaista Barberin parodia on sekä millaisia aiheita parodiakuvat nostavat esiin. Tutkielmani analyysiluvuissa pureudun tarkemmin siihen, miten parodia toimii. Esittelen millaisin keinoin Barberin parodia kommentoi selfie-kulttuuria, sen turhamaisia käytäntöjä ja konventioita sekä julkkisten kuvien naisrepresentaatiota ja kehoihanteita kuvissa.

²¹ Esimerkiksi näyttelijä Charlotte McKinneyn Instagramissa julkaisema kuva innoitti Iltalehden toimittajan Olli Martelan kokonaisen artikkelin kirjoittamiseen. Jutun otsikko kuuluu ”Baywatch-elokuvan povipommi julkaisi rohkean kuvan: ”En välttämättä olisi tarvinnut push up -rintaliivejä””. (29.7.2016 klo 8.18, tarkistettu 28.5.2020, <https://www.iltalehti.fi/viihde/a/2016072821972405>)

3 Celeste Barberin parodiakuvat vaikuttamisen keinona

Tässä luvussa tarkoitukseni on avata sitä, mitä parodia on. Parodian määritelmien ja teorian läpikäyminen auttaa ymmärtämään, miten parodiaa tuotetaan Barberin kuvissa ja mistä kuvien huumori syntyy. Lisäksi pyrkimykseni on selventää, ettei parodiassa ole kyse pelkästään huumorista, vaan parodia on aina kriittistä, kyseenalaistavaa ja keskustelevaa. Onnistun selventämään parodian kriittistä henkeä, vertaamalla Barberin kuvia vastamainoskulttuuriin. Erittelen muun muassa, millaista lisäarvoa kuvatekstit voivat tuoda parodiakuvien tulkitsemiseen, sekä miten kuvien elementit kiinnittävät huomion, herättävät ajatuksia ja johdattelevat tulkitsemaan. Tavoitteeni on osoittaa, kuinka Barberin parodiakuvat toimivat viihteen lisäksi yhteiskunnallisen keskustelunavauksina.

3.1 Kuinka parodia toimii – ironia, satiiri ja huumori

Linda Hutcheon (1985) on kirjoittanut parodian politiikasta ja teoriasta suhteessa moderniin taiteeseen. Käsittelen parodiaa tutkielmassani Hutcheonin teoriaan pohjaten. Hutcheonin mukaan kaikki koodattu diskurssi on avointa parodioimiselle. Tällä viitataan kaikkiin merkityksiä sisältäviin esityksiin. Parodiassa olennaista on yhteys ja intertekstuaalisuus tekstien eli alkuperäisen teoksen ja parodioidun version välillä. Parodiassa ideana on toisintaa asioita uudella tavalla, muunnellen. Muuntelu erottaa sen perinteisestä imitoinnista. Oleellista on erilaisuus kohteiden välillä, alkuperäisen teoksen ja parodiaversioon. Parodia pelaa siis eroavaisuuksilla suhteessa alkuperäiseen teokseen, ei samankaltaisuuksilla. Parodia on aina rakennettu toisen teoksen pohjalta ja se viittaa tähän alkuperäiseen teokseen eroavaisuuksista huolimatta. Oikeastaan sekä alkuperäinen teos että tästä tehty uusi versio ja näiden teosten suhde toisiinsa yhdessä tekevät parodian.

Ironia eli epäsuora iva on Hutcheonin mukaan parodian käyttämien retoristen mekanismien pääelementti. Parodian ei kuitenkaan ole välttämätöntä olla naurettavaa ja sen ironia voi olla leikkisää tai vähättelevää. Samalla se voi olla kriittisesti rakentavaa yhtäläillä kuin purkavaakin. Parodia on lisäksi aina itsensä tiedostavaa, kuten Hutcheon (1985, 27) kirjoittaa: ”parody self-consciously and self-critically recognizes its own nature.” Satiirin avulla parodia mahdollistaa kriittisen etäisyyden ja kiinnittyy tiukemmin maailmaan. Satiirin ja parodian ero on usein määritelty olevan satiirin

yhteiskunnallisessa luonteessa, kun taas parodia on nähty pikemmin teoksen, kuten taiteen tai mediatekstin, jäljitelmänä kuin todellisuuteen ja maailmaan liittyvänä. Hutcheon kuitekin painottaa, että parodia ja satiiri limittyvät toisiinsa. Parodiakin voi olla satiirista, olla hyvin kriittistä ja kommentoida yhteiskunnallisia teemoja, mutta tämä ei ole parodialle välttämätöntä kuten se satiirille on.

Hutcheon (1985) määrittelee parodian imitoivan enemmän taidetta kuin elämää. Parodian keinoin modernit taiteilijat ovat pyrkineet pääsemään tasapainoon menneisyyden kanssa. Kuitenkin taiteilijoiden pyrkimyksiä oleellisemmassa roolissa parodiassa on vastaanottaja eli parodian havainnoitsija. Hutcheon painottaa vastaanottajan merkitystä parodiassa. Ironia on elementti, joka herättää vastaanottajan huomiokyvyn ja kiinnittää huomion dramatisointiin. Kommunikaatioprosessilla on suuri vaikutus parodian tulkinnassa ja ymmärtämisessä. Jotta parodiaa voi ymmärtää, vastaanottajalla eli tulkitsijalla ja parodian tekijällä eli henkilöllä, joka on pyrkinyt sisäänkirjoittamaan parodiaan tietyt merkitykset, pitää olla jotakin jaettuja koodistoja. Tällaista jaettua koodistoa voi esimerkiksi olla kieli, sanojen vivahteelliset merkitykset, symbolit ja visuaalisen kuvastoon liittyvä ymmärrys kuten konventionaalisten esittämistapojen ymmärrys.

Huumorin on joidenkin teorioiden mukaan selitetty syntyvän, kun yhteen sopimattomia asioita yhdistetään. Elliott Oring (2003) käyttää tästä termiä ”appropriate incongruity” eli tarkoituksenmukainen tai sopiva yhteensopimattomuus. Barberin parodiakuvissa yhteen sopimattomien asioiden yhdistämistä tosiaan käytetään hyväksi. Barberin parodioitavaksi valitsemisissaan kuvissa mallit vetoavat katsojaan esimerkiksi vaatteiden ja asusteiden, meikin tai kauneudenhoitorutiinien, kehonhuollon, urheilun ja terveellisten elämäntapojen sekä itsevarman ulosantinsa avulla. Barberin parodiakuvissa hän kääntää samat tekijät tahallisesti sekä ironisesti itseään vastaan. Barber kääntää kuvan piirteet tarkoituksellisesti pääläelleen ja riisuu yltään vaatteiden lisäksi kaikki imartelevat ominaisuudet. Hän on meikannut huonosti, hän pukeutuu hassusti, hän kääntää kuvissa esiintyvät terveusrutiinit mässäilyksi ja sporttiset taidonnäytteet epäatleettisiksi pyristelyiksi sekä esiintyy koomisen yli itsevarmana ja flirttailevana kaikkien näiden perinteisesti itsevarmaan itseilmaisuuksiin kuulumattomista ja yhteen sopimattomista elementeistä huolimatta. Tämä on kuitenkin enemmän ironiaa kuin itseironiaa, sillä parodian elementit ovat ivallisia ja kääntyvät lopulta alkuperäistä otosta vastaan. Huumori syntyy kuvien välisen kontrastin, elementtien koomisuuden ja

yhteensopimattomuuden sekä alkuperäiseen kuvaan kohdistuvan ivan yhteisvaikutuksista.

Hieman samalla tavalla kuin Oring (2003) määrittelee huumorin syntyvän elementtien tarkoituksenmukaisesta yhteen sopimattomuudesta, parodia on materiaalin koomista uudelleenjärjestämistä. Barberin parodiakuvissa materiaalia tosiaan on uudelleenjärjestelty, ja selkein muuttuva elementti on kuvan päähenkilö. Kim Kardashian Westiä parodioivassa julkaisussa Kardashian rajaa huuliaan peilin edessä alusvaatteisillaan ja pyyhe päässään²². Kuva on otettu takaa päin niin, että hän on asettunut takapuoli kameraa kohti, kun hänen kasvonsa näkyvät kuvassa peilin kautta. Celeste Barber, joka on ruumiinmalliltaan hyvin erilainen kuin Kardashian, on asettunut peilin eteen samanlaiseen poseeraukseen itsekin pelkät alusvaatteet päällään ja pyyhe päässään. Toki jo pelkkä päähenkilön vaihtuminen ja erilainen ruumiinmalli luovat kuvaan kontrastia. Tämän lisäksi elementeillä on kuitenkin tarkoituksenmukaisesti leikitelty. Barber on lisännyt silmiensä alle silmäpussien turvotusta laskevat naamioliuskat ja huulipunansa viimeistelyn sijaan hän ajellee ylähuultaan partahöylällä. Kardashian somistautuu kuvassa niin, että hän pysyy samalla hyvin valokuvauksellisena, eikä toteuta intiimejä ja jopa nolostuttavia toimenpiteitä kuten karvojen ajelua. Barberin versio kuitenkin jopa antaa olettaa, että hänellä saattaa kasvaa viiksiä, kun hän kerran niitä kuvassa ajellee. Karvojen ajelun kaltaista toimenpidettä, vaikka se onkin kauneuden hoitoon kuuluva rutiini monelle naiselle, ei useinkaan kuvata Instagram kuvissa. Parodiasta tekee hauskan juuri se, ettei kukaan halua sosiaalisessa mediassa paljastaa ajelewansa viiksiä, mutta silti Barberin ironinen versio on monelle lähempänä totuutta mitä tulee itsensä ehostamisrutiineihin. Kardashianin versiossa meikki on vain huulten rajausta vaille valmista ja ehostaminen toimii hyvin sirona ja kauniina eleenä, mutta Barber näyttää sen, kuinka keskeneräiseltä jokainen meistä joskus peilin edessä näyttää. Se tekee kuvasta hauskan lisäksi samaistuttavan. Barberin parodian samaistuttavuus toimii jälleen alkuperäistä Kardashianin kuvaa vastaan ja huomauttaa siitä, kuinka epäaito ja lavastettu kuvan tilanne on. Kardashianin kuva näyttäytyy kaukaa haettuna eikä julkkiksen otoksesta löydy samaistumispintaa tavikselle.

Teoksessa *Anatomy of Satire* Gilbert Highet (1962) määrittelee parodian imitoinniksi, joka vääristelyn sekä liioittelun kautta tuottaa viihdettä ja pilkkaa, ja joskus jopa

²² Kuva 8, 8.4.2018: <https://www.instagram.com/p/BhUnmRABWvF/>.

halveksuu. Linda Hutcheon (1985) ei käytä parodian luonnetta ja sen ironiaa kuvaillessaan sanaa halveksunta, mutta kuvailee parodian olevan toisinaan vähättelevää. Hutcheon kuitenkin painottaa, että ironia voi olla myös leikkisää ja mitä tahansa ääripäiden väliltä. Toisinaan parodian tarkoituksena on asettaa imitoinnin kohde naurettavaan valoon (Kolehmainen 2009, Sit. Rossi 2003, 135). Barberin kuvissa tällainen vähättelevä iva ja jopa halveksuva pilkka on joskus hyvinkin ilmiselvää. Erityisen usein tämän ivan kohteeksi joutuu Kim Kardashian West ja hänen sisaruksensa. Kardashianit ja Jennerit perheineen ovat oivia kohteita parodialle erikoisine ja keimailevine kuvineen, ja he myös julkaisevat uutta sisältöä tiuhaan. Hyvänä esimerkkinä ivasta ja pilkasta toimii parodia Kim Kardashian Westin ja Kanye Westin yhteiskuva²³. Kuvassa Kardashian esiintyy aviomiehensä Kanye Westin kanssa yläosattomissa vain hiukset rintojensa peittona. Kontrastia alastomuuden kanssa luo Kardashianin poseeraus, joka mukaillee pyhimysten asentoja ikonimaalauksissa: käsiele kuvastaa siunaamista, leuka on pystyssä ja katse ikään kuin suunnattu rukoilemaan polvistunutta seurakunnan jäsentä kohti. West halaa Kardashiania takaapäin ja hänen kädellään istuu kyyhkynen. Kuva on yliampuva ja siinä sekoitetaan kuvakieltä erilaisista kuvallisista kulttuureista; katolilaisuudesta, muotikuvista ja seksikkäistä selfieistä.

Barberin parodiaversiossa kasvoille on hutaistu samanlaiset luomivärit kuin Kardashianilla ja kyyhkynen on korvattu pehmoleluapinalla. Barber imitoi Kardashianin poseerausta, mutta versio on laiskempi. Vartaloa ei ole ojennettu ryhdikkääseen asentoon, sormia ei ole aseteltu yhtä pikkutarkasti, leuka ei ole pystyssä ja ilme näyttää väkinäiseltä, jopa huvittavalta yritykseltä uhkua seksiä töröttävien huulten välistä. Barberin aviomies on ottanut kuvassa Westin paikan ja katselee olkapään takaa pehmoleluapinaa ilmeettömänä. Kuvatekstiksi on kirjoitettu: *"This is the stuff that nightmares are made of. Trick or Treat Mutha Fukas!"* Teksti tulee kommentoineeksi niin alkuperäistä kuvaa kuin parodiaversiotakin. Kumpikin kuvista on outo, niin outo, että siitä voisi nähdä painajaisia. Barberin vääristelty versiointi Kardashianin kuvan rinnalla tuo outouden esiin entisestään. Barberin parodia saa näkemään alkuperäisenkin kuvan huvittavana. Parodian kömpelyys tarttuu alkuperäiseen kuvaan, jolloin otos näyttäytyy itsekin jokseenkin naurettavana parodiakuvan rinnalla. Kuva näyttäytyy yhtäkkiä outona yrityksenä kerjätä huomiota.

²³ Kuva 9, 31.10.2018: <https://www.instagram.com/p/BpnGWVAlU8U/?igshid=1btzixyoptoh8>.

Toisinaan parodia vaikuttaa hieman kesymmältä ja harmittomalta, ikään kuin kunnianosoitukselta. Tällainen parodia menee Hutcheonin kuvaaman leikkisyyden puolelle. Esimerkiksi eräässä tribuuttimaisessa parodiakuvassa Barber on valinnut kohteekseen hieman tavanomaisesta poikkeavan kuvan, jossa ei esiinny paljasta pintaa, vaan kuvan kiinnostavana elementtinä toimivat muut asiat. Kyseinen Kendall Jennerin kuva²⁴, jossa Jenner makaa lattialla ja hänen hiuksensa on aseteltu sydämiksi hänen päänsä ympärille, oli jonkin aikaa kaikkein tykkätyin Instagram-julkaisu²⁵. Alkuperäisen hyvin mainoskuvamaisen kuvan taiteellinen ja esteettinen arvo on huomioitu, sitä ei koeteta niinkään vähätellä, vaan parodiakuva toimii pikemminkin hölmönä ja leikkisänä tribuuttina. Alkuperäisen kuvan esteettinen aspekti pääsee loistamaan riippumatta siitä, että sen rinnalle lisätään parodinen versio. Itse asiassa kuvateksti paljastaakin, että Barber haluaa kuvan kautta onnitella Jenneriä tämän syntymäpäivänä: *”Happy birthday Kenny, remember to have someone to look after you when you pass out tonight so your mates can’t do stupid shit to your hair, again.”*. Parodiakuva on tribuuttimaisesta luonteestaan riippumatta hauska, erityisesti kuvatekstin ansiosta, joka asettaa alkuperäiselle kuvalle uudenlaisen kontekstin. Uudesta kuvitellusta kulmasta katsottuna alkuperäinen kuva alkaa huvittaa – olisihan se hassua, jos Jenner olisikin sammunut juotuaan ja hänen ystävänsä olisivat ottaneet Instagramin tykkätyimmän kuvan hänestä tämän ollessa tiedottomassa tilassa. Huumorista huolimatta parodian ei ole tarkoitus pilkata samalla tavalla kuin aiemmin esimerkeiksi nostamissani Kardashianista tehdyissä parodioissa. Toisaalta Kardashianinkin julkaisut ja Instagram-tili saavat lisää huomiota Barberin parodiakuvien levitessä sosiaalisen median jakojen ja mainintojen myötä. Jokainen Barberin parodioima kuva saa lisää huomiota parodiaversioita kautta siitä huolimatta, oliko parodia tarkoitettu ivana ja pilkkana vai ennemminkin tribuuttimaisena leikkinä. Parodia voi siis olla tarkoitettu kunnianosoituksena kohteelleen, mutta asioiden ja ilmiöiden protestointi on kuitenkin parodian yleisin käyttötarkoitus. Parodiassa kritisoidaan ilottelemalla humoristisesti uudelleenrepresentaatiolla, ja se onkin usein sävyiltään satiirista, erittäin kriittistä sekä ivallista. (Puri 2012.)

²⁴ Kuva 10, 2. 11.2016: <https://www.instagram.com/p/BMUf379gugs/?igshid=qyqujz2biazh>.

²⁵ Kendall Jenner on sittemmin poistanut kuvansa, jolla oli hetken aikaa eniten tykkäyksiä Instagramissa. Kuvalla kertyi jopa 2,6 miljoonaa tykkäystä. (”This Is the Most-Liked Instagram Photo Ever”, Time, Justin Worland, 28.6.2015, 12.21, tarkistettu 2.6.2020: <https://time.com/3939231/kendall-jenner-instagram-photo/>.)

3.2 Parodian tulkitseminen – keskustelunavaukset Celeste Barberin parodiassa

Parodia tarjoaa kriittisiä sosiaalisia huomioita ja kommenttiraitaa. Postmodernia parodiaa määriteltäessä ja analysoidessa on väitetty parodian hukanneen tarkoituseränsä. Hutcheon (1989, 186) sen sijaan väittää, ettei parodiassa ole mitään sattumanvaraista, vaan parodia on aina tarkoituksenmukaista puntarointia. Postmodernissa taiteessa voidaan käyttää ironiaa sekä leikkiä, ja samalla se voi olla hyvinkin tarkoituksenmukaista ja vakavasti otettavaa. Parodian ymmärtäminen vaatii katsojalta kykyä merkitysten tulkitsemiseen ja kriittiseen ajatteluun. Kaikki katsojat eivät välttämättä oivalla parodian kritiikkiä parodian tekijän tarkoittamalla tavalla, vaan tulkitsevat sitä eri tavoin eri lähtökohdista. Parodian ymmärtämiseen vaikuttaa parodian tekijän teokseensa upottama tarkoitus, sen vaikutus havainnoitsijaan sekä tämän kyky ymmärtää parodian koodikieltä, kuten tulkita auki parodian konteksti ja elementit, jotka ohjaavat parodian ymmärtämistä. Parodia ei synnytä minkäänlaista vaikutusta ennen kuin se koetaan ja tulkitaan, eikä tekijä voi koskaan täysin kontrolloida sitä, miten havainnoitsija ymmärtää parodian. (Hutcheon 1985, 22–23.) Representaatioiden vastaanottajat tulkitsevat niitä aina suhteessa tunnistamiinsa esityskonventioihin ja neuvottelevat tulkintaansa suhteessa omiin näkemyksiinsä ja arvoihinsa (Paasonen 2010, 42.). Parodiakuvan ankkuroiminen selfien yhteyteen pakottaa pohtimaan entistä tarkemmin kuvien representaatioita ja niiden suhdetta. Parodiakuva häiritsee tulkintaprosessia kiinnittämällä huomiota uusiin elementteihin. Kun Barberin parodiakuva asetetaan rinnakkain toisen kuvan kanssa, kuvien välille syntyy suhde. Kuvien esiintyminen yhdessä pistää katsojan väijäämättä vertailemaan niitä toisiinsa. Kuvista löydetyt yhtäläisyydet ja eroavaisuudet auttavat katsojaa löytämään merkityksiä. Oikeastaan sekä alkuperäinen teos että tästä tehty uusi versio ja näiden teosten suhde toisiinsa yhdessä tekevät parodian ja kuvien suhde toisiinsa on avain parodian ymmärtämiseen. Postmodernin parodian kritiikissä voi olla sen verran perää, että parodian ironia ja leikki varastavat joidenkin katsojien huomion. Ne ovat parodiassa usein päällimmäisenä esillä. Huumori on toisinaan parodian selkeimmin erottuva pintakerros, jota syvemmälle kaikki katsojat eivät huomaa sukeltaa. Tämä pätee hyvin Barberin parodiakuviin, joissa itsekin kiinnitin ensimmäisenä huomiota hulvattomaan komiikkaan. Kuvien kriittiset poltepaikat voivat hukkaa kepeyden alle.

Yksi elementti Barberin parodiassa kuitenkin auttaa katsojaa kuvien merkityksen tulkinnassa, mikäli merkityksiä ei muuten löydä – kuvatekstit. Kuvatekstit voivat joko

vahvistaa ja selkeyttää kuvasta jo muutenkin löytyviä merkityksiä, tai yhdistää kuvan sellaiseen kontekstiin, jota ei pelkästään kuvasta itsestään selkeästi löydä. Näin kuvatekstin avulla pystytään yhdistämään kuvaan myös siihen sopimattomia asioita, ja luomaan huumoria sopivalla yhteen sopimattomuudella (*appropriate incongruity*), kuten Oring (2003) määritteli huumorin syntyvän. Toisinaan kuvatekstit vain vahvistavat kuvasta jo luettavissa olevaa sanomaa. Joka tapauksessa kuvateksti auttaa tulkitsemaan kuvaa ohjailten tukintaa ja auttaen löytämään kuvista merkityksiä. Kuvasta voi kuvatekstin avulla tulla kriittisempi ja selkeämpi kannanotto kuin ilman sitä. Barberin kuvatekstit tuovatkin usein syvyyttä kuvien tulkintaan, ja toisinaan otokset eivät ole yhtä hauskoja ilman niitä. Sosiaalisen median luonne, jossa kuvia selaillaan nopealla tahdilla putkeen ja yhtä kuvaa katsotaan vain muutama sekunti, saattaa aiheuttaa sen, etteivät ihmiset jää pohtimaan Barberin kuvien merkityksiä kovin pitkäksi aikaa. Kuvateksteillä on siis suuri rooli viestin perille viemisessä silloin, kun Barber haluaa herättää seuraajiensa huomion sekä keskustelua aiheesta.

Barber julkaisi itse asiassa jo ennen virallisesti aloittamaansa *#challengeaccepted*-aihetunnistekampanjaa siitä irrallaan hauskan kuvan, jossa kuvatekstin merkitys tulee erityisellä tavalla esiin. Julkaisu poikkeaa Barberin parodiakuvista sillä hän ei itse esiinny kummassakaan kuvassa. Kuva kuitenkin rakentuu uudempien parodiakuvien kanssa siltä osin samalla tavalla, että siinä on asetettu kaksi kuvaa rinnakkain: Michelle Obaman Instagramissa julkaisema sittemmin poistettu kuva, jossa hän istuu sohvalla keskustelemassa kahden naisen kanssa ja Kim Kardashianin puhelimen kameralla peilin kautta ottama belfie eli selfie, jossa esille asetellaan oma takapuoli²⁶. Kuten Barberin parodiakuvissa, joissa hän itse esiintyy, tässäkin otoksessa kuvat toimivat ikään kuin vastakohtina toisilleen. Kuvateksti vahvistaa kuvien välistä kontrastia ja vastakkainasettelua: *"The photo on the left is of amazing women talking about women's rights and equality. The photo on the right has no filter."* Kuvateksti selventää, että vasemman puoleisessa kuvassa tuolloisen Yhdysvaltojen presidentin Barack Obaman vaimo Michelle Obama keskustelee muutaman muun naispuolisen yhteiskunnallisen vaikuttajan kanssa naisten oikeuksista ja tasa-arvosta. Oikean puoleisessa kuvassa sen sijaan ei ole käytetty filteriä eli kuvaa ei ole muokattu. Ironia on selkeästi vähättelevä ja ivallista.

²⁶ Kuva 11, 18.10.2013:

https://www.instagram.com/p/flzDmkQ_Ml/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=vu8ovjsxf2yn.

Kuten sanottua, parodiat sisältävät usein satiiria ja ovat sävyiltään usein yhteiskuntakriittisiä. Parodian voi nähdä kulttuurisena käytäntönä, jossa imitoidaan ja tätä kautta kommentoidaan toisia kulttuurisia käytäntöjä, eikä vain mukailta yksittäisiä teoksia koomisiksi esityksiksi (Kolehmainen 2009, 23). Kuvatekstien avulla Barber voi laajentaa parodiansa koskemaan selvemmin yhteiskunnallisia ilmiöitä. Tällöin kuvat eivät jää vain hullunkurisiksi mukaelmiksi alkuperäisistä otoksista, vaan yhteyteen liitetty teksti kehystää kuvan tiettyyn kontekstiin ja virittää ajattelemaan. Toki jo pelkästään se, että kuvan viereen liitetään parodiaversio, asettaa ensimmäisenkin kuvan uudelleenlaiseen tulkinnalliseen kehykseen. Aiemmassa esimerkissä Kim Kardashianin keimaileva kuva on siis niin sanottu *belfie* eli selfien muoto, jossa kuvassa esille asetellaan oma takapuoli. Belfiet otetaan usein peilin kautta, kuten Kardashianinkin kuva. Kuva toimii hyvänä esimerkkinä belfiiden (ja myös perinteisten selfiiden) ottamiseen liittyvistä konventioista. Konventionaalisia piirteitä ovat muun muassa viekotteleva poseeraus ja asento, ilme, vaatetus sekä peilin ja kamerakäden käyttö.

Kun itserepresentaationa toimivan kuvan viereen asetetaan sisällöllisesti hyvin erilainen ja hyvin erilaista tarkoitusta palveleva kuva, saa pelkkä vastakohtaisuus katsojan ajattelemaan. Tällöin alkuperäinen kuva alkaa selkeämmin edustaa muutakin kuin itseään, nimittäin koko selfie-kulttuuria. Barber kritisoi kuvallisten merkkien vastakkaisuuden ja tämän vastakkaisuuden aiheuttaman koomisuuden avulla henkilöbrändäystaktiikoiden huomionhakuisuutta, jota Kardashianin selfiet edustavat. Edustussuhteen kautta Barber kritisoi koko selfie-kulttuuria, johon huomionhakuisuus yhtenä kulttuurin elementtinä kiinnittyy. Kuvatekstin avulla puetaan sanoiksi sekä korostetaan suhdetta, joka toisistaan hyvin paljon poikkeavien, irrallisissa tilanteissa ja tarkoituserissä otettujen kuvien välille halutaan muodostaa. Tällöin katsojalle on paljon selkeämpää, millaisessa tarkoituksessa kuvat on asetettu rintarinnan, mitä Barber haluaa katsojan kuvista huomaavan ja miten kuvat kuuluu suhteuttaa toisiinsa, jotta sanoma tulisi ymmärretyksi. Kyseessä on hyvin erilaiset tavat ja tarkoituserät esiintyä kuvassa. Oleellista kritiikin kannalta on ymmärtää, millaisen tavan edustaa ja representoida itseään kuvien naiset ovat valinneet. Kardashianin kuva on selfie-kulttuurin konventioita hyödyntävä selfien arkkityyppi vailla tapahtumakuvausta. Obaman kuva on perinteisempi valokuva, joka ikuistaa merkittävän poliittisen tapaamisen. Barber asettaa parodiassaan kuvat rintarinnan, mutta silti vastakkain. Parodia kritisoi sekä arvottaa, ja tässä tapauksessa Kardashian saa lyhyemmän tikun.

Esimerkissä Barber ei silti sano suoraan sitä, miten kuvien suhde tulisi tulkita. Kritiikkiä ei ole väännetty rautalangasta, vaan Barber vain ohjaa tulkintaa kertomalla, mitä kuvissa tapahtuu. Katsojan osallistuttaminen tulkintaprosessiin voi jopa lisätä kuvien huumoriarvoa, mielekkyyttä ja auttaa ymmärtämään sanoman tehokkaammin. Kuten Linda Hutcheon (1985, 32) kirjoittaa, parodian tuottama mielihyvä ei synny huumorista vaan vastaanottajan sitoutumisen tasosta. Katsoja saa onnistumisen tunteen seurattessaan Barberin antamia vihjeitä ja saadessaan itse vetää johtopäätökset vihjeiden pohjalta. Tässä myös kiteytyy Barberin parodiakuvien keskusteleavuuden sekä kritiikin luonne. Katsoja saa itse tulkita kuvat, pompotella merkityksien välillä ja valikoida oleelliset. Kuvia voi katsella lähinnä vain huumorina viihdetarkoituksessa tai halutessaan antaa kuvien herättää itsessä tunteita ja ajatuksia. Barber vain sysää kuviensa kautta pallon liikkeelle, ei määritä sitä, kuinka kauas pallo lopulta vierii. Instagramin syötteessä Barberin parodiakuvaan törmääminen on hyvin hellä tapa luoda seuraajien jokapäiväiseen elämään tilanne, jossa heidän on mahdollista lähteä ajattelemaan kriittisesti sosiaalisen median kuvallista kulttuuria. Barberin kuvat eivät velvoita ajattelemaan taikka keskustelemaan, vaan ehdottavat keskustelunaiheita, joihin katsojan ei ole välttämätöntä kovin syvällisesti tarttua.

3.3 Vastamainoskulttuuri ja Celeste Barberin parodiakuvat

Celeste Barberin parodiakuvia on mielenkiintoista verrata kulttuuriseen häirintään ja vastamainoskulttuuriin. Kulttuurinen häirintä on poliittista toimintaa, jossa konsensus kyseenalaistetaan ja vaaditaan puheenvuoroa yksisuuntaisen markkinointiviestinnän keskellä. Kulttuuriseen häirintään kuuluu muun muassa katutaide ja performanssit kaupunkitilassa. Tempauksia voidaan pitää yhteiskunnallisen keskustelun ja taiteen muotona. Vastamainokset ovat kulttuurista häirintää. Vastamainokset ovat mainosparodioita, joiden tarkoituksena on kommentoida kulutusyhteiskunnan ongelmia ja herättää keskustelua huumorin sekä mainoskielen keinoin²⁷. Parodialle tyypillisesti vastamainoksissa operoidaan tunnistettavien maneerien ja tyyllisten piirteiden kautta saattamalla ne näkyviksi koomisessa valossa (Kolehmainen 2009, 23, Sit. Dentith 2000, 31). Barberin parodiakuvat operoivat samankaltaisten keinojen varassa, ja mitä huumoriin ja vääristelyyn tulee, vastamainoksissa on kyse yhtäläillä parodiasta. Barber

²⁷ Medialukutaitoa vastamainoksista (2018), Eetti ry: https://eetti.fi/wp-content/uploads/2018/11/VASTAMAINOS_2018_VERKKO.pdf.

hyödyntää kuvissaan alkuperäisen kuvan antamia aineksia samalla tavalla kuin vastamainoksissa tartutaan alkuperäisen mainoksen elementteihin. Aineksia järjestellään uudestaan ja niille keksitään uusia käyttötarkoituksia sekä muotoja. Kuvan osia muokataan ja korvataan uusilla elementeillä. Kun alkuperäisessä kuvassa esiintyneille objekteille keksitään uusia vastapareja, kuvaan tullaan kiinnittäneeksi uudenlaisia merkityksiä. Tarkoituksena on muokata kuvan merkitystä, haastaa katselija pohtimaan ja tuoda esiin toisenlainen viesti. Parodiakuvan tai vastamainoksen myötä, kuvan sanoma otetaan omiin käsiin ja käännetään omien tarkoituserien mukaiseksi.

Marjo Kolehmainen (2009, 24–25) tulkitsee, että vastamainoskulttuurissa on kyse performatiivisesta vastarinnasta. Vastarinnassa on Kolehmaisen mukaan kysymys performatiivisesta politiikasta, jolla tarkoitetaan kriittistä ilmaisua. Kriittisellä ilmaisulla synnytetään vastarintaa tai tuodaan sitä näkyväksi. Performatiivinen politiikka on usein identiteettipolitiikkaa, joka tekee vähemmistöjen jäsenistä poliittisia toimijoita osallistuttaen heidät keskusteluun. Performatiivinen vastarinta ei rajoitu vain tietynlaisiin toimintoihin tai tekoihin, ja vastarinnan performanssia voi tapahtua myös tiedostamatta ja spontaanien julkituksen toimien kautta. Olennaisinta on, että vastarinta tarjoaa kriittisen näkökulman. (ibid.) Vastamainos on vastarinnan muoto, joka on aina rakennettu toisen mainoksen pohjalta, kuten muukin parodia on rakennettu toisen teoksen pohjalta sitä väännellen ja vääristellen. Vastamainoksen sanoman ymmärtäminen tapahtuu suhteessa alkuperäiseen mainokseen. Kritiikin vivahteet aukeavat parhaiten, kun tuntee alkuperäisen mainoksen, mitä siinä on mainostettu ja minkä asioiden puolesta on puhuttu.

Barberin parodiassa on kyse totunnaisten esitystapojen ironisoinnista. Barber tekee kuvissaan asioita tietoisesti toisin ja ironisoi itserepresentaation ja selfieiden ottamisen konventioita. Tällainen tietoinen toisin tekeminen on vastamainoksille ja kulttuuriselle häirinnälle ominaista performatiivista vastarintaa. Toisin tekemisestä on puhuttu muun muassa sukupuolen performatiivisuuden yhteydessä käytäntönä, jolla sukupuolikäsitystä voi monipuolistaa totuttuja representaatioita rikkomalla. (Rossi 2006, 78–79, 65, Sit. Butler 1990, 148). Parodia siis tuottaa selkeimpänä efektinään huumoria, jonka lisäksi parodia auttaa herättämään ajatuksia ja käymään keskustelua. Merkityksellistämisen tavat voivatkin muuttua, jos tiedostetaan, miten tottumukset ovat rakentuneet (Rossi 2006, 75). Barber auttaa parodiallaan hahmottamaan totuttuja selfieiden ottamisen tapoja rikkoen siihen kiinnittyviä konventioita. Ilman Barberin parodiaversioita

rinnallaan alkuperäiset kuvat soljuisivat Instagramin syötteessä ohitsemme luultavammin herättämättä sen enempää ajatuksia ja näyttäytyisivät aivan tavallisina ja totuttuina selfieinä. Kun Barber liittää kuvan vierelle sen elementeillä leikittelevän version, jossa tarkoituksena on kyseenalaistaa selfie-käytäntöjen luonnollisuutta. Jo pelkkä pieni muutos kuvan elementeissä riittää huomauttamaan siitä, että kuvien ottamiseen kiinnitty toistuvia käytäntöjä. Laulaja-näyttelijä Jessica Simpsonin selfietä parodioivassa kuvassa Barber työntää päänsä auton ikkunasta ulos oletettavasti moottoritiellä²⁸. Barber ei kuitenkaan ole kuvassa somasti kuten Simpson kuvassa katsellessaan ulos auton ikkunasta kuvautuessaan maisemaa vasten. Sen sijaan Barberin työntäessä päänsä ikkunasta hänen poskensa täyttyvät kovan ilmavirran vaikutuksesta ilmasta eivätkä hänen silmänsä pysy kunnolla auki. Efekti on tuttu monista hauskoista videoista, joissa vaikkapa koira työntää päänsä ulos auton ikkunasta moottoritiellä ajettaessa ja tämän korvat sekä nahka lepattavat tuulessa. Lopputulos on hulvaton sillä Barberin kasvot muovautuvat ilmavirran vaikutuksesta hölmön näköisiksi. Samaa efektiä ei esiinny Simpsonin kuvassa, jossa hän katselee kaihoisesti ikkunasta. Ottaessaan kuvan Barber toimii toisin kuin selfieitä otettaessa yleensä toimitaan, ja tällä tavalla osoittaa parodiallaan kuvien taipumuksen olla hyvin harkittuja ja tarkasti aseteltuja sekä kiinnittää huomionsa totuttuihin tapoihin ottaa selfieitä.

Aktivisitit ja tutkijat ovat nostaneet esiin vastamainosten kaltaisten vastustavien toimien tärkeyden. Esimerkiksi tutkimuksissa on selvinnyt, että hoikkien mallien näkeminen voi hieman lisätä omaan kehoon liittyvää tyytymättömyyden tunnetta. Vastamainoksilla on ajateltu olevan potentiaalia ehkäisevänä keinona mediassa vallitsevalle laihihanteelle. Vastamainosten on uskottu hillitsevän negatiivisia vaikutuksia, joita mainonnan kautta laihihanteelle altistuminen voi aiheuttaa. Chapman Universityn tutkimuksessa uskomus kuitenkin todettiin ainakin jokseenkin vääräksi (Frederick ym. 2015). Tutkimuksessa tutkittiin vastamainonnan keinojen ja vastuuvapauslausekkeiden eli kuvien sisältöä koskevien huomautusten ja varoitusten vaikutusta ulkonäköpaineisiin. Kolmessa tutkimuksessa osa naisista altistettiin median laihihanteelle näyttämällä kuvia ihannevirtaloista, kun taas osalle naisista näytettiin samanlaisia kuvia, mutta kuvien yhteyteen oli liitetty vastuuvapauslausekkeiden kaltaisia huomioita tai kuvia oli muokattu vastamainostyyllisesti. Huomautukset saattoivat kommentoida kuvan naisen rintojen olevan implantit tai huomauttaa siitä,

²⁸ Kuva 12, 20.5.2018: <https://www.instagram.com/p/Bi-b62Xh2pb/?igshid=n5at7rzqccxp>.

ettei malli ole voinut syödä mitään aikoihin, jotta pysyisi vaadituissa mitoissa. Tutkimuksessa selvitettiin kyselytutkimuksen avulla mikäli huomautukset vähentävät naisten tarvetta vertailla itseään kuvissa esiintyviin malleihin. Lopputulos oli kuitenkin jokseenkin yllättävä, sillä niiden naisten kohdalla, joille näytettiin huomautuksia ja vastamainoselementtejä hyödyntäviä kuvia, tyytymättömyys omaan ulkonäköön ja paine laihtua nousivat kuvien katselun johdosta hieman enemmän verrattuna naisiin, jotka olivat nähneet samoja kuvia ilman huomautuksia tai vastamainoselementtejä. (Frederick ym. 2015.) Tutkimuksen valossa näyttäisi siltä, että vastamainonta on ainakin toimiva tapa herättää ajatuksia ja kiinnittää huomio yhteiskunnan ja mainonnan epäkohtiin. Ilman huomautuksia kuvat ja mainokset lipuvat kaduilla ja sosiaalisen median syötteissä ohitsemme eivätkä haasta meitä pysähtymään ja ajattelemaan. Valitettavasti kulttuurisen häirinnän liikkeelle sysäämä tiedostaminen kuitenkin voi mahdollisesti lisätä ahdistusta.

Barberin parodiakuvia voi ajatella vastamainosmaisena kehonkuva-aktivismina ja vastareaktion valtaa pitävälle kapealle ja yksitoikkoiselle naiskehon representaatiolle. Barberin kuvat ovat siis eräällä tapaa kulttuurista häirintää rikkoessaan vallitsevaa tapaa kuvata ja asettaa naiskehoa esille sekä kiinnittäessään huomion siihen, kuinka tottuneita olemme tähän suppeaan esittämisen tapaan. Keskustelu sukupuolen performatiivisuudesta sukupuolentutkimuksen kentällä pohjautuu Judith Butlerin (1990) teoriaan, jossa sukupuoli syntyy sukupuolen toistoteoissa eli performatiiveissa. Sukupuolen ”luonnollisuus” syntyy siis tiettyjen sukupuolittuneiden tekojen ja toimien normatiivisesta toistamisesta eikä mitään ”oikeaa” sukupuolisuutta ole. Butler on kirjoittanut myös parodiasta havainnollistaakseen sukupuolen performatiivisuutta. Sukupuolen parodia paljastaa, kuinka keinotekoinen sukupuoli todella on ja huomauttaa, että sukupuoli itsessään on imitoimista. Sukupuolen performatiivit synnyttävät sukupuolen, johon ne viittaavat eivätkä viittaa mihinkään valmiiksi jo olemassa olevaan. Parodialla voidaan toisintaa normeja tietoisesti väärin ja luoda vastarintaa totutulle performanssille.

Stefanie Duguay (2016) on tutkinut Tumblrin selfie-kulttuuria ja sivustolla julkaistujen selfieiden funktioita. Tumblrissa julkaistut selfiet näyttäytyivät vahvasti identiteettiin kiinnittyvinä itsensä representoimisen välineinä. Joissain tapauksissa Tumblr-selfiet itsensä esittämisen ja oman identiteetin muotoilun, jakamisen ja ylläpitämisen ohessa levittivät seksuaalisuuden ja sukupuolen vastadiskurssia. Barberin parodiaa voi tulkita

tällaisen vastakkaisen diskurssin eli esittämisen ja viestimisen tavan näkökulmasta. Parodia kommentoi vallalla olevaa diskurssia koskien kehoihanteita sekä naiseuteen ja äitiyteen liittyviä odotuksia. Linda Hutcheon (1989, 206) huomauttaa, että marginalisoidut ja vähemmistöihin kuuluvat henkilöt ovat ottaneet parodian välineekseen taistellessaan vallalla olevaa ideologiaa vastaan. Barber ei kuulu vähemmistöön, mutta tekee parodiaa naisen asemasta käsin. Barber taistelee parodiansa keinoin naisten representaation moninaisuuden puolesta. Jokaisella on oikeus representoida itseään haluamallaan tavalla, mutta Barber osoittaa, kuinka kapea Instagramin mikrojulkkisten välittämä naisen representaatio on. Hän tekee vastakuvia, jotta ihmiset näkisivät palan toisenlaista todellisuutta, sellaista, jossa naisilla on vatsamakkaroita. Kuvillaan Barber ottaa naisilta paineita pois ja näyttää, että Instagramiin voi julkaista kuvia, vaikka ne eivät täyttäisi julkkisten selfieiden asettamia standardeja. Naiset, jotka eivät täytä mikrojulkkisten ulkonäkökriteerejä, ovat yhtäläillä olemassa ja representoinnin arvoisia. Julkkisten Instagramissa välittämä naisrepresentaatio on kapea. Kuva, jota itsestä halutaan välittää, on harkitusti konstruoitu eli tarkkaan mietitty ja rakennettu. Selfie-kulttuurin harkitun luonteen osoittaminen ovat Barberin parodian ansioita. Barberin kuvat auttavat ymmärtämään, että julkkikset näkevät paljon vaivaa, käyttävät aikaa, apua, rahaa sekä muita resursseja kuviensa ja tiliensä ilmeen hiomiseen ja itsensä representoimiseen tietyssä valossa. Barber viihdyttää taviksia parodioimalla julkkisten kuvia ja auttaa oivaltamaan, ettei samaan tarvitse pystyä eikä samaa tarvitse edes yrittää. Barber vastaa mikrojulkkisten asettamiin kuvajulkaisuja ja ulkonäköä koskeviin standardeihin naurunremakalla. Samalla hän haastaa julkkiksia punnitsemaan kuvistaan välittyvän naisrepresentaation vaikutuksia vetämällä heidän tuottaman sisältönsä kulttuurisen häirinnän keinoin osaksi vastadiskurssia.

3.4 Selfie-kulttuurin turhamaisuuden kritiikki Celeste Barberin parodiakuvissa

Parodian erottaa imitoinnista sen tarkoitus osoittaa kohteessaan vikoja sekä heikkouksia. Vikoja ja heikkouksia liioitellaan ja alleviivataan niin, että yleisö huomaa kohteessa jotakin uutta naurettavaa, halveksittavaa tai vihattavaa. Highet kärjistetysti tiivistää parodian vaikutukset ja väittää, että parodian jälkeen yleisö ihailee sen kohdetta hieman vähemmän. (Highet 1962, 68.) Parodian tarkoituksena on asettaa imitoinnin kohde naurettavaan valoon (Kolehmainen 2009, Sit. Rossi 2003, 135). Aiemmassa

luvussa (luku 2) tulin johtopäätökseen, jonka mukaan Barberin kuvat tekevät selfie-kulttuurin konventioiden teennäisyyden näkyväksi. Itsensä kuvaamisen ja esittämisen tavat, joihin olemme tottuneet ja jotka otamme itsestään selvyyksinä, näyttäytyvätkin Barberin huumorin kärjistäminä melko naurettavilta. Barberin parodia auttaa ymmärtämään, että jokainen julkaisu – kuva filttäreineen, siihen liitetty kuvateksti, kuvan sijainti- tai kaverimerkinnät – on konstruoitu eli rakennettu harkitusti julkaisua varten. Julkaistessa mielessä on pyörinyt se, ketkä kaikki tulevat näkemään kuvan, mitä he ajattelevat siitä, saako kuva tykkäyksiä ja kuinka tähän reagoidaan tai kommentoidaan, välittääkö kuva haluttua mielikuvaa itsestäni tai onko tämä edustava kuva. Tätä kaikkea on mietitty jo kuvaa ottaessa, ja se on vaikuttanut kuvan osiin, kuten valittuun poseeraukseen ja kuvan miljöön valitsemiseen. Yritys esittää tämä monimutkainen julkaisun taustalla vaikuttanut harkittu prosessi vaivattomana, rentona ja spontaanina sosiaalisen median käyttäytymisenä tulee Barberin kuvissa esiin. Asian oivaltaminen huvittaa. Tällöin jopa kuvassa esiintyvä henkilö saattaa näyttäytyä, juurikin Highetin ehdottamalla tavalla, vähemmän ihailtavana. Oivallus siitä, että itserepresentaatio on hyvinkin hiottua ja julkaiseminen todella harkittua tarvelee koko kuvan ja teennäisyys heijastelee kuvassa väkinäisessä poseerauksessa esiintyvistä henkilöstä.

Celeste Barberin parodia siis tekee sosiaalisen median ja selfie-kulttuurin performatiivisuuden näkyväksi. Parodia auttaa meitä kiinnittämään huomiota selfie-kulttuurin konventioihin, kuten eri tapoihin ottaa kuvia ja asetella keho niissä mahdollisimman haluttavasti. Kuten aiemmin monesti on tullut esille, selfiet toimivat itserepresentaationa, jolla omakuvaa sekä statusta ylläpidetään ja luodaan. Barber kiinnittää parodiallaan huomionni siihen, että sosiaalisessa mediassa jaetut kuvat tosiaan ovat tarkoin ja harkitusti muotoiltuja esityksiä, joilla pyritään luomaan ja ylläpitämään tiettyä haluttua kuvaa itsestä. Parodiallaan Barber lopulta kyseenalaistaa sen, millaisin kuvin julkkikset itseään haluavat edustaa ja millaisia asioita he kokevat tärkeäksi nostaa esiin.

Varsinkin selfie-ilmion leviämisen alkuaikoina selfieitä arvotettiin mediassa narsistisiksi. Selfie-tutkimuksen kenttä on lähtenyt vastaamaan väitteeseen ja nostanut selfieiden itserepresentationaalisen merkityksen esiin. Olivat selfie-tutkimuksen tulokset selfie-kulttuurin narsistisuudesta mitä tahansa, Barberin kuvissa turhamaisuus näyttäisi olevan suurennuslasin alla. Kim Kardashian West on joutunut Barberin

pilailun kohteeksi useamman kerran ja niin ovat hänen sisaruksensakin. Kardashianeita parodioivissa kuvissa Barberin kuvatekstit ovat erityisen piikitteleviä, ja ne alleviivaavat Kardashianien turhamaisuutta ja huomionhakuisuutta. Barber julkaisi parodiaversioiden kuvasta, jossa Kim Kardashian poseeraa keittiössä alusvaatteisillaan kauha kädessä²⁹. Kuvassa Kardashian tuijottaa kauhaa tiukasti, jopa viettelevästi, ja näyttää siltä, että aikoo pyyhkäistä sitä sormellaan, ikään kuin jotta voisi maistaa kauhaan jäänyttä taikinaa sormensa kautta. Kuva on arkinen otos, vaikkakaan sosiaaliseen mediaan julkaistavissa kuvissa puolialastomana esiintyminen ei ole arkista kaikkien mittapuulla. Alastomuus ei ole kaikille samalla tavalla sallittu käytäntö sosiaalisessa mediassa (Ks. Tiidenberg & Gómez Cruz 2015, 91). Kardashian esiintyy kuvassa niin kuin ei tietäisi, että hänestä otetaan juuri kuvaa. Todellisuudessa hän luultavammin tietää tämän. Barberin ottama kuva on hyvin samantyylinen, hän esiintyy alusvaatteisillaan, kuten Kardashian, mutta kuvan kauha on vaihtunut vatkaimen ja taustalla nähtävä keittiö pintoineen Kardashianin keittiötä arkisempaan. Taustalla näkyvillä tasoilla on sekalaista tavaraa kuten muovipurkkeja toisin kuin Kardashianin kuvassa. Barber korostaa ilmeellään ja asennollaan viettelevyyttä. Hänen kätensä on hyvin sensuellisesti aseteltu, kun hän melkein koskettaa juuri käytettyä vatkainta ja siinä olevaa taikinaa. Kyseisen kuvan kohdalla huumoriarvo nouseekin enimmäkseen parodiakuvan yhteyteen liitetystä kuvatekstistä: *”When your family doesn’t understand how much work goes into doing things naked for attention”*.

Kuvateksti on osuva molempien kohdalla, niin Kim Kardashianin kuin Barberin itsensäkin; molemmat ovat eräällä tapaa tunnettuja siitä, että he ”tekevät asioita alasti, jotta saisivat huomiota”. Vuonna 2003 Kim Kardashian kohahdutti, kun hänen silloisen poikaystävänsä William Ray Norwood Jr., taiteilijanimeltään Ray J:n kanssa kuvaamansa seksivideo vuoti julkisuuteen³⁰. Kardashianit, heidän etunenässään juuri Kim, ovat sittemmin nousseet koko maailman tietoisuuteen muun muassa tosi-tv-sarja *Keeping up with Kardashians* kautta. Barberin kuva viittaa varmasti osittain tähän vuosien takaiseen skandaaliin, jonka johdosta Kim Kardashian perheineen sai paljon huomiota, mutta samalla myös paljon paljasta pintaa sisältäviin julkaisuihin, jota hän jakaa Instagramissa. Barberin itsensä kohdalla kuvateksti sen sijaan viittaa siihen, että

²⁹ Kuva 13, 7.8.2018: https://www.instagram.com/p/BmLhHb_hxr5.

³⁰ “The making of a reality icon – This is the real story behind Kim Kardashian’s sex tape... and how it made her a star”, (28.3.2017, 11.59, tarkistettu 2.6.2020: <https://www.thesun.co.uk/living/3196659/this-is-the-real-story-behind-kim-kardashians-sex-tape-and-how-it-made-her-a-star/>.)

Barber julkaisee puolialastomia kuvia sosiaaliseen mediaan ”huomion takia”. Sutkautus on itseironinen, mutta myös piikittelevä alkuperäistä otosta kohtaan, sillä se määrittää nämä vähäpukeiset kuvat huomionhakuisiksi. Kuvateksti on selvästi ankarampi alkuperäistä otosta kohtaan, sillä Barber julkaisee omat vähäpukeiset kuvansa ironisesti ja viihdyttääkseen muita. Kyseinen Barberin kuva on ivallista parodiaa huomionhakuisuudesta. Parodiassa nauretaan yhtälailla Kardashianille kuin Barberin hölmölle parodiakuvalle. Kardashianin toimintaa alleviivataan ja nostetaan ivan avulla kritiikin kohteeksi.

Kun Celeste Barberin parodiakuvia tarkemmin tarkastelee ja lähtee tulkitsemaan, voi kuvista löytää monia teemoja. Suurin osa kuvissa esiintyvistä henkilöistä on naisia, muutamia Justin Bieberin ja muun miesjulkiksen parodioita lukuun ottamatta. Onkin luonnollista, että kuvissa esiin nousevat teemat kiinnittyvät naisiin. Parodia kritisoi ulkonäköpaineita ja odotuksia, joita naiset kohtaavat elämässä. Lisäksi kuvat nostavat mikrojulkkiset vastuullisiksi representaatiosta. Barber osoittaa mikrojulkkisten suuntaan ja näyttää, että heidän käytöksellään sosiaalisessa mediassa on merkitystä. Mikrojulkkisten tapa representoida itseään Instagramissa on osa paineiden ja odotusten jatkumoa. Ulkonäkö kiinnittyy vahvasti selfie-kulttuuriin ja toimii valuuttana sosiaalisen median visuaalisilla alustoilla, kuten Instagramissa. Varsinkin mikrojulkkiset esiintyvät usein hyvin vähissä vaatteissa, seksuaalisissa poseerauksissa sekä erikoisissa ja näyttävissä kuvissa. Naiset on visuaalisessa kulttuurissa ja mediakuvastossa esitetty ulkonäköön ja kauneuteen nojaten vartaloita ja vartalon osia katseen kohteeksi asettaen. Laura Mulvey (1975/1985) on puhunut miehisestä katseesta ja siitä, kuinka naisen osaksi jää elokuvissa olla katseenkohteena. Tätä representaatiomallia on toistettu mediatuotteissa ja mainonnassa, ja tietyt asemat ovat näkyvissä edelleen selfie-kulttuurin naisrepresentaatioissa. Mikrojulkkisten selfiet joutuvat Barberin kritiikin kohteeksi osittain siksi, että ne toisintavat tapaa, jolla naisia on perinteisesti esitetty mediatuotteissa ja vahvistavat kapeaa kuvaa naiseudesta.

Parodiassa malli ja näyttelijä Emily Ratajkowskin sänkyselfiestä, jossa Ratajkowski makaa sängyllä pelkät rintaliivit päällään, Barber kommentoi turhamaisuutta ja vitsailee itsensä ja Ratajkowski saavutuksista³¹. Kuvateksti tuo kuvaan jälleen syvemmän merkityksen, jota pelkkä Barberin versiointi kuvasta ei saa aikaan. Kuvassa Barber on asettunut sängylle makaamaan samalla tavalla kuin Ratajkowski pelkissä

³¹ Kuva 14, 30.12.2019: <https://www.instagram.com/p/B6scR1yHH5w/?igshid=1etqpaar7v2ok>.

rintaliiveissään. Erona on se, ettei Barber ole ojentanut vartaloaan yhtä viettelevään poseeraukseen, vaan Barberin kaksoisleuka tulee kuvakulmassa esiin. Alkuperäisen kuvan keskipisteenä ovat Ratajkowskin rinnat. Barber vitsailee kuvatekstissä: *”It’s been a massive year for Em and my tits, I mean chins. Fuck! Careers! A big year for our CAREERS!”*. Kuva on julkaistu aivan vuoden 2019 lopussa ja kuvatekstissä Barber ironisesti reflektoi vuoden saavutuksia. Barber on kirjoittanut kuvatekstin vitsikkään monologin muotoon, jossa hän ikään kuin vahingossa mainitsee vuoden kohokohdaksi ulkonäön piirteitä, vaikka tarkoituksena on mainita naisten huikeat urat. Yrittäessään sanoa, että vuosi on ollut merkittävä Ratajkowskin ja hänen uralleen Barber kirjoittaa vahingossa ensin rinnoille, jonka hän korjaa ja sanoo tarkoittavansa leukoja. Kahden mokaan jälkeen Barber korjaa, että tarkoitti koko ajan, että vuosi on ollut huikea heidän urilleen. Se, että Barber mainitsee muka vahingossa ulkonäön piirteet, on vinoilua Ratajkowskia kohtaan. Barber viittaa siihen, että Ratajkowski saa paljon huomiota kropallaan ja ulkonäöllään, ja tämän takia vuosi on ollut merkittävä hänen rinnoilleen. Lisäksi parodian kohteeksi valikoidussa kuvassa rinnat ovat näkyvästi esillä, joka on varmasti innoittanut kuvatekstin kirjoittamista. Toisaalta Barber kuitenkin vitsailee sillä, että hän itse tekee uraa ottamalla kuvia itsestään ja kehostaan, joten vuosi on ollut suuri myös hänen rinnoilleen. Kuva kommentoi lopulta sitä, kuinka molemmat naisista saavat paljon huomiota Instagramin ja siellä julkaisemien kuviensa kautta. Ja siihen Instagramin kuvallinen kulttuuri tähtääkin. Barberin parodia kommentoi huomionsaamista ivalliseen sävyyn ja arvottaa keinoja saavuttaa huomiota ulkonäkökeskeisten kehokuvien kautta turhamaiseksi. Barberin huomio siitä, että vuosi on ollut huikea hänen rinnoilleen, esitetään nolona lipsahdukseksena, jota ei ollut tarkoitus sanoa ääneen. Asian esittäminen lipsahduksena viittaa siihen, ettei hän olisi halunnut sanoa sitä ääneen tai ettei asiaa kuuluisi mainita. Huomio vaikuttaisi turhamaiselta ja omakehulta. Barber kuitenkin vitsailee asiasta, ja viittaa samalla siihen, että Ratajkowskin ulkonäöllään ja Instagram-kuvillaan saavuttamana huomio näyttäytyy turhamaisena käytöksenä. Omalle kohdalleen kuvateksti kuitenkin osuu vain ironisesti, sillä vaikka Barber esiintyykin vähissä vaatteissa ja saa huomiota samoin keinoin kuin Ratajkowski, eli kehoaan paljastavilla kuvilla, hän tekee parodiaa – parodiaa juuri tästä käytöksestä.

Tässä luvussa pureuduin siihen, kuinka parodia toimii. Pyrin esittelemään parodian teoriaa läpikäymällä, millaisin keinoin Barberin parodiassa kommentoidaan Instagramin kuvallista kulttuuria sekä koko selfie-kulttuuria. Parodiassa on paljon yhtäläisyyksiä

vastamainoskulttuurin ja kulttuurisen häirinnän kanssa. Esittelin ajatuksen performatiivisesta vastarinnasta, jollaisena Barberin parodia ja sen konventioita rikkova toisin tekevä luonne voidaan nähdä. Barber nostaa parodiassaan usein esiin sen, kuinka itsensä kuvaamisen konventiot kuten kropan vääntäminen seksikkäisiin poseerauksiin ja riisuutuminen kameran edessä näyttäytyvät turhamaisina. Tällaisen henkilöbrändäyksen avulla yritetään saada kiinnostavia ja seksikkäitä kuvia, joilla saavutetaan huomiota, jota mitataan muun muassa tykkäyksin sekä seuraajamäärän avulla. Barber nostaa parodiallaan keskustelunaiheeksi itserepresentaation eli itsensä kuvaamisen tavat ja näiden tapojen vaikutuksen naisrepresentaatioon. Seuraavassa luvussa keskityn siihen, mitä turhamaiseksi leimatun selfie-kulttuurin käytäntöjen keskiössä tapahtuu naisrepresentaation kannalta ja kuinka Instagramin kuvallinen kulttuuri on mukana kehoihanteiden muotoilussa ja ylläpitämisessä.

4 Keskustelunavaukset naisrepresentaatiosta ja kehoihanteista Celeste Barberin parodiassa

Olen osoittanut, kuinka Celeste Barberin parodia kritisoi selfie-kulttuurin ja itserepresentaation konventioita. Toisessa luvussa esittelin, kuinka Celeste Barber kuvillaan kiinnittää huomion Instagramin kuvallisen kulttuurin rakentumiseen ja henkilöbrändäämisen strategioihin. Kolmannessa luvussa vertaan Barberin parodiaa vastamainoskulttuuriin sekä kulttuuriseen häirintään. Esittelen keinoja, joiden avulla parodia onnistuu käymään yhteiskunnallista keskustelua.

Tässä luvussa paneudun Barberin parodiassa tapahtuvaan ulkonäkö- ja kehoihanteiden kommentointiin. Ulkonäkö on yksi Barberin kuvissa selkeimmin esillä olevista teemoista ja ulkonäkö on läsnä jokaisessa Barberin kuvassa. Teema on hyvin laaja ja siihen sisältyy monenlaisia kuvia, jotka kommentoivat monia erilaisia ulkonäköön kiinnittyviä ihanteita. Tässä luvussa tarkoitukseni on eritellä muutamia teemoja, joita kuvissa toistuvasti nostetaan esiin. En tutkielmani puitteissa ryhdy analysoimaan kaikkia Barberin kuvia, joten en ryhdy kaiken kattavasti jaottelemaan kuvia kategorioihin teemoittain. Pyrkimyksenäni on kuitenkin kuvailla muutamien teemojen avulla, millä tavoin Barber käy keskustelua ulkonäköihanteista parodiakuviansa kautta.

Olen valikoinut Barberin parodiakuvien joukosta kuvia, jotka kommentoivat ihannekehoa ja kauneusihanteita. Olen valikoinut lähemmin analysoitavaksi laihiusihannetta, atleettisuutta sekä ihannerintoja käsitteleviä kuvia. Tämän lisäksi Barberin kuvista on löydettävissä kehon muutoksia ja äitien kehoja kommentoivia kuvia. Pureudun näihin teemoihin luvun lopussa.

Haluan ylipäätään kiinnittää huomion siihen, kuinka sukupuolta esitetään Barberin parodioimissa selfieissä ja mitä näistä esityksistä jää käteen, kun Barber syynää kuvia parodiansa keinoin. Kuvat asetetaan Barberin parodiassa vastakkain niin, että alkuperäisessä kuvassa esitellään jokin ihanne, jota Barberin parodiaversio lähtee kulttuurisen häirinnän keinoin purkamaan.

4.1 Sukupuolen performatiivisuus ja naisrepresentaatio mediakuvastossa

Vaikka olen jo aiemmin nostanut Barberin parodiasta esiin selfie-kulttuurin kritiikin, tähän teeman ja sitä koskevaan kritiikkiin mahtuu paljon muutakin. Sosiaalisen median

itserepresentationaalisuuden voi ajatella kytkeytyvän Judith Butlerin (2006/1990) teoriaan sukupuolen performatiivisuudesta. Sukupuolen performatiivisuudella tarkoitetaan prosessia, jossa säännellyt normit materialisoivat sukupuolta. Performatiivisuudessa ei ole kyse yksilön valinnasta, eikä performanssi ole mikään erityinen tai edes tiedostettu toiminto. Kyse on pikemminkin toistavista ja siteeraavista käytännöistä. Samalla tavalla voidaan ajatella, että käyttäjien tapa representoida itseään sosiaalisessa mediassa on tällaista siteeraamista, joka mallintaa totutuista, paljon nähdystä tavoista representoida itseä. Itserepresentaatio ja kuvien muodostamat omakuvan esitykset sosiaalisessa mediassa tuottavat samalla sukupuolta ja toimivat sukupuolen performansseina.

Sukupuolen performatiivisuuden käsitys perustuu suurelta osin Judith Butlerin (2006/1990) ajatuksiin ja teoriaan, joka edustaa kolmannen aallon postmodernia ja jälkistrukturalistista feminismiä. Butler hahmotteli käsitystä siitä, ettei sosiaalinen sukupuoli ole mikään luonnostaan olemassa oleva tila kehossa vaan prosessi. Prosessi, jossa normit materialisoivat tai konkretisoivat sukupuolta, on saavutettu normien pakottavan toiston kautta. Kyseessä on siis rituaali. Sosiaalisesta sukupuolesta puhuttaessa sukupuolen ilmaiseminen erotetaan biologisesta sukupuolesta eli sukupuolielimiin ja lisääntymiseen kiinnittyvästä sukupuolisuudesta. Vaikka ihmisellä olisi tietty biologinen sukupuoli, sosiaalinen sukupuoli syntyy tiettyjen siteeraavien käytäntöjen keinoin toiston ja rituaalin kautta. Butlerin mukaan normien toiston tarve osoittaa, ettei sukupuoli ole luonnollisesti tietynlainen, sillä se harvoin on vaadittuun muottiin sopiva ilman normien suorittamista ja pakottamista. Sukupuolen performatiivisuuden ajatuksen avulla on tarkoitus osoittaa, että se mitä pidämme ”sisäisenä” taipumuksenamme, onkin jotain, mitä ennakoimme ja tuotamme tietyillä ruumiillisilla teoilla. Äärimmillään se on luonnollistettujen eleiden tuottamaa harhaa. (Butler 2006/1990, 21–32 & 1993, 2.)

Tuottamisen käsite on analyysissäni oleellinen ja kiinnittyy performatiivisuuden käsitteen lisäksi, diskurssin, normin ja representaation käsitteisiin. Sukupuolen performanssilla ei tarkoiteta yksilön valintaa ja toimintaa, jolla hän ikään kuin suorittaa sukupuolen performanssia, vaan pikemminkin diskurssin eli kaiken kielellisen aineksen, niin puheen kuin tekstin, uusintavaa valtaa ja voimaa. Diskurssit tuottavat sukupuolta ilmiönä, säätelevät ja rajoittavat sitä. (Butler 1993, 2.) Diskurssi vaikuttaa ympärillämme ja tiedostamattamme suoritamme toistotekoja, jotka tuottavat ja voivat

uusintaa sukupuolikäsitystä. Toistoteko on käsite, jonka Leena-Maija Rossi muotoili kääntäessään Judith Butlerin (2006/1990) *Hankala sukupuoli* -teosta suomeksi. Asian voi myös ymmärtää niin, että sukupuoli syntyy sosiaalisen ja kulttuurisen muokkaavasta, tuottavasta ja aikaansaavasta vaikutuksesta (Rossi 2010, 27). Kaikki sosiaalinen ja kulttuurinen ympärillämme vaikuttaa omiin tekoihimme, eleisiimme ja käsityksiimme sukupuolesta. Niin myös Instagramissa kohtaamme selfiet. Sukupuolen performanssit vaikuttavat tiedostamattamme siihen, kuinka itse toteutamme sukupuoltamme.

Normit ja käsitys siitä, mikä on normaalia eli normatiivista, ovat konstruktioita. Normit ovat siis erilaisten toimien ja käytäntöjen kautta rakentuneita ja tuotettuja asetelmia, jotka sääntelevät ihmisten toimintaa. Normatiivinen käsitys sukupuolesta sääntelee, millaiset sukupuolen ilmaukset ovat hyväksyttäviä. (Butler 2006/1990, 31–32.) Normeihin nojataan representaatioita tuottaessa. Representaatioita tuottaessa nojataan myös aiempiin esityskonventioihin. Oleelliseksi nousee jälleen tuottavuuden käsite. Representaatiot eivät pelkästään heijasta yhteiskunnan arvoja ja käsityksiä sukupuolesta, vaan osallistuvat niiden tuottamiseen, muotoiluun ja kierrättämiseen. Kulttuuriset kuvat rakentuvat toistensa varaan ja viittaavat aiempiin tapoihin esittää ilmiötä. (Paasonen 2010, 41.) Konstruktio eli rakentuminen toimii kaksisuuntaisesti. Ilman sukupuolikäsitystä sekä median ja kuvakulttuurin representaatioita, joille aiemmin olemme altistuneet, emme voisi tuottaa ja toisintaa sukupuolen normeja ja performanssia toiminnallamme. Toiminta, johon normit ovat vaikuttaneet, luo jälleen uusia viittauksia normatiiviseen käsitykseen sukupuolesta. (Butler 1993.)

Parodian liittäminen kuvien yhteyteen häiritsee sitä representaation muotoilua, jota alkuperäisessä kuvassa ilmennetään. Rinnastaminen pakottaa pohtimaan representaatiota ja sen välittämiä käsityksiä uudelleen. Barberin parodian toisin tekevän luonteen ansiosta alkuperäisissä kuvissa esiintyvistä ilmiöistä monet joutuvat uudelleen punnittaviksi, kuten jo aiemmin olen osoittanut. Selfie-kulttuuriin kiinnittyvän itserepresentation lisäksi myös kuvista välittyvä sukupuolikäsitys eli sukupuolen ilmentämisen tavat joutuvat toisin tekemisen myötä kritiikin kohteeksi. Barber on valinnut parodian kohteeksi hyvin samanlaisia kuvia. Niissä naissukupuolen esittämisen tavat eivät varioi merkittävästi. Kuvissa esiinnyttään viimeisen päälle laittautuneina, edustavina, keimaillen ja poseeraten viettelevästi niin, että vartalon parhaat puolet pääsevät esiin. Kuvissa esitellään ulkonäköä ja kehoa. Olen aiemmin esittänyt, että

Barber kritisoisi valitsemiensa selfieiden turhamaisuutta, ja että tämä kritiikki kohdistuisi koko selfie-kulttuurin luonteeseen. Ivallisen itseriittoisuudelle naureskelun lisäksi Barberin kuvat kuitenkin kiinnittävät katsojan huomion ansiokkaasti siihen, kuinka yksipuolista sukupuolikäsitystä eli naisrepresentaatiota julkkisten Instagram-kuvat ilmentävät.

Suurin osa Barberin parodioimista kuvista toimii melko yksitoikkoisena ja totuttua toistavana naissukupuolen performanssina. Tässä kohtaa tulee muistuttaa Butlerin määritelleen sukupuolen performanssin olevan tiedostamatonta toimintaa, joka saa toistovoimansa diskursseista ja representaatioista (Butler 2006/1990, 25 & 1993, 2). Valitut kuvat välittävät kuvaa seksikkästä naisesta. Tämä kuva ei ole ehkä niin suppea kuin viime vuosisadalla, mutta samat piirteet toistuvat edelleen. Näihin piirteisiin kuuluu erityisesti hoikkuuden ihannointi. Kuvissa myös toistetaan naisten ja naisvartalon kuvaamiseen liittyviä konventioita. Näiden konventioiden juuret ovat muun muassa elokuvissa, mainoksissa, televisiosarjoissa ja naistenlehdissä. Feministinen representaatiotutkimus alkoi 1970-luvulla kiinnittää huomiota valtavirran naiskuviin. Naiskuvia kritisoitiin kapeudesta sekä stereotyyppisyydestä ja kuvastojen nähtiin ylläpitävän naisia alistavaa ja väheksyvää sukupuolikäsitystä. Representaatioilta alettiin vaatia monipuolisuutta ja realistisuutta, jotta yhä useammat ja erilaiset henkilöt voisivat samaistua mediatuotteiden naishahmoihin. (Paasonen 2010, 43.) Barberin parodia jatkaa osaltaan työtä naiskuvakritiikin saappaissa ja huomauttaa huumorin keinoin naiskuvan yksitoikkoisuudesta julkkisten Instagram-kuvissa. Barber auttaa Instagramin käyttäjiä kiinnittämään asiaan huomiota ja ymmärtämään, että sosiaalisessa mediassa silmillemme alituisesti rävähtävät julkkisten kuvat eivät tuo esiin naissukupuolen monimuotoisuutta. Samalla julkkiksiin kohdistuu kritiikkiä. Julkkikset ovat osa kuvallisen kulttuurin yksitoikkoisuuden ongelmaa ja vahvistavat suppeaa kehystä naissukupuolen representaation ympärillä. Barber ikään kuin kritiikkinsä keinoin ohjeistaa julkkiksia ottamaan vastuuta kuvallisen kulttuurin realistisuudesta ja siitä, millaisina esikuvina he haluavat toimia sekä millaista naiskuvaa he haluavat välittää.

Laura Mulvey (1975/1985) tutki uransa alkuvaiheessa Hollywoodin klassikkoelokuvien kerrontaa ja huomautti elokuvien kerronnallisesta keinosta turvautua heteromieskatseeseen mielihyvän tuottamisen keinona. Mulveyn mukaan naishahmojen ja näyttelijöiden osaksi jää olla tämän miehisen katseen kohteena. Teoriassa ehdotettiin, että naiset samaistuvat naishahmoihin ja miehet mieshahmoihin, vaikkakin myöhemmin

ajatusta on haastettu ristiin samaistumisen mahdollisuudella. (Rossi 2010, 34–35.) Joka tapauksessa populaarikulttuurin representaatioilla on vaikutusta siihen, millaiset roolit ja asemat näemme kenellekin mahdollisina ja tavoittelemisen arvoisina. Mulveyn mukaan muun muassa Alfred Hitchcockin elokuvissa kuten *Takaikkuna* (1954) ja *Vertigo – Punainen kyynel* (1958) kamera liikkeineen ja kohdistuksineen toimii kuin miehinen katse. Nainen esitetään vahvasti visuaalisin keinoin niin, että kuvailuun kiinnittyy eroottisuutta. Nämä elokuvat esittävät naisen miehisen katseen kautta objektina, johon miehinen katse projisoi omia fantasioitaan. (Sassatelli 2011, 125, Sit. Mulvey 1975, 9.) Representaatiot eli tavat esittää erilaisia ihmisryhmiä vaikuttavat siihen, miten suhtaudumme näihin ihmisryhmiin. Vaikutus on kaksisuuntainen sillä reaali maailman suhtautumistavat vaikuttavat myös siihen, millaista representaatiota ihmisryhmistä tuotetaan symbolisissa esityksissä. (Paasonen 2010, 45.) Samalla tavalla representaatiot vaikuttavat siihen, millä tavalla koemme itsemme, paikkamme ja roolimme maailmassa. Sukupuolikäsityksiä ylläpitävät diskurssit operoivat juuri edellä kuvattujen kaltaisten representaatioiden kautta.

4.2 Naisrepresentaatiot Celeste Barberin parodioimissa kuvissa

Vaikka naisrepresentaatioon ja kuvaston yksitoikkoisuuteen on kiinnitetty huomiota vuosikymmenten ajan niin tutkimuksen kentällä kuin aktivisminkin puolella, naiset tulevat edelleen usein esitetyksi ulkonäkönsä kautta. Instagramissa monet naiset ovat kerryttäneet suuret seuraajamääränsä julkaisemiensa kuvien ansiosta, esimerkkinä toimivat muun muassa osa Barberin parodioimista julkkiksista, jotka ovat vähintäänkin kartuttaneet lisää suosiota sosiaalisen median kautta. Toistuvasti heidän julkaisemissaan kuvissa keskiössä on ulkonäkö. Tässä kohtaa oleelliseksi eroksi muodostuu toimijuus. Naiset julkaisevat kuvia itsestään Instagramiin omaehtoisesti ja valitsevat itse, millaisia kuvia haluavat julkaista ja miten esiintyä kuvissa. Aiempina vuosikymmeninä naiset ovat esiintyneet esimerkiksi elokuvissa tai mainoksissa käsikirjoittajan ideoimalla tavalla. Sosiaalisen median myötä naisilla on aivan uudenlaista valtaa valita se, kuinka he haluavat tulla esitetyksi. Kaisu Hynnä (2018, 68–71) esittelee *Lähikuvan* (3/2018) #Lupanäkyä-kampanjaa koskevassa artikkelissaan kehopositiivisia selfieitä. Selfiet mahdollistavat Hynnän mukaan suuremman kontrollin kuvausprosessiin. Selfieissä ei ole kyse vain katseen kohteena olemisesta vaan toiminnasta. Perinteiseen valokuvan ottamiseen verrattuna ottaessaan selfieitä ihminen on tilanteesta kontrollissa paljon

tehokkaammin ja voi esimerkiksi valikoida kuvan ottohetken, paikan ja muut elementit. Silti mediasta tutuksi tulleet ja konventionaaliseksi muodostuneet naissukupuolen representaatiot vaikuttavat siihen, kuinka naiset tänäkin päivänä kuvaavat itseään sosiaalisessa mediassa. Naisille on vuosikymmenten ajan median kuvallisen kulttuurin kautta viestitetty, että kauneus on tärkeä naiseuden piirre ja että ulkonäön avuin voi pärjätä elämässä. Monelle Instagramin mikrojulkkikselle ulkonäkö on valttikortti, jolla kerryttää seuraajia ja statusta sekä saada huomiota, mainetta ja työmahdollisuuksia. Käsittelin toisessa luvussa tällaista julkisuutta, joka nojaa poikkeuksellisuuteen, kuten erityisen kauniiseen ulkonäköön. Barberin valikoimat julkkikset kuvineen asettuvat usein tähän kategoriaan.

Barber valikoi kuvat, jotka ovat julkkisten keskuudessa tavanomaisia, mutta samalla kuvat edustavat jonkinlaista ääripäätä. Tavalliset käyttäjät eivät niin matalalla kynnyksellä julkaise paljastavia selfieitä. Alastomuus ei olekaan kaikille samalla tavalla sallittu käytäntö sosiaalisessa mediassa (Ks. Tiidenberg & Gómez Cruz 2015, 91). Toki mallia otetaan silti siitä, millaista sisältöä julkkikset julkaisevat, ja tämä vaikuttaa selfie-trendeihin ja -konventioihin. Julkkisten, ja erityisesti mikrojulkkisten, on kuitenkin ylläpidettävä seuraajiensa kiinnostusta, sillä heidän toimeentulonsa riippuu monessa suhteessa siitä. Muun muassa sponsorisopimuksia solmitaan sen perusteella, kuinka paljon näkyvyyttä mainos tulee mikrojulkkiksen välityksellä tavoittamaan. Kiinnostusta on helppo ylläpitää julkaisemalla kuvia, jotka kiinnittävät varmasti selailijoiden huomion. Paljas pinta ja seksikkyyys ovat toimivia keinoja. Samalla kuitenkin tullaan jatkaneeksi perinnettä, jossa naiskeho asetetaan katseen kohteeksi sekä esitetään naista seksuaalisoiden. Mediakuvasto tuottaa jäljittelyä ja toistotekoja. Mediakulttuuri tavanomaistaa eli normalisoi tietynlaisia sukupuoliä ja seksuaalisuutta. (Rossi 2006, 63, 75.) Naisten itse ottamat selfiet kuitenkin eroavat suuresti aiemmasta naisten kuvaamisen perinteestä, vaikka selfiet viittaisivatkin aiempaan kuvastoon asetelmien, elementtien ja sisällön puolesta. Tällä kertaa naiset ovat olleet ohjaksissa itse. Heillä on valta itserepresentaatiostaan ja he voivat valita, kuinka haluavat tulla representoiduiksi. Toisaalta kyseessä ei välttämättä ole yksilön tietoinen valinta, kuten Judith Butler (2006/1990) selventää teoriassaan sukupuolen performatiivisuudesta. Yhteiskunnan diskurssit ja niiden ylläpitämät normit vaikuttavat tiedostamattamme siihen, kuinka ilmennämme sukupuoltamme omassa käytöksessämme. Sukupuolta voi toistaa toisin joko tietoisesti tai tiedostamatta (Rossi 2006, 65, Sit. Butler 2006/1990, 148). Kuvat voivat toimia merkitysprosessien muutostekijöinä. Kuvallisen kulttuurin merkkien

muokkaaminen toiston kautta tuottaa ajallaan uusia tottumuksia ja jostakin uudesta tulee luonnollista. (Rossi 2006, 75.)

Vaikka käsittelen tutkielmassani Celeste Barberin parodiakuvia julkkisten selfieistä, on hän lisäksi tehnyt paljon parodiaa muunlaisistakin kuvista, muun muassa muotilehtien kuvista ja mainoksista. Esimerkiksi näyttelijä Blake Livelyn kuva³² ei ole selfie, vaan elokuvan *A Simple Favor* promootiokuva. Kuva ei myöskään ole itserepresentationaalinen, kuten useat Barberin parodioimat julkkisten kuvat ovat, sillä Lively esiintyy kuvassa roolihahmonaan. Kuva on siinäkin mielessä erilainen, että siinä leikitellään sukupuolirooleilla, kun taas suurimmassa osassa Barberin parodioimissa kuvissa naiset esiintyvät asettuen perinteisillä ja tutuilla tavoilla naissukupuolen rooliin. Kuvassa Lively poseeraa puku päällään kravatti olkapään yli heitettynä alastoman miehen kanssa. Mies on kuvassa positiossa, jossa olemme tottuneet näkemään naisen; mies makaa pöydällä haarat levällään alasti. Lively on miehen haarojen välissä pidellen miehen jalkoja pystyssä. Asento on seksuaalinen ja asetelma tuttu eroottisesta kuvastosta. Osat vain on vaihdettu. Livelyn asettumista miehen paikalle korostetaan puvulla. Lively ei ole pukeutunut perinteisen naisellisesti vaikkapa mekkoon, vaan pukuun, jonka myötä hahmoon kiinnittyy maskuliinisen esittämistävän myötä myös maskuliinisuuteen perinteisesti liitettyjä arvoja. Puku kuvastaa johtajuutta ja hahmo näyttäytyy sen ansiosta itsevarmana ja määrätietoisena tekijänä. Mies, jonka haaravälissä Lively seisoo, tarjoilee naiselle cocktailin. Miehen alisteinen asema tulee asetelman ja hahmojen asentojen lisäksi esiin tarjoilevan eleen muodossa.

Barberin parodiaversio on toteutettu hänen miehensä (@hothusband_) kanssa ja on hyvin samanlainen kuin alkuperäinen. Ainoastaan drinkki on vaihdettu kokonaiseen kuohuviinipulloon. Kuohuviinipulloon kiinnittyy cocktailia selkeämpi seksuaalinen sävy. Pullo on asetettu Barberin miehen haaraväliin, kun taas alkuperäisessä kuvassa cocktail oli tarjoiltuna kehon yläpuolella. Pullo toimii fallossymbolina ja pullon koon puolesta imartelevana sellaisena. Kummassakin kuvassa miestä seksualisoidaan tavalla, joka on perinteisemmin ollut naiskehon osa. Barber jatkaa parodiallaan alkuperäisessä kuvassa esiin nostettua teemaa ja vie sen vieläkin pidemmälle. Lisäksi Barberin parodiaversio aiheuttaa mielikuvan aikuisten roolileikistä. Tähän tulkintaan vaikuttaa version yhteyteen liitetty kuvateksti: ”*When you organise play dates for your kids*”, jossa vitsaillaan, että heidän lapsilleen on järjestetty leikkitreffit. Kuvateksti viittaa

³² Kuva 15, 1.10.2018: <https://www.instagram.com/p/BoZDh3dhHN6/>.

siihen, että vanhemmilla on aikaa harrastaa seksiä, kun lapset ovat poissa. Parodiakuvasta tulee entistä hupaisampi, kun katsoo kuvan tilannetta vinkkelistä, jossa he miehensä kanssa koettavat piristää seksielämäänsä roolileikillä. Varsinkin, kun roolileikkiä ei ole kuvattu aivan sellaisen, kuin millainen mielikuva roolileikistä ensimmäisenä nousee mieleen. Nainen ei ole pukeutunut miestä varten seksikkäisiin alusvaatteisiin tai tuhmaan rooliasuun, vaan miehen pukuun. Kuvan voikin tulkita niin, että roolileikki on kenties toteutettu naista varten ja kyseessä on Barberin fantasia.

Halusin nostaa kyseisen kuvan Barberin parodioiden joukosta esiin, koska se auttaa päälaelleen käännettyjen roolien ansiosta hahmottamaan sitä tapaa, jolla naiskehot tulevat usein kuvatuksi. Kun katsoo Barberin parodiakuvia, huomaa, kuinka julkkisten selfiet ovat hyvin samanlaisia keskenään. Kuvat ovat ulkonäköön keskittyneitä kuvia (*appearance-focused images*), joissa esiintyy vain vähän toimintaa ja kuvassa esiintyvät henkilöt poseeraavat hyvin korostuneesti. Kuville keskeistä on, että niissä naiset esiintyvät erityisen seksuaalisina esimerkiksi hyvin vähissä vaatteissa, kuten aiemmassa esimerkikuvassa perinteisesti naiselle kuuluvaan positioon asetettu mies esiintyi. Osa kuvista on toiminnallisia kuvia (*functionality-focused images*), joissa on havaittavissa selkeää toimintaa, yleensä liikunnallisia aktiiviteetteja, kuten joogaa ja venyttelyä, ja taltioidut tilanteet ovat ikään kuin luonnollisempia. (Williamson & Karazsia 2018, 97.) Kuitenkin myös toiminnallisissa kuvissa oleellista on, että kuvassa näytetään viehättävältä ja toiminta kuvassa on sellaista, jossa keho on keskiössä. Toiminnan on tarkoitus korostaa sekä imarrella kehoa. Kuva pop-artisti Rita Orasta soittamassa pianoa pelkät Adidaksen *Superstar*-tennarit jalassaan toimii esimerkkinä toiminnallisesta kuvasta. Kuvassa keskeisessä asemassa on ulkonäön ja kehon korostaminen³³. Kuvassa huomio kiinnittyy ensisijaisesti Oran vartaloon, koska hän on pianon ääressä alasti. Alastomana pianon soittaminen ei ole jokapäiväinen näky ja kuva on luultavasti lavastettu ja Ora on tarkoituksenmukaisesti asettunut alasti pianon ääreen kuvattavaksi. Ora poseeraa selkä notkolla ja eläytyy ilmeellään soittamiseen. Asento on harkittu ja siihen on asetettu tarkoituksella, jotta saataisiin esiinnyttyä mahdollisimman viehättävästi ja seksuaalisesti. Toiminnan eli pianonsoiton johdosta kuvaan saadaan kiinnitettyä keinotekoinen tunne siitä, että se on otettu spontaanisti. Vaikka Barberin parodioimissa julkkisten kuvissa esiintyisikin jotakin aktiviteetteja, ulkonäön korostus ja seksikkyyys ovat kuvissa keskiössä. Kuten jo aiemmin on tullut esille, kuvissa on

³³ Kuva 16, 4.6.2018: <https://www.instagram.com/p/BjmjFImnio0/>.

edellisen esimerkin tavoin paljon paljasta pintaa. Pukeutumisella tai pukeutumattomuudella on suuri merkitys kehon kannalta. Esimerkiksi Outi Pajala (2007, 89) kirjoittaa, että juuri pukeutumisen konventiot ja säännöt tekevät ruumiista kulttuurisesti tunnistettavan ja merkityksellisen. Ihmisen iän, sukupuolen ja luokan lisäksi kehon ominaisuudet asettavat sääntöjä kulttuurissamme sopivana pidetyille pukeutumiselle.

Tarkoitukseni oli tässä alaluvussa avata, millaisia asioita sukupuolikäsityksen ja kauneusihanteiden taustalla vaikuttaa. Pysin esittelemään sitä, millä tavalla aiempi kuvallinen kulttuuri vaikuttaa sosiaalisen median selfie-kulttuurissa sekä kuinka käsityksiä normaalista kehosta sekä kehoihanteista muotoillaan ja ylläpidetään. Celeste Barber pyrkii vastamainosmaisella parodiallaan purkamaan ihanneruumiin muotoilua ja vaikuttamaan kulttuurisen häirinnän keinoin siihen, mitä pidetään normaalina ja sopivana. Barber tuottaa tietoisesti toisin tehtyä sisältöä, jolla voi olla vaikutusta ihmisten käsityksiin naisihanteesta ja kehoihanteista. Nämä käsitykset muotoutuvat sosiaalisissa suhteissa ja kyseessä on jatkuva valtakamppailu. Seuraavassa alaluvussa sukellamme tällaisen valtakamppailun keskelle. Erittelen alaluvussa, kuinka Barberin parodiakuvat kommentoivat ulkonäköihanteita eli kuinka parodia kommentoi selfie-kulttuurin esityksiä ihanneruumiista sekä selfieiden kautta tapahtuvaa sukupuolikäsityksen muotoilua.

4.3 Keskustelu kehoihanteista Celeste Barberin parodiakuvissa

Eri aikojen feministisiä keskusteluja kauneusihanteista yhdistää se, että ruumiin tai kehon normittamista ja ulkonäköihanteita pidetään vahvoina yhteiskunnallisen ja kulttuurisen vallankäytön välineinä. Kehonkuva kietoutuu yksilön ja yhteiskunnan, ruumiillisen kokemuksen sekä kulttuuristen puhe- ja esitystapojen suhteeseen. Kehonkuvaan liittyy kokemus oman ruumiin koosta, muodosta ja viehättävyydestä. Median kehoihanteet ja -normit muokkaavat kuvaa siitä, millainen keho on ”hyvä” tai parempi kuin toiset. (Kyrölä 2006, 108–109). Median vaikutus kehonkuvaan on Barberin parodiassa tiedostettu ja otettu syyniin. Barber valikoi parodiankohteeksi kuvia, joissa samaan aikaan erittäin laihat, mutta usein myös suuririntaiset ja pyöreäpyllyiset mallit, mikrojulkkikset ja muut julkisuuden henkilöt poseeraavat sopivasti treenattuine vartaloineen paljastaen kaikki kehonsa parhaat puolet. Valikoiduissa kuvissa nimenomaan keho on keskiössä ja asetettu kaikkien nähtäville

sekä ihailtavaksi sosiaalisessa mediassa. Keho toimii julkisuuden henkilöille henkilöbrändäyksen kikkana eli välineenä kiinnittää mielenkiinto. Kuvat, joissa keho on keskiössä, toimivat kuvien ottajille itserepresentaation kautta tapahtuvan identiteettityön välineinä ja heidän sukupuolensa performansseina henkilökohtaisella tasolla. Kuvat toimivat kuitenkin myös laajemmassa mielessä sukupuolen esityksinä, jotka muotoilevat sukupuolikäsitystä, sillä kuvat viestivät katsojilleen käsitystä sukupuolen kehollisista ja sen ilmaisemisen rajoista.

Sitä, mitä pidetään normaalina tai epänormaalina, hyväksyttävänä tai ei-hyväksyttävänä ruumiinkokona tai -muotona, tuotetaan sosiaalisissa suhteissa (Harjunen 2012, 158). Barberin valikoimat kuvat tuottavat ja ylläpitävät näitä käsityksiä siinä, missä mainokset, elokuvat, musiikkivideot ja kaikki muu mediakuvasto. Barberin parodioimissa julkkisten kuvissa erityisesti kehon koko näyttäytyy jatkuvasti oleellisena. Kuvissa esiintyy hyvin kiinteitä ja hoikkia vartaloita aseteltuina haluttavasti. Kun hoikan kehon rinnalle liitetään normaalipainoisen Barberin kuva, kehon koko tulee huomioiduksi entistä tehokkaammin. Haluttavaan ja sosiaalisesti hyväksyttävään naiskehoon liitetään muun muassa ominaisuudet pieni, kompakti ja kiinteä (Harjunen 2012, 159). Yhtälö toteutuu mikrojulkkisten selfieissä. Barberin parodioimat kuvat kuvaavat naiskehoa ja viestivät siitä samalla paljon. Näillä julkkiksilla on hyvin paljon seuraajia Instagramissa, joten voisi sanoa sen perusteella, että heidän sisältöään halutaan seurata sosiaalisessa mediassa, että heitä ihailaan. Instagram-julkkiksilla on suuren seuraajamäärän johdosta enemmän näkyvyyttä ja heidän kuvillaan on enemmän yleisöä.. Barberin parodioimien Instagram-julkkisten julkisuus perustuu ja heidän julkisstatuksensa pysyy yllä paljolti sen turvin, että he julkaisevat kuvia itsestään. Vähintäänkin kuvat tukevat heidän julkisstatustaan ja näkyvyyttään. Kuvien myötä heidän ulkonäkönsä on siis ainakin yksi ihailunkohde. Heillä on siis suuri vaikutus naisihanteen ja ihannekehon muotoilussa.

Viime vuosina on otettu askelia kohti naiskehon representaation sekä kauneusihanteiden muutosta ja monipuolistumista. Kehopositiivisella sisällöllä (body positivity, #bopo) pyritään haastamaan valtavirtaista ja dominoivaa kauneusihanteita sekä rohkaisemaan kaikenlaisten vartalotyyppeiden hyväksymiseen ja yhtäläiseen arvostukseen (Slater ym. 2019, 83). Kehopositiivisuus on keho-aktivismia, jollaisena myös Barberin kuvat voidaan nähdä. Kehopositiivisuuden ytimessä sanoma siitä, että kaikenlaiset kehot ovat kauniita ja omaan kehoon kannustetaan suhtautumaan hyväksyvästi. Vallitsevan

arvomaailman takia lihava ihminen tai normaalipainoinen, joka ei koe mahtuvansa langanlaihan ihanteen raameihin, voi helposti kokea häpeää ja syyllisyyttä painonsa ja ulkonäkönsä takia (Lahikainen 2007, 113). Kehopositiivisuusliikkeen pyrkimyksenä on, ettei kenenkään tarvitsisi kokea häpeää omasta vartalostaan saatikka painetta muuttua ja laihtua vain, jotta he sopisivat kauneusihanteeseen. Kehopositiivisuusliikkeen vaikuttajat pyrkivät selfieitä julkaisemalla edustamaan vartaloita, jotka eivät tule yleensä mediakuvastossa edustetuksi haluttuina, seksikkäinä ja kauniina. Mediakuvastoa on pitkään hallinnut laihuuksihanne, eivätkä kaikki vartalotyypit tule visuaalisessa kulttuurissa yhtäläillä edustetuiksi. Esimerkiksi mainonnassa hoikkuus määrittää ihanneruumiin rajoja (Rossi 2007, 133). Selfieiden ottamiskäytäntöihin liittyy samalla tavalla kuin missä tahansa muussakin toiminnassa affektiivisuutta, jolloin kielteisiä tunteita herättäneitä toimintoja vältetään ja myönteisiä tunteita herättäneitä toimintoja toistetaan yhä uudelleen. Kaisu Hynnä (2018, 67) esittelee jo aiemmin mainitussa *Lähikuvan* (3/2018) #Lupanäkyä-kampanjaa koskevassa artikkelissaan keho-positiivisia selfieitä affektiivisena käytäntönä. Hynnä pohjaa artikkelissaan Margaret Wetherellin (2012) ajatuksiin. Wetherell on painottanut toimintaamme lähes tiedostamatta ohjaavien affektiivisten käytäntöjen ja kaavojen rikkomisen ja toisin tekemisen mahdollisuutta affektiivisen harjoittelun myötä. Kehopositiivisuudessa on kyse samalla tavalla performatiivisesta vastarinnasta kuin vastamainoskulttuurissa (Kolehmainen 2009, 24–25). Kyse on siis toisin tekemisestä ja sen harjoittelusta. Kun sukupuolen performanssiin vaikuttavat tiedostamattamme diskurssit, normit sekä aiemmat representaatiot, pitää tiettyä sukupuolikäsitystä ja ihannekehonkuvaa ylläpitävien toistotekojen purkamisen tapahtua tietoisesti. Tällainen toisin tekeminen alkaa siitä, että tiedostetaan yksitoikkoisen naiskehon representaation tulevan tuotetuksi toistotekojen kautta, ja kieltäytyään suorittamasta sukupuolta totutulla tavalla sekä tuottamasta ahdasta representaatiota pönkittävää kuvamateriaalia.

4.3.1 Laihuusihanne

Se, miten lihavuudesta puhutaan, on jatkuvasti käynnissä oleva prosessi, johon liittyy monenlaista valtaa. Median lihavuus- ja laihdutuspuhe ovat kohdistuneet enimmäkseen naisiin ja naisvartalon ulkomuodon säätely on puheen keskiössä. Kokemus lihavuudesta on sukupuolittunutta. Yksi tärkeimmistä syistä naisten halulle laihtuttaa on kokemus siitä, että hoikka tai ”normaali” vartalo on edellytys sosiaaliselle hyväksynnälle.

Lihavuuteen liittyy naisilla ulkopuolisuuden kokemusta ja kokemusta siitä, että lihavuus supistaa heidän toimijuuttaan. (Harjunen 2012, 158.) Kun katsoo Barberin kuvia julkkisten selfieiden rinnalla, huomaa kuinka kapeaa muottia meille tarjotaan. Kehopositiivisuusliike pyrkii monipuolistamaan käsitystä sopivasta kehosta tekemällä toisenlaista sisältöä, mutta samalla sisältöä, joka jäljittelee ja toistaa totuttua naiskuvaa on enemmän. Muutos on hidasta, mutta Barber on mukana keskustelussa.

Parodia malli Taylor Hillin peiliselviestä kommentoi vaatteisiin mahtumista ja sitä kautta suoraan painoa³⁴. Hillin itsestään ottamassa peiliselviessä hänen farkkushortsinsa ovat auki. Barber on kirjoittanut parodian kuvatekstiksi: ”*FINALLY, not being able to fit into your clothes is fashionable. Praise Jesus!*”, eli vihdoin se, ettei mahdu vaatteisiinsa on tullut muotiin, luojalle kiitos. Barber siis iloitsee sen puolesta, ettei housujen välttämättä enää tarvitse mahtua kiinni. Hillin kuvassa hänen farkkushortsinsa ovat tosiaan auki, mutta luultavammin syy ei ole se, etteivätkö ne menisi kiinni. Päinvastoin hänen kiinteä ja litteä vatsansa saa kuvassa entistä enemmän huomiota, kun shortsit on jätetty auki ja niiden reunus on jätetty roikkumaan. Barber kääntää asian ylösalaisin, vaikka selviessä selkeää onkin se, että omaa kehoa on nimenomaan haluttu tuoda entistä näkyvämmiin esille jättämällä housut auki. Housujen auki jättäminen on myös hieman kiusoitteleva ele, jolla saadaan lisättyä kuvan seksuaalista sävyä. Sen sijaan Barber vitsailee sillä, ettei Hill enää mahtuisi housuihinsa ja innostuu asiasta. Hän viittaa ironisesti siihen, että kun malli ottaa selfien, jossa housut eivät ole kunnolla jalassa, varmaankin se tulee muotiin. Painosta ja tiettyyn kokoon mahtumisesta ei ehkä enää tarvitsisi huolehtia, jos se etteivät housut mahdu kiinni, olisi muodikasta. Kuva toimii hyvänä esimerkkinä siitä, kuinka Barber pystyy huumorin kautta viestimään ajatusmaailmaansa ja ottamaan kantaa tärkeinä näkemiinsä asioihin, kuten kehoihanteisiin ja painoon.

Lihava vartalo kuvastaa itsekontrollin puutetta ja heikkoutta. Kauneus ja seksuaalinen viehätysvoima liitetään yleensä juuri hoikkaan ja kiinteään naisvartaloon. (Lahikainen 2007, 113.) Kuvissaan Barber asettuu yliampuvasti tähän rooliin. Hän tiedostaa, mikä rooli naisille, jotka eivät mahdu tähän hyvin ahtaaseen mikrojulkkisten kuvien kauneusihanteeseen, naisille joilla on vatsa, jää. Hän astuu rooliin irvailen. Barber esiintyy tarkoituksella epäviehättävästi, ja itsekontrollin puutetta, joka liitetään vatsamakkaroihin, korostetaan kuvassa myös muilla elementeillä, kuten Courtney

³⁴ Kuva 19, 21.4.2018: <https://www.instagram.com/p/Bhz6Mz0hEUs/?igshid=1fhug0ct32zbl>.

Kardashiana parodiavassa kuvassa Barberilla on kahvikupin sijaan kädessään kokonainen viinipullo³⁵. Viinipullo on elementti, jota Barber käyttää toistuvasti parodiakuvissaan. Kokonainen viinipullo naisen kädessä on ensinnäkin hulvattomampi ja erikoisempi näky kuin yksittäinen viinilasi. Pullo korostaa kuvissa Barberin itsekontrollin puutetta ja viittaa humoristisesti jopa alkoholiongelmaan. Barber ehkä esittää turruttavansa viinillä stressiään ja jaksavansa viinin avulla läpi lapsiperheen arjen. Viinilasillinen merkitsee pientä irtiottoa arjesta ja esimerkiksi televisiosarjoissa voidaan toisinaan nähdä ylikuormittuneiden äitien rentoutuvan viinilasillisen äärellä kotitöiden jälkeen.

Se, mitä lihavan vartalon ajatellaan ihmisestä kertovan, on sukupuolittunutta. Esimerkiksi lihava mies voi olla hyvinkin menestynyt, mutta lihava nainen näyttäytyy vähintään yksityiselämänsä saralla epäonnistuneena. (Lahikainen 2007, 113.) Barberin kuvat ovat tarkoituksellisesti epäonnistuneen oloisia otoksia. Barber ikään kuin edustaa kaikkia Instagram-käyttäjiä, jotka eivät sovi mikrojulkkiksen muottiin. Hän asettuu mikrojulkkisten rinnalla siihen asemaan, joka muille jää. Se, että lihavuuteen liitetään ajatus epäonnistumisesta tai huonommuudesta on esillä Barberin kuvissa, joissa hän ihmisenä, jolla on vatsamakkarat, asettuu tarkoituksella vastakohtaksi sosiaalisessa mediassa muotonsa saavan ”täydellisen” naisen rinnalle. Asetelma on osittain ennalta määritelty, sillä kehoihin kiinnittyy paljon ennako-oletuksia. Barber edustaa kaikkia niitä kehoja, jotka eivät sovi kuvien muottiin. Barber päättää ottaa humoristisesti ja yliampuvasti juuri sen roolin. Lisäksi hän ei edes yritä täyttää vaatimuksia, joita täydelliseltä selfieltä odotetaan, ja sillä tietoisuudella, ettei hänen kehonsa sovi totuttuun muottiin mikrojulkkisten seksikkäistä selfieistä, on osansa parodian muotoilussa. Eräässä toisessa kuvassa, jossa laihuus tulee selkeästi esiin, pop-laulaja Rihanna poseeraa hieman kummallisessa asennossa seisoen käsillään uima-altaan reunalla niin, että hän on nostanut reitensä nojaamaan uima-altaan kaiteeseen³⁶. Rihanna poseeraa siis peppu pystyssä kohti taivasta, hän on nostanut alavartalonsa ylös kaiteelle ja ojentuu notkeaan asentoon vain käsiensä varassa. Rihanna on hyvin laiha, hänen kylkiluunsa näkyvät hieman ihon alta, ja hänen kehonsa on hyvin vetreä sekä notkea päätellen kropan asennosta. Parodiaversiossa näemme kömpelön naisen, jonka poseeraus ei ole lainkaan hallittu, kuten Rihannan. Asiat, jotka Rihannan kuvassa pyrkivät olemaan viehättäviä, eivät toteudu parodiaversiossa. Barber on kuvassa paljon enemmän

³⁵ Kuva 20, 5.3.2018: <https://www.instagram.com/p/Buo2FRbFNA1/?igshid=sbuu8o0mggdx>.

³⁶ Kuva 21, 11.10.2018: <https://www.instagram.com/p/BWvfxRFlnYD/?igshid=d4lr24ild13u>.

etukenossa, eikä kannattele vartalooan ryhdikkäästi. Hänen jalkansa sojottavat minne sattuu eikä hän ole ojentanut selkäänsä notkolle. Hänen hiuksensa roikkuvat, kun taas Rihannan hiukset ovat aseteltuina kauniisti puoliksi peittäen kasvot. Versio on siis epäonnistunut. Barber tiedostaa, että hän ei näytä samalta kuin kuvien julkkikset, eikä hän yritäkään näyttää tai saavuttaa samanlaista tulosta. Ensinnäkään se ei olisi kauhean hyvää ja hauskaa parodiaa. Barberin parodia hyödyntää sitä ajatusmaailmaa, jossa nainen ei ole riittävä ellei näytä tietynlaiselta ja yllä julkkisten asettamiin ulkonäköstandardeihin. Tätä ajatusta käytetään itseään vastaan tekemällä sen pohjalta parodiaa. Barber on mikrojulkkisten rinnalla ikään kuin tuo epäonnistunut liian painava nainen, jonka koko maailma arvottaa huonommaksi ja epäonnistuneeksi.

4.3.2 Atleettisuus ja fitness-kuvat

Kehoa arvottaa koon lisäksi yhä vahvemmin sen kyvykkyys. Esimerkiksi mainonnan naiskuvastossa naisruumiiseen kiinnittyy vaatimus kurinalaisuudesta, kun mainonnassa esiintyvät naiset rajataan toistuvasti laihuusihanteen muotin mukaisiksi (Rossi 2007, 134). Tämä kurinalaisuuden vaatimus on viime vuosina ottanut uusia ja aina vain äärimmäisempiä muotoja fitness-ilmion myötä. Barberin parodiassa vartalon toimintakyky nousee esille urheilullisissa ja atleettisissa fitness-kuvissa ja -selfieissä. Barber tekee atleettisista taidonnäytteistä ja kehonkyvykkyuden osoituksista omat versionsa. Sillä on jälleen huumoriarvonsa, että Barberin yritys jää kömpelöksi kyhäelmäksi alkuperäisestä kuvasta. Erään parodiakuvan kuvatekstissä Barber vitsailee, ettei terveessä kilpailuhenkisyudessa ole mitään vikaa eli ”Nothing wrong with a bit of healthy competition”³⁷. Sitaatti on päässyt jopa tutkielmani otsikoksi saakka, sillä siihen tiivistyy hyvin Barberin parodian idea. Barberin kuvissa aiheutunnistetta myöten luodaan ironinen kilpailuasetelma. Kuvateksti terveestä kilpailuhenkisyudesta toimii mielestäni hyvin koko selfie-kulttuuria kuvastavana metaforana. Instagramissa kuvien pitää olla aina toisiaan upeampia otoksia, jotta ne herättävät kiinnostuksen, joten ilmassa saattaa olla pientä tai jopa suurtakin kilpailua. Tässä kyseisessä parodiakuvassa Barber yrittää ”kilpailuhengessä” taipua spagaattiin seinää vasten, kuten hyvin treenattu Instagram-julkkis ja joogaopettaja Naya Rappaport. Rappaportin kuva edustaa fitness-ilmiota.

³⁷ Kuva 22, 10.10.2018: <https://www.instagram.com/p/Bow4gzXBpRx/?igshid=1ogniakf6ycg8>.

Fitness-kuvissa kuvataan erittäin treenattuja ja kiinteitä vartaloita, eli laihoja vartaloita näkyvine lihaksine. Fitness-ilmio on lähtöisin fitness-urheilusta, jossa kilpaillaan fyysisellä ulkomuodolla. Lajissa tavoitteena on kiinteytyminen sekä lihasmassan kasvu. Fitness-ilmio on yleistynyt viime vuosina ja samalla termi on laajentunut viittaamaan myös kuntosaliliikuntaan, jossa kehoa pyritään muovaamaan, vaikkei tarkoituksena olisikaan osallistua kilpailuihin. Ilmiön yleistyessä, trendi on näkynyt myös sosiaalisen median kuvallisessa kulttuurissa. Teresa de Lauretis (2004, 35–76) on puhunut elokuvasta sukupuoliteknologiana eli käytäntönä, joka saa aikaan tietyn kulttuurisen vaatimuksen. Elokuva siis ikään kuin juurruttaa kuvia ja merkityksiä katsojaan, joka sisäistää ne ruumiiseensa ohjenuoriksi. Sosiaalisessa mediassa julkaistut kuvat toimivat myös sukupuoliteknologiana. Kuvat ihanteellistavat samalla tavalla kuin mainonnan kuvasto jonkin käytännön avuin kuten kuntosalitreenaamisen avulla saatuja ruumiillisia muutoksia. (Rossi 2006, 74–75, Sit. Balsamo 1996.) Fitness-kuvien näkeminen aiheuttaa samanlaisia vaikutuksia, kuin laihuusihanteelle altistuminen. Kuville altistuminen laskee tyytyväisyyttä omaan kehoon, lisää negatiivisia tunteita ja pahentaa syömishäiriön oireita. (Griffiths & Stefanovski 2018, 135.)

Barber ei pysty samaan Rappenportin kanssa, eikä pysty moni muukaan. Fitness-kuvat ovat usein vaikuttavia taidonnäytteitä siitä, mihin kaikkeen treenatut kehot pystyvät. Kuvat äärimmäisistä atleettisista suorituksista kuitenkin voivat aiheuttaa katsojissa itsensä vertailua näkemäänsä, ja tämä voi johtaa huonommuuden tunteisiin. Parodian keinoin Barber osoittaa, ettei sitä tarvitse hävetä, jos oma keho ei pysty kaikkeen, mihin jokin toinen keho pystyy. Hän vitsailee kilpailusta, vaikka tosissaanhan Barber ei edes yritä taltioida parasta suoritustaan. Kuvatekstin perimmäisenä merkityksenä on ehkä kuitenkin se, kuinka sosiaalisessa mediassa välillä voi tuntua, että kyseessä on kilpailu huomiosta kuten eniten tykkäyksiä saavasta kuvasta. Kuvateksti voi myös viitata siihen, että kehojen välillä vallitsisi kilpailua, jonka takia ihmiset pyrkivät muovaamaan kehoaan aina vain paremmaksi ja ottamaan oppia sukupuoliteknologioiden käytännöistä. Treenattujen, kiinteiden ja laihojen kehojen toistuva näkeminen ilmentää näiden kehojen olevan kuvattavan arvoisia. Barber ottaa tilan sosiaalisessa mediassa osoittaakseen, että jokaisella henkilöllä ja keholla on oikeus olla näkyvillä, vaikka he eivät pystyisi samaan suoritukseen kuin fitness-mallit atleettisissa kuvissaan ja vaikka heidän kehonsa ei olisi samanlainen. Barber häiritsee totutun viestin välittymisprosessia ja keskeyttää toiston myötä syntyvän vaikutuksen.

4.3.3 Ihannerinnat

Yksi kehon osa, joka toistuvasti nousee kuvien aiheeksi Barberin parodiassa, ovat rinnat. Barber heittää huumoria ihannerinnoista ja kommentoi rintojen muokkaamisen sukupuoliteknologiaa. Ainoat kehon osat naisessa, jotka saavat olla isot, ovat rinnat ja takapuoli. Isojenkin rintojen vaatimuksena kuitenkin on, että rinnat ovat terhat eivätkä roiku. Barber kapinoi parodiallaan sitä vastaan, että rintojen tulee olla tietynlaiset, ja leikittelee kuvissaan humoristisesti rintojen koolla, muodolla ja sopusuhtaisuudella. Eräässä parodiakuvassaan Barber on piirtänyt t-paitaansa vastineet malli Alexin Renin t-paidan printatuille kompakteille, symmetrisille ja hillityille rinnoille, joissa nännit on kuvattu pieninä suloisina pilkkuina keskellä rintaa³⁸. Barberin paidassa on kuvattuna erikokoiset, erimuotoiset ja roikkuvat rinnat, joiden nännit sojottavat alas. Kuvatekstissä lukee: *"Pancakes and a Sloppy Joe thanks"*, eli pannukakkuja ja Sloppy Joeksi nimitetty amerikkalainen tuhti hampurilainen, jonka väliin tulee lihastiketta. Kuvateksti viittaa ensinnäkin Alexis Ren valokuvauksellisesti aseteltuun pannukakkuannokseen. Barber tilaisi pannukakkujen lisäksi yhden Sloppy Joen, joka ei oletettavasti olisi lainkaan niin esteettinen ja huoliteltu ilmestys lautasella saatikka syötävissä siististi. Sana *sloppy* tarkoittaakin vetelää ja holtitonta. Sanalla viitataan annoksen lisäksi piirrettyihin rintoihin Barberin paidassa, jotka ovat Alexis Renin paidan printtiin verrattuna vetelät ja holtittomat.

Toisessa rinta-aiheisessa kuvassa Barber parodioi malli Ana Cherin kuvaa³⁹. Ana Cheri esiintyy kuvassa yläosattomissa pidellen ananaksia osittain rintojensa peittona. Barber sen sijaan pitelee kahta erilaista melonia vesimelonia ja verkkomelonia. Hedelmät ovat keskenään erikokoiset ja eriväriset, ja ne symbolisoivat kuvassa rintoja. Barber vitsailee selkeästi sillä, etteivät hänen rintansa olisi samankokoiset. Rintojen muovaaminen leikkauksin on yksi sosiaalisen median ja Instagramin mikrojulkkisten kuvissa esiin nouseva sukupuoliteknologia. Kuvat toimivat käytäntönä, jotka ihanteellistavat ja normalisoivat kehon muovaamista plastiikkakirurgisin keinoin. Monien julkkisten rinnoista on noussut kohu, kun rinnat näyttävät yhtäkkiä kasvaneen isommiksi. Julkkiset eivät välttämättä ota huhuihin mitään kantaa, joten varmaa tietoa siitä, onko henkilö käynyt plastiikkakirurgisessa operaatiossa kohottamassa rintojaan tai ottamassa implantit, ei välttämättä ole saatavilla. Ana Cherin on väitetty ottaneen implantit, mutta

³⁸ Kuva 23, 30.6.2017: <https://www.instagram.com/p/BUtUjMwFdpl/?igshid=2kamnej1cwob>.

³⁹ Kuva 24, 31.12.2017: https://www.instagram.com/p/BdWKE_HhHo1/?igshid=k8ckx43cvjyo.

hän ei itse ole ottanut kantaa väitöksiin.⁴⁰ Instagram-julkkisten kuvissa esiintyykin hyvin tietynlaisia rintoja, kiinteitä, terhakoita, ryhdikkäitä ja pyöreitä rintoja. Rinnat ovat kooltaan useasti suuret. Kuvat asettavat tarkat raamit sille, millaiset rinnat ovat miellyttävän näköiset, viehättävät ja seksikkäät. De Lauretisin (1994) mukaan sukupuolten ja seksuaalisuuden tavat ovat kiinteästi sidoksissa siihen, millaisia visuaalisia representaatioita näemme ympärillämme (Rossi 2006, 75). Barber rikkoo rintojen raameja ja samalla visuaalisen representaation kaavaa. Barber ei kuitenkaan esiinny kuvissaan seksikkäänä, vaan kyseessä on parodia, jolle on tarkoitus nauraa. Kuvaa katsoessa, voi herätä ajatus siitä, että kuvassa naureskellaan rinnoille, jotka ovat erikokoiset. Toki kuvan huumori syntyy siitä, että Barber pitelee erikokoisia hedelmiä rintojensa edessä, mutta toisaalta kuva muistuttaa todenmukaisesti siitä, etteivät kaikki rinnat näytä siltä, että ne voisivat olla implantit.

4.3.4 Naiskehon haluttavuus ja äitiys

Barber parodioi toisinaan mikrojulkkisten perhekuvia. Äitiyteen kiinnittyy paljon odotuksia, joita mediaesitykset usein vahvistavat. Yksi asia, jota ainakin mikrojulkkiksiksi lukeutuville äideiltä odotetaan, on ulkonäkö. Ulkonäön täytyy olla vetävä lapsien saamisesta huolimatta, ja mikrojulkkiset säätelevät rimaa myös muille äideille. Äitiyttä ei perinteisesti liitetä määritelmään puoleensavetävästä naisesta. Raskauden aiheuttamat muutokset kehossa vähentävät naiskehon haluttavuutta. (Juvonen 2006, 83, Sit. Ronkainen 1994, 119.) Barberin parodia ottaa kohteekseen julkkisäitejä, jotka esiintyvät sosiaalisessa mediassa seksikkäinä ja haluttavina edelleen lapsen saamisen jälkeen. Parodia nostaa esiin kuvia, joissa naiset kieltäytyvät omaksumasta ei-haluttavan aseman huolimatta siitä, että he ovat synnyttäneitä äitejä. He esiintyvät seksikkäinä, poseeraavat kehoaan korostaen ja paljastaen. Nämä naiset eivät suostu asettumaan heille epämieluisaan ja ehkä jopa tuntemattomaan rooliin, joka äitiyteen yhteiskunnassa liitetään. He haluavat päättää omasta kehostaan, sen ilmentämisestä ja esiintyä seksuaalisina olentoina.

⁴⁰ Ana Cheri huhutaan ottaneen rintaimplantit: *“Whether Ana Cheri ad her breast implants or not, only she knows the truth.”* (“Ana Cheri Before Implants and Plastic Surgery”, 17.4.2018, linkki tarkistettu 1.6.2020: <http://latestplasticsurgery.com/ana-cheri-before-implants-and-plastic-surgery/>.)

Kuvassa x malli ja televisiopersoona Chrissy Teigen poseeraa aviomiehensä laulaja-lauluntekijä John Legendin kanssa⁴¹. Kuva on otettu olohuoneenkaltaisessa miljöössä, ja kuvassa Teigen esiintyy alasti. Teigenin aviomiehellä on vaatteet päällään. Barber on kirjoittanut kuvatekstiksi keksityn dialogin pariskunnan välille. Keskustelupätkässä John Legend ihmettelee vaimonsa saapuessa paikalle, missä hänen vaatteensa ovat ja eikö tarkoituksena ollutkin ottaa perhepotretti, joka voidaan lähettää heidän vanhemmilleen. Teigen vastaa, että näin on ja selittää asian olevan yksinkertainen: mies pukeutuu siististi ja hän on alasti, koska hän näyttää vetävältä vain kuusi kuukautta vauvan saamisen jälkeen. John Legend sanoo, että suunnitelma kuulostaa hieman oudolta, johon Teigen vastaa kysymällä ”oudolta vai inspiroivalta?” Barber vitsailee kuvan oudon asetelman kustannuksella ja tekee keksityn tarinansa avuin ilmiselväksi, että kyseessä on suunniteltu kuva, johon on varta vasten asetettu, eikä spontaani otos. Barber myös vitsailee väkinäisellä alastomuudella, joka on outo elementti kuvassa, jossa esiinnyttään aviomiehen kanssa, jolla taas on vaatteet päällä ja joka istuu rennosti nojatuolissa. Mies toimii kuvassa kuin somiste, jonka avulla otoksesta saadaan ehkä hieman kiinnostavampi. Barberin aviomies Robin (@hothusband_) ilmeilee parodiaversiossa kummastuneena ja epämukavissaan, joka korostaa kuvan ja kuvaustilanteen mielettömyyttä ja viittaa siihen, että hänet on aseteltu kuvaan toisen toimesta ehkä haluamattaan. Barberin luonnosteleva dialogi kuvasutilanteesta nostaa huomionkohteeksi, että Teigen on synnyttänyt kuusi kuukautta aiemmin. Tekstissä oletetaan, että kuvan ottamisen ja siihen alasti asettumisen taustalla on vaikuttanut halu esitellä kroppaa, joka on treenattu entiseen kuntoonsa. Kuvassa rikotaan äitiyden tuottamaa seksittömyyden stigmaa. Toisaalta jos kehossa ei ole minkäänlaisia jälkiä raskaudesta, muovataanko käsitystä synnyttäneiden kehojen seksuaalisuudesta. Kuva toimii ”inspiraationa” vain niille, jotka haluavat ja pystyvät kuntoilemaan vartalonsa entiselleen raskauden jälkeen ja joilla on siihen mahdollisuus. Barberin kuva nostaa esiin äiteihin kohdistuvia paineet siitä, ettei raskaudesta saa jäädä jälkiä kehoon.

Barber ikään kuin tarjoaa seksikkäiden äitiekuvien rinnalle sen version, jollaisena yhteiskunnassamme äidit perinteisemmin nähdään. Barber asettaa parodiaversioiden kuvien rinnalle ivallisesti. Seksikkäät ”mammakuvat” edustavat muiden ulkonäkö- ja kehoeskeisten kuvien tavoin eräänlaista kiiltokuvaa ja tavoittamattomissa olevaa utopiaa, mahdotonta ihannetta ja sen performanssia. Barberin valikoimissa äitiekuvissa

⁴¹ Kuva 25, 17.10.2016: <https://www.instagram.com/p/BLp9Ty0j00-/?igshid=kkvkbyzunsch>.

pyritään purkamaan äitiyteen kiinnitettyjä rajoittavia rooleja ja käsityksiä naisen seksuaalisuudesta. Kuvien äidit kehoineen kuitenkin edustavat seksuaalisena ja haluttavana nähtyä naiskehon ihannetta. Kehoissa ei ole nähtävillä raskausajan tuottamia muutoksia. Arpia tai muita merkkejä raskausajasta tai synnytyksestä ei ole, ja raskauden aikana kerrytetyt kilot on karistettu. Kuvat toki osoittavat, että nainen voi näyttää näinkin upealta raskauden jälkeen ja olla aivan yhtä seksikäs kuin ennen. Kuvat eivät kuitenkaan pura sitä, kuinka raskauden jäljiltä muuttuneita kehoja arvioidaan ja tulkitaan. Vain ihannekehoa mukailevat äidit kehoineen tulevat edustetuiksi.

4.4 Vastakkainasettelu Celeste Barberin parodiakuvissa

Barberin kuvat voivat toisinaan näyttää toistavan totuttuja rooleja. Barber on keholtaan normaalipainoinen eikä istu Instagramin visuaalisessa kulttuurissa vallitsevaan ihannekehon kapeaan muottiin. Parodiakuvissaan Barber asettuu julkkiksiin verrattuna kuin vastakohtamaiseen asemaan. Erityisesti tämä korostuu kuvissa, joissa kehon malli, koko ja paino ovat kuvan keskiössä. Kuvat, joissa Barberin vatsamakkarat toimivat elementtinä huumorin luomiselle, voivat näyttäytyä jopa vahingollisina. Kuvissa silti tuskin on tarkoitus nauraa vatsamakkaraille. Barber vain toteuttaa yliampuvasti toisen naisen positiota, joka hänelle jää hänen vertautuessaan mallien ja muiden julkkisten seksikkäisiin selfieihin. Hän esiintyy kiusaannuttavasti ja epäseksikkäänä korostaen kaikkia kehon epäviehättävämpinä pidettyjä piirteitä, vatsamakkaraita ja kaksoisleukaa. Kuvat saavatkin minut toisinaan miettimään, toteuttaako Barber liian yliampuvasti tai toistaako hän stereotypiaa toisista eli ”riittämättömistä” tai ihanteen muottiin sopimattomista eli ”liiallisista” kehoista. Stereotypiaa naisista, jotka eivät ole laihoja, kiinteitä ja treenattuja, ja joilla on vatsamakkaraita ja kaksoisleuka, eivätkä siksi ole sopineet osaksi naisrepresentaatiota ja naisten kuvastoa.

Kuvien välille syntyy väkisinkin vertaileva suhde, kun ne asetetaan rintarinnan. Kuvia katsoo miettien, mitä Barberin versiossa on tehty toisin ja mikä on luonnostaan toisin, eli miten kehot eroavat toisistaan. Vaikka kuvien ei sinänsä olisikaan tarkoitus luoda minkäänlaista arvoasetelmaa kuvien välille, katselija tunnistaa alkuperäisen kuvan olevan konventionaalinen, onnistunut ja jopa ideaali sosiaalisen median kuva. Katsoja myös tunnistaa, että kuvassa esiintyvä keho edustaa ihanteeseen sopivaa kehoa. Samalla tavalla katsoja tunnistaa sen, ettei Barber sovi siihen kehoihanteen muottiin, jota median kuvallinen kulttuuri ylläpitää. Se, että Barber tahallaan epäonnistuu otoksissa, vahvistaa

tätä valtasuhdetta, jossa toinen kuva edustaa ihannetta ja toinen ei. Tämä arvoasetelma saattaa kiinnittää kuvia katsoessa myös ikävällä tavalla niissä esiintyviin kehoihin. Toinen kuvista ilmentää ideaali ja toinen osapuoli jotakin muuta eli ei-ideaalista. Toisaalta Gilbert Highet (1962, 68) huomautti, että parodiassa liioitellaan ja alleviivataan vikoja ja heikkouksia niin, että yleisö huomaa kohteessa jotakin uutta naurettavaa, halveksittavaa tai vihattavaa. Highet jopa väitti, että parodian jälkeen yleisö ihailee sen kohdetta hieman vähemmän.

Pohdin lopulta, auttavatko Barberin kuvat muuttamaan ja monipuolistamaan naisrepresentaatiota nostamalla tietoisuutta naisiin kohdistuvista ulkonäköihanteista ja siitä, kuinka ahtaita nämä ihanteet ovat. Vai onko kuitenkin niin, että kuvat vahvistavat osaltaan stereotypiaa siitä, ettei nainen, jonka keho ei täytä tiettyjä vaatimuksia ja on esimerkiksi runsaampi ja isompi kokoinen, voi olla seksikäs, vaan näyttäytyy lähinnä huvittavana keimaillessaan kameralle. Erässä australialaisessa tutkimuksessa on kuitenkin saatu alustavia tuloksia siitä, että Barberin parodiakuvien katselulla voisi olla positiivisia vaikutuksia kehonkuvaan ja ne saattaisivat lisätä tyytyväisyyttä omaan kehoon sekä luoda positiivista mielialaa (Slater ym. 2019). Itse kuitenkin kamppailin tutkielmaani kirjoittaessa toisinaan ikävien tuntemusten kanssa, sillä minun oli katseltava niin paljon hyvin laihojen, hyvässä kunnossa olevien ja isorintaisten naisten kuvia. Barberin parodiakuvat näiden kuvien rinnalla eivät tuntuneet tekevän kuvien katselusta helpompaa. Parodiakuvillaan Barber onnistuu kuitenkin herättämään ajatuksia ja huomauttamaan ahtaista kehoihanteista ja yksitoikkoisesta naisrepresentaatiosta. Oivalluksen jälkeen näitä representaation tapoja on helpompi kyseenalaistaa. Barberin parodia auttaa huomaamaan, etteivät sosiaalisessa toistuvasti näkemämme täydelliset selfiet ole niin spontaaneja ja luonnollisia kuin miltä saattavat näyttää ja ettei ihminen näytä siltä luonnostaan ilman vaivannäköä ja valmistautumista.

5 Lopuksi

Tutkielmassani osoitin, kuinka Celeste Barberin parodiakuvat toimivat viihteen lisäksi yhteiskunnallisina keskustelunavauksina. Parodiakuvillaan Barber kyseenalaistaa Instagramin kuvallisen kulttuurin normeja. Barber pyrkii huomauttamaan julkisuuden henkilöiden Instagram-kuvien kapeasta naisrepresentaatiosta sekä purkamaan jäykkiä raameja ihannekehon ympäriltä kommentoimalla selfie-kulttuuria.

Tutkielmani toisessa luvussa selvensin, kuinka Instagram-julkisten itserepresentaatio perustuu muun muassa viehättävien ja paljasta pintaa sisältävien selfieiden ja kuvien julkaisemiseen. Henkilöbrändäämisen taktikoilla yritetään kiinnittää huomiota, esimerkiksi kuvaamalla eksklusiivista elämäntyyliä tai kiinnittämällä seuraajien huomio omaan poikkeuksellisuuteen kuten poikkeuksellisen hyvään ulkonäköön. Instagramissa julkisuuden henkilöt julkaisevat mainoskuvamaisia otoksia, joiden ottamiseen on voitu nähdä paljonkin vaivaa, vaikka kuvaustilanne olisi lopputuloksessa saatu näyttämään vaivattomalta, luonnolliselta ja spontaanilta. Kaikki nämä asiat kiinnittyvät henkilöbrändäämisen sekä itsensä kuvaamisen konventioihin, jotka Barber tekee näkyviksi parodiallaan. Barberin parodia saa monet taktikat näyttämään jopa turhamaisilta.

Tutkimuskysymykseni oli, *millaisin keinoin Celeste Barberin parodia ottaa kantaa selfie-kulttuurin konventioihin sekä julkisuuden henkilöiden Instagram-kuvien kapeaan naisrepresentaatioon?* Huumori syntyy elementtien tarkoituksenmukaisesta yhteen sopimattomuudesta ja parodia on materiaalin koomista uudelleenjärjestämistä. Barberin parodiakuvat ovat toisinaan jopa halveksuvia ja asettavat imitoinnin kohteen naurettavaan valoon. Toisinaan parodia on kesympää sekä leikkisämpää ja parodiakuvat toimivat jopa tribuuttimaisina otoksina. Parodian ironia herättää vastaanottajan huomiokyvyn ja satiirisuus tuo parodiaan sen kriittisen luonteen (Hutcheon 1985). Parodia luo tarkoituksenmukaista kommenttiraitaa ja kriittisiä sosiaalisia huomioita, mutta sen ymmärtäminen vaatii kykyä tulkita parodian koodikieltä ja merkityksiä. Barberin parodiakuvien kuvatestit auttavat oleellisesti ohjaamaan kuvien tulkintaa.

Vertaan Barberin parodiaa kulttuuriseen häirintään ja vastamainoskulttuuriin, joiden tavat herättää yhteiskunnallista keskustelua ovat tyypillisiä myös parodialle. Alkuperäisen kuvan elementtejä järjestellään uudestaan, niille keksitään uusia käyttötarkoituksia, niitä muovataan, vääristellään sekä korvataan uusilla elementeillä.

Kuvan elementit ja sanoma otetaan omiin käsiin ja valjastetaan palvelemaan omia tarkoituksia. Vastamainoskulttuurissa on kyse performatiivisesta vastarinnasta. Tietoinen toisin tekeminen, jota Barber tekee parodiakuvissaan, on sekin performatiivista vastarintaa. Tietoinen toisin tekeminen on sukupuolen performatiivisuuteen kiinnittyvä termi. Sukupuolikäsitystä ja representaatiota voidaan monipuolistaa tekemällä toisin sekä tiedostamalla toiminnan toistava ja ylläpitävä luonne.

Celeste Barber siis tekee parodiassaan tietoisesti toisin. Barberin ironinen aikomus on kuvata itsestään samanlainen kuva julkisuuden henkilön kanssa. Hän päätyy väänteleämään sekä vääristelemään kuvan elementtejä ja viihdyttää yleisöään epäonnistumalla humoristisesti julkisuuden henkilöiden matkimisessa. Toisin tekeminen ja tarkoituksenmukainen epäonnistuminen ovat samalla keinoja, *joilla Barberin parodiakuvat tekevät selfieiden ottamiseen liittyvät konventiot näkyviksi*. Tehdessään toisin Barber kiinnittää huomiomme totuttuihin ja itsestään selvinä pitämiimme käytäntöihin.

Barber toimii kuvissaan tarkoituksella toisin käytännöissä, jotka ovat muodostuneet kriteereiksi onnistuneelle selfielle ja tavoiteltavana nähdylle itserepresentaatiolle. Toisin tekeminen auttaa tunnistamaan selfie-kulttuurin käytäntöjä ja henkilöbrändäämiseen liittyviä itserepresentaation konventioita. Totutut toimintatavat saattavat parodisen väntelyn myötä näyttää jopa naurettavilta, ja kuten sanottua, turhamaisilta. Itsensä kuvaamiseen liittyvät konventiot, väkinäiset poseeraukset ja lavastetut kuvaustilanteet huvittavat. Reaktion myötä parodian vastaanottajat tulevat tietoisemmiksi konventioiden toistosta Instagramin kuvallisessa kulttuurissa. Selfie-kulttuurin harkitun luonteen osoittaminen ovat yksi Barberin parodian ansioista.

Tietoinen toisin tekeminen kiinnittyy siis myös sukupuolen performatiivisuuteen. Sukupuolikäsityksiä sekä sukupuolten representaatioita vahvistetaan tiedostamattomilla toistoteoilla. Celeste Barberin parodia tekee työtä toistavia käytäntöjä vastaan. Barberin parodia huomauttaa sukupuolikäsitystä ylläpitävistä toistoteoista, joita julkisuuden henkilöiden kuvat sisältävät. Barberin parodia *kiinnittää huomiomme kehoihanteisiin* sekä yksitoikkoiseen naisrepresentaatioon julkisuuden henkilöiden Instagram-kuvissa. Kuvat ylläpitävät ahtaita kehoihanteita, kuten laihuusihannetta, atleetisuuden ja kiinteyden ihannetta, suppeaa käsitystä ihannerinnoista ja äiteihin kehoihin kiinnittyviä käsityksiä haluttavuudesta. Selfie-kulttuurin myötä naiset ovat päässeet ohjaksiin

itserepresentaatiostaan ja voivat vaikuttaa suuremmin naisrepresentaatioon sekä -kuvastoon. Silti vuosikymmenten takaiset opitut, totutut ja juurtuneet tavat representoida naisia vaikuttavat edelleen naisten itserepresentaatioon ja tapaan kuvata itseään. Barber kiinnittää huomion näihin tapoihin parodiansa avulla, tekee toisin ja peräänkuuluttaa monipuolisempaa naisrepresentaatiota.

Tutkielmassani esittelin, kuinka Celeste Barberin parodia ottaa kantaa ulkonäköihanteisiin ja naisrepresentaatioon. Tulkitsin kuvia ja millaisia merkityksiä ne välittävät. En kuitenkaan pysty aineistoni ja analyysimenetelmäni puitteissa selvittämään, millaisia merkityksiä muut vastaanottajat löytävät kuvista ja ovatko löytämäni merkitykset jollakin tapaa universaaleja. On mahdotonta sanoa, ovatko Barberin parodiakuvista löytämäni huomiot sellaisia, jotka tulevat katsojalle välttämättäkin selkeiksi ja ymmärretyiksi. Sosiaalisten huomioiden ja yhteiskunnallisen kommenttiraidan löytäminen parodian huumorista koostuvan pinnan alta voi vaatia juuri sellaista syvempää pohdiskelua ja pysähtymistä parodiakuvien äärelle kuin jota olen tutkielmaani työstäessä joutunut tekemään. Saattaa toisaalta myös olla, että joku toinen löytäisi kuvista erilaisia merkityksiä.

Kuvat voivat toimia merkitysprosessien muutostekijöinä. Kuvallisen kulttuurin merkkien muokkaaminen toiston kautta tuottaa ajallaan uusia tottumuksia ja jostakin uudesta tulee luonnollista. (Rossi 2006, 75.) Celeste Barber osallistuu tähän työhön parodiakuvillaan. Hän osallistuu ihanteiden muotoiluprosessiin kritisoiden yksitoikkaisia itserepresentaation tapoja selfie-kulttuurissa sekä näiden itsensä kuvaamisen käytäntöjen ylläpitämiä kauneusihanteita. Kuten Leena-Maija Rossi (2007, 133) kirjoittaa hyväksytyin vartalon rajoista televisiomainonnassa: ”Ideaalin käsitteeseen liittyy kuitenkin olennaisesti ristiriita. Sitä tavoitellaan, vaikka se on tavoittamaton. Kenelläkään ei ole ideaaliruumista, tai toisinpäin: kukaan ei ruumiillista ideaalia.” Olisikin mielenkiintoista jatkaa Celeste Barberin parodiakuvien tutkimista ja jaotella kattavammin, millaisia ulkonäkö- ja kehoihanteita kuvista on löydettävissä, ja mitä kaikkia ihanteita Barberin parodia oikeastaan pyrkii purkamaan. Aineiston tutkimusta voisi jatkaa myös analysoimalla, kuinka Barberin parodiakuvat kommentoivat äiteihin kohdistuvia odotuksia tai muotimaailmaa trendeineen.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Abidin, Crystal (2018). *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Jönköping University, Sweden. Society Now, Emerald Publishing.

Balsamo, Anne (1996). *Technologies of the Gendered Body. Reading Cyborg Women*. Durham & London: Duke University Press.

Baym, Nancy K. & Senft, Theresa M. (2015). What Does the Selfie Say? Investigating a Global Phenomenon. *International Journal of Communication* 9. [1588–1606]

Butler, Judith (2006/1990). *Hankala Sukupuoli – Feminismi ja identiteetin kumous*. Alkuteos: *Gender Trouble. Feminism, and the Subversion of Identity*. Suomentanut Tuija Pulkkinen & Leena-Maija Rossi. Tammer-Paino Oy, Tampere.

Butler, Judith (1993). *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex*. Routledge, New York and London.

De Lauretis, Teresa (1994). *The Practise of Love: Lesbian Sexuality and Perverse Desire*. Bloomington: Indiana University Press.

De Lauretis, Teresa (2004). *Itsepäinen vietti. Kirjoituksia sukupuolesta, elokuvasta ja seksuaalisuudesta*. Toim. Anu Koivunen. Suom. Tutta Palin & Kaisa Sivenius. Vastapaino, Tampere.

Dentith, Simon (2000). *Parody. The New Critical Idiom*. Routledge, New York.

Harjunen, Hannele (2012). Lihavuuden yhteiskunnallinen merkitys teoksessa *Sukupuoli nyt! Purkamisia ja neuvotteluja* toim. Hannele Harjunen & Tuija Saresma. Kampus Kustannus, Jyväskylä.

Highet, Gilbert (1962). *Anatomy of Satire*. Princeton University Press, New Jersey.

Hutcheon, Linda (1985). *A Theory of Parody: The Teaching of Twentieth-century Art Forms*. Methuen, New York and London.

Hutcheon, Linda (1989). *The Politics of Postmodernism*. Routledge, New York and London.

- Hynnä, Kaisu (2018). #Lupanäkyä – kehopositiiviset selfiet affektiivisena käytäntönä. *Lähikuva – audiovisuaalisen kulttuurin tieteellinen julkaisu* 31, 3/2018. [65–72]
- Juvonen, Tuula (2006). Seksuaalisen ruumiin jäljillä teoksessa *Seksuaalinen ruumis – Kulttuuritieteelliset lähestymistavat*. Tammer-Paino Oy, Tampere. [71–90]
- Kyrölä, Katariina (2006). Ruumis, media ja ruumiinkuvat teoksessa *Sukupuolishow – Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Gaudeamus, Helsinki. [107–128]
- Lahikainen, Johanna (2007). ”Ihmisiä oli oikeastaan vain kahdenlaisia: Lihavia ja laihoja.” – Syömisen ja laihtumisen ambivalenssi Margaret Atwoodin romaanissa *Rouva Oraakkeli* teoksessa *Koolla on väliä – Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli* toim. Katariina Kyrölä & Hannele Harjunen. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu. [107–132]
- Mikkonen, Kai (2005). *Kuva ja sana – kuvan ja sanan vuorovaikutus kirjallisuudessa, kuvataiteessa ja ikonoteksteissä*. Gaudeamus, Helsinki.
- Mulvey, Laura (1975/1985). Visuaalinen mielihyvä ja kerronnallinen elokuva. *Synteesi*: 4(1985), 1–2. [5–15]
- Oring, Elliott (2003). *Engaging Humor*. University of Illinois Press, Urbana and Chicago.
- Paasonen, Susanna (2010). Sukupuoli ja representaatio teoksessa *Käsikirja sukupuoleen* toim. Tuija Saresma, Leena-Maija Rossi & Tuula Juvonen. Vastapaino, Tampere. [39–48]
- Paasonen, Susanna (2013). Ihmisiä, kuvia, tekstejä ja teknologioita teoksessa *Otteita verkosta – Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät* toim. Salla-Maria Laaksonen, Janne Matikainen & Minttu Tikka. Vastapaino, Tampere. [34–48]
- Pajala, Outi (2007). ”Mielessä hämötti punainen mekko” Vaate, sukupuoli ja laihtuminen Painonvartijat-yrityksen ”menestystarinoissa” teoksessa *Koolla on väliä – Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli* toim. Katariina Kyrölä & Hannele Harjunen. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu. [83–106]
- Pöysä, Jyrki (2015). *Lähiluvun tieto. Näkökulmia kirjoitetun muistelukerronnan tutkimukseen*. Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura, Joensuu.

Ronkainen, Suvi (1994). *Erotiikka ja elämäntyyli* toim. Suvi Ronkainen, Pertti Pohjolainen & Jan-Erik Ruth. Wsoy, Helsinki.

Rossi, Leena-Maija (2003). *Heterotehdas – Televisiomainonta sukupuolituotantona*. Gaudeamus, Helsinki.

Rossi, Leena-Maija (2006). Mainonta sukupuolituotantona teoksessa *Sukupuolishow – Johdatus feministiseen mediatutkimukseen* toim. Anna Mäkelä, Liina Puustinen & Iris Ruoho. Gaudeamus, Helsinki. [62–79]

Rossi, Leena-Maija (2007). Kyllin hyviä mainosruumiiksi? Hyväksytyt vartalon rajojen venytystä televisiomainonnassa teoksessa *Koolla on väliä – Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli* toim. Katariina Kyrölä & Hannele Harjunen. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu. [133–160]

Rossi, Leena-Maija (2010). Sukupuoli ja seksuaalisuus, erosta eroihin teoksessa *Käsikirja sukupuoleen* toim. Tuija Saresma, Leena-Maija Rossi & Tuula Juvonen. Vastapaino, Tampere. [21–38]

Senft, Theresa M. (2008). *Camgirls: Celebrity & Community in the Age of Social Networks*. New York. Peter Lang Publishers.

Tiidenberg, Katrin (2018). *Selfies: Why We Love (and Hate) Them*. Baltic Film, Media, Arts and Communication School, Tallinn University, Estonia & School of Communication and Culture – Information Sciences, Aarhus University, Denmark. Society Now, Emerald Publishing.

Wetherell, Margaret (2012). *Affect and Emotion: A New Social Science Understanding*. Sage Publications, London.

Verkkójulkaisut

Duguay, Stefanie (2016). Lesbian Gay, Bisexual, Trans, and Queer Visibility Through Selfies: Comparing Platform Mediators Across Ruby Rose's Instagram and Vine Presence. *Social Media + Society* April-June 2016. [1–12]
(<https://eprints.qut.edu.au/94316/3/Social%20Media%20%2B%20Society-2016-Duguay-.pdf>)

- Frederick, David A. ym. (2016). Reducing the negative effects of media exposure on body image: Testing the effectiveness of subvertising and disclaimer labels. Crean College of Health and Behavioral Sciences, Chapman University, Orange, CA, United States. *Body Image 17* (2019). [171–174] (www.elsevier.com/locate/bodyimage)
- Griffiths, Scott & Stefanovski, Ashleigh (2018). Thinspiration and fitspiration in everyday life: An Experience sampling study. Melbourne School of Psychological Sciences, University of Melbourne, Melbourne, Australia. *Body Image 30* (2019). [135–144] (www.elsevier.com/locate/bodyimage)
- Kolehmainen, Marjo (2009). Performatiivista politiikkaa: sukupuoli ja väkivalta puolustusvoimien mainoskampanjaa kritisoivassa vastamainonnassa. *Naistutkimus 22: 1*. (<http://urn.fi/URN:NBN:fi:ELE-1493860>)
- Madden, Mary ym. (2013). Teens, Social Media, and Privacy. Washington, DC: Pew Research Center, Internet and American Life Project. (www.pewinternet.org/Reports/2013/Teens-Social-Media-And-Privacy/Summary-of-Findings.aspx)
- Marwick, Alice E. (2015). Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy. *Public Culture 27:1*. [137–160] (<https://doi.org/10.1215/08992363-2798379>)
- Puri, Jyoti (2012). Resistance through Parody and Humour: a Study of George C. Wolfe's The Colored Museum. *Language in India 12:11*. [612–626] (<http://www.languageinindia.com/nov2012/jyotipurwolfefinal.pdf>)
- Sassatelli, Robera (2011). Interview with Laura Mulvey. Gender, Gaze and Technology in Film Culture. *Theory, Culture & Society Vol. 28 (5)*, SAGE. [123–143] (<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0263276411398278>)
- Slater, Amy ym. (2019). The effect of exposure to parodies of thin-ideal images on young women's body image and mood. Centre for Appearance Research, University of the West England, UK & Centre for Emotional Health, Macquarie University, Australia. *Body Image 29* (2019). [82–89] (www.elsevier.com/locate/bodyimage)
- Tiidenberg, Katrin & Gómez Cruz, Edgar (2015). Selfies, Image and the Re-making of the Body. *Body & Society Vol 21(4)*. SAGE.
- Williamson, Gina & Karazsia, Bryan T. (2018). The effect of functionality-focused and appearance-focused images models of mixed body sizes on women's state-oriented body

appreciation. The College of Wooster, United States. *Body Image* 24 (2018). [95–101] (www.elsevier.com/locate/bodyimage)

Winston, Johnny (2013) “Photography in the Age of Facebook.” *Intersect: The Stanford Journal of Science, Technology and Society* 6, no. 2. [1–11] (ojs.stanford.edu/ojs/index.php/intersect/article/view/517)

Aineisto

Celeste Barber, Instagram @celestebarber:
<https://www.instagram.com/celestebarber/?hl=fi>.

Kuvat:

Kuva 1, 19.1.2015: https://www.instagram.com/p/yBouPdw_Br/.

Kuva 2, 20.1.2015, https://www.instagram.com/p/yEQMafw_BC/.

Kuva 3, 7.5.2016: https://www.instagram.com/p/BD4-4fRw_Di/?igshid=d9b6nvladkpr.

Kuva 4, 5.1.2019: <https://www.instagram.com/p/BsQ4wETlcAb/>.

Kuva 5, 30.7.2018:
<https://www.instagram.com/p/B12qqKFh99V/?igshid=dl6os3ypc632>.

Kuva 6, 5.9.2019:
<https://www.instagram.com/p/B2AYVKCnBH7/?igshid=qrhijsg3fuge>.

Kuva 7, 17.4.2018:
<https://www.instagram.com/p/BhpXF0zBW2r/?igshid=2a5wjdkmv38n>.

Kuva 8, 8.4.2018: <https://www.instagram.com/p/BhUnmRABWvF/>.

Kuva 9, 31.10.2018:
<https://www.instagram.com/p/BpnGWVAIU8U/?igshid=1btzixyoptoh8>.

Kuva 10, 2.11.2016:
<https://www.instagram.com/p/BMUf379gugs/?igshid=qyqujz2biazh>.

Kuva 11, 18.10.2013:
https://www.instagram.com/p/flzDmkQ_Ml/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=vu8ovjsxf2yn.

Kuva 12, 20.5.2018: <https://www.instagram.com/p/Bi-b62Xh2pb/?igshid=n5at7rzqccxp>.

Kuva 13, 7.8.2018: https://www.instagram.com/p/BmLhHb_hxr5.

Kuva 14, 30.12.2019:
<https://www.instagram.com/p/B6scR1yHH5w/?igshid=1etqpaar7v2ok>.

Kuva 15, 1.10.2018: <https://www.instagram.com/p/BoZDh3dhHN6/>.

Kuva 16, 4.6.2018: <https://www.instagram.com/p/BjmjFIinnio0/>.

Kuva 19, 21.4.2018:
<https://www.instagram.com/p/Bhz6Mz0hEUs/?igshid=1fhug0et32zbl>.

Kuva 20, 5.3.2018:
<https://www.instagram.com/p/Buo2FRbFNA1/?igshid=sbuu8o0maggdx>.

Kuva 21, 11.10.2018:
<https://www.instagram.com/p/BWvfxRFlnYD/?igshid=d4lr24ild13u>.

Kuva 22, 10.10.2018:
<https://www.instagram.com/p/Bow4gzXBpRx/?igshid=1ogniakf6ycg8>.

Kuva 23, 30.6.2017:
<https://www.instagram.com/p/BUtUjMwFdpl/?igshid=2kamnejlcwob>.

Kuva 24, 31.12.2017:
https://www.instagram.com/p/BdWKE_HhHo1/?igshid=k8ckx43cvjyo.

Kuva 25, 17.10.2016: <https://www.instagram.com/p/BLp9Ty0j00-/?igshid=kkvkbyzunsch>.