Meikkitutoriaalien analysointia kauneusblogeissa

Yemine Akbulat

40069

Pro gradu-avhandling i finska språket

Handledare: Urpo Nikanne

Fakulteten för humaniora, psykologi och teologi

Åbo Akademi

2021

ÅBO AKADEMI – FAKULTETEN FÖR HUMANIORA, PSYKOLOGI OCH TEOLOGI

Abstrakt för avhandling pro gradu

Ämne: Finska språket	
Författare: Yemine Akbulat	
Arbetets titel: Meikkitutoriaalien analysointia kauneusblogeissa	
Handledare: Urpo Nikanne	
Abstrakt: Tässä pro gradu -tutkielmassa havainnoidaan kauneusblogien blogipostauksia, jotka ovat meikkitutoriaaleja. Tavoitteena on laadullisella tutkimusmenetelmällä selvittää, ovatko meikkitutoriaalit toimivia. Analysoin tutoriaalien yhtäläisyyksiä ja eroavuuksia, kuvan ja tekstin käyttöä ja markkinointia. Meikkitutoriaalien toimivuutta analysoin myös vertaamalla tutoriaalien ohjeistuksia hyvän ohjeistuksen ohjeisiin. Tutkielma on ajankohtainen, koska blogosfääri (blogien muodostama yhteisö) on kasvanut ja koska korona-aika (2020–2021) on lisännyt niin tutoriaalien, kuin yleisemminkin blogien suosiota. Tutkielmassa on mukana kolme kauneusblogia, joista jokaisesta on valittu mukaan kolme blogipostausta. Blogit kuuluvat kaikki kauneusgenreen, ja ovat valikoitu Blogit.fi Suomen blogit top 10 -listalta. Blogit sijaitsevat eri blogialustoilla ja jokaista blogia kirjoittaa itsenäinen bloggaaja. Tutkielmassa on esitetty teoriaa blogeista ja niiden tekstilajista, kauneudesta tekstilajina, hyvän ohjeistuksen ohjeista ja kuvan ja tekstin käytöstä yhdessä. Tutkimuksen tuloksista selvisi, että kauneusblogien meikkitutoriaaleissa on runsaasti yhtäläisyyksiä ja vain muutamia eroavuuksia. Kuvan ja tekstin käyttö on pääosin toimivaa, kuvilla, jotka toimivat korvaamattomina, jolloin teksti täydentää kuvaa. Kuvien sisältö muistuttaa tutoriaaleissa toisiaan. Jokaisessa blogissa on käytetty affiliate-markkinointia, ja vain yksi postaus on tehty yhteistyössä yrityksen kanssa. Affiliate-markkinoinnin lisäksi blogeissa esiintyy bloggaajien henkilöbrändäystä, sekä mainontaa blogialustan toimesta. Meikkitutoriaalien toimivuus onnistuu parhaiten yhdessä blogissa, numeroitujen kuvien ja ohjeistusten, ja kuvan ja tekstin toimivan fyysisen yhteyden takia. Huonoiten meikkitutoriaalien toimivuus onnistuu yhdessä blogissa, liiallisten alaotsikoiden käytön, ja kuvan ja tekstin epäjärjestelmällisen yhteyden myötä. Hyvän ohjeistuksen ohjeita meikkitutoriaaleissa vastaavat selvät otsikot, imperatiivin käyttö ja laadukkaat kuvat.	
Nyckelord: blogi, blogiyhteisö, itsenäinen bloggaaja, tutoriaali, meikkitutoriaali, ohjeistus, kuvan ja tekstin käyttö, markkinointi	
Datum:	Sidoantal: 64 + bilaga 2 s.
Abstraktet godkänt som mognadsprov:	

SISÄLLYSLUETTELO

1. Johdanto 1
2. Taustateoriaa 3
2.1 Mikä on blogi? 3
2.2 Blogien genre 3
2.3 Kauneus genrenä 5
2.4 Millainen on hyvä ohjeistus? 6
2.5 Kuvan ja tekstin käyttö 9
3. Aineisto ja menetelmät 10
3.1 Tutkimusaineiston hankinta ja aineisto 10
3.1.1 Glitz & Glam 12
3.1.2 Nude 13
3.1.3 Ida Iholla 14
3.2 Tutkimusmenetelmä 16
4. Analyysi ja tulokset 16
4.1 Kokoava katsaus bloggaajien postauksista 16
4.2 Yhtäläisyydet ja eroavuudet 22
4.3 Kuvan ja tekstin käyttö meikkitutoriaaleissa 27
4.4 Markkinoinnin analyysi 48
4.5 Meikkitutoriaalien toimivuus 50
5. Pohdinta 56
6. Analyysin kokoavaa tarkastelua 57
Svensk sammanfattning 59
Lähteet 61

1. Johdanto

Blogosfääri, eli blogien muodostama yhteisö, kasvoi runsaasti 2000-luvulla. Blogi on verkkosivusto, johon tuotetaan ajankohtaista usein päivämäärällä varustettua sisältöä. Blogia voi kuvailla nettipäiväkirjana, jossa yhdistyvät keskustelevuus ja yhteisöllisyys. Blogeissa sana on vapaa: voi kirjoittaa mitä tahansa, milloin tahansa ja kelle tahansa. (Kilpi 2006: 3–5, 17.)

Kauneusblogiksi voi määritellä blogin, jossa kirjoitetaan kauneuden eri alalajeista. Kauneusgenreen kuuluu kaikki kauneuteen liittyvä, ihonhoidosta meikkeihin ja hiuksiin. Kauneusblogeissa tyypillisiä blogipostauksia, eli julkaisuja, ovat kauneustuotteiden arvostelut ja mainostamiset, hius- ja ihonhoitovinkit sekä meikki- ja hiustutoriaalit.

Blogien kasvun lisäksi olen itse huomannut aktiivisena sosiaalisen median käyttäjänä kasvua erilaisten tutoriaalien julkaisuissa. Tutoriaalit ovat ohjeistuksia, joilla halutaan opettaa jokin taito muille (Kuutti). Viimeisen vuoden aikana koronaepidemian jyllätessä, ihmisten ruutuaika on lisääntynyt (Weckström 2020), ja ihmiset viihdyttävät itseään kotonaan, muun muassa kokeillen uusia asioita. Uusien asioiden kokeilemiseen voi kuulua niin ruokareseptien kokeilu kuin hius- ja meikkityylienkin kokeilu. Ruutuajan nousu näkyy myös blogidatassa ja blogiportaalien sivunäytöt ovat kasvaneet 20 prosenttia (Weckström 2020).

Erilaisia tutoriaaleja luodaan, kun halutaan opastaa tai opettaa muille jokin uusi taito, tai keino tehdä jo aiemmin osattu eri tavalla (Kuutti). Useimmiten tutoriaaleja tehdään helpottamaan jotain taitoa, ja ihmiset ovat innokkaita kokeilemaan niitä. Kauneusblogeissa tutoriaalit koostuvat eniten meikkitutoriaaleista, mutta hiustutoriaalitkin ovat suosittuja. Kauneusbloggaajat tekevät meikkitutoriaaleja opastaakseen lukijoitaan, ja usein tarkoituksena on myös markkinoida jotakin tuotetta. Yritykset käyttävät blogeja markkinoinnissaan, ja suurin osa kauneusbloggaajien postauksista sisältää yhteistyötä eri yritysten kanssa. Yrityksille blogit ovatkin nopea ja suora viestintäkeino tavoittaa asiakkaita (Kilpi 2006: 26, 45).

Tutkimuksessani tarkastelen kolmen eri kauneusblogin postauksia, joista jokainen postaus on meikkitutoriaali. Postauksia olen ottanut mukaan kolme jokaisesta blogista, eli yhteensä yhdeksän. Blogit olen valinnut blogit.fi *Suomen top 10 -listalta*, rajattuani aihepiirin kauneuteen. Valitsin blogit niiden aihepiirin eli kauneuden, blogiprofiilin ja ulkoasun mukaan. Postaukset valitsin niiden sisällön mukaan, eli onko postaus meikkitutoriaali.

Tutkimukseni on menetelmältään laadullinen, sillä olen käyttänyt aineiston havainnointia tutkimusmenetelmänä. Tutkimusaineistona toimii toinen kahdesta tyypillisestä kirjallisesta

materiaalista laadulliselle tutkimukselle, nimittäin joukkotiedotuksen tuotteet. Joukkotiedotuksen tuotteilla tarkoitetaan esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehtiä (Tuomi & Sarajärvi 2018: 47, 86), mutta myös blogien voidaan nähdä täydentävän tiedotusmenetelmiä ja toimivan journalismina (Kröger 2010). Aiempia tutkimuksia aiheesta ei ole, mutta idean tutkimukseeni sain osittain Ida Keskisen pro gradu -tutkielmasta, *Blogit nykyajan markkinointivaikuttajina,* jossa hän tutki markkinointia kauneusblogeissa.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaisia piirteitä kauneusblogien meikkitutoriaaleissa on, ja ovatko meikkitutoriaalit lukijan kannalta toimivia. Tutkimuksessani selvitän seuraavia asioita:

1. Mitä yhtäläisyyksiä ja eroavuuksia meikkitutoriaaleissa on?
2. Miten bloggaajat ovat yhdistäneet kuvan ja tekstin käytön?
3. Millaista markkinointia blogipostauksissa on käytetty?
4. Ovatko kauneusblogien meikkitutoriaalit hyvistä ohjeistuksista annettujen ohjeistuksien mukaisia?

Tutkimuskysymysteni avulla hahmotan meikkitutoriaaleja omana genrenä, tutkimalla niiden piirteitä ja järjestystä. Kaikki blogit kuuluvat samaan kategoriaan, kauneusblogeihin, ja uskon niiden meikkitutoriaaleissa olevan paljon yhtäläisyyksiä. Hypoteesini bloggaajien kuvan ja tekstin käytöstä on, että ne eivät täysin täytä kuvan ja tekstin toimivaa fyysistä yhteyttä. Markkinoinnin suhteen hypoteesini on, että bloggaajat markkinoivat melkein aina jotain tuotetta, meikkitutoriaalien yhteydessä. Uskon suurimman osan bloggaajien tuotteista saapuneen yhteistyön kautta, joten tuotteita halutaan varmasti tuoda esille meikkitutoriaalien kuvissa. Bloggaajat markkinoivat itseään kuvien, blogin ulkoasun ja kirjoitustyylinsä kautta. Uskon huomaavani jokaisen tyylissä jonkin muista erottuvan piirteen. Hypoteesini meikkitutoriaalien toimivuudesta on, että lukijat pystyvät ohjeistuksien mukaan toteuttamaan meikkitutoriaalit, mutta joitain epäselvyyksiä saattaa olla esimerkiksi ohjeistuksien jäsentelyssä.

2. Taustateoriaa

2.1 Mikä on blogi?

Tuomas Kilpi tiivistää blogin määrityksen kirjassaan *Blogit ja bloggaaminen* (2006), kirjoittaen, että blogit ovat merkittävä teknologinen, sosiaalinen ja taloudellinen muutosvoima, jotka mullistavat tiedonvälityksen ja liiketoiminnan. Blogi on verkkosivusto, johon tuotetaan ajankohtaista, usein päivämäärällä, varustettua sisältöä. Blogeissa sana on vapaa: voi kirjoittaa mitä tahansa, milloin tahansa ja kelle tahansa. (Kilpi 2006: 3.) Blogit ovat upea keino monenlaiseen viestintään: uutisointiin, keskusteluun, ideoiden kehittelyyn, viihdyttämiseen, markkinointiin, verkostoitumiseen sekä tiedon jakamiseen (Kortesuo 2018: 37).

Blogia voi kuvailla nettipäiväkirjana, jossa yhdistyy keskustelevuus ja yhteisöllisyys (Kilpi 2006: 5). Blogeissa bloggaaja itse on puheenjohtaja, joka päättää blogin aiheista, puuttuu esimerkiksi asiattomiin kommentteihin sekä johtaa keskustelua (Kortesuo 2018: 34). Blogissa vanhatkin merkinnät säilyvät muuttumattomina, ihan niin kuin päiväkirjassa, ja blogin lukija voi palata takaisin niihin, milloin tahansa (Kilpi 2006: 3). Tyypillinen blogiteksti (*merkintä* tai *postaus*) on lyhyt, kommunikoiva, positiivinen, helppolukuinen, ajantasainen, hauska sopivissa tilanteissa, sekä joskus myös kriittinen. Blogitekstit ovat myös hyvällä tavalla markkinoivia. (Kortesuo 2018: 13–14.)

Blogia voi kirjoittaa monesta syystä: kirjoittajalla voi olla konkreettisia tavoitteita, esimerkiksi vaikuttaminen yhteiskunnallisiin asioihin, tai blogia voi kirjoittaa vain siksi, että kaikki muutkin kirjoittavat (Kilpi 2006: 25). Blogit voivat olla joko yksityisiä, eli kenen tahansa yksityisen henkilön kirjoittama blogi, tai yrityksen alaisia, jolloin blogin kirjoittaja on vastuussa yritykselle esimerkiksi yrityksen markkinoinnista. Yritykset käyttävät blogeja asiakkaiden ja brändin vuoksi, ja blogit ovat yrityksille nopea sekä suora viestintäkeino (Kilpi 2006: 26, 45).

2.2 Blogien genre

Sana *genre*, eli tekstilaji, tulee latinan sanasta *genus*, joka merkitsee ryhmää, jolla on yhteisiä ominaisuuksia (Mäntynen & Shore & Solin 2006: 9). Blogitekstien voidaan olettaa kuuluvan samaan tekstilajiin, sillä ne kaikki noudattavat samantyyppisiä normeja. Tekstilajit voidaan jakaa kahteen ryhmään: asia- ja kaunokirjallisiin teksteihin, joista blogitekstit kuuluvat kaunokirjallisiin. Tunnistaakseen tekstilajin on tyypillistä katsoa tekstin eri vaiheita tai jaksoja.

Esimerkiksi lehdistötiedotteessa, kirjoitetaan ensin tiedotettavasta asiasta ja lopussa, missä aiheesta voi lukea lisää. (Mäntynen & Shore & Solin 2006: 9, 22.) Blogitekstit voi tunnistaa muun muassa mainonnasta, yhteistyöstä sekä omien kokemuksien kirjoittamisesta.

Tekstilaji on tietyn diskurssiyhteisön, eli kirjoitetun tai puhutun kielenkäyttöyhteisön, vakiintunut tekstiluokka. Samaan tekstilajiin kuuluvat tekstit tähtäävät yhteiseen päämäärään ja tekstit on suunnattu samalle yleisölle. Lisäksi samaan tekstilajiin kuuluvilla teksteillä on usein myös sama rakenne, sisältö ja muoto. (Mäntynen & Shore & Solin 2006: 27, 39.) Blogitekstit vaihtelevat eri tekstityyppien välillä käyttäen esimerkiksi deskriptiivistä, eli kuvailevaa tekstityyppiä, ja narratiivista eli kertovaa tekstityyppiä (Mäntynen & Shore & Solin 2006: 36–37). Deskriptiivistä tekstityyppiä bloggaajat käyttävät esimerkiksi kuvaillessaan tuotteita, joita he esittelevät, ja narratiivista kertoessaan esimerkiksi arjestaan. Tekstilajit voivat sekoittua blogiteksteissäkin niiden uutismaisuuden, mainosmaisuuden ja keskustelevuuden kannalta (Mäntynen & Shore & Solin 2006: 89). Keskustelevuus blogipostauksissa voi olla esimerkiksi lukijoiden mielipiteiden kysyminen tai vastaaminen lukijoiden kommentteihin.

Tekstilajien vakaus varioi tekstilajin mukaan. Uutistekstit ja ammatilliset yhteisöt noudattavat pitkälle standardisoituja tekstilajeja, jolloin vakaus on tärkeää, kun taas sähköiset tekstit mediassa ja mainosmaailmassa, esimerkiksi juuri blogit, voivat kirjoittaa vapaammin ja luovemmin. Tekstilajin piirteisiin vaikuttaa kirjoitetun tekstin lisäksi myös se, missä yhteydessä teksti esiintyy, ketkä sen tekevät tai lukevat ja millaisen tekstiverkon osana teksti on. (Mäntynen & Shore & Solin 2006: 78–79, 41.)

Blogia kirjoittaessa on tärkeää valita juuri oman blogin aihepiiri ja yrittää pysyä siinä (Kortesuo 2018: 61). Ei ole kannattavaa esimerkiksi pitää blogia kauneudesta ja sitten vaihtaa aihetta eläimiin tai televisiosarjoihin. Lukijat valitsevat kiinnostuksensa mukaan juuri tiettyä aihetta käsittelevän blogin, esimerkiksi kauneusblogin, ja jos lukijan seuraama kauneusblogi ei enää kirjoitakaan kauneudesta, lukija saattaa etsiä itselleen toisen blogin. Aihepiirissä pysyminen on edellytys oman lukijakunnan pysyvyydelle. Samalla kun valitsee omalle blogille aiheen, on hyvä löytää oma tyylinsä. Blogin tulisi olla persoonallinen, eikä missään nimessä kopioitua jonkun toisen blogista. Tyypillistä blogien ylläpitäjille on postata, eli julkaista, teksti minimissään kahdesti viikossa. (Kortesuo 2018: 60, 63–64.) Blogipostausten säännöllisyys riippuu tietenkin siitä, onko kyseessä yksityishenkilön kirjoittama blogi, jota kirjoitetaan huvin vuoksi, julkisuuden henkilön kirjoittama blogi, tai yrityksen alainen blogi.

Blogin ollessa verkkoteksti, blogipostausten on oltava silmäiltävää, tiivistä, lyhyttä ja helppolukuista. Blogipostausten tulisi myös olla aiheen salliessa hauskoja. Blogitekstit kirjoitetaan tyypillisesti ylläpitäjän omasta näkökulmasta, mutta näkökulmaa voi vaihdella ja kirjoittaa samasta aiheesta monestikin eri näkökulmaa käyttäen. (Kortesuo 2018: 12, 78, 70.)

Blogipostauksissa otsikko on tärkeä (Kortesuo 2018: 67), sillä se kiinnittää lukijoiden huomion, esimerkiksi lukijan selaillessa isoa blogialustaa, josta hän valitsee luettavakseen haluamansa blogin. Blogipostauksissa käytetään intertekstuaalisuutta, eli kirjoitetaan omassa tekstissään muiden kirjoittamista teksteistä (Mäntynen & Shore & Solin 2006: 26). Intertekstuaalisuus näkyy postauksissa esimerkiksi ylläpitäjän kirjoittavan jonkun toisen blogista, joko suosittelemalla lukijoilleen kyseistä blogia, tai kirjoittamalla esimerkiksi jostakin tuotteesta, joka löytyi toisen blogin postauksista.

Blogeissa tärkeässä asemassa ovat tekstin lisäksi lukijat sekä kommentit. On tärkeää, että blogeissa on kommentointimahdollisuus ja moderointimahdollisuus, sekä kommenttien mahdollinen kytkeminen kommentoijaan (Kortesuo 2018: 38). Kommentointimahdollisuudella lukijat pystyvät ilmaisemaan mielipiteitään postauksista. Onkin tärkeää, että postauksissa jätetään lukijalle tilaa kommentointiin, eikä kirjoiteta liian valmista tai suljettua aihetta. Kirjoituksilla voikin yrittää saada keskustelua aikaan. (Kortesuo 2018: 61, 77.) Moderointimahdollisuudella blogin ylläpitäjä voi ensin lukea kommentit itse, ja vasta jälkikäteen antaa kommenteille luvan julkaisuun. Näin blogi välttyy asiattomilta kommenteilta.

2.3 Kauneus genrenä

Kauneusgenressä yhdistyvät paljolti deskriptiivinen ja narratiivinen tekstityyppi. Kauneudesta kirjoittaessa bloggaajien postaukset sisältävät esimerkiksi niin kauneustuotteiden kuvailemista, kuin myös kertomuksia omista kokemuksista ja tuotevinkkejä. Tyypillisiä vaiheita tai jaksoja kauneusaiheisten blogien kirjoituksille ovat ihonhoito ja meikit.

Perehdyin blogien kauneusgenreen havainnoimalla tutkimieni kauneusblogien sisältöä, mutta myös laajemmin blogialustojen sivuja. Blogit.fi etusivulta voi etsiä blogeja aihepiirillä, ja valitsemalla aiheen *kauneus* saa näkyviin blogipostauksia laajalti, muun muassa seuraavanlaisista teemoista: kauneustuotteiden arvostelut, testaus ja esittely, tietoa kosmetiikan ainesosista, vinkkejä hius- ja ihonhoitotuotteista, meikki- ja hiustutoriaaleja sekä

kauneustuotteiden mainostamisesta. Kauneusgenreen kuuluvat siis kaikki kauneuteen liittyvä, ihonhoidosta meikkeihin ja hiuksiin. Kauneusblogiksi voidaan kutsua meikkien, muun kosmetiikan ja hiustenhoidon käsittelemiä blogeja (Norokorpi 2007).

Tyypillisiä postauksia kauneusblogeissa ovat sellaiset, jotka käsittelevät meikkausta, yhteistyötä meikki- ja ihonhoitotuotteiden valmistajien kanssa, tuotevinkkejä ja eri tuotteiden ja meikkityylien testausta. Tutkimani kauneusblogit sisältävät paljon kauneusblogeille tyypillisiä piirteitä, mutta bloggaajat keskittyvät kuitenkin eri teemoihin.

Ida iholla -blogissa kirjoittaja on meikki- ja hiustaiteilija sekä kauneus- ja muotitoimittaja, joten hänen blogissaan käsitellään kauneutta laajasti. Hän keskittyy paljolti ihonhoitoon, meikkaukseen ja hiuksiin, ja käsittelee kauneuteen liittyviä ongelmia, esimerkiksi meikkaustapoja. *Glitz & Glam* -blogin kirjoittaja on myös kauneusalan ammattilainen, jonka kirjoitusten pääpaino on kosmetiikassa, erityisesti meikkityyleissä arjesta juhlaan. Hänkin kehottaa lukijoitaan kysymään neuvoja kaikessa kauneuteen liittyvässä. *Nude*-blogin kirjoittaja ei tee ammatikseen kauneuteen liittyviä töitä, ja hänen blogissansa käsitelläänkin enemmän meikki- ja hiustutoriaaleja, tutustutaan uutuustuotteisiin ja esitellään yhteistyön kautta saatuja kauneustuotteita.

2.4 Millainen on hyvä ohjeistus?

Yleisimmät ohjeet ovat käyttö- ja kokoamisohjeita sekä valitus- ja muutoksenhakuohjeita (Kotus). Erilaiset tutoriaalit voidaan niiden määritelmän perusteella luokitella käyttöohjeiksi: tutoriaali on opas- tai opetusaineisto, tyypillisesti oppikirjaa lyhyempi yhtenäinen opastava esitys jostakin aiheesta (Pienehkö sivistyssanakirja).

Ohjeistuksissa pitää nähdä jo otsikosta kokonaisuus, eli mitä ohje tulee käsittelemään (Martikainen 2020). Tutoriaalien otsikossa pitäisi siis näkyä, että kyseessä on esimerkiksi meikkitutoriaali. Otsikossa voisi myös olla mainittuna, selvyyttä tuomassa ja kiinnostusta herättämässä, millainen meikki on kyseessä, eli esimerkiksi silmä- tai huulimeikki. Ohjeen tulisi aina olla lyhyt ja ytimekäs, ja jossa kerrotaan vain oleellinen (Martikainen 2020).

Ohjeen tulee olla kirjoitettu selkeästi, asiallisesti ja oikeinkirjoituksen mukaisesti (Martikainen 2020). Blogitekstit kuuluvat kuitenkin median ja mainosmaailman teksteihin, joissa voi kirjoittaa vapaammin ja luovemmin (Mäntynen & Shore & Solin 2006: 78–79). Ohjeita kirjoittaessa tulisi muistaa kolme sääntöä, nimittäin käskymuodon eli imperatiivin käyttö,

tunnistaa ohjattavan toiminnan tiedot ja vaiheet sekä kirjoittaa ohjeet helposti hahmottuvassa muodossa (Kotus). Meikkitutoriaaleissa nämä säännöt näkyvät imperatiivin käytön lisäksi esimerkiksi siten, että kirjoittaja tietää mitä meikkivälinettä- tai tuotetta käytetään missäkin vaiheessa, ja mihin kohtaan kasvoja. Helposti hahmottuvat ohjeet tutoriaaleissa saadaan esimerkiksi käyttämällä numeroituja kuvia ja ohjeita tai luettelemalla kaikki meikkivälineet- ja tuotteet, joita tutoriaalissa tarvitaan. Imperatiivia käytettäessä lukijalle on usein selvää, miksi ohjeistusta kannattaa noudattaa, eikä käskymuodon käyttöä nähdä tylynä tai määräilevänä. Lukijalle on myös hyvä tehdä selväksi mitä on pakko tehdä ja mikä on vapaaehtoista. (Kotus.) Meikkitutoriaalia tehdessä jokaisen vaiheen noudattaminen onkin tärkeää, sillä jos esimerkiksi ei noudata alkuvaihetta, eli meikin pohjustusta meikkauksessa, seuraavaksi laitettavat meikit eivät pysy iholla. Yleisiä vapaaehtoisia vaiheita meikkitutoriaaleissa ovat muun muassa irtoripsien käyttö sekä silmien rajaus.

Ohjeen kirjoittajan pitää miettiä ohjetta aina lukijan näkökulmasta, eikä pitää mitään itsestäänselvyytenä. Kirjoittajalle eri vaiheet ohjeistuksissa ovat ilmiselviä, mutta lukija ei ole asiantuntija, eikä hänelle välttämättä ole selvää esimerkiksi sanasto, lyhenteet ja termit. (Kotus.) Meikkitutoriaaleissa käytetään esimerkiksi paljon anglismeja, kuten *blendata,* joka tarkoittaa meikin häivyttämistä (Suomisanakirja). Ohjeistusten eri vaiheet tulee olla kirjoitettu loogisessa järjestyksessä – mitä tehdään ensin, mitä seuraavaksi ja mitä lopuksi. Numeroituja luetteloita voi käyttää apuna, jos pitää esimerkiksi luetella monta tuotetta. (Kotus.) Yleinen järjestys meikkitutoriaaleissa alkaa kasvojen pohjustamisesta meikkivoiteella ja varjostuksilla, etenee silmämeikin tekoon ja loppuu huulten meikkaukseen.

Loogisen järjestyksen lisäksi ohjeen tulisi olla helposti selattava (Martikainen 2020). Kuva meikin lopputuloksesta meikkitutoriaalissa kannattaisi sijoittaa tutoriaalin alkuun, jotta ei tarvitse heti alussa selata tutoriaalin loppuun nähdäkseen lopputuloksen, sekä alkuvaiheessa olisi nopeampaa selata tutoriaalin alkuun, kuin loppuun. Helpottaakseen ohjeistuksen lukemista, kirjoittajan kannattaakin käyttää apuna kuvia ja esimerkiksi väliotsikoita (Kotus). Olisi hyvä muistaa yhtenäisyys ohjeen sanavalinnoissa, kirjoitusasussa, rakenteessa ja ulkoasussa (Martikainen 2020). Jos kirjoittaja on jatkuvasti käyttänyt sanaa *highlighter,* tulee hänen pysyä tässä eikä yhtäkkiä vaihtaa *korostuskynään.* Yhtenäisyys ei myöskään säily, mikäli tutoriaalissa on noudatettu samaa kaavaa kuvan ja tekstin asettelussa esimerkiksi siten, että kuva on aina ohjeistuksen yläpuolella, joka sitten vaihdettaisiin kesken tutoriaalin niin, että kuva onkin ohjeistuksen alapuolella. Yhtenäisyys ulkoasussa horjuu myös, jos esimerkiksi kesken tutoriaalin vaihdetaan yksittäisten kuvien käyttö monen kuvan kuvaruudukoiksi.

Ohjeen kirjoittaja voi jo kirjoittaessaan estää mahdolliset virheet, joita lukijalle voi sattua ohjetta noudattaessaan, ja esittää ratkaisun, joka tulisi sijoittaa mahdollisimman lähelle kyseistä kohtaa, jossa virhe saattaa tapahtua (Martikainen 2020). Meikkitutoriaaleissa mahdollinen virhe voi olla esimerkiksi vääränlainen muoto silmiä rajatessa tai luomivärin laittaminen väärään kohtaan silmää. Virheet meikkauksessakin voidaan korjata, mikä lukijan tulisi tietää meikkiä tehdessä, sekä millä tavalla virhe on korjattavissa.

Lukijalle tulisi tarjota oikoreittejä ohjeessa, sekä ohjata tarvittaessa oikeaan paikkaan (Martikainen 2020). Oikoreittejä tutoriaaleissa voivat olla esimerkiksi jonkin vaiheen väliin jättäminen ja siirtyminen seuraavaan vaiheeseen, mikäli omasta mielestä meikkiinsä ei tarvitse kyseistä vaihetta. Lukijan ohjaaminen oikeaan paikkaan on tärkeää, kun bloggaajat esimerkiksi mainitsevat usein tutoriaaleissaan omia aikaisempia postauksia, jotka sisältävät vinkkejä tai apua tutoriaalin tekoon. Tällöin on tärkeää, että asian mainitsemisen yhteydessä annetaan lukijalle mahdollisuus löytää linkki näihin postauksiin. Vinkkejä mainittaessa kannattaa myös kannustaa lukijaa toimimaan ja kokeilemaan (Martikainen 2020).

Ennen ohjeen julkaisemista on erittäin tärkeää tarkistaa, että tiedot on oikein esitetty (Martikainen 2020). Tutoriaalin kirjoitettua tulisi käydä läpi teksti ja kuvat, ettei ole esimerkiksi vahingossa laittanut väärää kuvaa väärän ohjeistuksen yhteyteen. Meikkitutoriaaleissa tärkeää on esimerkiksi oikeiden värien mainitseminen, ettei lukija vahingossa laita vaikka vaaleaa luomiväriä tumman alle, jolloin meikki ei toimisi. On myös hyvä katsoa tutoriaali läpi sen toimivuuden kannalta, ja koska kyseessä on nettisivu, tekstien ja kuvien asettelu voi joskus muuttua itsestään. Lopuksi ohjeissa tulisi olla yhteystiedot, joihin lukija voi tarvittaessa ottaa yhteyttä epäselvyyksissä (Kotus). Blogien tutoriaaleissa yhteydenottoa varten toimivat postausten kommenttikentät tai bloggaajan sähköpostiosoite. Blogin kommenttikentät tulisikin aina olla avoimia lukijoiden kommenteille ja bloggaajan kannattaa ylläpitää kommenttikenttää (Kortesuo 2018: 38).

2.5 Kuvan ja tekstin käyttö

Kuva ja teksti kertovat yhdessä enemmän kuin yksinään. Kuvaa ja tekstiä käytetään yhdessä silloin, kun pelkästään toinen niistä ei pysty välittämään koko merkitystä. Kuvia käytetään viestinnässä kuvittamaan, selventämään ja elävöittämään tekstiä. Kuvilla luodaan myös blogin pitäjän haluama vaikutelma – esimerkiksi rento, seesteinen tai energinen (Dawe 2017.). Viestinnässä kuvalla tulee ilmaista jotakin, jonka esittämiseen teksti sopii huonommin tai ei

lainkaan. Vaikka kuva voikin kertoa enemmän kuin tuhat sanaa, se voi myös johtaa harhaan, sillä useimmiten kuva on se, joka muistetaan tekstistä parhaiten. (Korpela 2002.) Lukijat tekevät ensimmäiset päätelmänsä sivustosta muutamassa sekunnissa, joten kuvilla pystyy luomaan hyvän ensivaikutelman ja herättää lukijan mielenkiinnon (CTA 2018). Kuvien käytöstä viestinnässä onkin hyvä tietää muutama ohjeistus, jotka auttavat merkitysten selventämistä lukijoille.

Kuvan tulee tietenkin liittyä tekstiin, jota se havainnollistaa, ja kuvassa tulisi esiintyä enintään seitsemän asiaa. Kuvat auttavat lukijaa tunnistamaan paremmin asioita, joita mainitaan tekstissä - kuvitellaan, että kauneusblogin meikkitutoriaalissa kerrotaan, miten kahta erilaista luomiväriä asetellaan silmäluomen eri kohtiin. Sanat eivät riitä kuvaamaan tarkalleen, miten ja mihin kohtaan meikkiä kuuluu asetella, joten tällöin kuva auttaa havainnollistamaan toimintaa. Käyttäjää kehotetaan kirjoittamaan teksti ennen kuvitusta, mutta blogien meikkitutoriaaleissa tekstistä voi tulla tarkempi, jos kirjoittaja näkee kuvan ja selostaa mitä kuvassa tapahtuu. Kuvien koot ovat tärkeitä, varsinkin nettisivustoilla, sillä liian isot kuvat hidastavat sivun toimintaa. (Korpela 2002.)

Kuvien käyttötarkoituksia on monia. Kuva voi olla esimerkiksi korvaamaton, sanallista esitystä tukeva tai mielenkiinnon herättäjä. Kuva on korvaamaton silloin, kun tietoa on erittäin hankalaa tai mahdotonta esittää sanallisesti ja sanat täydentävät kuvan informaatiota. Tätä käyttötarkoitusta näkee eniten kauneusblogien meikkitutoriaaleissa, sillä yleensä kuvat ovat postauksissa ennen tekstiä, jolloin teksti tukee kuvaa. Sanallista esitystä tukevat kuvat eivät ole välttämättömiä tiedon välityksessä, mutta kuvat tukevat tekstiä. Kuvat mielenkiinnon herättäjinä ovat yleisiä mainostuksessa, eli myös blogeissa (CTA 2018.). Lähes jokaisen kauneusblogin meikkitutoriaali alkaa kuvalla meikin lopputuloksesta, jolloin lukijan mielenkiinto postausta kohti herää. Kuvia käytetään myös korostamaan tärkeitä asioita, kuten esimerkiksi tuotteita, jota näkeekin paljon blogeissa myös muissakin postauksissa, kuin meikkitutoriaaleissa. Kuvia kannattaakin hyödyntää esimerkiksi tuotteiden ominaisuuksien selittämisessä (CTA 2018.).

Kuvan ja tekstin välillä pitää merkityksen lisäksi olla myös fyysinen yhteys, jolla luodaan johdonmukaisuutta tekstiin. Kuvan tulee olla aina joko ennen tekstiä tai tekstin jälkeen - molempien tapojen sekoittaminen hämmentää lukijaa. Myös dokumentin jäsentäminen on tärkeää, eli kappaleiden välissä ei tulisi olla turhia kappaleita tai kuvia. (Korpela 2002.) Epäonnistunutta jäsentelyä näkyi kuitenkin yhdessä kauneusblogin meikkitutoriaalissa, mikä

kieltämättä vaikeutti tekstin lukemista ja ohjeiden ymmärtämistä. Kun kuva toimii orientaatioperustana tekstin ymmärtämiselle, on järkevää laittaa kuva ennen tekstiä (Korpela 2002). Blogien meikkitutoriaaleissa tulisi siis parhaimman tuloksen saavuttamiseksi sijoittaa kuva ennen tekstiä.

Nykypäivänä verkkosivustoa ilman kuvia voidaan pitää tylsänä, ja kuvien käyttö voi tuoda lisää kävijöitä sivulle (CTA 2018). Blogeissa kuvien käyttö voidaan kuitenkin nähdä itsestäänselvyytenä, etenkin meikkitutoriaaleissa. Monet ihmiset muistavat ja oppivat paremmin visuaalisen informaation kautta, ja onkin tutkittu, että aivot skannaavat kuvan välittömästi, mutta tekstin luku sen sijaan vie aikaa. Aivojen vastaanottamasta informaatiosta noin 99 prosenttia tuleekin näköaistimuksista. Viimeisin, mutta ei vähäisin syy, miksi kuvia kannattaa käyttää viestinnässä on se, että kuvat toimivat kielimuurinkin yli. (CTA 2018.)

3. Aineisto ja menetelmät

3.1 Tutkimusaineiston hankinta ja aineisto

Tutkimusaineistonani toimii toinen kahdesta tyypillisestä kirjallisesta materiaalista laadulliselle tutkimukselle, nimittäin joukkotiedotuksen tuotteet. Joukkotiedotuksen tuotteilla tarkoitetaan esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehtiä (Tuomi & Sarajärvi 2018: 47, 86), mutta myös blogit voidaan nähdä täydentävän tiedotusmenetelmiä ja toimivan journalismina (Kröger 2010). Aiempia tutkimuksia aiheesta ei ole, mutta idean tutkimukseeni sain osittain Ida Keskisen pro gradu –tutkielmasta, *Blogit nykyajan markkinointivaikuttajina* (2019), jossa hän tutki markkinointia kauneusblogeissa.

Tutkimuksessani käytän aineistona kolmea eri blogialustoilla sijaitsevaa blogia, joita jokaista kirjoittaa itsenäinen bloggaaja. Itsenäinen bloggaaja on bloggaaja, jolla on täysi päätösvalta esimerkiksi kaikenlaisista yhteistöistä, joita hänen blogissaan toteutetaan. Itsenäinen bloggaaja hoitaa kontaktit ja yhteistyöt itsenäisesti, sekä kantaa myös näistä vastuun itse. (Heikkeri & Jaanto & Siltala & Verronen 2014: 5.)

Jokaisesta blogista olen valinnut kolme blogipostausta, yhteensä yhdeksän, jotka käsittelevät meikkitutoriaaleja, eli ohjeistuksia. Blogit löytyvät kaikki julkisen ja ilmaisen blogialustan, blogit.fi kautta. Kyseiselle sivulle on koottu blogeja eri blogialustoilta aihepiireittäin. Valitsin blogit satunnanvaraisesti sivustolla olevalta *Suomen blogit top 10* -listalta. Lista päivitetään sivustolla jokaisen viikon maanantaina, ja listan voi rajata aihepiirin mukaan, jolloin saa näkyviin valitsemansa aihepiirin sen hetken suosituimmat blogit. Rajasin aihepiirin

kauneuteen, sillä kauneusblogeista voi odottaa löytyvän eniten meikkitutoriaaleja. Listalla näkyy blogin nimi ja sijoitus, sekä blogin seuraajamäärä. Suosio ei kuitenkaan määrity seuraajamäärän perusteella, sillä listan kärjessä olevilla blogeilla voi olla pienempi seuraajamäärä, kuin listan hännässä olevilla. Listalta on mahdollista nähdä myös sen hetkiset kaksikymmentä suosituinta blogia.

Vaikka valitsinkin blogit niiden suosion perusteella, tein lopullisen valinnan vasta luettuani kirjoittajan blogiprofiilin, sekä tutustumalla blogin aihepiireihin selvittämällä, onko blogissa meikkitutoriaaleja. Lopulliseen valintaan vaikutti myös blogin ulkoasu. Blogiprofiilissa kirjoittajat kuvailevat itseään sekä kiinnostuksenkohteitaan lyhyesti, ja kertovat myös ammattinsa sekä mahdollisesti perheestään. Glitz & Glam -blogissa huomioni kiinnitti sen suosio, sillä se oli kolmantena top 10 -listalla, bloggaajan ammatinvaihdos sekä meikkitutoriaalien runsaus. Nude-blogissa minua kiehtoi bloggaajan kiinnostus kauneuteen ammatistaan huolimatta, postausten helppolukuisuus, sekä se, että meikkitutoriaaleille oli oma kategoria blogissa. Ida Iholla -blogissa valintaan vaikuttivat bloggaajan kokemus kauneuden parissa, luonnollisen kauneuden esilletuonti sekä myös meikkitutoriaalien määrä.

Jokainen blogi sisältää yhteistyötä eri yritysten kanssa, ja ne ovat siltä osin kaupallisia, vaikka se ei niiden pääfunktio olekaan. Bloggaajat kirjoittavat blogiprofiileissaan blogien funktioksi muun muassa neuvomisen ja vinkkien jakamisen. En näe kuuluisuuden olevan yhtenä blogien funktiona, sillä blogien seuraajamäärät vaihtelevat suurin piirtein 50–160 seuraajan välillä.

Jokaisesta blogista valitsin kolme blogipostausta kriteerillä, että ne käsittelevät meikkitutoriaaleja. Valintaan vaikutti myös postausten otsikko: onko se huomiota herättävä ja käykö ilmi, että kyseessä on meikkitutoriaali. Kiinnitin huomiota myös siihen, mikäli postausten alussa lukijalle välittyy tieto siitä, millainen meikkitutoriaali on kyseessä, ja onko alussa mahdollisesti kuva meikkauksen lopputuloksesta. Valintaa tehdessäni en kiinnittänyt huomiota postausten pituuteen, joten ne vaihtelevat laajasti tutkimuksessa.

Tutkimuksen laatijana minulla on vastuu perehtyä tietosuojakysymyksiin, ja niistä huolehtiminen. Hyvään tieteellisen käytäntöön kuuluu Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK) mukaan seitsemän käytäntöä, joista erityisesti kolmas käytäntö koskee minua: “Tutkijat ottavat muiden tutkijoiden työn ja saavutukset asianmukaisella tavalla huomioon niin, että he kunnioittavat näiden työtä ja antavat heidän saavutuksilleen niille kuuluvan arvon ja merkityksen omassa tutkimuksessaan ja sen tuloksia julkaistessaan.” (TENK, HTK 2012).

Tämän käytännön toteutan käyttämällä oikeaoppisia viitteitä, kirjoittaessani teoriasta ja muista tutkijoista.

Tutkittavien anonymiteetin turvaaminen kuuluu yksityisyyden kunnioittamisen turvaamiseen. Yksityisyyden suojaaminen edellyttää, että yksittäisten ihmisten tunnistaminen tutkimusteksteistä on suojattu. Suoria henkilötietoja, kuten nimeä, osoitetta, teletunnistetta ja syntymäaikaa, ei myöskään saa paljastaa. (Hallamaa & Launis & Lötjönen & Sorvali 2006: 124, 128.) Tutkimani blogit ovat julkisella sivustolla kaikkien luettavana, eikä blogien nimiäkään tarvitse sen takia salata. Tutkimuksen aineiston käytössä ei siis ole eettisiä esteitä.

3.1.1 Glitz & Glam

Kuva 1. Glitz & Glam -blogin etusivun logo.

Glitz & Glam -blogia, omien sanojensa mukaan kauneusblogia, kirjoittaa kauneusalan ammattilainen, noin kolmekymmentävuotias Minna. Hän siirtyi työelämästä kauneusalalla ammattilaismeikkaaja-maskeeraajana, opiskeluun ja tradenomiopintojen ohella hän kirjoittaa kauneusblogiaan. Hän on perheellinen kahden lapsen äiti, joka mainitsee perheeseen kuuluvan myös lemmikkikissan. Blogin etusivua koristava logo (katso kuva 1), on taiteellinen piirros itse bloggaajasta, kahvikuppi toisessa kädessä, ja huulipuna toisessa kädessä, jolla blogin nimi on maalattu suttuisella kaunokirjoituksella. Logosta tulee rento tunnelma, ja kahvikuppi saattaa kuvastaa perheenäidin arkea.

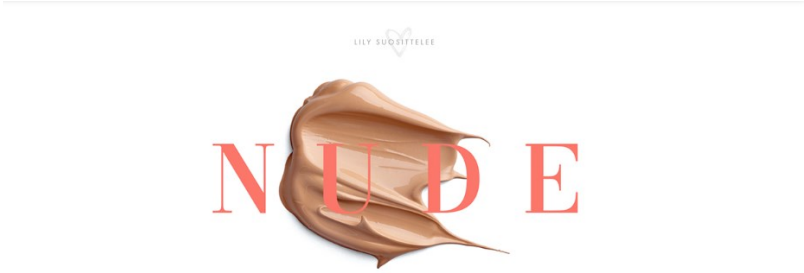
Kauneusblogi Glitz & Glam on perustettu vuonna 2011 ja suosio on korkealla vielä tänäkin päivänä, blogin ollessa tälläkin hetkellä Suomen blogit top 10 -listalla. Blogi on jokaisena vuonna ylittänyt yli kahdensadan postauksen määrän, ja joskus jopa yli kolmensadan rajan, esimerkiksi blogin ensimmäisenä vuonna. Postauksia julkaistaan siis tasaisesti läpi vuoden, keskimäärin vuoden jokaisena, tai vähintään joka toisena päivänä. Melkein jokainen postaus on saanut lukijoilta kommentteja, ja joskus kommenttipalstassa voi olla monia kymmeniä kommentteja, mikä kertoo suuresta lukijamäärästä ja lukijoiden aktiivisuudesta.

Bloggaaja määrittelee bloginsa kauneusblogiksi, jossa pääaiheena ovat kosmetiikka ja kauneudenhoito. Bloggaaja kuitenkin kertoo blogin olevan mukana myös arjessaan, niin iloissa, kuin suruissa, joten postaukset käsittelevät myös hänen henkilökohtaista elämäänsä. Blogi sisältää myös paljon tuote- ja kauneusvinkkejä, ja bloggaaja kehottaa lukijoitansa kysymään häneltä apua mieltä askarruttavissa asioissa. Alkujaan blogi perustettiin meikki- ja kynsitaiteen sisällölle.

Blogissa on linkki bloggaajan Instagramiin, johon hän postailee enemmän arkisia kuvia itsestään ja omista arjen tekemisistään, eikä esimerkiksi meikkitutoriaaleja. Muita blogeja tai kirjoituskanavia bloggaajalla ei ole.

Tyypillistä bloggaajalle on smalltalk lukijoille teksteissään, meikkitutoriaalien kuvat on aseteltu ennen tekstiä, jokainen tuote on merkattu linkillä, joka vie tuotteen ostosivulle ja bloggaaja viittaa usein omiin aikaisempiin postauksiin.

3.1.2 Nude



Kuva 2. Nude -blogin etusivun logo.

Blogin *Nude*, takana on nuori nainen nimeltään Erika Naakka, joka omien sanojensa mukaan kirjoittaa meikkauksesta, hiusten laitosta ja kaikesta muusta kauneuteen liittyvästä. Hän kutsuu itseään kosmetiikkafriikiksi, mutta erottuu muista kauneusbloggaajista biologian opiskelijana. Blogin logo (katso kuva 2) on hyvin pelkistetty, ja kuvaisin sitä myös taiteelliseksi. Logossa näkyy iso nokare ihonväristä meikkivoidetta, joka kuvastaa blogin nimeä *Nude.* Blogin nimi on kirjoitettu isoin kirjaimin päätteellisellä, selvällä fontilla. Logo sopii mielestäni hyvin blogin nimeen, ja siitä korostuu bloggaajan hillitty meikkaustyyli.

Tämäkin blogi sai alkunsa vuonna 2011, ja on vielä suosiossa kymmenen vuoden jälkeenkin ensimmäisestä blogikirjoituksesta. Blogi on myös mukana Suomen blogit top 10 -listalla. Blogi on ollut monesti ehdoilla erilaisissa blogigaaloissa, ja vuonna 2006 se voitti *The Blog Awards Finland -gaalassa* parhaan kauneusblogin pokaalin. Postauksia julkaistiin alkuvuosina melkein

jokaisena päivänä, mutta vuosien mittaan julkaisut ovat vähentyneet noin kymmeneen julkaisuun kuussa. Monessa postauksessa on kommentteja lukijoilta, mutta ei jokaisessa. Tässäkin blogissa kommenttien määrät vaihtelevat yhdestä, kymmeneen kommenttiin.

Blogissa käsitellään kauneutta ihonhoidosta kampauksiin, ja samat aiheet toistuvat kuukausien mukaan. Esimerkiksi toukokuisin hän antaa vinkkejä valmistujaismeikkiin- ja kampauksiin. Kuten muissakin kauneusblogeissa bloggaaja jakaa paljon kauneusvinkkejä ja testailee uusia tuotteita.

Blogin syntyessä bloggaaja aloitti myös videobloggaajana Iltalehden netti-TV:lle, johon hän julkaisi meikkitutoriaaleja. Hän julkaisee myös omaan Instagramiinsa samoja postauksia, kuin blogiinsa, mutta Instagramissa on enemmän videoita, esimerkiksi juuri meikkitutoriaaleja. Instagramissaan hänellä on seuraajia noin viisitoista tuhatta. Instagramin lisäksi bloggaajalla on myös Youtube-kanava, johon hän julkaisee samoja postauksia.

Tyypillistä tällekin bloggaajalle on smalltalk lukijoille, linkit tuotteiden ostosivuille sekä viittaus omiin aikaisempiin postauksiin. Tyypillistä meikkitutoriaaleissa on bloggaajan numeroitujen kuvien käyttö, joka auttaa ohjeistusten hahmottamisessa.

3.1.3 Ida Iholla

Kuva 3. Ida Iholla -blogin etusivun logo.

Nuori meikki- ja hiustaiteilija, stylisti sekä kauneus- ja muotitoimittaja Ida Jokikunnas, kirjoittaa blogia *Ida Iholla.* Blogin logossa on kuva hänestä itsestään seisomassa toinen käsi lanteilla, hymyillen kameraan katsoen. Päällään hänellä on mustat vaatteet, osittain kiiltävä jakku, ja toista kättä koristaa suuret kultaiset sormukset. Blogin nimi on kirjoitettu hänen kuvansa viereen isoin kirjaimin päätteellisellä ja hillityllä fontilla. Logo antaa bloggaajasta iloisen ja nuorehkon kuvan. Bloggaaja kirjoittaa profiilissaan hänelle olevan tärkeintä kauneudessa mennä aivan iholle, sekä sen alle todellisen kauneuden äärelle. Tulkitsen tämän tarkoittavan, että hänelle kauneudessa ei ole kyse ainoastaan meikeistä, vaan itse iho on

kaunista ja tärkeää, ja siitä on pidettävä huolta. Ihonhoito löytyykin blogista omana avainsanana, ja avainsanan sisältämät postaukset kertovat muun muassa ihonhoidosta arjessa ja bloggaajan tärkeimmistä ihonhoitorutiineista. Bloggaaja on kiinnostunut myös kaikesta visualisoinnista.

Tämä blogi perustettiin edellä mainittuja blogeja myöhemmin, vuonna 2015. Blogin viimeisin kirjoitus näyttäisi olevan kesäkuussa vuonna 2020 kirjoitettu, mutta hän on vielä tänäkin päivänä aktiivinen muiden sosiaalisen median kanavien kautta. Postauksia blogiin julkaistiin myös vähemmän, kuin edellä mainituissa blogeissa, eli suunnilleen kerran viikossa. Blogi on kuitenkin saavuttanut suosionsa Suomen blogit top 10 -listalla, ja postausten kommenttimäärät vaihtelevat parista, kymmeneen kommenttiin. Blogin suosioon saattaa vaikuttaa bloggaajan olevan tunnetun suomalaisen juontajan Ellen Jokikunnaksen sisko.

Blogissa käsitellään kauneutta laajasti: ihonhoitoa, meikkausta, hiuksia, sekä muita kauneuteen liittyviä asioita, kuten ongelmia tai erillisiä teemoja. Blogissa on paljon tuotteiden ja kauneusmyyttien testausta, ja kuten sanottu, bloggaaja arvostaa todellista kauneutta. Kauneuden lisäksi blogi on mukana kirjoittajan arjessa, johon sisältyy muun muassa sisustamista.

Ida on aikoinaan kirjoittanut bloginsa lisäksi myös kauneus- ja muotitoimittajan muodossa Ilta-Sanomat-lehdelle. Hänellä on myös Instagram- ja Youtube-kanava, jonne hän julkaisee esimerkiksi meikkitutoriaaleja ja vilkaisuja omasta arjestaan. Vaikka blogi onkin hiljentynyt viime kesänä, hän postailee kauneusaiheisia julkaisuja muihin kanaviinsa.

Tyypillistä blogille ovat postaukset ihonhoidosta, ja bloggaaja julkaiseekin usein kuvia itsestään meikittömänä, innostaen todellista kauneutta. Postauksille tyypillistä on myös emojien käyttö.

3.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimukseni on menetelmältään laadullinen, sillä olen tutkinut kirjallista aineistoa havainnoimalla ja pyrin kuvaamaan meikkitutoriaaleja ilmiönä. Olen myös laadulliselle tutkimukselle tyypillisesti keskittynyt kielen tyypillisiin piirteisiin, muun muassa analysoimalla bloggaajien kirjoitustyyliä. (Tuomi & Sarajärvi 2018:19, 47)

Valittuani tutkimuksessani käytettävät blogit satunnanvaraisesti blogit.fi Suomen blogit top 10 -listalta ja tehtyäni lopullisen valinnan blogiprofiilien myötä, valitsin jokaisesta blogista kolme blogipostausta. Valitsin blogipostaukset ensin rajaamalla blogin aihepiirit meikkitutoriaaleihin, joko etsimällä meikkitutoriaalia blogin avainsanoista, tai blogin kategorioista. Löydettyäni meikkitutoriaaleja käsitteleviä blogipostauksia kaikista kolmesta blogista, valitsin tutkimukseeni mukaan otettavat blogipostaukset niiden otsikon ja alun perusteella. Perustin valintani siihen, kävikö postauksen otsikosta ilmi sen käsittelevän meikkitutoriaalia. Valitsin tutkimukseeni postaukset, joiden alussa lukijalle kerrotaan, millainen meikkitutoriaali on kyseessä.

Luettuani valitsemani blogipostaukset, kirjoitin jokaisesta postauksesta yhteenvedon, saadakseni yleiskuvan siitä, millaisia meikkitutoriaaleja käsitteleviä postauksia bloggaaja kirjoittaa. Keskityin meikkitutoriaalin kulkuun, kuvan ja tekstin yhteyteen, kuvien sisältöön, kirjoitustyyliin sekä tekstin jäsentelyyn.

Tutkimalla bloggaajien julkaisemia meikkitutoriaaleja pyrin selvittämään millaisia yhtäläisyyksiä ja eroavuuksia kauneusbloggaajien meikkitutoriaaleissa on, kuvan ja tekstin käyttöä sekä blogeissa näkyvää markkinointia ja bloggaajien tyyliä. Näitä tutkimalla pyrin saamaan vastauksen tutkimuskysymykseen, ovatko kauneusblogien meikkitutoriaalit hyvistä ohjeistuksista annettujen ohjeistusten mukaisia, ja toimivia lukijoiden kannalta.

4. Analyysi ja tulokset

4.1 Kokoava katsaus bloggaajien postauksista

Yhteenvedolla bloggaajien postauksista, pyrin saamaan yleiskuvan siitä, millaisia kauneusblogien meikkitutoriaalit ovat. Analyysilla pääsen myös lähemmäksi tutkimuksen seuraavaa osaa, eli analyysia postausten yhtäläisyyksistä ja eroavuuksista.

Glitz & Glam

Bloggaaja aloittaa postauksensa pienellä smalltalkilla, jossa hän kertoo lyhyesti omista kuulumisistaan ja saattaa kysyä myös lukijoiden kuulumisia. Esimerkiksi bloggaajan postaus räväkästä silmämeikin meikkitutoriaalista on aloitettu seuraavilla lauseilla:

Esimerkki 1. *Heissan hei! Kivaa alkavaa viikkoa! Miten teidän viikonloppunne meni?*

(*Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin,* 5.8.2019)

Kysymällä lukijoiden kuulumisia bloggaaja antaa kuvan, että lukijat ovat hänelle tärkeitä ja bloggaaja ei vaikuta pelkältä hahmolta näytön takana. Bloggaaja ottaa lukijat, seuraavassa tapauksessa nimenomaan yhden lukijan huomioon, samassa postauksessa räväkästä silmämeikistä, kun hän mainitsee iloisella sävyllä, että hänen ollessa viikonloppuna festareilla, yksi lukijoista oli tullut tervehtimään, minkä hän koki mukavana:

> Esimerkki 2. *Oli todella kiva, kun yksi teistä lukijoista uskalsi moikata ja ryhtyä juttusille. Terkkuja sinulle, Sanna!*
>
> (*Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin*, 5.8.2019)

Postausten alussa bloggaaja pohjustaa tulevaa aihetta ja antaa hieman taustaa meikkitutoriaalille, kuten millainen meikki on vaikeusasteeltaan ja värimaailmaltaan. Bloggaaja aloittaa jokaisen postauksen kuvalla meikkitutoriaalin lopputuloksesta. Meikkitutoriaalin aloittaminen kuvalla lopputuloksesta toimii mielestäni hyvin, sillä lukija saa välittömästi postauksen alussa kuvan siitä, millainen meikki on kyseessä. Tutoriaalin noudattaminenkin voi helpottua, kun mielessä on jo kuva lopputuloksesta.

Kuvan ja tekstin yhteys toimii hyvin meikkitutoriaaleissa. Postaukset seuraavat samaa kaavaa, joka on looginen ja tutoriaaleissa on helppo pysyä mukana. Kuvat ja teksti ovat aseteltu niin, että lukija näkee ensin kuvan, jonka alla on ohjeistus kyseisestä askeleesta. Kuva tekstin yläpuolella, toimii mielestäni paremmin, kuin tekstin alapuolella, sillä silloin lukija näkee jo mitä seuraavassa askeleessa kuuluu tehdä. Ohjeistukset ovat kauttaaltaan sopivan mittaisia ja tyypillisiä ohjeille, eli noin kahdesta lauseesta neljään. Hyvän ohjeen tunnistaa siitä, että se on lyhyt ja ytimekäs (Martikainen 2020). Liian pitkät ohjeet varsinkin meikkitutoriaaleissa voivat aiheuttaa turhautumista, kun pitää samaa aikaa seurata ohjetta ja meikata.

Bloggaajan meikkitutoriaalien jokaisessa kuvassa, kun kyseessä on kuva meikkauksen vaiheista eikä lopputuloksesta, on mukana joko meikkausväline, jota hän on käyttänyt kyseiseen vaiheeseen, tai meikkituote, tai jopa molemmat. Tämä antaa lukijalle hyvän avun siitä, että missä asennossa meikkausvälinettä kuuluu käyttää ja mihin kohtaan tuotetta kuuluu laittaa. Meikkausvälineen mukaan ottaminen kuviin antaa myös lisämainontaa välineille, jos bloggaaja on linkannut ostolinkin vain tuotteeseen eikä välineeseen.

Jokainen tuote, jota bloggaaja käyttää meikkitutoriaaleissaan, on merkitty linkillä, joka vie nettisivulle, jolta tuotteen voi ostaa. Jos tuote on ostettu esimerkiksi ulkomailta, on asia

mainittu ja tällöin linkkiä ei ole. Blogi sisältää bloggaajan itse laittamien mainoslinkkien lisäksi mainontaa laidasta laitaan blogialustan sivuston toimesta, jotka vaihtelevat joka käyntikerralla sivustolla. Mainoksissa näkyvät esimerkiksi *Elisa viihde, Dplay* ja *Nespresso.* Bloggaaja ei mainitse yhteistyötä kenenkään kanssa postauksissaan, mutta tuotteiden mainostaminen linkeillä niiden ostosivuille on affiliate-markkinointia (Erkkilä 2018).

Bloggaaja viittaa postauksissaan omiin aikaisemmin kirjoitettuihin postauksiinsa, esimerkiksi jos hän on kirjoittanut jostakin tutoriaalissa käytettävästä tuotteesta, tai aiheesta, joka liittyy tutoriaaliin. Esimerkiksi bloggaajan pikkujoulumeikin meikkitutoriaalissa, hän viittaa postauksen alussa omaan eiliseen postaukseensa, jossa hän esitteli kyseistä meikkiä ja lupasi tehdä siitä mahdollisimman nopeasti tutoriaalin. Samassa postauksessa hän viittaa myös toiseen omaan postaukseensa, samalla kun hän ohjeistaa aurinkopuuterin käytöstä. Aikaisempi postaus sisältää bloggaajan omat vinkit aurinkopuuterin käyttöön, joita lukija voi halutessaan hyödyntää. Omiin aikaisempiin postauksiin viittaaminen on hyvä tapa saada esimerkiksi uudet lukijat lukemaan bloggaajan vanhempia postauksia, jolloin postausten lukijamäärä kasvaa. Tästä on apua myös lukijoille, kun he toteuttavat bloggaajan meikkitutoriaalia ja saavat mahdollisesti lisäapua juuri esimerkiksi jonkin tuotteen käytöstä.

Bloggaaja antaa muutaman kerran vaihtoehtoisia ohjeistuksia lukijoilleen meikkitutoriaaleissaan, kuten esimerkiksi silmämeikin ohjeistuksissa bloggaaja kirjoittaa, että lukija voi halutessaan käyttää joko ripsiväriä tai irtoripsiä. Bloggaajan meikkitutoriaaleissa on myös muutamasti vinkkejä, joita voi halutessaan hyödyntää ja jotka voivat tehdä meikistä sopivamman juuri omiin kasvoihin.

Bloggaaja lopettaa postauksensa lyhyellä lopputervehdyksellä ja joskus myös kysymyksellä lukijoilleen:

> Esimerkki 3. *Hauskoja pikkujouluja kaikille!*
>
> (*Pikkujoulumeikki – näin teet säihkyvän meikin pikkujouluihin* 14.11.2019)
>
> Esimerkki 4. *Mitä pidät kesäisestä smokey eye -meikistä?*
>
> (*Kesäinen smokey eye –meikki – Heat smokey eye tutoriaali* 24.6.2019)

Niin meikkitutoriaalien lopuissa kuin aluissakin on kuvia meikin lopputuloksesta. Kuvat ovat useimmiten kuvattu eri kuvakulmista, kuten suoraan edestä, sivulta ja ylhäältä. Useimmiten mukana on myös lähikuva yksityiskohdista, esimerkiksi silmämeikistä. Postausten lopussa on

myös avainsanoja liittyen postauksen aiheeseen, joita klikkaamalla pääsee bloggaajan aikaisempiin saman tyyppisiin postauksiin.

Nude

Bloggaaja ilmoittaa jokaisen postauksen alussa, että postaus sisältää mainoslinkkejä. Mainoslinkeillä bloggaaja tarkoittaa linkkejä, jotka vievät lukijan klikatessa sivuille, joista voi ostaa bloggaajan mainitseman tuotteen. Tässäkin tapauksessa tämä voidaan nähdä yhteistyönä tuotteiden merkkien kanssa, vaikka varsinaista yhteistyötä ei mainitakaan. Mainoslinkit ovat siis osa affiliate-markkinointia (Erkkilä 2018). Blogi sisältää myös muita mainoslinkkejä blogialustan sivuston toimesta, jotka vaihtelevat jatkuvasti. Mainokset ovat muun muassa *Veikkauksen* ja *Lumenen*.

Tämänkin bloggaajan postaukset alkavat lyhyellä smalltalkilla ja bloggaaja antaa hieman taustaa tulevaan meikkitutoriaaliin. Meikkitutoriaalien alussa ei ole kuvaa meikin lopputuloksesta, mikä mielestäni ei toimi yhtä hyvin kuin jos kuvaa olisi, sillä lukija ei tiedä, millainen meikki on kyseessä. Yhdessä postauksessa kuitenkin on meikkitutoriaalin alussa kuva bloggaajasta meikittömänä, ja vieressä kuva meikattuna, eli kyseisen tutoriaalin lopputulos. Tässä postauksessa kuvan ja tekstin asettelu seuraa samaa kaavaa, eli on kaksi kuvaa vierekkäin, joista ensimmäinen kuva on niin sanottu lähtökohta ja toinen lopputulos.

Blogin postauksissa ohjeistukset meikkitutoriaaleissa ovat hyvin selkeät, sillä bloggaaja käyttää numeroita apuna. Hän on numeroinut kuvat ja kuvien alapuolella on numeroidut ohjeet loogisessa järjestyksessä. Tämä tekee tutoriaalin askeleiden seuraamisesta helppoa. Meikkitutoriaalit ovat selkeiden numeroitujen ohjeistusten lisäksi selkeät myös kuvien asettelun takia. Bloggaaja on asetellut tutoriaaleissaan neljä pienempää kuvaa yhteen isompaan ruudukkoon. Ylhäällä ovat kuvat numeroilla yksi ja kaksi, ja niiden alapuolella kuvat numeroilla kolme ja neljä. Toinen tapa kuvien asettelulle, jota bloggaaja käyttää, on asetella kaksi kuvaa vierekkäin, joissa toisessa näkyy käytettävä tuote ja sen vieressä tapa, jolla tuotetta käytetään. Esimerkiksi meikkivoiteen käyttö on demonstroitu kuvissa niin, että ensimmäisessä kuvassa näkyy tarkat kohdat kasvoissa, joihin meikkivoidetta kuuluu tutoriaalin mukaan laittaa, ja viereisessä kuvassa näkyy meikkivoiteen levitystapa.

Kaikissa tutoriaalien kuvissa näkyy myös, millä välineillä ja mihin kohtiin tuotteita kuuluu laittaa, eli kuvassa näkyy meikkiväline, jolla osoitetaan meikattavaan kohtaan. Kuvat tulevat tutoriaaleissa ennen tekstiä, mikä helpottaa ohjeistusten seuraamista, kun lukija on jo nähnyt kuvan siitä, millaista jälkeä seuraavaksi kuuluu tehdä.

Tämäkin bloggaaja viittaa postauksissaan omiin aikaisempiin postauksiin, jotka sisältävät joko tarkentavia ohjeita jonkin meikkitavan tekoon, tai hän linkittää muuten vain muutaman postauksen nykyisen postauksen loppuun:

Esimerkki 1. *Tsekkaa myös nämä tutorialit:*

Kimaltava violetti silmämeikki

Glitter-rajaus

Magneettiripsien käyttö

(*Tutorial: simppeli ja värikäs silmämeikki 30.7.2020*)

Tällä tavalla bloggaaja voi johdattaa uusia lukijoita lukemaan vanhempia postauksiaan ja kasvattaa postausten lukijamäärää.

Bloggaaja mainitsee joskus lukijoitaan postauksissa, kuten jos joku lukijoista on suositellut hänelle jotakin tuotetta, ja tuote on ollut bloggaajalle mieluisa.

Postauksissa ei ole minkäänlaista lopetusta, toisin kuin Glitz & Glam:in postauksissa, joissa on aina pieni lopputervehdys, vaan tutoriaalit loppuvat kuviin meikkauksen lopputuloksesta. Tutoriaalien lopuissa on aina useampi kuva meikin lopputuloksesta, jotka on kuvattu eri kuvakulmista näyttääkseen lukijoille tarkan lopputuloksen.

Blogin jokaisen postauksen lopussa on avainsanoja, joita klikatessa saa näkyviin kyseisen bloggaajan kaikki postaukset, jotka liittyvät avainsanan aiheeseen.

<u>Ida iholla:</u>

Bloggaajan postaukset alkavat kuvalla meikkitutoriaalin lopputuloksesta, minkä jälkeen alkaa itse teksti, jossa bloggaaja kertoo lyhyesti kuulumisistaan ja pohjustaa tulevaa postausta kertomalla esimerkiksi miksi on valinnut tehdä juuri kyseisen meikkitutoriaalin.

Tämäkin bloggaaja viittaa omiin aikaisempiin postauksiinsa samalla tapaa kuin toiset, esimerkiksi viittaamalla pikkujoulumeikin tutoriaalissaan postaukseen, jossa hän kirjoittaa miten juhlameikin valmistelu ja puhdistus tehdään iholle. Bloggaajan meikkitutoriaalit eivät kuitenkaan sisällä muiden blogien tapaan linkkejä tutoriaaleissa käytettävien tuotteiden ostosivuille. Poikkeus on yksi postaus, joka on toteutettu yhteistyössä Nivean kanssa, jossa bloggaaja on linkittänyt tuotteen sen mainitsemisen yhteydessä Nivean kotisivuille, missä

kerrotaan tarkat tuotetiedot. Blogi sisältää yhteistyötä eri yritysten kanssa, josta bloggaaja mainitsee postauksen alussa:

Esimerkki 1. *Kaupallinen yhteistyö: Nivea*

(*Aamujen ihonhoito ja iisi arkimeikki minuuteissa* 16.8.2019)

Blogi sisältää samalla tapaa sivuston sisältämiä mainoslinkkejä, jotka vaihtuvat jatkuvasti, kuten toisissakin blogeissa. Mainoksissa pyörivät esimerkiksi *Ecco* ja *Froosh.*

Bloggaajan kuvat meikkitutoriaaleissa seuraavat pääosin samaa kaavaa, jota näkee myös muilla bloggaajilla. Kuvissa bloggaajalla on kädessään käytettävä meikkiväline- tai tuote, ja ne osoittavat siihen kohtaan kasvoja, mihin tuotetta kuuluu laittaa. Yhdessä postauksessa bloggaaja on kuitenkin käyttänyt eri taktiikkaa, mikä muistuttaa Nude:n käyttämää, eli numeroituja kuvia vierekkäin. Tässä postauksessa myös ohjeet ovat numeroitu kuvien mukaan.

Kuvan ja tekstin yhteys ei ole yhtä looginen ja hyvin toimiva tässä blogissa, verrattuna Glitz & Glam- ja Nude-blogiin. Bloggaaja käyttää paljon alaotsikoita postauksissaan, jotka voisivat helpottaa tutoriaalin seurausta, mutta alaotsikot eivät ole loogisessa järjestyksessä kuvien kanssa. Bloggaaja on asetellut tutoriaaleissaan ensin kuvan, joka kuuluu alempana olevaan alaotsikkoon, jonka alla on kuvaan kuuluva teksti. Tämä aiheutti ainakin minulle monesti hämmennystä lukiessani, kun jo mennyt kuva kuuluukin vasta tulevaan otsikkoon ja ohjeistukseen. Tietyissä kohdissa bloggaajan valitsemat alaotsikot tuntuvat myöskin turhilta ja toistuvilta.

Lukijat otetaan huomioon postauksissa samalla tapaa kuin muiden blogeissa, esimerkiksi kysymällä lukijoiden kuulumisia tai mielipiteitä postauksesta. Bloggaaja kysyy jokaisen postauksen lopussa lukijoilta, mitä mieltä he ovat kyseisestä meikkitutoriaalista. Bloggaaja käyttää myös hymiöitä postauksissaan, joka antaa hänestä mukavan ja nuorekkaan kuvan.

Postausten lopussa on kuva meikkitutoriaalin lopputuloksesta, mutta vain yksi kuva, sillä hän myöskin aloittaa postaukset lopputuloksen kuvalla. Yhdessä postauksessa, jossa on yhteensä kolme eri meikkitutoriaalia, joiden lopputulokset ovat postauksen eri kohdissa, on postauksen lopussa kuva kaikista tutoriaaleissa käytetyistä tuotteista.

Bloggaaja käyttää Glitz & Glam:in tapaan pieniä lopputervehdyksiä postauksissaan, mitkä mielestäni antavat mukavan kuvan bloggaajasta ja selvän lopetuksen postaukselle:

Esimerkki 2. *Kauniita pikkujoulumeikkejä kaikille! <3*

(Pikkujoulumeikki – Miten ja millä tuotteilla meikki syntyi? 5.12.2019)

Esimerkki 3. *Huulimeikki osaksi talvea niin johan piristyy fiilis! <3*

(*Upea huulimeikki juhlaan – 3 x huulimeikki joka makuun,* 13.12.2019)

Tämäkin blogi sisältää jokaisen postauksen lopussa avainsanoja, joita klikatessa saa näkyviin bloggaajan kaikki postaukset, jotka liittyvät avainsanaan ja kertovat samasta aiheesta kuin nykyinen postaus.

4.2 Yhtäläisyydet ja eroavuudet

Katsottuani kaikkien kolmen blogin postauksia meikkitutoriaaleista ja keskityttyäni niiden rakenteeseen, eli missä järjestyksessä asiat kerrotaan ja miten kuvan ja tekstin yhteys on luotu postauksissa, löysin tiettyjä yhtäläisyyksiä ja eroavuuksia kolmen bloggaajan välillä. Havainnollistaakseni yhtäläisyyksiä ja eroavuuksia, käytän tekstissäni blogeista otettuja esimerkkilauseita. Kirjoitan ensin yhtäläisyyksistä, eli mitkä asiat ovat samanlaisia postauksissa. Olen laskenut jonkin asian yhtäläisyydeksi, vaikka se esiintyykin vain kahdessa, eikä kaikissa kolmessa blogissa. Eroavuuksiksi olen laskenut sellaiset poikkeavuudet, joita yksi bloggaaja on tehnyt postauksissaan, ja toiset kaksi eivät ole.

Yhtäläisyydet

Kaikkien kolmen bloggaajan postaukset alkavat lyhyellä smalltalkilla, eli kevyen pinnallisella keskustelulla (Kielitoimiston sanakirja), jossa he kertovat omista kuulumisistaan ja saattavat myös kysyä lukijoiden kuulumisia.

Esimerkki 1. *Heissan hei! Kivaa alkavaa viikkoa! Miten teidän viikonloppunne meni?*

(Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin, Glitz & Glam 5.8.2019)

Smalltalkin lisäksi jokainen aloittaa meikkitutoriaalin kirjoittamisen pohjustamalla tulevaa tutoriaalia, kuten kertomalla esimerkiksi miksi on päätynyt tekemään juuri kyseisen tutoriaalin, tutoriaalin helppousasteen sekä meikkien värimaailman.

Esimerkki 2. *Olen käyttänyt koko kesän oikeastaan vain ja ainoastaan pastellinsävyisiä silmämeikkejä ja jotenkin rakastunut niihin ihan täysin. Mutta niille, jotka eivät halua tehdä sateenkaariräjähdystä silmiinsä, päätin tehdä tällaisen hyvin hillityn, mutta värillisen silmämeikkitutorialin. Se on helppo toteuttaa hyvillä välineillä eli suosittelen ehdottomasti tsekkaamaan nuo NYXin uudet eyelinerit tähän tarkoitukseen!*

(*Tutorial: simppeli ja värikäs silmämeikki,* 30.7.2020 Nude)

Glitz & Glam- ja Idan blogissa yhteistä meikkitutoriaalien alkuvaiheessa on se, että heillä molemmilla on kuva meikin lopputuloksesta. Kuva meikin lopputuloksesta tutoriaalin alussa toimii mielestäni hyvin, sillä lukija voi välittömästi tehdä päätöksen, että onko tämä tutoriaali häntä varten. Lukijan ei myöskään tarvitse alkaa meikata epävarmalla ololla ja odottaa, että millainenkohan lopputulos syntyy. Kuva lopputuloksesta tutoriaalin alussa on myös hyvä keino herättää lukijoiden mielenkiinto ja se tuo helpotusta tutoriaalin seuraamiseen varsinkin visuaalisen muistin omaaville ihmisille.

Bloggaajien viittaaminen postauksissa omiin aikaisempiin postauksiin, oli yhtäläistä kaikilla. Heillä on tapana viitata omaan aikaisempaan postaukseen, jos he ovat aikaisemmin kirjoittaneet vinkkejä, joita kannattaa hyödyntää nykyisen postauksen meikkitutoriaalissa, tai jos he ovat kirjoittaneet yksityiskohtaisesti jostakin tuotteesta, jota käytetään kyseisessä meikkitutoriaalissa. Omiin aikaisempiin postauksiin viittaaminen hyödyntää bloggaajaa muun muassa postausten lukijamäärän kasvulla. Lukijat voivat hyötyä aiemmista postauksista niin, että he saavat vinkkejä jonkin tuotteen käyttöön tai löytävät samantapaisia postauksia luettavaksi. Esimerkeissä linkkien kohta on alleviivattu.

> Esimerkki 3. *6. Tee sitten kissansilmärajaus (ohjeet) koko silmän pituudelta.*
>
> (*Tutorial: kimaltava persikkainen silmämeikki,* 3.2.2020 Nude)
>
> Esimerkki 4. *Tein edellisessä postauksessa tarkat vinkit siihen kuinka iho tulee valmistella juhlameikkiin ja kuinka kestävä meikki puhdistetaan huolellisesti.*
>
> (*Pikkujoulumeikki – Miten ja millä tuotteilla meikki syntyi?,* 5.12.2019 Ida Iholla)
>
> Esimerkki 5. *Eilisessä postauksessa lupasin tälle päivälle tutoriaalia esittelemälleni pikkujoulumeikille.*
>
> (*Pikkujoulumeikki – näin teet säihkyvän meikin pikkujouluihin,* 14.11.2019 Glitz & Glam)

Kahdessa blogissa käytetään linkkejä muuhunkin kuin omien postausten mainostamiseen, nimittäin tuotteiden mainostamiseen. Glitz & Glam:in ja Nude:n blogissa lähes jokainen tuote, jota he käyttävät meikkitutoriaaleissaan, on merkattu linkillä, jota klikkaamalla pääsee kyseisen tuotteen ostosivulle. Mikäli tuote oli ostettu esimerkiksi ulkomailta, bloggaaja mainitsi asiasta ja tällöin linkkiä ostosivulle ei ollut.

Jokainen blogi sisälsi bloggaajan itse laittamien linkkien lisäksi, myös blogialustan mainontaa. Sivuilla välähtelevät mainosbannerit vaihtelevat lähes joka kerralla, kun sivulla vierailee.

Kuvan ja tekstin käyttö oli suurin osin samanlaista jokaisen bloggaajan postauksissa. Ilmiselvää tutoriaalin teossa on kuvien käyttö, mikäli tutoriaali ei ole tehty videomuodossa, sillä kuvat helpottavat lukijaa hahmottamaan ohjeistusta (Kotus). Sanallisesti ei välttämättä pystyisi ohjeistamaan lukijaa yhtä tarkasti meikkauksessa, ilman kuvien apua. Yhtäläistä kaikkien kuvakäytössä oli se, että jokaiselle tutoriaalin vaiheelle on oma kuva. Kuvia on siis yhtä paljon, kuin on eri vaiheitakin tutoriaalissa. Jokaisessa tutoriaalissa on tietenkin oltava kuva meikin lopputuloksesta jossakin kohtaa postausta, jotta tutoriaalin tehnyt tietää onko onnistunut. Bloggaajat käyttivät monta kuvaa lopputuloksista, sijaitsivatpa ne sitten tutoriaalin alussa tai lopussa. Yhtäläistä kuvien käytössä oli myös se, mitä kuvissa oli mukana. Jokaisessa tutoriaalin kuvassa, paitsi lopputuloksen kuvassa, oli mukana kyseisessä meikkitutoriaalissa käytettäviä meikkivälineitä- ja/tai tuotteita. Silmämeikkiä tehdessä kuvissa näkyi esimerkiksi ripsivärin harja tai kajaali, ja huulimeikkiä tehdessä huulipuna. Tapa, jolla meikkivälineet- ja tuotteet on aseteltu tutoriaalien kuvissa, on myös samanlaista jokaisella bloggaajalla. Meikkivälineet- ja tuotteet on aseteltu niin, että kuvissa väline tai tuote osoittaa juuri siihen kohtaan kasvoja, mihin välinettä tai tuotetta kuuluu käyttää. Postauksissa, joissa on mukana affiliate-markkinointia, myös meikkivälineen merkki on osoitettu kameraan päin.

Kuvan ja tekstin rakenne oli myös samanlaista jokaisella bloggaajalla. Tutoriaalit seurasivat samaa kaavaa: ensin on näkyvissä kuva, josta näkee mitä meikkivälinettä- tai tuotetta seuraavaksi käytetään, ja miten. Kuvan alla seuraa muutaman lauseen pituinen ohjeistus, joka tukee yllä olevaa kuvaa. Tekstin pituus bloggaajien tutoriaaleissa oli myös yhtäläinen ja vaihteli noin kahdesta lauseesta viiteen.

Kaikki bloggaajat antoivat tutoriaaleissa mahdollisuuksien mukaan vaihtoehtoja meikin tekoon ja hyödyllisiä vinkkejä esimerkiksi kasvojen muotoon liittyen. Yleinen vaihtoehto, jonka bloggaajat antoivat tutoriaaleissaan, oli silmämeikin teossa ripsivärin ja irtoripsien käyttö.

> Esimerkki 6. *Poikkeus silloin, jos silmäsi ovat vähän kauempana toisiaan, ja haluaisit meikin avulla luoda illuusion silmien olevan lähempänä nenänvartta kuin oikeasti olisivat. Jos silmät ovat ns. ”normaalietäisyydellä” toisistaan tai lähekkäin toisiaan, liian pitkälle sisänurkkaan viety varjostus saattaa tehdä vähän tuiman ilmeen sekä illuusion syvemmällä olevista silmistä kuin oikeasti ovatkaan.*
>
> (*Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin,* 5.8.2019 Glitz & Glam)

Esimerkki 7. *Viimeistele ihana kesämeikki ripsivärillä ja halutessasi irtoripsillä*

(*Tutorial: simppeli ja värikäs silmämeikki,* 30.7.2020 Nude)

Lukijoiden huomioiminen eri tavoin on tärkeää blogia kirjoittaessa, esimerkiksi kysymällä kysymyksiä lukijoilta ja pitämällä kommenttikenttä avoimena lukijoiden mielipiteille (Kortesuo 2018: 61). Jokainen bloggaaja toteutti lukijoiden huomioimista postauksissaan. Lukijoiden huomioonotto antaa bloggaajasta enemmän inhimillisemmän kuvan, ja bloggaaja ei olekaan enää pelkkä hahmo näytön takana. Lukijoiden huomiointi blogeissa tapahtui samalla tapaa, joko postauksen alussa ja/tai lopussa, tai bloggaaja mainitsi jonkun lukijan kesken postauksen, esimerkiksi kiitoksella.

Esimerkki 8. *Mahtavaa juhannuksen jälkeistä viikkoa! Miten juhannus meni? Minulla mahtavasti täällä Kreetalla.*

(*Kesäinen smokey eye-meikki – Heat smokey eye tutoriaali,* 24.6.2019 Glitz & Glam)

Esimerkki 9. *Mitä tykkäsitte, onko kiva ja iisi arkimeikki? Kiinnostaisi myös tietää, että mitä sun aamun ihonhoitoon kuuluu?*

(*Aamujen ihonhoito ja iisi arkimeikki minuuteissa,* 16.8.2019 Ida Iholla)

Merkitsevä ja silmäänpistävä lukijan huomiointi tapahtui Glitz & Glam -blogissa, kun bloggaaja postauksen alussa lähetti terveisiä yhdelle lukijoistaan ja mainitsi lukijan vielä nimeltäkin.

Esimerkki 10. *Oli todella kiva, kun yksi teistä lukijoista uskalsi moikata ja ryhtyä juttusille. Terkkuja sinulle, Sanna!*

(*Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin,* 5.8.2019 Glitz & Glam)

Postausten lopetuksesta tein kaksi eri huomiota, jotka bloggaajat tekivät samalla tavalla. Kirjoitin ylempänä kuvan tärkeydestä meikin lopputuloksesta meikkitutoriaaleissa, ja jokaisella bloggaajalla oli viimeistään postauksen lopussa kuva lopputuloksesta. Bloggaajilla oli myös jokaisessa postauksessa enemmän kuin yksi kuva meikin lopputuloksesta ja kuvat olivat kuvattu eri kuvakulmista, näyttääkseen lukijalle yksityiskohdatkin: kuvat ovat suuria kasvokuvia, jotka on kuvattu suoraan edestä-, sivuilta-, ja ylhäältä päin. Mukana saattaa myös olla tarkempi lähikuva esimerkiksi silmä- tai huulimeikistä.

Toinen yhtäläisyys postausten lopetuksessa, joka esiintyy kahden bloggaajan postauksissa, on lopputervehdys. Sen sijaan, että postaus vain loppuisi lopputulosten kuvien jälkeen, on kirjoitettu smalltalkia tai mukavan oloinen tervehdys, jossa toivotetaan jotakin.

> Esimerkki 11. *Kivaa alkanutta viikkoa!*
>
> (*Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin,* 5.8.2019 Glitz & Glam)
>
> Esimerkki 12. *Kauniita pikkujoulumeikkejä kaikille! <3*
>
> (*Pikkujoulumeikki – Miten ja millä tuotteilla meikki syntyi?,* 5.12.2019 Ida Iholla)

Viimeisenä yhtäläisyytenä, ei vain valitsemissani kolmen kauneusblogin, vaan jokaisen blogin postausten lopuissa, on avainsanat. Viimeisten kuvien ja mahdollisten lopputervehdyksien jälkeen, postauksissa on aivan viimeisenä avainsanoja, eli aihetunnisteita. Blogien käytössä ne mahdollistavat lukijan etsiä samaan aihepiiriin kuuluvia blogeja tai postauksia, klikkaamalla kyseistä avainsanaa. Blogin postauksen lopussa avainsanaa klikkaamalla pääsee bloggaajan samankaltaisiin postauksiin, mutta blogialustan etusivulla klikkaamalla näkee sattumanvaraisia blogeja ja postauksia, joihin on merkattu kyseinen avainsana.

> Esimerkki 13. *AVAINSANAT: bilemeikki, kesämeikki, meikit, meikki, meikkilook, meikkitutoriaali, silmämeikki, tutoriaali*
> (*Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin,* 5.8.2019 Glitz & Glam)

Koska blogit kuuluvat samaan tekstilajiin, ja samaan tekstilajiin kuuluvat tekstit tähtäävät yhteiseen päämäärään, ja noudattavat usein samaa rakennetta, sisältöä, ja muotoa (Mäntynen & Shore & Solinen 2006: 27,39), ei tullut yllätyksenä, että kauneusblogien meikkitutoriaaleista löytyy näin monia yhtäläisyyksiä.

<u>Eroavuudet</u>

Nude-blogin postaukset meikkitutoriaaleista sisältävät kuvan meikin lopputuloksesta, vasta tutoriaalin lopussa eikä alussa, niin kuin toisilla bloggaajilla. Poikkeuksena on yksi bloggaajan postaus, jonka hän aloittaa kuvalla, jossa toinen puoli kuvasta on kuva hänestä meikittömänä ja toinen puoli meikattuna, josta näkee meikkauksen lopputuloksen.

Glitz & Glam- ja Nude-blogissa jokainen tuote, jota käytettiin meikkitutoriaalissa, oli merkattu linkillä, jolla pääsee ostamaan kyseisen tuotteen. Ida iholla -blogin postauksissa ei esiintynyt tätä laisinkaan. Hän esittelee meikkitutoriaaleissaan käytettävät meikkituotteet vasta

postauksen lopussa yhtenäisellä tekstillä ja joskus myös kuvalla, missä näkyvät kaikki tuotteet. Tuotteita ei kuitenkaan ole merkattu linkillä.

Ida iholla -blogi oli myöskin ainoa blogi, jonka postauksissa esiintyi erikseen mainittua yhteistyötä. Yksi tässä analyysissa mukana olleista postauksista oli hänen tekemä yhteistyöpostaus Nivean kanssa, josta hän mainitsi jo heti postauksen alussa. Tämä oli ainoa postaus, joka sisälsi linkkejä tuotteiden kohdalla, mutta linkit veivät kuitenkin Nivean kotisivuille, eivätkä ostosivulle.

Kaikkien bloggaajien postauksissa on kuvia sitä mukaa, kun tutoriaalissa tulee uusi vaihe. Kuvien alapuolella on ohjeistus, joka auttaa lukijaa fokusoimaan mihin kuvissa kuuluu kiinnittää huomiota. Nuden kuvien käyttö eroaa muiden bloggaajien kuvakäytöstä, kuvaruudukoilla ja numeroiduilla kuvilla- sekä ohjeistuksilla. Meikkitutoriaaleissaan hän käyttää neljää kuvaa yhdessä isossa ruudukossa ja kuvat ovat numeroitu numeroilla yksi - neljä. Kuvien alapuolella ohjeistukset ovat samassa numerojärjestyksessä. Tämä on looginen järjestelmä ohjeistusten annolle ja tutoriaalia on helpompi seurata, kuin muiden bloggaajien tutoriaaleja.

Ida iholla -blogi erottui myös kuvan ja tekstin käytöllään tutoriaaleissaan, muttei kovinkaan positiivisella tavalla. Hän käyttää hyvin paljon alaotsikoita, jotka hämmentävät tutoriaalin seuraamista. Kuva, joka on tarkoitettu vasta seuraavaan alaotsikkoon, onkin jo edellisen alaotsikon alla. Alaotsikoiden käyttö ei ole välttämätöntä, ja osittain myös jo mainittujen asioiden toistamista.

4.3 Kuvan ja tekstin käyttö meikkitutoriaaleissa

Blogin ollessa verkkoteksti, blogipostausten on oltava silmäiltävää, tiivistä, lyhyttä ja helppolukuista (Kortesuo 2018: 12). Kuvia käytetään teksteissä silloin, kun pelkkä teksti ei pysty kertomaan koko merkitystä (Dawe 2017). Meikkitutoriaaleissa kuvat ovat suuremmassa osassa, kuin teksti, ja niiden välinen toimiva yhteys on tärkeää. Kuvia käytettäessä tulee huomioida kuvan käyttötarkoitus - onko kuva korvaamaton, sanallista esitystä tukeva, vai mielenkiinnon herättäjä (CTA 2018). Kuvan ja tekstin välillä pitää olla myös fyysinen yhteys ja dokumentin jäsentäminen on tärkeää (Korpela 2002). Kuvat toimivat myös mielenkiinnon herättäjinä (CTA 2018).

Glitz & Glam

Pikkujoulumeikki – näin teet säihkyvän meikin pikkujouluihin

Kuva 1. Postauksen ensimmäinen kuva, jossa näkyy tutoriaalin lopputulos.

Tutoriaalin kuvissa näkyvät aina bloggaajan kasvot sekä tutoriaalin vaiheissa käytettävä meikkituote- ja/tai väline (katso kuva 3). Kuvissa näkyy vaihtelevasti myös hiukset, käsi ja hieman paitaa. Kaikki kuvat ovat värillisiä. Persoonallisia kuvista tekevät bloggaajan satunnaisesti vilkahtavat tatuoinnit ja huomion kiinnittävät silmät (katso kuva 1).

Kuvat tulevat aina ennen tekstiä, eli teksti täydentää kuvaa. Ilman tekstiä lukija ei tietäisi esimerkiksi mitä meikin sävyä kuuluu käyttää, ja minkä suuntaisesti meikkiä sivellään iholle. Tutoriaalissa on esimerkiksi ensin kuva bloggaajan kasvoista ja kädessään hänellä on luomiväripaletti (katso kuva 2). Tekstissä kerrotaan mikä luomiväripaletti on kyseessä ja mitä värejä hän siitä aikoo käyttää. Seuraavassa kuvassa kasvoissa näkyykin jo luomiväriä, ja meikkiväline osoittamassa meikattuun kohtaan (katso kuva 3). Teksti on useimmiten jaettu yhdestä kolmeen kappaleeseen.

Käytän tässä meikissä yhteensä neljää luomiväriä. Käyttämäni luomiväripaletti on *Too Faced Natural Lust, mutta voit aivan yhtä hyvin käyttää mitä tahansa

Kuva 2. Tutoriaalin ensimmäinen kuva, jossa näkyy käytettävä luomiväripaletti.

Tuo valoa silmien sisänurkkaan. Koska meikissä tullaan käyttämään hopeaa, kannattaa valita lähes valkoinen sävy silmien sisänurkkaan. Korosta samalla sävyllä myös kulmaluun aluetta aivan kulmakarvojen alapuolelta.

Käytin Natural Lust -palctin hohtavaa, meikein valkoista luomiväriä nimeltään All Tied Up.

Kuva 3. Tutoriaalin kolmas kuva. Bloggaaja osoittaa meikkivälineellä meikattavaan kohtaan. Teksti on jaettu kahteen kappaleeseen.

Kuvat on kuvattu kaikki lähietäisyydeltä, mutta esimerkiksi postauksen ensimmäinen kuva, meikkauksen lopputuloksesta (katso kuva 1), on otettu kauempaa, kuin postauksen viimeinen kuva meikkauksen lopputuloksesta. Tutoriaalin eri vaiheissa kuvissa näkyy koko pää ja osittain paitaa ja kättä. Bloggaaja katsoo aina kameraan, paitsi muutamassa kuvassa katsoessaan käyttämäänsä tuotteeseen, jos siinä sattuu olemaan peili. Kuvat ovat otettu sopivalta etäisyydeltä, ja on mielestäni hyvä, että kuvissa näkyvät koko kasvot, eikä vain se osa kasvoista mitä meikataan. Näin lukijan on helpompi pysyä mukana tutoriaalin eri vaiheissa, kun kokonaiskuva on nähtävissä läpi tutoriaalin.

Tutoriaalissa on niin ennen-, kuin myös jälkeen-kuvia. Postaus alkaa jälkeen-kuvalla, jossa näkyy meikkauksen lopputulos, mutta tutoriaalin vaiheet alkavat ennen-kuvalla. Bloggaajan ennen-kuvassa hän on kuitenkin tehnyt meikkipohjan valmiiksi, eli meikannut ihon tasaiseksi, ja kulmakarvat. Tutoriaalissa keskitytäänkin näyttävän silmä- ja huulimeikin tekoon, joten meikkipohjan ohjeistus ei ole relevanttia lukijalle tässä tutoriaalissa. Tutoriaalin lopussa on jälleen kuva meikkauksen lopputuloksesta.

Kuvakulma on melkein aina suoraan edestä kuvattu, mutta lopputuloksen poseeraus postauksen ensimmäisessä kuvassa on otettu hieman sivulta päin. Bloggaajan meikatessa poskia, kuva on myös otettu hieman sivulta päin, jotta lukija näkee koko poskipään (katso kuva 4).

Kuva 4. Kuva on kuvattu sivulta, jotta koko poskipää näkyy kuvassa.

Lukijan silmä kohdistuu kuvissa aina siihen kohtaan, mitä tutoriaalin vaiheessa meikataan, sillä bloggaaja osoittaa aina meikkivälineellä kyseiseen kohtaan. Huomio kiinnittyy myös kuvissa näytettäviin meikkituotteisiin, sillä kuvan alla olevassa tekstissä on aina mainittu tuote nimeltä. Bloggaaja ei kuitenkaan erikseen mainitse mikä kuvissa on tärkeää, ja mihin lukijan kuuluu kiinnittää huomio.

Kuvien laatu ja valaistus näyttävät ammattilaisen jäljiltä. Valaistukseen on panostettu, ja kuvissa on luultavasti käytetty kuvaukseen tarkoitettua valoa, sillä kuvista erottuvat ihon

pienet kaarteetkin. Kuvat ovat kaikki laadunsa puolesta yksityiskohtaisia, mutta erottuvia yksityiskohtia kuvissa ei ole. Silmien meikki kuvataan yleensä lähempää, sillä muuten lukija ei huomaisi esimerkiksi luomivärien sävyeroja.

Kuvissa on affiliate-markkinointia, sillä kuvissa näytetään tuote, jota käytetään ja tuotteen nimi on näkyvästi esillä kuvissa (katso kuva 5) (Erkkilä 2018). Tutoriaalin pääosassa oleva luomiväripaletti on kuvissa selvästi näkyvillä, esimerkiksi kuvassa 3, vaikka se ei meikkauksen kannalta ole tarpeellista. Kuvien alla olevassa tekstissä on myös aina mainittu kyseinen tuote ja merkattu se linkillä, joka vie tuotteen ostosivulle. Postauksen alussa on mainittu sen sisältävän mainoslinkkejä.

Nyt on tehty silmämeikin varjostukset ja korostukset. Viimeistellään meikki hopeisella luomiväreillä. Käytän luomivärinä *Essencen Melted Chrome* -luomiväriä sävyssä 04 Steel The Look – sopii muuten nimensäkin puolesta tähän meikkiin!

Kuva 5. Tekstissä mainitaan käytettävä tuote, ja tuote on merkattu linkillä.

Kuvan ja tekstin yhteys toimii tutoriaalissa melkein täydellisesti. Kuvat ovat laadukkaita, tarkoin harkittuja ja teksti täydentää sopivasti kuvia. Joskus tekstien jako useampaan kappaleeseen saattaa hämmentää lukijaa, sillä voi unohtua kuuluuko teksti yllä vai alla olevaan kuvaan. Lukija saa tietää heti postauksen alussa, että kyseessä on tutoriaali, sen otsikon perusteella, ja lukijalle näytetään jo alussa tutoriaalin lopputulos. Koska lukijat tekevät ensimmäiset päätelmänsä sivustosta muutamassa sekunnissa, selvä otsikko ja kuva tutoriaalin lopputuloksesta luovat hyvän ensivaikutelman (CTA 2018).

Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin

Kuvissa näkyvät bloggaajan kasvot, joista silmät ovat fokuksessa tässä tutoriaalissa. Kuvissa on näkyvissä vain meikkiväline, osoittamassa meikattavaan kohtaan, sillä tutoriaalissa käytetään pääsääntöisesti vain yhtä meikkituotetta, joka esitellään tutoriaalin ensimmäisessä kuvassa erikseen (katso kuva 2). Postauksen alussa on jälleen kuva meikkauksen lopputuloksesta, joka on otettu lähietäisyydeltä, jossa näkyy ainoastaan bloggaajan toinen silmä ja ripsivärin harja osoittamassa alaripsiin (katso kuva 1). Tutoriaalin ensimmäisessä

kuvassa on lähietäisyydeltä otettu kuva tutoriaalissa käytettävästä luomiväripaletista. Bloggaaja ei hymyile kuvissa, joissa näkyy meikkauksen lopputulos, vaan hänellä on ammattimainen ilme kasvoilla.

Kuva 1. Postauksen ensimmäinen kuva. Kuva meikkauksen lopputuloksesta.

Kuva 2. Tutoriaalissa käytettävä luomiväripaletti.

Kaikki kuvat ovat yksityiskohtaisia, sillä ne ovat otettu lähietäisyydeltä, lukuun ottamatta postauksen alussa ja lopussa olevia kuvia meikkauksen lopputuloksesta, jotka ovat kuvattu kauempaa. Silmät näkyvät yksityiskohtaisesti, ja lukijan on helppo nähdä mihin kohtaan mitäkin luomivärin sävyä kuuluu laittaa. Kuva luomivärien eri sävyistäkin on yksityiskohtainen. Tutoriaalin kuvissa on fokuksessa bloggaajan toinen silmä sekä tutoriaalissa käytettävät luomivärit.

Levitä sisänurkkaan vaaleanpronssista luomiväriä litteällä siveltimellä. Minulla käytössä paletin Sassy Brassy, joka on vaalea pronssi. Levitä luomiväri noin puolecn väliin liikkuvaa luomea.

Kuva 3. Kaikki kuvat ovat kuvattu lähietäisyydeltä.

Lähietäisyydeltä kuvatut kuvat toimivat hyvin, sillä kyseessä on yksityiskohtainen silmämeikki, eikä kauempaa otetuista kuvista saisi selvää, mihin kohtaan silmäluomea mitäkin sävyä laitetaan (katso kuva 3.) Postauksen toinen ja viimeinen kuva, molemmat kuvia meikkauksen lopputuloksesta, ovat otettu hieman kauempaa, ja niissä näkyvät koko kasvot (katso kuva 4).

Kuva 4. Meikkauksen lopputulos.

Bloggaaja ei tässäkään tutoriaalissa kommentoi erikseen, mihin lukijan kuuluu kiinnittää huomio kuvissa, paitsi tutoriaalin alussa olevassa kuvassa luomiväripaletista. Kuvassa näkyy koko luomiväripaletti avattuna, jossa on kolmekymmentä erisävyistä luomiväriä. Tietyt värit ovat merkitty sydämenmuotoisella merkillä (katso kuva 2), ja bloggaaja kirjoittaa kuvan alapuolella olevassa tekstissä, että on merkannut tutoriaalissa käytettävät sävyt sydämillä.

Tutoriaalin ensimmäisen vaiheen kuva on ennen-kuva, jossa bloggaaja on tehnyt valmiiksi meikkipohjan ja kulmakarvat, mutta silmissä ei vielä ole meikkiä. Postauksen alussa ja lopussa on jälkeen-kuva meikkauksen lopputuloksesta. Kaikki kuvat ovat jälleen värillisiä, mikä onkin välttämätöntä, sillä kyseessä on väriloisto silmämeikissä.

Kuvat tutoriaalin eri vaiheista on kaikki otettu suoraan edestä, ja bloggaaja katsoo suoraan kameraan. Yksi postauksen alussa oleva kuva lopputuloksesta on otettu hieman sivulta ja ylhäältä päin ja bloggaaja katsoo suoraan eteenpäin. Kuva tutoriaalin viimeisestä vaiheesta on otettu ylhäältäpäin, ja bloggaaja katsoo itse alaspäin silmän ollessa lähes kiinni (katso kuva 5).

Värikäs silmämeikki on valmis. Metallisen oliivinvihreän ja pronssisen sävyn liukuminen toisiinsa saa aikaan vähän duochrome-efektin.

Kuva 5. Tarkka kuva silmämeikistä tutoriaalin lopussa.

Kuvien laatu ja valaistus ovat jälleen hyviä ja kamera on tarkentanut tarkasti, vaikka kuvat on otettu todella läheltä.

Tutoriaali ei sisällä suoraa mainontaa, mutta bloggaaja linkkaa omaan aikaisempaan postaukseensa, jossa hän kertoo tarkemmin tutoriaalissa käytettävästä luomiväripaletista, ja mistä hän on sen ostanut. Aikaisempi postaus sisältää linkin tuotteen ostosivulle, ja postauksen alussa on mainittu, että postaus sisältää mainoslinkkejä.

Postauksen alussa oleva lyhyt kirjoitus täydentää tutoriaalia, sillä bloggaaja viittaa omaan aikaisempaan postaukseensa, jossa kertoi ostaneensa tutoriaalissa käytettävän luomiväripaletin. Postauksen alussa oleva kuva meikkauksen lopputuloksesta ja selkeä otsikko on jälleen hyvä aloitus, ja mielenkiinnon herättäjä. Kuvat ja teksti täydentävät toisiaan, sillä esimerkiksi luomiväripaletistakaan otettu kuva ei itsenään olisi riittänyt kertomaan, mitä sävyjä tutoriaalissa käytetään. Kuvat ovat tässäkin tutoriaalissa korvaamattomia, joita teksti täydentää.

Tutoriaalissa on käytetty vain yhden kappaleen tekstejä, mikä helpottaa lukijaa, sillä tutoriaalissa on monta vaihetta (katso kuva 3).

Kesäinen smokey eye-meikki – Heat smokey eye tutoriaali

Postauksen alussa on kuva tutoriaalin lopputuloksesta, joka on otettu kauempaa suoraan edestäpäin, ja jossa näkyvät myös bloggaajan hartiat ja paitaa (katso kuva 1). Kaksi ensimmäistä kuvaa tutoriaalissa ovat kuvia tutoriaalissa käytetyistä meikkituotteista. Tässäkin tutoriaalissa pääosassa on yksi luomiväripaletti, ja kuvissa näkyy bloggaajan kasvojen tai pelkästään toisen silmän lisäksi, ainoastaan muutama meikkiväline- ja tuote, osoittamassa meikattavaan kohtaan. Bloggaaja ei hymyile kuvissaan, vaan hänellä on ammattimainen ilme kasvoilla.

Kuva 1. Postauksen ensimmäinen kuva. Meikkauksen lopputulos.

Kaikki kuvat ovat yksityiskohtaisia kuvia bloggaajan silmästä, joten lukijan on helppo nähdä mitä luomivärisävyä laitetaan mihinkin kohtaan. Ensimmäinen kuva postauksessa on otettu kaukaa, ja kuvassa näkyvät bloggaajan kasvojen lisäksi myös hartiat ja paitaa. Meikkituotteista otetut kuvat tutoriaalin alussa ovat myöskin otettu kauempaa, ja pöydälle on aseteltu rekvisiitaksi kesäiset aurinkolasit sekä neilikoita (katso kuva 2). Postauksen lopussa otettu kuva meikkauksen lopputuloksesta on myös otettu kauempaa, mutta kaikki kuvat tutoriaalin eri vaiheista, on otettu lähietäisyydeltä. Tutoriaalin vaiheissa kuvissa näkyy ainoastaan bloggaajan toinen silmä (katso kuva 3).

Kuva 2. Tutoriaalissa käytettävät tuotteet.

Kuva 3. Kaikki kuvat tutoriaalin eri vaiheista on kuvattu lähietäisyydeltä.

Kuvissa on fokuksessa bloggaajan silmä, sillä kyseessä on yksityiskohtainen silmämeikki. Huomio kiinnittyy automaattisesti meikattavaan kohtaan, sillä kuvissa ei ole muuta, mikä voisi viedä lukijan huomion. Lopputulosten kuvien jälkeen bloggaaja kirjoittaa, että tässä meikissä huomio kiinnittyy automaattisesti silmiin, eikä näyttävälle huulimeikille ole tarvetta, ja yksinkertainen meikkipohjakin riittää.

Ensimmäisen kuvan jälkeen postaus alkaa pienellä kirjoituksella bloggaajan kuulumisista, ja hän pohjustaa tutoriaalin alkua. Lukija saa heti postauksen alussa kuvan siitä, millainen meikki on kyseessä. Teksti sijaitsee taas kuvien alapuolella täydentäen kuvia ja tässäkin tutoriaalissa teksti on pysynyt yhden kappaleen mitoissa (katso kuva 4). Tutoriaalissa on paljon kuvia, ja vaikka kuvien välillä saattaa olla vain muutamankin lauseen teksti, on lukijalle selvää, kuuluuko teksti yllä vai alla olevaan kuvaan.

Rajaa silmäsi kevyesti lämpimän ruskealla kajalilla. Whiskey on juuri hyvä sävy tähän. Tee myös alaluomen sisärajaus, niin silmäsi syttyvät loistoon.

Kuva 4. Yhden kappaleen teksti kuvan alapuolella.

Ensimmäinen kuva postauksen alussa on jälkeen-kuva tutoriaalin lopputuloksesta. Tutoriaalin ensimmäisessä vaiheessa on kuva meikittömästä silmästä ennen meikkausta, mutta meikkipohja on tehty valmiiksi ja kulmakarvat meikattu. Postauksen lopussa on kaksi kuvaa silmästä meikkauksen jälkeen, joista toisessa silmä on kiinni.

Kaikki kuvat tutoriaalin eri vaiheista on otettu suoraan edestä, ja bloggaaja katsoo suoraan kameraan. Postauksen alussa oleva toinen kuva lopputuloksesta on otettu kauempaa sivulta, jossa bloggaaja katsoo ylöspäin. Myös toiseksi viimeinen kuva postauksen lopussa, jossa näkyy meikkauksen lopputulos, on otettu sivulta päin ja bloggaaja katsoo kaukaisuuteen.

Kuvat ovat jälleen värillisiä, mikä on tärkeää tässäkin tutoriaalissa, jossa kyseessä on yksityiskohtainen silmämeikki väreillä leikitellen. Kuvat ovat laadultansa hyviä ja tarkkoja, ja kamera on tarkentanut kasvoihin, vaikka kuva olisikin otettu hieman kauempaa. Valaistus on täydellinen ja korostaa bloggaajan sinisiä silmiä.

Postaus sisältää affiliate-markkinointia tutoriaalin alussa, jossa bloggaaja kertoo tutoriaalissa käytettävistä tuotteista, ja on merkannut tuotteiden nimet linkeillä, jotka vievät tuotteen ostosivulle (katso kuva 2). Mainoslinkeistä on mainittu postauksen alussa.

Nude

Tutorial: simppeli ja värikäs silmämeikki

Postaus alkaa lyhyellä kirjoituksella siitä, mitä on luvassa, vaikka se käy ilmi jo otsikostakin. Ohjeistukset tässä tutoriaalissa ovat hyvin selkeät, sillä bloggaaja käyttää numeroituja kuvia ja ohjeita. Tutoriaalin kuvissa näkyvät bloggaajan silmä ja meikkiväline- tai tuote. Postauksen lopussa olevissa kuvissa meikkitutoriaalin lopputuloksesta, näkyy bloggaajan kasvot, hartianseutua ja paitaa. Bloggaajan meikkityyli on hillitty ja luonnollinen (katso kuva 2).

Kuvat ovat numeroituja kuvia ruudukossa, ja yhdessä ruudukossa on neljä kuvaa (katso kuva 1). Kuvat ovat hieman normaalia kokoa pienempiä, sillä neljästä pienemmästä kuvasta muodostuu yksi isompi kuva. Kaikki kuvat tutoriaalin eri vaiheista ovat kuvia bloggaajan silmästä, joissa näkyy eri vaiheissa käytettävä meikkituote- tai väline, osoittamassa meikattavaan kohtaan (katso kuva 1).

Kuva 1. Neljän kuvan ruudukko numeroiduilla kuvilla.

Bloggaaja ei erikseen mainitse, mihin kuvissa kuuluu kiinnittää huomiota, mutta ohjeistus kuvien alapuolella on niin selkeää, ettei hänen tarvitsekaan. Kuvat ovat yksityiskohtaisia, sillä ne ovat kuvattu niin läheltä, mutta erityisiä yksityiskohtia kuvissa ei ole. Kuvissa fokuksessa on bloggaajan toinen silmä. Kaikki kuvat ovat värillisiä, mikä onkin välttämätöntä värikkään meikin ohjeistuksessa.

Kuvat tutoriaalin eri vaiheista, joissa näkyy ainoastaan bloggaajan toinen silmä, ovat kaikki kuvattu lähietäisyydeltä. Lopputuloksen kuvat ovat otettu kauempaa, ja niissä näkyy bloggaajan koko kasvot, hartianseutua ja paitaa, mutta kamera on tarkentanut bloggaajan kasvoihin (katso kuva 2). Tutoriaalin eri vaiheissa kuvat ovat ennen-kuvia, joissa näkyy

bloggaajan meikkaamaton silmä. Postauksen lopussa on jälkeen-kuvia meikkauksen lopputuloksesta.

Kuva 2. Meikkauksen lopputulos.

Kuvat ovat otettu suoraan edestäpäin ja bloggaaja katsoo suoraan kameraan silmän ollessa kokonaan auki, mutta kahdessa kuvassa luomea meikatessa, jolloin silmä on enemmän kiinni, hän katsoo alas sivulle päin. Postauksen lopussa olevissa kuvissa meikkauksen lopputuloksesta, bloggaaja katsoo kahdessa kuvassa alaspäin ja kuvat on otettu suoraan edestä. Viimeisessä kuvassa hän katsoo suoraan kameraan.

Kuvien laatu on todella hyvä, mutta tutoriaalin eri vaiheissa valaistus saisi olla hieman kirkkaampi. Lopputuloksen kuvissa valaistus on kuitenkin onnistunut hyvin ja kamera on tarkentanut bloggaajan kasvoihin, vaikka kuvassa näkyy muutakin.

Teksti täydentää tutoriaalin kuvia, ja ilman kuvia tutoriaalia olisi vaikea hahmottaa. Numeroitujen kuvien alapuolella on teksti, joista jokainen kappale on numeroitu samoilla numeroilla järjestyksessä yhdestä neljään (katso kuva 3). Numeroidut ohjeet toimivat todella hyvin, mutta tässä tutoriaalissa olevat ohjekuvat eivät välttämättä tarvitsisi ohjeistusta tekstimuodossa. Kuvia on tutoriaalin eri vaiheista vain yksi kuvaruudukko, eli neljä kuvaa, ja tutoriaali on, kuten otsikostakin käy ilmi, todella helppo neljän askeleen tutoriaali. Ohjeistukset ovat korkeintaan neljän kappaleen pituisia, eli lyhyitä ja ytimekkäitä, kuten Martikainen (2020) ohjeistaakin.

1.Pohjusta silmämeikki ohuella kerroksella primerilla. Tähän käytin mitäpä muutakaan kuin **Wet n Wild** Photo Focus Eyeshadow Primeria*, jonka levitän aina sormin. Tasoita sitten koko luomen iho neutraalilla mattaluomivärillä. Tässä käytin lempparianI **MAC** Eye Shadow x 9 Semi-Sweet Times Nine* ja **Real Techniquesin** uutta kaksipäistän Dual Ended Blend & Define Eye Brush -sivellintä*.

2. Jotta et piirrä värikästä rajausta liian alas (jolloin se jää luomivakoon piiloon), piirrä kolme pientä pistettä luomivaon yläpuolelle katsoen suoraan peiliin.

3. Seuraa sitten pisteillä luomaasi linjaa ja piirrä paksuhko rajaus nestemäisellä eyelinerilla. Käytin tähän ihkauusia **NYX Professinal Makeup** Epic Wear Liquid Lineria* sävyssä Lilac. Tämä rajausväri kuivuu täysmataksi ja pysyy silmissä superhyvin! Lisäksi tätä voi käyttää vartalollakin.

4. Viimeistele ihana kesämeikki ripsivärillä ja halutessasi irtoripsillä. Tässä käytin of course **Tonymoly** Panda's Dream Smudge Out Mascara 01 Volumea*. Näissä kuvissa mulla on juuri kestotaivutetut (postaus) ripset eli en tarvinnut edes taivuttimia, jotta ripset näyttivät hyviltä. Paras päätös vähään aikaan!

Kuva 3. Numeroidut ohjeet.

Postauksen alussa mainitaankin postauksen sisältävän mainontaa. Tutoriaalissa on mukana affiliate-markkinointia, bloggaajan kirjoittaessa mitä tuotteita hän tutoriaalissa käyttää. Tuotteet ovat merkattu linkeillä, jotka vievät tuotteen ostosivulle (katso kuva 3).

Tutorial: kimaltava persikkainen silmämeikki

Tutoriaalissa on kaksin kappalein numeroituja kuvaruudukkoja, joissa näkyy ainoastaan bloggaajan silmä ja käytettävät meikkituotteet- ja välineet, osoittamassa meikattavaan kohtaan (katso kuvat 1 ja 2). Postaus alkaa jälleen lyhyellä kirjoituksella tulevasta tutoriaalista ja otsikko on selkeä. Vaikka kyseessä onkin kimaltava meikki, se näyttää jälleen luonnolliselta ja on hillitty.

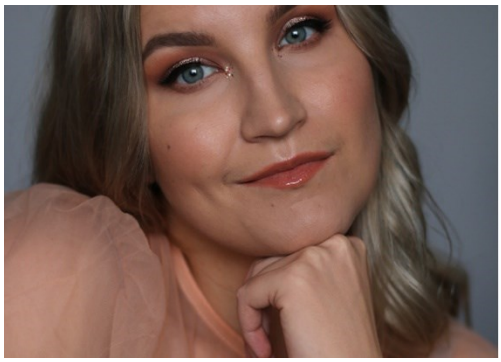
Kuva 1. Ensimmäinen kuvaruudukko.

Kuva 2. Toinen kuvaruudukko.

Kuvat ovat numeroituja pienempiä kuvia neljän kuvan ruudukossa, ja tutoriaalissa on yhteensä kaksi kuvaruudukkoa. Postauksen lopussa on kuvia tutoriaalin lopputuloksesta, ja ne ovat paljon isompia kuvia, mitkä ovat aseteltu yksittäin toistensa alapuolelle. Kuvat ovat yksityiskohtaisia, sillä ne ovat kuvattu lähietäisyydeltä. Myös kauempaa otetuissa kuvissa meikkauksen lopputuloksesta, yksityiskohtaiset kimalteet silmänurkassa näkyvät selvästi lukijalle.

Kuvissa on fokuksessa bloggaajan silmä ja luomivärien sävyt. Lopputuloksen kuvissa meikin kimalteet silmissä ja huulissa, kiinnittävät lukijan huomion. Bloggaaja mainitsee muutamaan otteeseen erikseen, mikäli tutoriaalin vaiheessa käytettävä meikkiväline, sivellin, on esimerkiksi viistopäinen. Ilman mainitsemista, siveltimen muotoon ei kiinnittäisi huomiota, sillä se ei erotu kuvasta näkyvästi.

Kaikki kuvat tutoriaalin eri vaiheista ovat kuvattu lähietäisyydeltä, ja kuvissa näkyy ainoastaan bloggaajan toinen silmä (katso kuvat 1 ja 2). Neljä kuvaa meikin lopputuloksesta postauksen lopussa on kuvattu kauempaa, ja niissä näkyvät jopa osa bloggaajan ylävartaloa, vaikka kasvot ovatkin lähellä kameraa (katso kuva 3). Ensimmäinen kuva ensimmäisessä kuvaruudukossa on ennen-kuva meikittömästä silmästä, ja tutoriaalin valmistuttua on jälkeen-kuvia tutoriaalin lopputuloksesta.

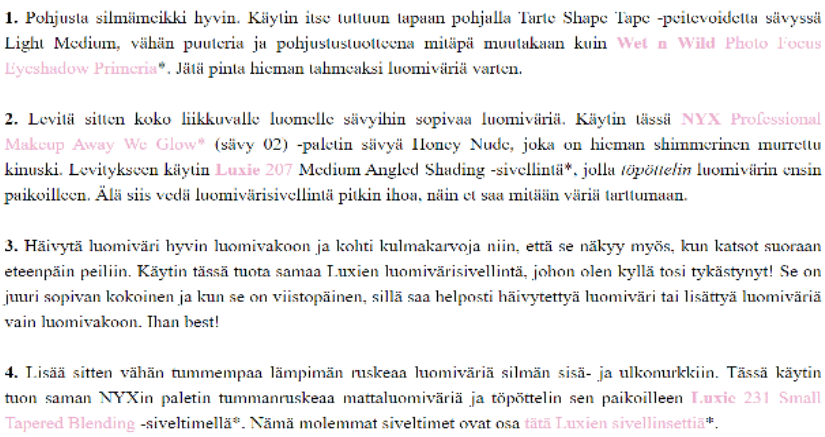

Kuva 3. Meikkauksen lopputulos.

Kuvat tutoriaalin vaiheista ovat kaikki kuvattu suoraan edestä ja koska tutoriaalissa keskitytään luomen meikkaamiseen, silmät ovat lähes kiinni ja bloggaaja katsoo alaspäin. Yhdessä kuvassa, missä hän kiinnittää irtoripsiä, silmä on kokonaan auki ja hän katsoo ylöspäin sivulle. Kuvat meikkauksen lopputuloksesta ovat otettu suoraan edestä, ylhäältä ja sivulta päin. Niissä hän katsoo joko suoraan kameraan tai alaspäin.

Kaikki kuvat ovat värillisiä, ja kuvissa korostuukin tutoriaalissa käytettävä monivärinen kimalle silmänurkassa. Kuvien laatu on jälleen hyvä ja valaistus toimii paremmin kuin edellisessä tutoriaalissa. Lopputuloksen kuvissa on jälleen tarkennettu kasvoihin, vaikka kuvissa on muutakin näkyvillä.

Numeroidut kuvat ja ohjeet täydentävät jälleen toisiaan ja tutoriaalin ohjeistuksia on helppo seurata (katso kuva 4). Tämä tutoriaali ei toimisi ilman ohjeistuksia tekstimuodossa, sillä kuvista on vaikea hahmottaa esimerkiksi luomivärin sävytykset. Tekstissä on myös kerrottu muun muassa millä liikkeillä luomiväriä kuuluu asetella luomelle, mikä ei käy ilmi pelkästä kuvasta: ensimmäisessä vaiheessa bloggaaja kirjoittaa, että silmäluomi pitää jättää hieman

tahmeaksi, seuraavia vaiheita varten. Toisessa vaiheessa luomiväriä pitää bloggaajan sanoin *töpötellä* luomelle, eikä missään nimessä sivellä. Tämän kaltaisia tarkennuksia ei pystyisi välittämään lukijalle ilman tekstiä.



1. Pohjusta silmämeikki hyvin. Käytin itse tuttuun tapaan pohjalla Tarte Shape Tape -peitevoidetta sävyssä Light Medium, vähän puuteria ja pohjustustuotteena mitäpä muutakaan kuin **Wet n Wild** Photo Focus Eyeshadow Primeria*. Jätä pinta hieman tahmeaksi luomiväriä varten.

2. Levitä sitten koko liikkuvalle luomelle sävyihin sopivaa luomiväriä. Käytin tässä **NYX** Professional Makeup Away We Glow* (sävy 02) -paletin sävyä Honey Nude, joka on hieman shimmerinen murrettu kinuski. Levitykseen käytin **Luxie** 207 Medium Angled Shading -sivellintä*, jolla *töpöttelin* luomivärin ensin paikoilleen. Älä siis vedä luomivärisivellintä pitkin ihoa, näin et saa mitään väriä tarttumaan.

3. Häivytä luomiväri hyvin luomivakoon ja kohti kulmakarvoja niin, että se näkyy myös, kun katsot suoraan eteenpäin peiliin. Käytin tässä tuota samaa Luxien luomivärisivellintä, johon olen kyllä tosi tykästynyt! Se on juuri sopivan kokoinen ja kun se on viistopäinen, sillä saa helposti häivytettyä luomiväri tai lisättyä luomiväriä vain luomivakoon. Ihan best!

4. Lisää sitten vähän tummempaa lämpimän ruskeaa luomiväriä silmän sisä- ja ulkonurkkiin. Tässä käytin tuon saman NYXin paletin tummanruskeaa mattaluomiväriä ja töpöttelin sen paikoilleen **Luxie** 231 Small Tapered Blending -siveltimellä*. Nämä molemmat siveltimet ovat osa tätä Luxien sivellinsettiä*.

Kuva 4. Numeroidut ohjeet.

Bloggaaja mainitsee jälleen postauksen alussa, että postaus sisältää mainoslinkkejä. Tässäkin tutoriaalissa on käytetty affiliate-markkinointia samalla tavalla, kuin edellisessä (katso kuva 4).

Tutorial: koko meikki markettien uutuuksilla

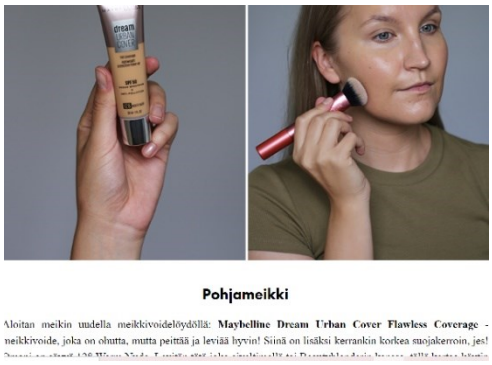
Tutoriaalissa on paljon yksittäisiä kuvia, niin meikkituotteista- ja välineistä, kuin myös bloggaajan kasvoista. Kuvaruudukoiden ja numeroitujen ohjeistusten sijaan, tutoriaalissa on käytetty yksittäisiä kuvia ja alaotsikoita. Kuvissa bloggaaja pitää kasvoillaan meikkituotetta- tai välinettä siinä kohdassa, mihin meikkiä kuuluu laittaa. Postaus alkaa lyhyellä kirjoituksella tulevasta tutoriaalista, ja alussa onkin kuva meikkauksen lopputuloksesta.

Postauksessa on ennen tutoriaalia kaksi kuvaa, joissa näkyy bloggaajan kasvot ja osa yläkroppaa. Kuvat ovat toteutettu ennen-jälkeen-tekniikalla, joista näkee bloggaajan ulkonäön meikittömänä, ja meikattuna tutoriaalin ohjein (kuva 1). Tutoriaalin kuvissa ei ole erikoisia yksityiskohtia, mutta bloggaaja kirjoittaa aina tekstiin kuvissa näkyvistä meikkituotteista- ja välineistä.

Kuva 1. Ennen- ja jälkeen-kuvat.

Ensimmäisissä ennen- ja jälkeen-kuvissa lukijan huomio kiinnittyy tietenkin meikkauksen tuomaan muutokseen. Bloggaaja kirjoittaakin kuvien alapuolella, että tutoriaalin edetessä päästään eroon kuvissa esiintyvästä “stressi-zombiesta”, tarkoittaen itseään. Huomio kiinnittyy myös hänen huulillaan olevaan tummaan huulipunaan, sillä hän kirjoittaa postauksen alussa, että syksyn tullen hän alkaa käyttää tummempia sävyjä huulipunissa.

Kuva ja teksti täydentävät toisiaan, ja kuvat tulevat jälleen ennen tekstiä. Kuvia tai ohjeistuksia ei ole numeroitu, vaan sen sijaan on käytetty alaotsikoita. Alaotsikoita on kolme: *meikkipohja, kulmat ja silmät* ja *viimeistely*. Ensimmäiset kuvat, jotka kuuluvat tulevaan alaotsikkoon, ovat aseteltu alaotsikon ylle (katso kuva 2). Tämä voi aiheuttaa hämmennystä lukijalle. Kuvista ei aina pysty päätellä, mikäli ne kuuluvat vielä edelliseen alaotsikkoon. Tässä tutoriaalissa on bloggaajan kasvojen lisäksi monia yksittäisiä kuvia meikkituotteista. Yhdessä tutoriaalin vaiheessa voi olla ensin esimerkiksi kuva meikkituotteesta, sitten kaksi kuvaa alapuolella vierekkäin (katso kuvat 3 ja 4). Ensimmäisestä kuvasta näkee, mihin kohtaan tuotetta laitetaan, ja toisessa kuvassa näkee, miten sitä laitetaan.



Pohjameikki

Aloitan meikin uudella meikkivoidelöydöllä: **Maybelline Dream Urban Cover Flawless Coverage** - meikkivoide, joka on ohutta, mutta peittää ja leviää hyvin! Siinä on lisäksi kerrankin korkea suojakerroin, jes!

Kuva 2. Alaotsikko, jonka yllä ensimmäiset otsikkoon kuuluvat kuvat.

Kuva 3. Kuvassa näkyy kyseisessä vaiheessa käytettävä meikkituote.

Kuva 4. Kuvan 3 alla ohjeistetaan ensin, mihin kohtaan tuotetta laitetaan. Viereisessä kuvassa näytetään levitystapa.

Kuvat ovat isompia, kuin edellisissä tutoriaaleissa, ja niitä on enemmän. Postaus alkaa ennen- ja jälkeen-kuvalla bloggaajan kasvoista. Tätä seuraa yksittäiset kuvat meikkituotteista ja niiden käytöstä. Tutoriaalin lopussa on kolme isompaa kuvaa meikkauksen lopputuloksesta.

Suurin osa tutoriaalin kuvista on kuvattu aika kaukaa, ja niissä näkyvät bloggaajan yläkroppaakin. Silmiä meikatessa kuvat ovat otettu enemmän lähietäisyydeltä (katso kuva 5), ja lopputuloksen kuvat ovat myös kuvattu hieman lähempää, joissa kamera on tarkentanut kasvoihin (katso kuva 6). Kaikki kuvat ovat värillisiä.

Kuva 5. Silmien meikkaus kuvattu lähietäisyydeltä.

Kuva 6. Meikkauksen lopputulos

Laatu ja valaistus ovat jälleen onnistuneita ja valo korostaakin hyvin hänen kasvojaan, esimerkiksi korostuskynällä meikattuja poskipäitä.

Ensimmäiset kuvat ovat kuvattu suoraan edestä bloggaajan katsoessa kameraan. Ennen-kuvassa hän on ilmeetön, kun taas jälkeen-kuvassa hän poseeraa ja hymyilee pienesti. Kuvat eri tutoriaalin vaiheista ovat kaikki kuvattu hieman sivusta, eikä hän katso kameraan, kuin yhdessä kuvassa. Yhdessä lopputuloksen kuvassa hän katsoo suoraan kameraan, yksi on kuvattu sivusta hänen katsoessaan eteenpäin, ja yksi on kuvattu ylhäältä hänen silmiensä ollessaan melkein kiinni.

Postauksen alussa on jälleen maininta mainoslinkeistä, ja tutoriaalissa onkin paljon affiliate-markkinointia.

Ida Iholla

Pikkujoulumeikki – miten ja millä tuotteilla meikki syntyi?

Tutoriaalissa on käytetty paljon kuvia ja tekstiä, ja niiden järjestys ei seuraa samaa kaavaa läpi tutoriaalin. Postaus alkaa kuvalla tutoriaalin lopputuloksesta, ja otsikostakin käy hyvin ilmi, millainen postaus on kyseessä.

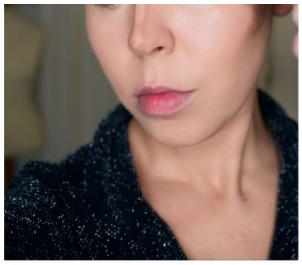
Postauksen alussa on kaksi kuvaa meikkauksen lopputuloksesta, joissa näkyvät bloggaajan kasvot ja hieman yläkroppaa (katso kuva 1). Bloggaaja on pukeutunut pikkujouluteemaan sopivaan kimallepaitaan, ja kuvat ovat kuvattu kimalletaustaa vasten. Tutoriaalin eri vaiheissa kuvissa on näkyvissä meikkivälineitä, joilla hän osoittaa aina meikattavaan kohtaan. Kuvissa on näkyvissä ainoastaan muutama meikkituote, mutta kaikki meikkituotteet luetellaan tutoriaalin lopussa.

Kuva 1. Meikkauksen lopputulos teemaan sopivalla taustalla.

Kuvat ovat laadultansa yksityiskohtaisia, vaikka niissä ei erikseen mainittavia yksityiskohtia olekaan. Bloggaaja ei myöskään kommentoi erikseen, mikä kuvissa on tärkeää, mutta hän mainitsee hyvän ihonhoidon olevan tärkeää juhlameikin alla, ja postauksessa on linkki hänen omaan aikaisempaan postaukseensa, mikä käsittelee kyseistä aihetta.

Kuten alussa mainitsin, kuvan ja tekstin yhteys ei ole yhtenäinen tutoriaalissa. Postaus alkaa kuvalla tutoriaalin lopputuloksesta, jota seuraa lyhyt kirjoitus tulevasta tutoriaalista. Bloggaaja on käyttänyt alaotsikoita, joita mielestäni on liian monta: *kestävä ja kaunis meikkipohja, iho viimeistellyksi, tarkka puuterointi, silmämeikki, näyttävä silmämeikki, glitteriä luomille, näyttävät huulet* ja *pikkujoulumeikki ja sen viimeistely*. Alaotsikkoon kuuluva ensimmäinen kuva on sen yllä, ja teksti sen alla (katso kuva 2). Kuvan ja tekstin järjestys vaihtelee tutoriaalin aikana niin, että teksti voikin olla myös kuvan yläpuolella, tai kahden kuvan välissä (katso kuva 3). Kuvan ja tekstin vaihteleva järjestys aiheuttaa hämmennystä lukijalle, ja vaikeuttaa

ohjeistuksien seuraamista. Yhdessä kappaleessa saattaa myös tulla monen eri vaiheen ohjeistukset kerralla. Tutoriaalin lopussa hän luettelee erikseen kaikki tuotteet, joita käytti tutoriaalissa, mutta kuvaa niistä ei ole.



Kestävä ja kaunis meikkipohja

Iho kosteutetaan hyvin ja aloitan meikin voidemaisilla tuotteilla iholle. Meikkivoidetta ensin

Kuva 2. Alaotsikkoon kuuluva kuva on otsikon yllä, ja teksti otsikon alla.

Viimeistelin silmämeikin alaluomelle myös. Eli mattaista punaista alaluomen ulkonurkkaan ja häivyttäen vaalealla ruskealla kohti silmän sisänurkkaa.

Kuva 3. Ohjeistus on kuvan yllä.

Lopputuloksen kuvissa bloggaaja hymyilee näyttävästi ja katsoo kameraan. Kuvat tutoriaalin eri vaiheista ovat kuvattu suurin piirtein samalta etäisyydeltä niin, että koko kasvot näkyvät, mutta silmiä meikatessa on kuvattu lähietäisyydeltä (katso kuva 3). Lopputuloksen kuvat ovat kuvattu sopivalta etäisyydeltä, sillä niissä näkyvät kasvot, hiuksia ja teemaan sopivaa vaatetusta.

Ensimmäiset kuvat postauksen alussa ovat jälkeen-kuvia tutoriaalin lopputuloksesta, ja tutoriaali alkaa ennen-kuvalla, jossa bloggaaja on levittänyt kasvoilleen meikkivoiteen valmiiksi, ja hän näyttää mihin kohtiin varjostuksia laitetaan. Tutoriaalin lopussa on jälleen yksi kuva meikkauksen lopputuloksesta.

Kuvissa on laatu ja valaistus kohdillaan, ja erittäin kirkas valo korostaa bloggaajan silmiä. Vaikka silmiä meikatessa on kuvattu todella läheltä, kuva on edelleen tarkka ja kuvissa näkyvät ihon pienetkin kaarteet. Kuvissa bloggaaja katsoo aina kameran ohi valoon, paitsi lopputuloksen kuvissa hän katsoo kameraan. Kaikki tutoriaalin eri vaiheet ovat kuvattu suoraan edestä tai hieman sivulta päin. Kaikki kuvat ovat värillisiä.

Kuva 4. Huulipunan merkki näkyy kameraan.

Kuvissa on selvästi näkyvillä meikkituotteista ainoastaan huulipuna, ja sen merkki (katso kuva 4), mutta tutoriaalin jälkeen bloggaaja on luetellut erikseen kaikki tutoriaalissa käytetyt meikkituotteet. Meikkivälineitä ei ole mainittu ollenkaan. Postaus ei kuitenkaan sisällä muiden bloggaajien tapaan affiliate-markkinointia, sillä meikkituotteita ei ole merkattu linkillä tuotteiden ostosivuille. Bloggaaja viittaa linkillä omaan aikaisempaan postaukseen, jossa hän alun perin esitteli kyseisen pikkujoulumeikin, ja joka on tehty yhteistyössä Nivean kanssa, sillä se käsittelee ihonhoitoa juhlameikin alla.

Aamujen ihonhoito ja iisi arkimeikki minuuteissa

Tässä tutoriaalissa on kuvia niin bloggaajasta, kuin myös ihonhoitotuotteista. Kuviin on jälleen panostettu, ja ihonhoitotuotteita koristaa vaaleanpunaiset ruusut taustalla (katso kuva 1). Kuvissa näkyy meikkivälineitä, jotka osoittavat meikattavaan kohtaan, ja muutama meikkituote. Postaus on tehty yhteistyössä Nivean kanssa, josta mainitaan postauksen alussa.

Kuva 1. Ihonhoitotuotteita ja taustalla ruusuja.

Kyseessä on tutoriaali, johon sisältyy myös ihonhoitoa, joten kuvissa on ehdottomasti fokuksessa puhdas ja kosteutettu iho. Kuvat tutoriaalin eri vaiheista on kuvattu lähietäisyydeltä, ja ovat niinkin yksityiskohtaisia, että kasvojen ihohuokoset näkyvät (katso kuva 2). Bloggaaja ei kuitenkaan erikseen kommentoi, mihin lukijan tulee kuvissa kiinnittää huomiota.

Kuva 2. Kuvat on kuvattu lähietäisyydeltä.

Postaus alkaa kuvalla meikkauksen lopputuloksesta, jonka jälkeen on lyhyt kirjoitus ihonhoidosta ja tulevasta tutoriaalista. Tutoriaalissa on jälleen käytetty alaotsikoita, joita mielestäni on tälläkin kertaa liian monta: *ihonhoito aamulla, hoidettu iho = kauniimpi meikki, päivävoide ja meikkivoide samalla sienellä, lämpöä kasvoille, silmien avaus, kulmat kuntoon, arkimeikki ja sen korostus, samaa sävyä huulille ja poskille, iisi 10 minuutin arkimeikki* ja *arkimeikin nopea muutos sekä puhdistus*. Alaotsikot eivät mielestäni myöskään ole loogisessa järjestyksessä, ja kaikki eivät ole tarpeellisia. Tarpeetonta on myöskin samasta tuotteesta oleva kuva useampaan kertaan. Tutoriaalissa tekstit vaihtavat järjestystä, sijoittuessaan joko kuvan alle tai ylle.

Tutoriaalin alussa on ennen-kuva, jossa bloggaaja on meikitön ja näyttää miten hän putsaa ihoaan vanulapulla. Tutoriaalin eri vaiheissa on kuvia erilaisista ihonhoitotuotteista, joita hän käyttää valmistellessaan kasvojaan meikkiä varten. Lopussa on kaksi jälkeen-kuvaa meikkauksen lopputuloksesta (katso kuva 3), ja tutoriaalin jälkeen viimeisen alaotsikon alla on kuva muutetusta meikistä, johon on lisätty silmien rajaus ja vaihdettu huulipunan sävy (katso kuva 4).

Kuva 3. Meikkauksen lopputulos.

Kuva 4. Meikkiä on muutettu.

Lopputulosten kuvat ovat kuvattu sopivalta etäisyydeltä, ja niissä näkyvät kasvojen lisäksi hieman yläkroppaa, mutta kamera on tarkentanut kasvoihin. Kaikki kuvat tutoriaalin eri

vaiheista on kuvattu lähietäisyydeltä, ja joissain ei näy kasvoja kokonaan, ainoastaan osa niistä. Kaikki tutoriaalin kuvat on kuvattu suoraan edestä tai hieman sivusta, ja bloggaaja ei katso kuvissa kameraan, vaan kameran ohi valoon. Kuvat ovat kaikki värillisiä.

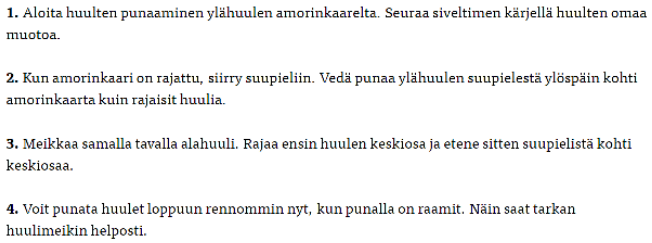
Laatu ja valaistus ovat jälleen hyviä, ja kuvissa näkyvät jopa kasvojen ihohuokosetkin. Vaikka lopputulosten kuvissa näkyy bloggaajan yläkroppaa, kamera on tarkentanut kasvoihin.

Postauksen alussa on maininta, että se on tehty kaupallisessa yhteistyössä Nivean kanssa. Postauksessa on myös affiliate-markkinointia, sillä tuotteita mainitessa ne ovat merkattu linkillä, jotka vievät lukijan klikatessaan Nivean kotisivuille.

Upea huulimeikki juhlaan – 3 x huulimeikki joka makuun

Postauksessa on kolme lyhyttä tutoriaalia huulten meikkauksesta, eri sävyillä ja eri tekniikoilla. Jokaisessa tutoriaalissa on kaksi kuvaa vierekkäin, jotka ovat numeroitu ohjeistuksien mukaan: ensimmäinen kuva on numeroitu numeroilla 1-2 ja toinen kuva numerolla 3 (katso kuva 1). Kuvien alla on lyhyt teksti tutoriaalista, sekä numeroidut ohjeet numeroilla 1-3 tai 1-4 (katso kuva 2).

Kuva 1. Numeroidut kuvat.



Kuva 2. Numeroidut ohjeet.

Postaus alkaa kuvalla, joka on ensimmäisestä tutoriaalista. Kuvassa on lähes valmiiksi meikatut huulet, ja alahuulta kohti osoittaa nestemäisen huulipunan pensseli. Kaikissa tutoriaaleissa on kuva lopputuloksesta, joka on kauempaa otettu kasvokuva, jossa lukijan huomio kiinnittyy meikattuihin huuliin (katso kuva 3). Tutoriaalin eri vaiheissa ja lopputulosten kuvissa fokuksessa ovat meikatut huulet ja kirkkaat värit. Bloggaaja ei erikseen kommentoi, mihin lukijan kuuluu kuvissa kiinnittää huomiota, mikä ei olekaan tarpeen, sillä ohjeistukset ovat hyvin lyhyet ja kuvat ovat yksinkertaisia.

Kuva 3. Ensimmäisen tutoriaalin lopputulos.

Kuvat ovat yksityiskohtaisia, sillä niissä näkyvät vain huulet. Ensimmäisessä kuvassa näkyy aina se kohta, mistä huulipunan lisäys kuuluu aloittaa, ja tekniikka, jolla huulipunaa lisätään. Viereisessä kuvassa näkyy joko jatko-ohjeistusta tai valmiiksi meikatut huulet.

Ensimmäisen kuvan jälkeen postauksessa kerrotaan lukijalle, mitä tutoriaaleissa käsitellään. Jokaisella tutoriaalilla on oma otsikko: *klassinen punainen huulimeikki*, *häivytetyt nudehuulet* ja *symmetriset vadelmahuulet*. Tutoriaalien välissä on lisäksi muutama alaotsikko erilaisista vinkeistä (katso kuva 4). Tutoriaalien kuvat ovat asetettu otsikon yläpuolelle, ja otsikkoa seuraa numeroidut ohjeistukset tutoriaalin tekoon. Jokaisessa tutoriaalissa on kaksi numeroitua kuvaa vierekkäin, ja yksi isompi kuva tutoriaalin lopputuloksesta, yhdistettynä meikattuihin kasvoihin. Ohjeistukset on numeroitu yhdestä kolmeen, tai yhdestä neljään, ja ne ovat ainoastaan muutaman lauseen pituisia, mikä tekee niistä selkeät. Postauksen lopussa on lueteltu kaikki tuotteet, joita tutoriaaleissa on käytetty: nimi, hinta ja tuotteen paras puoli. Luettelon jälkeen on lisäksi vielä yhteiskuva tuotteista (katso kuva 5).

Vinkki mattaisille huulille!

Kun peset aamulla hampaat, harjaa lopuksi hammasharjalla kevyesti myös huulet. Levitä niille sitten huulirasvaa. Näin saat huulet kuorittua ja niistä tulee pehmeän kosteutetut meikkiä varten. Etenkin mattapuna paljastaa huulten kuivuuden, ja väri voi myös hilseillä pois rumasti.

Kuva 4. Vinkki lukijoille.

Tutoriaalien kuvissa on sekä ennen- ja jälkeen kuvia, ja tutoriaaleja seuraa aina jälkeen-kuva, meikkauksen lopputuloksesta. Lopputulosten kuvissa näkyvät bloggaajan kasvot ja yläkroppaa, ja meikatut huulet ovat yhdistetty meikattuihin kasvoihin.

Kuvat tutoriaalien vaiheista ovat kuvattu lähietäisyydeltä, ja niissä näkyy ainoastaan bloggaajan huulet. Lopputulosten kuvat ovat kuvattu kauempaa, ja niissä näkyy bloggaajan kasvot ja yläkroppaa. Kuvissa hänellä on päällään kauluspaita ja hiukset ovat matalalla ponihännällä, mikä luo asiallisen ja paremmin työhakemukseen sopivan tunnelman.

Kuvat huulista ovat kuvattu melkein suoraan edestä, hieman yläviistoon. Lopputulosten kuvat ovat kuvattu suoraan edestä, ja bloggaaja katsoo kameraan. Kaikki kuvat ovat värillisiä,

kyseessähän on kirkkaat värit huulilla. Kuvat ovat tarkasti kuvattuja ja lopputulosten kuvissa valaistukseen on panostettu. Bloggaaja mainitsee postauksen lopussa, että kuvat hänestä tässä postauksessa, on ottanut ammattivalokuvaaja.

Kuva 5. Tutoriaalissa käytetyt meikkituotteet.

Tässä postauksessa ei esiinny affiliate-markkinointia, vaikka postauksen lopussa onkin kuva tutoriaaleissa käytetyistä meikkituotteista. Kuvaa klikatessa päätyy bloggaajan aikaisempaan postaukseen, mutta kyseinen sivu ei enää ole käytettävissä.

4.4 Markkinoinnin analyysi

Markkinointia on blogeissa monella tasolla: tuotteita ja niitä valmistavia yrityksiä markkinoidaan, ja lisäksi bloggaaja markkinoi itseään ja omaa brändiään. Yritykset käyttävät blogeja markkinointikanavinaan, sillä ne toimivat yrityksille nopeana ja suorana viestintäkeinona (Kilpi 2006: 45). Bloggaajan brändi muodostuu blogiprofiilista, blogin aihepiiristä ja tyylillistä seikoista, kuten blogin ulkoasusta ja kirjoitustyylistä. Kaikki nämä yhdessä muodostavat kokonaiskuvan bloggaajasta, ja bloggaaja henkilöbrändää (Laitila 2020) itseään mahdollisesti myös muilla sosiaalisen median kanavilla.

Kuvan ja tekstin analyysista kävi ilmi, että tutkimani kauneusblogit käyttävät meikkitutoriaaleissaan paljon affiliate-markkinointia, mainostamalla tietyn yrityksen tuotteita. Affiliate-markkinointi on affiliate-linkkien käyttöä, joita käytetään, kun bloggaaja mainitsee meikkitutoriaalissa käyttämänsä tuotteen, ja merkkaa tuotteen linkillä, joka vie tuotteen ostosivulle. Affiliate-markkinointi nähdään kaupallisena yhteistyönä, sillä bloggaaja voi esimerkiksi saada palkkiota sen perusteella, kuinka moni on klikannut linkkiä, tai ostanut tuotteen kyseisen linkin kautta. Mainonnan eettisen neuvoston (MEN) mukaan, affiliate-markkinoinnista tulisi mainita aina blogipostauksen alussa kirjoittamalla postauksen sisältävän mainoslinkkejä (Erkkilä 2018.). Jokaisessa tutkimassani kauneusblogissa, mainoslinkeistä on ilmoitettu postausten alussa.

Kuvan ja tekstin analyysista kävi myös ilmi, että yhdessä Ida Iholla -blogin postauksessa ilmoitetaan tehneen postaus yhteistyökumppanin, Nivean, kanssa. Kyseisessä postauksessa mainostetaan Nivean tuotteita kuvilla ja jakamalla lukijoille ihonhoitovinkkejä. Yhteistyöpostauksissa bloggaaja mainostaa tuotteita, joita yritys on lähettänyt bloggaajalle kokeiltavaksi ja arvosteltavaksi blogissaan. Tavoitteena on yrityksen saama näkyvyys tuotteelle, ja palkkiona bloggaaja saa joko rahaa tai etuja yritykseltä (Paloranta 2014: 159–160.).

Tutkimani kauneusblogit sijaitsevat eri blogialustoilla, jotka sisältävät mainontaa blogialustan toimesta. Blogialusta on nettisivu, joko ilmainen tai maksullinen, jonne oman bloginsa voi perustaa. Bloggaajilla ei itse ole vaikutusta blogialustan mainoksiin, ja mainosten aiheet vaihtelevat laidasta laitaan, eivätkä välttämättä liity blogien aihepiireihin. Mainosbannereita käytettäessä mainostaja on selvästi näkyvissä, ja ne erottuvat selkeästi blogin sisällöstä (KKV 2013). Mainokset sijaitsevat blogeissa useimmiten heti postauksen alussa, ensimmäisen kuvan jälkeen, satunnaisesti postauksen sisällä ja postauksen lopussa. Lisäksi sivun reunoissa on vähintään yksi mainosbanneri. Satunnaisesti jopa koko postausta saattaa ympyröidä yksi mainos, joka näkyy koko sivun reunoilla. Mainokset ovat useimmiten videomuodossa, ja mainosta klikkaamalla pääsee mainostetun yrityksen nettisivuille.

Vieraillessani nyt Glitz & Glam -blogissa, mikä sijaitsee blogialustalla anna.fi, esillä on seuraavia mainoksia: postauksen otsikon ja ensimmäisen kuvan jälkeen on KELA:n mainos, jonka jälkeen seuraa muutama kappale tekstiä ja videomainos Nextstory.fi:ltä. Seuraavan kuvan jälkeen on Radio Novan mainos, joka toistuu postauksen jälkeen. Postauksen oikeassa reunassa on Lähitapiolan mainos.

Ida Iholla -blogi sijaitsee blogialustalla terve.fi. Tarkastellessani blogin uusinta postausta, blogin logon alapuolella on koko sivun peittämä mainos yritykseltä RugVista. Postauksen puolessa välissä on mainos lääkkeestä Gynevia, ja ennen postauksen loppua, on jälleen mainos Rugvista:lta. Postauksen lopussa ennen kommenttikenttää on Motonetin mainos.

Nude-blogi sijaitsee blogialustalla lily.fi. Blogin etusivulla logon alapuolella on ensimmäinen mainos, Ruokaboksilta, jonka jälkeen alkaa blogin uusin postaus. Postauksen aikana ei näy lainkaan mainoksia, ja seuraava mainos, vaateliike Cubukselta, on vasta postauksen lopussa kommenttikentän jälkeen, ennen seuraavaa postausta.

Blogialusta anna.fi, sisältää kolmesta blogialustasta eniten mainoksia. Blogialustojen mainokset voidaan osittain yhdistää blogialustan brändiin, sillä esimerkiksi terve.fi

blogialustalla oli mainos Gynevia-lääkkeestä. Vaikka bloggaajilla ei ole vaikutusta blogialustan mainoksiin, lukijat yhdistävät mainokset bloggaajan viestintään.

Blogien mainonta on kokonaisuus, ja affiliate-markkinoinnin ja blogialustan mainosten lisäksi, bloggaajat markkinoivat omaa brändiään. Oman brändinsä markkinointi, henkilöbrändäys, tapahtuu blogin ja muiden aktiivisten sosiaalisen median kanavien kautta. Bloggaajan blogiprofiili on tärkeä osa markkinointia, ja siihen liittyvät blogin ulkoasu ja bloggaajan oma tyyli. Tyyliin voi luokitella blogin aihepiirin, kuvat ja kirjoitustyylin. Blogin tulisi olla persoonallinen, ja bloggaajan on hyvä löytää oma tyylinsä (Kortesuo 2018: 60).

Jokaisella tutkimallani blogilla on käytössään muitakin sosiaalisen median kanavia bloginsa lisäksi, kuten Instagram ja Youtube. Blogissa he mainostavat muita kanaviaan, joissa he mainostavat jälleen blogiaan. Kaikki kanavat yhdessä markkinoivat bloggaajan brändiä.

Bloggaajan blogiprofiilista käy useimmiten ilmi bloggaajan ikä, ammatti, kiinnostuksenkohteet ja blogin aihepiiri. Nämä kaikki ovat suuressa osassa, aihepiiri varmasti suurimmassa, kun lukija valitsee itselleen luettavan blogin. Blogin lukijakunta voidaan nähdä bloggaajan peilinä, eli voidaan olettaa lukijakunnan koostuvan samanhenkisistä ihmisistä, kuin bloggaaja (Kuvaja & Taljavaara 2010: 49). Blogin ulkoasu ja esimerkiksi logo markkinoivat blogia blogiprofiilin lisäksi. Mitä panostetumpi ulkoasu, sen enemmän lukijoita.

Kuvat antavat usein mainosmaisen vaikutelman (Korpela 2002), johon bloggaajat pyrkivätkin, ja ovat täten suuri osa blogin markkinointia. Kuvat voivat tuoda enemmän kävijöitä sivustolle (CTA 2018), ja kuvan ja tekstin analyysista kävikin ilmi, että bloggaajien kauneustutoriaalit ovat kuvia täynnä. Bloggaajien muissa sosiaalisen median kanavissa esiintyy myös paljon videomateriaalia.

Ulkoasun ja kuvien lisäksi, bloggaajan kirjoitustyyli on osa markkinointia. Kirjoitustyyli on aina persoonallinen, sillä blogitekstit ovat päiväkirjamaisia kirjoituksia (Kilpi 2006: 5). Kirjoitustyylillä on vaikutus bloggaajan ja lukijan väliseen yhteyteen, esimerkiksi siten, että kokeeko lukija bloggaajan lähestyttävänä. Dialogisuus on blogeissa suurta, ja useimmiten bloggaaja esittää lukijoille mielipidekysymyksiä, ja lukijat lähestyvät bloggaajaa mieltä askarruttavilla kysymyksillä. Kirjoitustyylissä erottuvat muun muassa alku- ja lopputervehdykset, lyhenteiden käyttö, kuvaavien sanojen ja emojien käyttö.

Alku- ja lopputervehdykset ovat blogipostauksissa tavallisia, ja niiden avulla bloggaaja luo itsestään tiettyä kuvaa lukijoilleen. Mukavat tervehdykset ja esimerkiksi lukijoiden

kuulumisten kysyminen, luovat bloggaajasta helposti lähestyttävän ja inhimillisen kuvan. Emojien käyttö, jota esiintyy paljon Ida iholla -blogissa, on myös osa bloggaajan markkinointia. Emojien käyttö voidaan yhdistää esimerkiksi nuorekkuuteen ja hauskuuteen. Uskoisin kuvaavien sanojen käytön, kuten adjektiivien, olevan suuressa osassa kauneusblogien kirjoitustyyliä. Mitä tarkemmin ja paremmin esimerkiksi kauneustuotteita kuvaillaan, sen houkuttelevimpina ne esiintyvät lukijoille. Muutkin sanavalinnat vaikuttavat kirjoitustyyliin, esimerkiksi kauneusblogeissa on hyvä käyttää kauneusalan sanoja, ja meikkitutoriaalissa vaikuttaa asiantuntevalta.

4.5 Meikkitutoriaalien toimivuus

Analysoituani bloggaajien yhtäläisyydet ja eroavuudet, kuvan ja tekstin käytön, sekä markkinoinnin meikkitutoriaaleissa, pyrin saamaan vastauksen viimeiseen tutkimuskysymykseeni, eli ovatko kauneusblogien meikkitutoriaalit hyvistä ohjeistuksista annettujen ohjeistuksien mukaisia, ja näin ollen toimivia lukijan kannalta. Analysoin tutoriaaleissa otsikot, imperatiivin ja numeroitujen ohjeistuksien käytön, meikkituotteiden esilletuonnin, mainonnan ja henkilöbrändäyksen toimivuuden, sekä miten kokonaisuus toimii: pystyykö lukija toteuttamaan ohjeistuksien avulla saman lopputuloksen.

Kuvan ja tekstin käyttö onnistui parhaiten Nude-blogin meikkitutoriaaleissa, sillä niiden käyttö oli järjestelmällistä ja yhtenevää. Kuvaruudukot ja numeroidut kuvat ja ohjeet, tekevät ohjeistuksista helposti seurattavia, eikä lukijan tarvitse arvuutella, mikä vaihe tutoriaalista kuuluu mihinkin kuvaan. Kuvan ja tekstin käyttö vastaa annettuja ohjeita kuvan ja tekstin käytölle, ja niiden välillä on Korpelan mainitsema toimiva fyysinen yhteys. Dokumentin jäsentäminen on onnistunutta, eikä kappaleiden välissä ole turhia kappaleita tai kuvia, ja kuvat ovat aseteltu ennen tekstiä, sillä kuvat toimivat orientaatioperustana tekstin ymmärtämiselle (Korpela 2002). Lukija saa heti postausten alussa tietää selvästä otsikosta, että kyseessä on meikkitutoriaali ja millainen meikki on kyseessä. Ohjeistukset ovat lyhyitä ja selkeitä, niin kuin toimivassa ohjeistuksessa pitääkin olla. Blogissa käytettävät kuvat ovat laadukkaita, ja niissä toimivat valaistus ja kameran tarkennus. Kuvaruudukoiden kuvat ovat sopivan kokoisia, ja lähes koko ruudukko mahtuu kerrallaan tietokoneen ruudulle. Kuvat meikkausten lopputuloksista ovat isoja ja selkeitä, ja lukija näkee mainiosti kokonaiskuvan. Lopputulosten kuvissa ei kuitenkaan ole huomioitu kuvien koon tärkeyttä, sillä todella suuret kuvat voivat hidastaa nettisivun toimintaa (Korpela 2002), eikä kuva mahdu kokonaisuudessaan ruudulle.

Kuvat ovat meikkitutoriaaleille tyypillisiä, sillä bloggaaja osoittaa aina kuvissaan meikattavaan kohtaan.

Glitz & Glam -blogissa on myös onnistuttu järjestelmällisessä ja toimivassa kuvan ja tekstin käytössä. Postausten alussa kerrotaan lukijoille kuulumiset, ja millainen meikkitutoriaali on kyseessä. Tutoriaaleissa käytettävät kuvat ovat kaikki isoja ja laadukkaita, joissa kameran tarkennus toimii ja värit ovat hyvin esillä. Tyypillistä kuvissa on bloggaajan osoittaminen meikattavaan kohtaan, mikä myös helpottaa ohjeistuksien hahmottamista lukijalle. Kuvan ja tekstin fyysinen yhteys toimii, vaikka kuvia onkin paljon tutoriaaleissa. Kuvat ovat korvaamattomia ja tulevat aina ennen tekstiä, jolloin teksti täydentää kuvaa. Ohjeistukset ovat kauttaaltaan sopivan mittaisia, eli noin muutaman lauseen pituisia. Lopputulosten kuvaaminen eri kuvakulmista on lukijalle mieluisaa, ja niissäkin kuvissa valaistus toimii ja vain oleellinen on esillä. Tutoriaalissa, *Kesäinen smokey eye –meikki – Heat smokey eye tutoriaali*, on panostettu kuvien visuaalisuuteen, asettelemalla muutaman kuvan taustalle neilikoita ja kesäiseen teemaan sopivat aurinkolasit, mikä miellyttää lukijan silmää.

Ida Iholla -blogissa kuvan ja tekstin käyttö ei ole yhtä toimivaa, kuin muissa. Meikkitutoriaaleissa silmäänpistävää ja toimivuuden hankaloittavaa on monien alaotsikoiden käyttö, sekä kuvan ja tekstin horjuva fyysinen yhteys. Kuvan ja tekstin järjestys vaihtelee kesken tutoriaalin, mikä aiheuttaa lukijalle vaikeuksia hahmottaa ohjeistuksien järjestystä. Kuvat itsessään ovat kuitenkin laadukkaita ja tarkoin harkittuja, ja esimerkiksi ihonhoidon meikkitutoriaalissa, kuvat ovat todella tarkkoja. Huulimeikin tutoriaalissa bloggaaja on käyttänyt numeroituja kuvia ja ohjeistuksia, mikä toimii paremmin. Teksteissä on paljon hymiöitä mukana, mikä tuo niihin persoonallisuutta. Osassa kuvia on panostettu visuaalisuuteen, käyttämällä teemaan sopivaa vaatetusta ja panostettu kuvien taustaan: pikkujoulumeikin tutoriaalissa kuvat on kuvattu kimalletaustaa vasten, ja Nivean tuotekuvissa taustalle on aseteltu väreihin sopivia vaaleanpunaisia ruusuja. Toimivaa tutoriaaleissa on kaikkien tuotteiden maininta erikseen postauksen lopussa, joten lukija voi kätevästi tehdä itselleen ostoslistan. Postauksissa on myös paljon vinkkejä lukijoille, ja Martikaisen (2020) ohjeidenkin mukaan, lukijaa kannustetaan kokeilemaan niitä. Ohjeita kirjoittaessa on mahdollista estää lukijan tekemät virheet ja tarjota ratkaisu virheelle (Martikainen 2020). Bloggaajan ihonhoitotutoriaalissa neuvotaan miten meikin voi korjata, jos esimerkiksi ripsiväriä osuu vahingossa iholle.

Tutoriaalien otsikoiden käyttö on toimivaa kaikilla bloggaajilla. Blogipostauksissa otsikko on tärkeä (Kortesuo 2018: 67), ja ohjeistuksissa otsikosta pitää nähdä kokonaisuus siitä, mitä ohjeistus tulee käsittelemään (Martikainen 2020). Kaikilla bloggaajilla on tutoriaaleissaan selvä otsikko, josta käy ilmi, että kyseessä on meikkitutoriaali. Otsikoista käy osittain myös ilmi millainen meikkitutoriaali on kyseessä. Selvää otsikkoa tukee postauksen alussa olevat kuvat meikkauksen lopputuloksesta, joita lähes kaikissa postauksissa oli.

Ohjeita kirjoittaessa yksi tärkeimmistä säännöistä on imperatiivin, eli käskymuodon käyttö (Kotus). Kaikki bloggaajat onnistuivat imperatiivin käytön kanssa meikkitutoriaaleissaan (katso esimerkit 1, 2 ja 3). Esimerkkilauseissa on lihavoitu imperatiivissa olevat verbit.

> Esimerkki 1. **Levitä** sisänurkkaan vaaleanpronssista luomiväriä litteällä siveltimellä. Minulla käytössä paletin Sassy Brassy, joka on vaalea pronssi. **Levitä** luomiväri noin puoleen väliin liikkuvaa luomea.
>
> (*Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin*, 5.8.2019 Glitz & Glam)
>
> Esimerkki 2. **Tee** sitten kissansilmärajaus (ohjeet) koko silmän pituudelta. Käytin tähän NYX Liquid Eyeliner Matte* -nestemäistä rajausväriä, jossa on ihan supertarkka sivellin ja tästä onkin tullut mun yksi uus lemppari.
>
> (*Tutorial: kimaltava persikkainen silmämeikki*, 3.2.2020 Nude)
>
> Esimerkki 3. **Meikkaa** samalla tavalla alahuuli. **Rajaa** ensin huulen keskiosa ja **etene** sitten suupielistä kohti keskiosaa.
>
> (*Upea huulimeikki juhlaan – 3 x huulimeikki joka makuun*, 13.12.2019 Ida Iholla)

Lukijaa ei esimerkiksi pyydetä sivelemään tiettyä luomivärin sävyä, tiettyyn kohtaan silmäluomea, vaan lukijaa käsketään tekemään niin. Imperatiivin käyttöä ei ohjeistuksissa nähdä määräilevänä, vaan sen käyttö ymmärretään apuna, parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi. Tutoriaaleja seuratessa lukija ei välttämättä edes kiinnitä huomiota käskymuotoon, sillä tutoriaalithan ovat sitä varten, että niissä olevia ohjeistuksia seurataan. Saavuttaakseen parhaan lopputuloksen meikkauksessa, tutoriaalin jokaista vaihetta on hyvä seurata. Kaikkien bloggaajien meikkitutoriaaleissa on myös tehty selväksi lukijalle, mikä tutoriaalissa on vapaaehtoista, ja mitä on pakko tehdä (katso esimerkki 4).

> Esimerkki 4. Levitä sitten ripsaria ylä- ja alaripsiin (TonyMolyn Panda’s Dream -ripsiväriä) ja kiinnitä halutessasi irtoripset. - -
>
> (*Tutorial: kimaltava persikkainen silmämeikki*, 3.2.2020 Nude)

Imperatiivin lisäksi, kahdessa blogissa näkyi preesensin, imperfektin ja passiivin käyttöä ohjeistuksissa. Nude-blogin tutoriaalissa, *tutorial: koko meikki markettien uutuuksilla* (2.9.2019), ohjeistus on kirjoitettu preesensissä, eli nyt-muodossa (katso esimerkki 5). Esimerkkilauseessa on lihavoitu preesensissä olevat verbit. Preesensin käyttö toimii myös hyvin ohjeistuksissa, mutta voisi sopia paremmin videomuotoon.

> Esimerkki 5. Seuraavaksi **peitän** tummat silmänaluset myöskin erittäin päteväksi toteamallani Maybelline Superstay Full Coverage Under-Eye Concealerilla. **Heitän** silmien alle pari pitkää viivaa ja lisäksi **levitän** sitä silmäluomille, otsalle ja leualle. Omani on sävyä Light 15. **Levitän** ja **häivytän** peiteaineen Beautyblenderillä.

Ida Iholla -blogin tutoriaalissa, *Aamujen ihonhoito ja iisi arkimeikki minuuteissa*, käytetään sekaisin imperatiivia, preesensiä, imperfektiä eli mennyttä muotoa, ja passiivia (katso esimerkit 6, 7, 8 ja 9). Kaikkien eri muotojen käyttö erikseen ohjeistuksessa olisi toimivaa, mutta muotojen sekoittaminen ei tee tekstistä yhtenäistä.

> Esimerkki 6. Lopuksi **harjaa** kulmat läpi.
>
> (imperatiivimuoto lihavoitu)
>
> Esimerkki 7. Itse **levitän** päivävoiteen kasvoille kostutetulla meikkisienellä!
>
> (preesensmuoto lihavoitu)
>
> Esimerkki 8. Itse **tein** tähän vielä vaan pari minuuttia kestävän yläluomen sisärajauksen, - -
>
> (imperfektimuoto lihavoitu)
>
> Esimerkki 9. Eli ensin **kostutetaan** meikkisieni ja sillä päivävoide painellen kauttaaltaan kasvoille ja kaulalle.
>
> (passiivimuoto lihavoitu)

Numeroidut ohjeistukset tekevät tutoriaaleistakin järjestelmällisempiä, ja tutoriaalien vaiheissa on helpompi pysyä mukana. Numeroituja luetteloitakin voi käyttää ohjeistuksissa esimerkiksi silloin, kun pitää luetella monta tuotetta (Kotus). Tutoriaalin seuraamisesta ei voisi tulla helpompaa, kun numeroidut ohjeistukset ovat yhdistetty numeroituihin kuviin. Tutkimistani blogeista, Nude-blogissa, käytetään eniten numeroituja ohjeistuksia ja kuvia, kahdessa tutoriaalissa: *tutorial: simppeli ja värikäs silmämeikki* ja *tutorial: kimaltava persikkainen silmämeikki*. Glitz & Glam -blogissa ei käytetty numeroita apuna laisinkaan, ja Ida Iholla -

blogissa vain yksi tutoriaali, *Upea huulimeikki juhlaan – 3 x huulimeikki joka makuun!*, toteutettiin numeroiduin ohjeistuksin ja kuvin. Numeroituja luetteloita, esimerkiksi tutoriaalissa käytettävistä tuotteista, ei ollut yhdessäkään blogissa.

Markkinoinnin analyysista kävi ilmi, että suurin osa tutoriaaleista sisälsi affiliate-markkinointia, jonka tarkoituksena on tuoda esille meikkituotteita- ja/tai välineitä. Tuotteita tuotiin esiin affiliate-linkeillä, ja esittelemällä tuotteita tutoriaalin kuvissa. Kuvissa on näkyvillä tuote niin, että tuotteen merkki on suunnattu kameraan päin. Tuotteet ovat joko aseteltu jonkin tason päälle, tai niitä pidetään kädessä. Affiliate-linkkien ja tuotteiden mainostus kuvissa toimii, ja mainonnasta on mainittu aina postauksen alussa, Mainonnan eettisen neuvoston ohjeiden mukaan. Tuotteiden mainostus ei tunnu väkinäiseltä, eikä lukijoita käsketä ostamaan niitä. Blogialustan mainoksia on mielestäni liikaa, ja mainosbannerit saattavat aiheuttaa lukijalle ärsytystä, sillä ne voivat ponnahtaa ruudulle kesken postauksen lukemisen.

Kaikkien blogeista ja postauksista tulee esiin bloggaajan oma tyyli. Blogiprofiileista käy ilmi bloggaajan ammatti ja kiinnostuksenkohteet, joihin lukija voi mahdollisesti samaistua. Jokaisen blogiprofiili antaa bloggaajasta lähestyttävän kuvan, sillä he rohkaistavat lukijoitaan olemaan heihin yhteydessä. Jokaisessa blogissa on persoonallinen logo, joka kuvastaa bloggaajaa ja hänen tyyliään: Glitz & Glam:in logosta tulee mieleen meikkaava perheenäiti, jolle kauneus toimii harrastuksena ja intohimona. Nude:lla on pelkistetty, taiteellinen logo, joka kuvastaa hänen pelkistettyänsä ja luonnollista tyyliä, mikä näkyy meikkitutoriaaleissa. Ida Iholla -blogin logo edustaa nuorta ja iloista henkilöä, kenties muodista kiinnostuvaa. Kaikkien tutoriaaleissa näkyy myös oma kirjoitustyyli, esimerkiksi alku- ja lopputervehdysten käytössä. Glitz & Glam -blogissa kieli on tarkempaa ja teksteissä mainitaan lukijat useasti. Nude-blogissa pysytään enemmän aiheessa, eikä kirjoitella paljoa omista kuulumisistaan. Kirjoitustyylillään Ida Iholla -blogi erottuu joukosta puhekielellä ja hymiöiden käytöllä. Hänen kirjoituksensa eivät myöskään ole niin tarkoin harkittuja ja hän käyttää useita slangisanoja. Bloggaajat mainostavat omaa brändiään mainitsemalla omia aikaisempia postauksia, ja ohjaamalla lukijan niihin linkeillä. Jokainen myös mainostaa muita omia sosiaalisen median kanaviaan.

Kaikki analyysissa esiintyvät asiat huomioon ottaen, jokaisen blogin kolme meikkitutoriaalia ovat toimivia. Glitz & Glam ja Nude-blogin tutoriaalit toimivat kuitenkin paremmin, kuin Ida Iholla -blogin tutoriaalit, niiden järjestelmällisyyden ja kuvan ja tekstin toimivan fyysisen yhteyden takia. Jokaisessa blogissa kuvat ovat tarkoin harkittuja, ja ohjeistuksista käy ilmi,

mitä lukijan pitää tehdä. Lukija saa jo otsikosta tietää mitä on luvassa, ja jokaisella on tutoriaaleissa useita kuvia meikkauksen lopputuloksesta. En nähnyt teksteissä sellaisia virheitä, jotka olisivat johtuneet huolimattomuudesta tai tekstin tarkastamatta jättämisestä. Ohjeissa säilyy yhtenäisyys sanavalinnoissa ja kirjoitusasussa, mutta rakenteessa on parantamista, varsinkin Ida Iholla -blogissa. Lukijat otetaan huomioon ja tutoriaaleissa annetaan vaihtoehtoja, sekä vinkkejä lukijoille. Tutoriaaleissa on vinkkejä esimerkiksi oikeasta meikkaustavasta erimallisille kasvoille, ja miten jonkin asian saa tehtyä helpommin, mikä onkin osa tutoriaalien koko tarkoitusta. Lukijat pystyvät toteuttamaan meikkauksen lopputuloksen, vaikka heillä ei olisikaan juuri samoja tuotteita käytössään, kuin bloggaajalla. Kaikista tuotteista kuitenkin kerrotaan, mikäli lukija olisi kiinnostunut sellaisen ostamaan, mutta pakkomyyntiä blogeissa ei esiinny. Bloggaajat ovat aktiivisia myös postausten kommenttikentässä, ja vastaavat lukijoiden mieltä askarruttaviin kysymyksiin, tai vuorostaan ottavat vastaan vinkkejä lukijoilta.

5. Pohdinta

Tutkimalla meikkitutoriaalien piirteitä, sisältöä ja järjestystä, olen selvittänyt, minkälainen genre meikkitutoriaali on. Tutkin meikkitutoriaalien toimivuutta niissä esiintyvien yhtäläisyyksien ja eroavuuksien, kuvan ja tekstin käytön ja markkinoinnin kautta. Vertasin meikkitutoriaaleissa olevia ohjeistuksia, hyvän ohjeistuksen ohjeisiin, nähdäkseni niiden toimivuuden. Aikaisempia tutkimuksia meikkitutoriaaleista ei ole, ja koen, että tutkimustani voi käyttää, kun tutkitaan blogosfäärin maailmaa muiden näkökulmien kautta.

Tutkimuksessani havainnoin kolmea kauneusblogia eri blogialustoilta, joita jokaista kirjoittaa itsenäinen bloggaaja. Jokaisesta blogista valitsin kolme blogipostausta, jotka ovat meikkitutoriaaleja. Tarkastelin meikkitutoriaalien toimivuutta kolmen tutkimuskysymyksen kautta: mitä yhtäläisyyksiä ja eroavuuksia meikkitutoriaaleissa on, miten bloggaajat ovat yhdistäneet kuvan ja tekstin käytön, sekä millaista markkinointia blogipostauksissa on käytetty. Näiden tutkimuskysymysten kautta hain vastausta neljänteen tutkimuskysymykseeni, ovatko kauneusblogien meikkitutoriaalit hyvistä ohjeistuksista annettujen ohjeistuksien mukaisia.

Tässä pro gradu -tutkielmassa on esitetty teoriaa blogeista kokonaisuutena, sekä blogien tekstilajista. Teoriaosassa on myös esitetty kauneus tekstilajina, ohjeita hyvälle ohjeistukselle sekä kuvan ja tekstin käyttöä yhdessä.

Tutkimuksen valmistuttua kaksi kolmesta blogista sijaitsee edelleen kauneusaiheisten blogien, Suomen blogit top 10 -listalla. Blogien suosiosta voi päätellä, että ne ovat lukijoiden mielestä ainakin pääosin toimivia. Tutkimukseni tuloksista voi päätellä, että tutkimukseen valitut bloggaajat voisivat kuitenkin kaikki parantaa meikkitutoriaalejaan, etenkin kuvan ja tekstin käytössä. Kaikki meikkitutoriaalit olivat toimivia siltä osin, että lukija pystyy saaduilla ohjeistuksilla toteuttamaan saman lopputuloksen, kuin bloggaaja. Blogi, jonka totesin analyysissa vähiten toimivaksi, on sen päivitys lopetettu. Tästä voi mahdollisesti päätellä, että blogin lukijakunta väheni, mutta en voi varmaksi sanoa sen johtuvan postausten toimivuudesta.

Tutkimukseen olisi voinut lisätä haastatteluja bloggaajien kanssa, saadakseen paremman kuvan esimerkiksi heidän panostuksestaan blogeihinsa - pyrkivätkö he saamaan kuuluisuutta ja ansaitsemaan elantonsa blogilla, vai pysyykö blogi vain piristävänä ja rentouttavana harrastuksena arjessa. Jatkotutkimusta aiheelle voisi olla opaskirjan teko meikkitutoriaaleille. Tulokset saivat pohtimaan, mikäli kauneusblogeilla pitäisi olla yhtenäinen suositus meikkitutoriaalien teolle, tai blogipostauksille ylipäätänsä. Tuloksia voi hyödyntää, kun yritys etsii itselleen yhteistyökumppania, markkinoimaan tuotteitaan. Tuloksia voi myös käyttää, kun tutkitaan sosiaalisen median vaikuttajia ja esimerkiksi heidän kuviaan tai markkinointia.

6. Analyysin kokoavaa tarkastelua

Ensimmäisestä tutkimuskysymyksestä kävi ilmi, että eri kauneusbloggaajien meikkitutoriaaleissa on runsaasti yhtäläisyyksiä odotuksen mukaisesti, ja vain muutamia eroavuuksia. Yhtäläisyyksiä meikkitutoriaaleissa ovat small talk ja tutoriaalin pohjustaminen postauksen alussa, kuvat meikkauksen lopputuloksesta, viittaaminen omiin aikaisempiin postauksiin, lukijoiden huomioiminen ja vaihtoehtojen anto tutoriaalien eri vaiheissa. Jokaisen postauksen lopusta löytyy myös avainsanoja. Muut yhtäläisyydet mainitsen kuvan ja tekstin, ja markkinoinnin analyysin kokoavassa tarkastelussa. Eroavuuksia on affiliate-markkinoinnin käytössä, jota yksi bloggaaja käyttää ainoastaan yrityksen kanssa yhteistyössä tehdyssä postauksessa. Yhdellä bloggaajalla on kahdessa kolmesta postauksesta kuva meikkauksen lopputuloksesta vasta tutoriaalin lopussa, ja sama blogi erottuu myös numeroiduilla kuvilla ja ohjeistuksilla.

Kuvan ja tekstin analyysista kävi ilmi, että kuvan ja tekstin käyttö on hyvin samanlaista bloggaajilla ja pääosin toimivaa, mutta parannettavaakin löytyy. Hypoteesini kävi toteen myös kuvan ja tekstin analyysissa. Kuvat toimivat korvaamattomina kaikissa tutoriaaleissa, ja teksti

täydentää kuvia. Kuvien sisältö on pääosin samanlaista: kuvissa osoitetaan aina meikattavaan kohtaan, joko meikkituotteella- tai välineellä. Jokaiselle tutoriaalin vaiheelle on oma kuva, ja ne ovat värillisiä, tarkkoja, laadukkaita ja hyvin valaistuja. Kuvissa katsotaan yleensä suoraan kameraan ja silmien meikkaus on kuvattu lähempää, kun taas meikkauksen lopputulokset ovat kuvattu kauempaa. Meikkitutoriaalit aloitetaan joko meikittömällä kuvalla, tai kuvalla, jossa pohjameikki on tehty valmiiksi. Joissakin tutoriaaleissa kuvien visuaalisuuteen on panostettu teemaan sopivalla taustalla ja/tai vaatetuksella, ja erilaisella rekvisiitalla. Bloggaajilla on kuvissa aina ammattimainen ilme kasvoilla ja hymyilyä näkyy vain lopputulosten kuvissa.

Jokaisessa postauksessa kerrotaan tutoriaalin alussa, millainen tutoriaali on kyseessä, ja bloggaajien ohjeistukset ovat sopivan mittaisia. Vaikeuksia kuvan ja tekstin fyysiselle yhteydelle tuottaa liika alaotsikoiden käyttö ja kuvan ja tekstin järjestyksen vaihtelu. Ainoastaan yhdessä blogissa käytetään kahdessa kolmesta postauksesta numeroituja kuvaruudukoita ja ohjeistuksia, jotka toimivat parhaiten.

Markkinointia esiintyy blogeissa niin bloggaajan, kuin myös blogialustan kautta. Postauksissa on eniten affiliate-markkinointia, kun bloggaajat käyttävät affiliate-linkkejä mainitessaan tutoriaalissa käytettäviä tuotteita. Henkilöbrändäystä blogeissa esiintyy blogin ulkoasun, blogiprofiilin, kuvien ja kirjoitustyylin kautta. Blogialustan mainontaa on paljon vaihtelevien mainosbannereiden muodossa, jotka voivat liittyä blogin aiheeseen. Hypoteesini markkinoinnin suhteen, että jokaisessa postauksessa markkinoidaan jotakin tuotetta, kävi toteen. Arvelin myös, että suurin osa postauksista on tehty yhteistyössä yritysten kautta, mutta vain yhdessä postauksessa mainitaan erillinen yhteistyö yrityksen kanssa.

Meikkitutoriaalien toimivuus onnistui parhaiten yhdessä blogissa, jossa käytetään numeroituja kuvaruudukoita ja ohjeistuksia, ja kuvan ja tekstin välillä on toimiva fyysinen yhteys. Yhdessä blogissa toimivuus onnistui huonoiten, liiallisten alaotsikoiden, kuvan ja tekstin horjuvan fyysisen yhteyden, ja ohjeistuksissa aikamuotojen sekoittamisen takia. Kauneusbloggaajien meikkitutoriaalit vastaavat hyvän ohjeistuksen ohjeita selvillä otsikoilla ja lukijalle kerrotaan postauksen alussa, millaisesta tutoriaalista on kyse. Imperatiivia on käytetty eniten ja numeroituja ohjeistuksia on kahdella kolmesta bloggaajasta.

Svensk sammanfattning

Analys av sminkguider i skönhetsbloggar

Ämnet för denna pro gradu-avhandling är skönhetsbloggar och deras sminkguider. Bloggosfären har växt enormt under 2000-talet, det är fler människor som vill driva en blogg och företag använder bloggar i deras marknadsföring. Under coronaepidemin har människors användning av bloggar och olika guider ökat, eftersom man måste sysselsätta sig hemifrån. Skönhetsbloggar är bloggar med ämnet skönhet, vilket för det mesta innebär sminkguider, recensioner av produkter och råd för bloggens läsare. En guide (eng. tutorial) är en anvisning som är gjord för att antingen lära andra något nytt eller lätta till en vardaglig sak. Sminkguider i skönhetsbloggar innebär oftast samarbete mellan ett företag och en bloggare. Oftast handlar samarbetet om produktutskick och/eller ekonomisk ersättning för bloggaren. Sminkguider som är gjorda som samarbeten inkluderar ofta reklam för produkter och till exempel länkar till företagens sidor där man kan köpa produkten, det vill säga affiliatemarknadsföring.

I min undersökning observerar jag tre olika skönhetsbloggar. Ur varje blogg har jag valt tre blogginlägg som är sminkguider. Bloggarna är valda från *blogit.fi* bland de tio populäraste skönhetsbloggarna och varje blogg drivs av en självständig bloggare. Blogginläggen valde jag enligt temat sminkguider. Undersökningen är en kvalitativ forskning med observation som forskningsmetod. Avsikten med min undersökning är att analysera funktionaliteten i sminkguiderna. Funktionaliteten analyserar jag via likheter och olikheter, sambandet mellan bild och text samt hurudan marknadsföring blogginläggen innehåller. Till sist analyserar jag deras funktionalitet genom att jämföra bloggarnas anvisningar med riktlinjen för en bra anvisning.

I teorikapitlet behandlar jag bloggar, skönhet som en genre, riktlinjen för en fungerande anvisning och sambandet mellan bild och text.

En blogg kan beskrivas som en dagbok på nätet och vem som helst kan driva en blogg. Bloggar kan vara privata, det vill säga att en privatperson driver bloggen, eller de kan vara ägda av ett företag och då är bloggaren ansvarig gentemot företaget. Som genre hör bloggtexter till skönlitterära texter och de kännetecknas av reklam, samarbete och texter om egna erfarenheter. Bloggtexter kan vara både deskriptiva och narrativa, speciellt i skönhetsbloggar då en bloggare beskriver och recenserar olika skönhetsprodukter. I en skönhetsblogg behandlar typiska blogginlägg följande: bedömning, provning och presentation av produkter, tips om hår- och hudvård, smink- och hårguider och reklam för produkter.

För att skriva en fungerande anvisning bör man ha en klar och tydlig rubrik. I en sminkguide är det till nytta om läsaren får veta i början av inlägget hurudant smink det är fråga om. En anvisning skall vara rättskriven, men i bloggar kan man även använda talspråk. Anvisningar bör skrivas i imperativ för att underlätta läsarens förståelse om vad som är obligatoriskt och valfritt att göra. Att uppehålla ordningen i texten är viktigt och numrerade anvisningar är till nytta.

Bild och text används i samband då den ena ensamt inte kan förmedla betydelsen. En bild kan användas på tre olika sätt: den kan vara oersättlig, fungera som ett stöd till texten eller som en intresseväckare. Det viktigaste är att bilden och texten har en fungerande fysisk relation och bilden kommer alltid antingen före eller efter texten, och samma ordningsföljd följs under hela texten.

Analysen av likheter och olikheter avslöjade följande likheter: varje bloggare börjar sitt inlägg med småprat och berättar hurudan guide det är fråga om. Två av tre bloggare använder även bilder av sminkets slutresultat i början av inläggen. Varje bloggare har länkar till sina tidigare inlägg, speciellt ifall inläggen innehåller tips som kan behövas i guiden eller beskrivning av en produkt som används. Det finns reklam i alla bloggplattformar och varje blogg har affiliatemarknadsföring i sina inlägg. Varje bloggare iakttar sina läsare i inläggen och svarar på frågor i kommentarsfältet. En olikhet som kom fram är att endast en av bloggarna har inlägg i samarbete med ett företag. Min hypotes var att eftersom bloggarna hör till samma genre har de flera likheter än olikheter.

Sambandet mellan bild och text fungerar mestadels i alla bloggar och bilderna fungerar som oersättliga, det vill säga att texten stöder bilden. Typiskt i bilderna är att fotografera sminkets resultat ur olika vinklar och placera bilderna både i början och i slutet av guiden. Då bloggare ger anvisningar för sminkning av ögonen är bilderna närbilder. I varje bild, förutom i bilder av slutresultatet, pekar bloggare med en sminkprodukt eller ett sminkredskap på det ställe som sminkas. I nästan alla inlägg ser man före- och efterbilder av bloggaren utan smink och sminkad. Sambandet mellan bild och text är icke fungerande i en blogg på grund av flera underrubriker och oordning i texten. En bloggare använder numrerade bilder och anvisningar i två av tre av sina inlägg.

Varje blogg använder sig av affiliatemarknadsföring i sina inlägg och alla tre bloggplattformar har reklamer av olika företag, vilket bloggare själv inte kan påverka. Bloggare marknadsför sitt eget brand via bloggen men även via andra sociala medier som Instagram och Youtube. Man

får en helhetsbild av bloggarens brand via bloggprofilen, bloggens logo och layout och av bloggarens skrivstil.

Funktionaliteten av sminkguider fungerar bättre i en av bloggarna än de andra. I denna blogg används numrerade bilder och anvisningar, bilder och text har en systematisk ordning och anvisningarna uppfyller riktlinjen för en fungerande anvisning med användning av tydliga rubriker, kvalitetsbilder och imperativ. I en av bloggarna uppfylls sminkguidernas funktionalitet inte bra. Guiderna innehåller för mycket underrubriker och sambandet mellan bild och text orsakar svårigheter för läsaren, eftersom bilderna kan vara placerade både efter och före texten. I alla bloggar har man satsat på bildernas kvalitet och visualiteten i bilderna. Varje sminkguide har en tydlig rubrik och imperativ används för det mesta, men även presens, imperfekt och passiv används. Min hypotes var att sminkguidernas funktionalitet möjliggör för läsaren att genomföra och uppfylla guidens resultat, men att användningen av bild och text i samband kan förbättras och riktlinjen för en fungerande anvisning följs delvis.

Resultaten av undersökningen skapar frågan om alla bloggare borde följa en gemensam riktlinje i sina inlägg. Resultaten kan användas då ett företag söker efter en samarbetspartner för att marknadsföra sina produkter eller i en undersökning om influencers.

Aineistolähteet

Glitz & Glam, *Pikkujoulumeikki – näin teet säihkyvän meikin pikkujouluihin*. 14.11.2019. Saatavissa: https://anna.fi/glitz8glam/meikit/tutoriaalit-3/pikkujoulumeikki-nain-teet-saihkyvan-meikin-pikkujouluihin/

Glitz & Glam, *Väriloistoa silmämeikissä – näin teet räväkän silmämeikin*. 5.8.2019. Saatavissa: https://anna.fi/glitz8glam/meikit/tutoriaalit-3/variloistoa-silmameikissa/

Glitz & Glam, *Kesäinen smokey eye –meikki – Heat smokey eye tutoriaali.* 24.6.2019. Saatavissa: https://anna.fi/glitz8glam/meikit/tutoriaalit-3/heat-smokey-eye-meikkitutoriaali/

Nude, *Tutorial: simppeli ja värikäs silmämeikki*. 30.7.2020. Saatavissa: https://www.lily.fi/blogit/nude/tutorial-simppeli-ja-varikas-silmameikki/

Nude, *Tutorial: kimaltava persikkainen silmämeikki*. 3.2.2020. Saatavissa: https://www.lily.fi/blogit/nude/tutorial-kimaltava-persikkainen-silmameikki/

Nude, *Tutorial: koko meikki markettien uutuuksilla*. 2.9.2019. Saatavissa: https://www.lily.fi/blogit/nude/tutorial-koko-meikki-markettien-uutuuksilla/

Ida Iholla, *Pikkujoulumeikki – miten ja millä tuotteilla meikki syntyi?* 5.12.2019. Saatavissa: https://blogit.terve.fi/idaiholla/pikkujoulumeikki-tutoriaali-2/

Ida Iholla, *Upea huulimeikki juhlaan – 3 x huulimeikki joka makuun!* 13.12.2019. Saatavissa: https://blogit.terve.fi/idaiholla/huulimeikki-x3/

Ida Iholla, *Aamujen ihonhoito ja iisi arkimeikki minuuteissa*. 16.8.2019. Saatavissa: https://blogit.terve.fi/idaiholla/iisi-arkimeikki/

Lähteet

Call To Action (CTA) 2018: *Kuvien merkitys verkkosivuilla.* Saatavissa: https://calltoaction.fi/markkinointi/kuvien-merkitys-verkkosivuilla/. Viitattu 3.10.2020.

Dawe, Mari 2017: *Yrityksen kuvalinjan suunnittelu.* Saatavissa: https://bstr.fi/blogi/yrityksen-kuvalinjan-suunnittelu. Viitattu 3.10.2020.

Erkkilä, Salla 2018: *Ovatko affiliate-linkit kaupallista yhteistyötä?* Saatavissa: http://www.blogietiikka.fi/2018/09/affiliate-linkit/. Viitattu 5.2.2021.

Hallamaa, Jaana, Launis, Veikko, Lötjönen, Salla & Sorvali, Irma (toim.) 2006: *Etiikkaa ihmistieteille*. Suomalaisen kirjallisuuden seura. Helsinki: Hakapaino Oy

Heikkeri, Lotta, Jaanto, Jari, Siltala, Marko & Verronen, Noora 2014: *Blogiyhteistyön opas*. Helsinki, IAB Finland. Saatavissa: http://www.iab.fi/media/pdftiedostot/verkkomainonnanabc/blogiyhteistyon-opas-iab-finland.pdf

Keskinen, Ida 2019: *Blogit nykyajan markkinointivaikuttajina.* Pro gradu –tutkielma, Åbo Akademi. Saatavissa: https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/169547/keskinen_ida.pdf?sequence=2. Viitattu 1.9.2020

Kielitoimiston sanakirja: Verkkojulkaisu. Päivitetty 11.11.2020. Saatavissa: https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/. Viitattu: 10.10.2020.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) 2013: *Kuluttaja-asiamiehen linjaus. Mainonnan tunnistettavuus blogeissa.* Saatavissa: https://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/julkaisut/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/aihekohtaiset/mainonnan-tunnistettavuus-blogeissa/#4. Viitattu: 15.9.2020.

Kilpi, Tuomas 2006: *Blogit ja bloggaaminen*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Korpela, Jukka 2002: *Kuvien käytöstä viestinnässä yleensä ja Webissä erityisesti.* Saatavilla: http://jkorpela.fi/kuvat.html. Viitattu 3.10.2020.

Kortesuo, Katleena 2010: *Sano se someksi.* Vantaa: Hansaprint Oy.

Kotimaisten kielten keskus (Kotus): *Vinkkejä ohjetekstin tekijöille.* Saatavissa: https://www.kotus.fi/ohjeet/virkakieliohjeita/ohjeita_ohjeiden_tekijoille. Viitattu 4.11.2020.

Kröger, Tanja 2010: *Blogien hyödyntäminen toimittajan työssä –Miksi toimittaja kirjoittaa blogia?* Opinnäytetyö, Diakonia-ammattikorkeakoulu. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/22577/TKopinnayte.pdf;sequence=2. Viitattu 1.3.2021.

Kuutti, Elina: *Mikä on tutoriaali?* Saatavissa: https://upload.wikimedia.org/wikiversity/fi/2/2d/Tutorialit_tekstit.pdf. Viitattu 1.9.2020.

Kuvaja, Mari & Taljavaara, Eija 2010: *Nykyajan napalm, web 2.0. Muotiblogit – markkinointiviestinnän ja kulttuurin kohtaaminen verkossa*. Tampereen Yliopistopaino Oy: Juvenes Print.

Laitila, Anu 2020: *Mikä ihmeen henkilöbrändäys?* Saatavissa: https://www.meltwater.com/fi/blog/mika-ihmeen-henkilobrandays. Viitattu 20.3.2021.

Martikainen, Heidi 2019: K*äyttöohjeiden käytettävyys. Suunnitteluperiaatteiden kehittäminen sosiaali- ja terveydenhuollon asiakastietoja käsittelevien järjestelmien käyttöohjeita varten.* Pro gradu –tutkielma, Tampereen Yliopisto. Saatavissa: https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/117021/MartikainenHeidi.pdf?sequence=2&isAllowed=y. Viitattu 1.10.2020.

Mäntynen, Anna, Shore, Susanna & Solin, Anna 2006: *Genre – tekstilaji*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Noppari, Nora & Hautakangas Mikko 2012: *Kovaa työtä olla minä*. Tampereen yliopistopaino Oy: Juvenes Print

Norokorpi, Vivi 2017: *Jos kaipaat inspiraatiota kauneuteen, seuraa näitä tyyppejä –Suomen suosituimmat kauneusblogit.*

Saatavissa: https://www.is.fi/menaiset/tyyli/art-2000005376794.html. Viitattu: 7.1.2021.

Paloranta, Paula 2014: *Markkinoinnin etiikka käytännössä*. Viro: Print Best

Pienehkö sivistyssanakirja: Verkkojulkaisu. Päivitetty 24.10.2016. Saatavissa: http://jkorpela.fi/siv/sanatt.html#tutoriaali. Viitattu 1.10.2020.

Suomisanakirja: Verkkojulkaisu. Päivitetty 2021. Saatavissa: https://www.suomisanakirja.fi/blendata. Viitattu 5.12.2020.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta (TENK) 2012: *Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa.* Saatavissa: https://tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf

Weckström, Vanessa 2020: *Koronavirus lisää ruutuaikaa: vaikuttajat tarjoavat hengähdyshetken karanteenin keskelle.* Saatavissa: https://www.indieplace.fi/koronavirus-vaikuttajamarkkinointi/. Viitattu 2.3.2021.