

TROOPPINEN HEDELMÄLIHACOCKTAIL
säilykepurkin avaus ja preparointi



Opinnäytetyö
Minna Vaittinen
Tampereen ammattikorkeakoulu
Kuvataiteen koulutusohjelma

2014

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Kuvataiteen koulutusohjelma

VAITTINEN, MINNA:

Trooppinen Hedelmäliha-cocktail, säilykepurkin avaus ja preparointi
Opinnäytetyö 25 sivua, joista liitteitä 2 sivua
Huhtikuu 2014

Tämä on pohdiskelleva tutkielma Trooppiseen hedelmäliha-cocktailiin johtaneista aiheista, taidehistoriallisista viitteistä sekä taiteilijan omista henkilökohtaisista kokemuksista ja muistoista. Y-sukupolvi, media, populaarikulttuuri ja taidehistoria ovat läsnä tulkinnoissa. Teosten tulkinta tapahtuu länsimaalaisen kulttuurin ja taiteilijan omasta näkökulmasta.

Tulkinnat peilaavat nykyajan ilmiöitä, kuten sosiaalista mediaa ja millaisia odotuksia yhteiskunta asettaa yksilöä kohtaan. Teknologian kehityksen luoma, lähes rajaton potentiaali toteuttaa itseään ja saavuttaa unelmansa on alati läsnä nyky-yhteiskunnassa. Opinnäytetyössä pohditaan sitä millaisia ilmiöitä ja vaikutuksia sillä on ollut nuoren, Y-sukupolvea edustavan ihmisen ajatukseen ja identiteettiin. Maalaussarjan teokset ilmentävät kulttuurista ilmapiiriä Y-sukupolvea edustavan henkilön silmin suomalaisessa yhteiskunnassa vuosina 1990-2014.

Trooppinen hedelmäliha-cocktail on taiteellinen opinnäytetyöni Tampereen ammattikorkeakoulun kuvataiteen koulutusohjelmasta ja teossarja koostuu seitsemästä eri akryylimaalauksesta kankaalle ja levyille. Maalaussarjan teokset keskustelevat toistensa kanssa ja muodostavat tällöin lyhyitä, sarjakuvamaisia tarinoita. Tämä opinnäytetyö avaa tuon Trooppisen hedelmäliha-cocktailin ja preparoi jokaisen työn hedelmän.

Avainsanat: Y-sukupolvi, akryylimaalaus, pop-taide, nykyaide,

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Fine Art

VAITTINEN, MINNA:

Tropical Fruit Pulp Cocktail, Opening and Preparation of Content

Bachelor's thesis 25 pages, appendices 2 pages

April 2014

This is a reflective thesis on inspirations and influences of Tropical Fruit Pulp Cocktail. The main influences derive from art history, the artists own experiences and memories, generation-Y, the media and popular culture. The interpretations of the pieces are from a western viewpoint and reflections of the artists own world.

The interpretations reflect modern cultural phenomena such as social media and the prejudice modern society places upon it's inhabitants. The infinite possibilities that modern technology have given us the possibility to fulfill ones self and ones dreams. The thesis also reflects on what it's like to be a current young person and how society moulds our ideas and identity. The final collection show a view on the cultural influences of a gen-y inhabitant deriving from the years 1990-2014.

Tropical fruit pulp cocktail is a work for the art department of Tampere University of Applied Sciences. The collection consists of 7 individual pieces of acrylic paint on canvas and board. The pieces discuss with one another and create short, comic-style, stories. This thesis opens this collection and prepares every slice.

Key words: Y-generation, acrylic painting, pop Art, contemporary art



SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TROOPPINEN HEDELMÄLIHACOCKTAIL KOHTAA POP-TAITEEN.....	7
3	Y-SUKUPOLVI - YOUTUBE-JULKKIKSIA JA LAISKAMATOJA?.....	8-11
4	MUOVISIA STATUSSYMBOLEITA JA LAKRITSIPIIPPUJA.....	12-14
5	LUONNOSTA VIERAANTUVA HOMOSAPIENS.....	15-18
6	MUSLIMI-MINNAN KOSTO / OMAKUVA KIUSAAJAN KANSSA.....	19-20
7	YHTEENVETO.....	21-22
8	LÄHTEET.....	23-24

1 JOHDANTO

Trooppinen hedelmäliha-coctail on maalaussarja, joka kommentoi populaarikulttuuria, yhteiskuntaa ja ilmentää tähän astisten elinvuosieni 1990 - 2014 kulttuurista ilmapiiriä. Maalauksieni yhdistävä elementti on värien ja teeman lisäksi tarinallisuus, joka juontaa juurensa aikaisemmasta innostuksestani pala-animatioita kohtaan. Maalaukseni keskustelevat toistensa kanssa ja muodostavat tällöin sarjakuvamaisia jatkumoa. Maalaussarjaani voidaan toki katsoa vain esteettisinä kuvina, ilman sen syvällisempää tulkintaa. On tärkeää että taide ei arvoita katsojaansa, on annettava katsojalle mahdollisuus myös omiin tulkintoihinsa. Tahdon taidekokemuksen olevan universaalisti tai ainakin oman kulttuurisen ilmapiirini samaistuttavissa.

Säilykehedelmä-coctail näyttäytyy minulle ruokakomerosta löytyvänä ajankuvana 1990-luvulle. Se on nostalginen muisto, kulahtaneiden ja räikeiden värien sokeriliemeen säilötty maailma lapsuudestani. Säilykehedelmät tarjosivat eksotiikkaa suoraan purkista, hedelmäsalaatiksi tai kermakakun koristeeksi. Jokaisessa maalauksessa on myös omaa henkilökohtaista kokemustani ja nostalgisointia. Keskeisiä teemoja maalauksissani edustavat myös Y-sukupolvisuus, kitsch sekä pop-taide viittaukset. Y-sukupolvi, johon ainakin syntymävuoteni perustein lukeudun, on yhdysvalloissa ja euroopassa 1980-luvun alun ja 1990-luvun puolivälin aikana syntynyt ikäluokka. Y-sukupolvea on kuvailtu aina laiskasta tiedostavaksi ja saamattomasta solidaariseksi ikäpolveksi.

Nyt avaan tuon säilyketölkkin ja preparoin jokaisen työni hedelmän. Tämä on pohdiskeleva tutkielma Trooppiseen hedelmäliha-coctailiin johtaneista aiheista, taidehistoriallisista viitteistä, omista henkilökohtaisista kokemuksistani ja muistoistani. Trooppinen hedelmäliha-coctail koostuu seitsemästä eri kokoisesta akryylimaalauksesta kankaalle ja levyille ja on taiteellinen opinnäytetyöni Tampereen ammattikorkeakoulun kuvataiteen koulutusohjelmasta.



Teossarjani nimi Trooppinen hedelmälihacocktail viittaa Andy Warholin Campbells – säilykepurkkeja esittäviin maalauksiin. Näiden pop-taiteen tunnetuimpiin teoksiin lukeutuviin maalausten lähtökohtana oli olla kommentoimatta yksilöllisyyttä ja persoonallisuutta. Lukuisat, teollisesti tuotetut säilyketölkit esittävät sitä, miten banaaleista ja arkipäiväisistä asioista voi tulla taidetta. Tällaista jokapäiväistä kuvastoa hyväkseen käyttäviä teoksia on tehty myös Coca-Cola pulloista, muropaketeista sekä tiski-aine pakkausista. Tällainen banaalin glorifiointi liittyy myös aikamme ilmiöön, jolloin arjessa eläminen esitetään eräänlaisena selviytymisenä johon markkinavoimat vastaavat loihtimalla luksusta ja helpotusta arjen keskelle. Tavallisista kulutustavaroista on tullut arjen pelastajia ja apuvälineitä, joita ilman nykyihminen ei tule toimeen. Kuten mainoksissa ja mediassa, myös pop-taide kuvaa ihmiset usein persoonattomina, jolloin todellisia tunteita ei näytetä.

Pop on länsimaisen kulttuurin ilmiö joka on kehittynyt kapitalismin vaikutuksesta sekä teknologian kehityksestä teollisessa yhteiskunnassa. Sodanjälkeinen poliittinen ja taloudellinen vakautuminen sai tuottajat pohtimaan uudelleen massan ja kuluttajan käsitteitä. Sosiologien tutkimukset ihmismassojen kulutustottumuksista hyödynnettiin markkioinnissa. Tuottajien itse kehittämät myyntistrategiat eivät enää toimineetkaan menestyksekkäästi vaan heidän tuli kehittää niitä trendien ja kuluttajien oikkujen mukaisiksi. Joukkotiedotusvälineet puolestaan pyrkivät vaikuttamaan yksilön käyttäytymiseen ja kuluttajien henkilökohtaiseen suhtautumiseen. 1960-luvun ajan hermoilla elävä kuluttaja piti kitschistä, viehättyi pienistä koriste-esineistä, luki sarjakuvia ja joi Coca-colaa. Pop-taide ei ainoastaan selitä mitään tiettyä tyyliä, vaan se kuvastaa ilmiötä, joka tietyssä aikakautena löysi konkreettisen ilmaisun muotonsa, ilmensi aikansa kulttuurista ilmapiiriä ja elämäntapaa jonka yhdistämme 1960-lukuun. Sanat pop ja taide tuovat mieleen tietyt yhteiskunnalliset aiheet ja tapahtumat, taiteen historiassa ei ole koskaan aikaisemmin ollut niin näkyvää, taiteen ja arkipäiväisen elämän yhdistymisen ilmiötä, joka ulottuisi kaiken kansan käsiin, kuin pop-taiteen aikainen ilmiö. (Osterworld, Tillman. 2003. Pop Art - A Moment in The Sixties. Pop Art. Köln: Taschen, sivut 6-11.)

Pop-taide on ironinen, kriittinen ja se vastaa massamedian sloganeihin sekä mainonnan keinoihin, jolloin esimerkiksi autoa mainostetaan kauniilla naisella tai vallan saamisen illuusiolla. Pop kommentoi myös teknologian ja luonnon välistä suhdetta, sekä yhteiskuntaa ja sen malleja, joilla ihmisten tulisi toimia. 1960-luvulla teknologian kehityksen ympärillä vallitsevaan euforiaan liittyi myös kaaoksen pelko tulevaan. Kaaoksen pelko on varmasti kokenut evoluution suhteessa nykyaikaan, mutta se on ajankohtainen pelko myös 2010-luvun maailmassa, jossa alati jatkuva teknologinen kehitys asettaa haasteita; lukuisat tietoturvariskit, sosiaalinen media, kansainvälinen viestiminen ja hakkerointi kyseenalaistavat verkossa liikkumisen turvallisuutta. (Osterworld, Tillman. 2003. Pop Art - A Moment in The Sixties. Pop Art. Köln: Taschen, sivut 6-11.)

3 Y-SUKUPOLVI - YOUTUBE-JULKKIKSIA JA LAISKAMATOJA?

YLIOPPILAS

"Suvivirren loppusoinnut
ja liikituksen kyöneleet mummon poskilla.

Kankein jäsenin ihmisjoukko kohahtaa
seisomaan juhlasalin kolhiintuneilta penkeiltä.

Seitsemän karambolaviipaletta boolimaljassa
ja saman verran laudatureita paperilla.

Vapisevin käsin hän leikkaa voileipäkakkua,
joka päällä lauontaimakkararuusut ja viinirypäleet
lepäävät toistensa sylissä."



Ylioppilas, 31,5 cm x 28 cm, akryyli mdf-levylle

Maalaukseni Ylioppilas kuvastaa lukiosta valmistuvan nuoren yleistä olotilaa sekä yhteiskunnan odotuksia häntä kohtaan. Maalauksessani olen pohtinut muun muassa sitä, miten suomalaisessa yhteiskunnassa elämän siirtymäriitit, eli yhteisön järjestämät juhlallisuudet vaikuttavat toimintatapoihin niin yksilötasolla kuin yhteisöllisesti. Suomalaisessa yhteiskunnassa elämän siirtymäriitit ovat suurimmaksi osaksi kristillisen uskon peruja, kuten kaste, konfirmaatio, avioliittoon ja vihkiminen. Ei-uskonnollisia riittejäkin on, kuten esimerkiksi vanhojentanssit, penkinpainajaiset, ylioppilaaksi pääseminen ja polttarit. Siirtymäriitit ja niiden juhliminen liittyy yksilön sosiaalisen statuksen muutokseen, kuten kristillisen konfirmaation yhteydessä saatu naimalupa, tai penkinpainajaisten juhliminen, joka edeltää ylioppilaskirjoitukseen valmistautumista. Siirtymäriitit liittyvät siis aikuistumiseen tai lain silmissä yksilöä koskevan vastuun kasvamiseen. Tällaiset yksilöstä riippuvaiset asiat, kuten aikuistuminen on eri asia kuin juridisesti tapahtuva lain edessä täysi-ikäistyminen. On hankalaa määritellä esimerkiksi aikuistumisen tapahtuvan jossain tietystä iässä tai vaiheessa, olemme kuitenkin kaikki yksilöitä.

Maalaukseni ylioppilas kohtaa katsojan hyvin tiedostavalla ja kaikki tietävällä katseellaan. Hän on lain silmissä aikuinen ja valmistunut juuri ylioppilaaksi, joka on hänen elämässään juuri sillä vallitsevalla hetkellä merkittävin suoritus, mutta jolla ei kovin usein ole suurta merkitystä enää kymmenen vuoden kuluttua. Maalaukseni liittyvä lyhyt teksti, kuvaa tunnelmaa ylioppilasjuhlissa. Suomalaiseen perinteiseen perhejuhlaan kuuluu usein pönötys ja nuorten ihmisten vaivaantuneisuus vanhemman sukupolven tulevaisuuden kuulustelujen äärellä. Kuulustelevat sukulaiset eivät usein ymmärrä, miten ahdistavaltakin tällainen suunnitelmien utelu voi tuntua.

Kärjitetysti voidaan sanoa, että siinä missä 1950-luvun ylioppilasta teititeltiin neiti tai herra ylioppilaina, Y-sukupolvelle ylioppilaaksi pääseminen ei ole enää saavutuksen tasolla mikään tempku, vaan yhä useammin lukioon meneminen ja sieltä valmistuminen on tulevaisuudestaan epävarman nuoren valinta joka antaa vielä kolme vuotta aikaa miettiä mitä elämältään tahtoo.

Y-sukupolvea on luonnehdittu sukupolveksi, joka etsii ihanteellista, yksilöllistä ja merkityksellistä ammatia, mutta sitä pidetään kuitenkin laiskana ja saamattomana sukupolvena, joka on kasvanut kiinni videopeli-ohjaimiin, älypuhelimiin ja televisioruutuun. Työtä pitäisi olla vähän ja sen pitäisi olla helppoa. Toki ajat ovat muuttuneet paljon siitä, kun vielä 50-luvulla tehtaaseen kävellessään työtä oli tarjolla ja tämä työ saattoi johtaa aina eläkepäivien alkuun saakka. Koulutuksen merkitys on kasvanut ja vaatimukset menestymisestä luovat paineita.

Tämä internetin ja sosiaalisen median kanssa kasvanut sukupolvi uskaltautuu edeltäjiään rohkeammin tavoittelemaan jopa epärealistiselta tuntuvia unelmiaan. Toki näiden unelmien saavuttamiseksi on viimeisen vuosikymmenen aikana tullut laaja kirjo erilaisia televisiossa pyöriviä kykyjenetsintäkilpailuja. Vielä parikymmentä vuotta sitten ainoat vastaavanlaiset ohjelmat, joiden avulla pystyi tavoittamaan laajemman yleisön olivat Tenavatähti, Missikisat ja Tangomarkkinat. Viimeisen kymmenen vuoden aikana olohuoneissamme on etsitty seuraavaa huippumallia, ilmiömäisintä talenttia, seuraavaa pop-tähteä, huippukokkia, näyttelijöitä ja lukuisia muita lahjakkuuksia. Kilpailu tiellä tähtiin on kovaa ja kuitenkin karu totuus on se, että vain harvasta onnekaasta tulee todellinen supertähti.

Julkisuus ja sen hakuisuus on jatkuvassa nousussa ja sen ympärillä on paljon hekumaa. Ammatinvalintaa kartoittavissa tutkimuksissa moni nuori on ilmoittanut unelma-ammattikseen julkisuuden henkilönä olemisen. Julkisuuden henkilönä oleminen tarkoittaa monelle rahaa ja mainetta. Sillä onko maine positiivista vai negatiivista, ei tunnu olevan aina niin suurta merkitystä. Aikoinaan 1997 vuonna televisiossa pyörivä, M/S Cinderella-laivalla kuvattu visailuohjelma Passi ja Hammasharja kuohutti eettisyydellään. Kuohuntaa aiheuttaa se, että osa kilpailijoista tuli kuvatuksi humalassa. (Wikipedia. 22.11.2013. Hakusana: Passi ja Hammasharja. Viitattu 25.4.2014) Perinteisesti juorulehdet eivät tunne tällaista moraalia ja esimerkiksi humalassa riehuvasta julkisuuden henkilöstä julkaistaan kuvia ilman että toimitus kyseenalaistaa teon eettisyyden, ajattelisi kuvatun mainetta ja kunniaa. Lehden myyntiluvut merkitsevät ja jos myyntipiikin saa aikaiseksi jonkun toisen kustannuksella, se toteutetaan. Eettisyyden kyseenalaistamisessa on selvä ero niin sanottujen tavisten ja julkkisten välillä. Julkkiset mielletään kaiken kansan omaisuudeksi, jotka ovat vapaaehtoisesti näkyvillä ja heidän yksityisyydensuojansa on mitätön.

Sosiaalinen media lukuisine sovelluksineen on mahdollistanut sen että periaatteessa kenestä tahansa voi tulla julkkis. Esimerkiksi muotibloggareista, youtube-käyttäjistä tai twiittaajista on tullut julkisuudenhenkilöitä. Se, että on julkkis, tuntuu tarkoittavan nyky nuoren silmissä sitä, että on saavuttanut elämässään jotakin. Monen Y-sukupolven edustajan pahin pelko tuntuu olevan se, että ei koskaan saavuttaisi elämässään mitään, tai ei olisi kenenkään silmissä mitään, jatkuva itsesääli ja itseironia vuorottelevat usein Y-sukupolven puheissa.

Psykohistoroitsija Juha Siltala on kirjoittanut keväällä 2014 julkaistun kirjan Nuoriso – mainettaan parempi? Siltala vastaa kirjassaan näihin väitteisiin laiskasta ja saamattomasta sukupolvesta. Hän huomauttaa, että tällainen ylemmiltä sukupolvilta tuleva seuraavaan sukupolven kohdistuva syyllistäminen johtuu yleensä siitä, kun edellinen sukupolvi on ryssinyt talouden. Siltalan mukaan Y-sukupolvi on sosiaalisesti taitava ja ajaa oikeudenmukaisuuden, tasa-arvon ja suvaitsevaisuuden asiaa, kunhan heitä ei ajeta nurkkaan tai syyllistetä.



Sun tanssivan bulldogin nimi oli avaruusnäkki ja annoin sulle sukat.
100 cm x 145 cm, akryyli kankaalle.

Inspiraatio Sun tanssivan bulldogin nimi oli avaruusnäkki ja annoin sulle sukat maalaukseen on kummunut Johannes Rojolan 2007 valmistuneesta musiikkivideosta Lennetään Avaruustanssiin. Johannes Rojola on vuonna 1982 syntynyt turkulainen, itseään viihdyttäjäksi tituleeraava muusikko, jonka ulkoinen olemus heijastelee vahvasti 80-luvun muotia ja populaarikulttuuria. Rojola on mielestäni nostalgikko, hänen elämäntapansa näkyy myös Rojolan diskografiassa. On vaikea määrittellä missä menee viihteen ja taiteen raja. Kuten Rojola, myös maailmankuulu Lady Gaga on tehnyt omalla persoonallaan, pukeutumisellaan ja medianäkyvyydellään purkkapopista taidetta.

Se mille vielä 2000-luvulla naurettiin perhealbumeita selaillessa, on nyt ironisella tavalla muodikasta; kalapuikkoviikset, 1980-luvun rumat jouluaiheiset villapaidat ja diskossa soivat Pave Maijasen hittibiisit. Nämä 2010-luvun hipsterit näyttävät nykyään siltä, miltä heidän isänsä ovat näyttäneet kaksikymmentä vuotta sitten, hän joka uskaltaa leikkauttaa rumimman kampauksen, on kaveripiirin rajuiin tyyppi. Toki monelle kirpputori- ja second hand-vaatteita käyttävälle kulutusvalinta on tiedostettu ja eettinen. Tämä mahdollistaa yksilöllisen pukeutumisen ja oman persoonansa ilmentämisen vaatetuksensa kautta.

Sun tanssivan bulldogin nimi oli avaruusnakki ja annoin sulle sukat viittaa sisällöltään Peter Blaken Bo Diddley maalaukseen, joka on kuvastanut värillisten ghetto nuorten itsetunnon ja itsetietoisuuden nousua. Blake ei maalannut kuvaa elävästä tilanteesta tai mallista, vaan kopioi sen suoraan levykannesta. (Osterworld, Tillman. 2003. Peter Blake. Pop Art. Köln: Taschen, sivu 203.) Oma maalaukseni kuvastaa sosiaalisen median läsnäolon mahdollistamaa itsetietoisuuden persoonan luomista 2010-luvulla. Syntikan soittajan asento lähentelee mainoskuvaston poseeraavaa asentoa ja viestii siitä, että hahmo on tietoinen yleisön, kameran tai tässä tapauksessa taiteilijan läsnäolosta. Hän poseeraa kukallisessa silkkipaidassaan ja vihertävässä takatukassaan. Väriä valintana kirkas vaaleanpunainen kuvastaa lavalla esiintyvän idolin kimaltavuutta ja keskipisteenä oloa.

Y-sukupolveakaan ei voi jakaa mustavalkoisesti joihinkin tiettyihin kategorioihin. Kuten aina, niin myös 2000-luvulla erilaiset alatyylit ovat muodostaneet omia kuppikuntiaan. Siinä missä toiset kurottelevat televisiossa tähtiin, niin toiset nuoret aikuiset tamppaavat Berliinin salaisissa teknoluolissa ja kehuskelevat olleensa sellaisen bändin keikalla, josta kukaan muu ei ole vielä kuullut mitään. Heille kaikki suuren yleisön saavuttaneet artistit ovat liian tunnettuja ja on häpeällistä ilmoittaa pitävänsä tällaisen artistin tuotannosta, paitsi jos sen tekee ironisesti. Kaikki viileimmät bileet järjestetään usein ennalta ilmoittamattomassa paikassa, jonne vieraat on erikseen kutsuttu. Yökerhojen ovilla on tarkoin varjellut nimilistat joiden kautta pääsee ainoastaan osallistumaan. Tärkeää on yksilöllinen kokemus, kertaluontoisuus, erityisyyden tuntu, vaihtelevuus ja matalan profiilin ylläpito.

Y-sukupolvi on tullut tutuksi ja näkynyt mediassa etenkin nyt keväällä 2014, eikä vähiten Q-teatterin Kaspar Hauser näytelmän ansiosta. Tämä Helsingiläisteatterin, Akse Petterssonin ohjaama näytelmä kertoo Y-sukupolven tarinaa ja sen mitä nuoren aikuisen päässä liikkuu ja mitä hän elämältään tahtoo. "Ohjaaja ja käsikirjoittaja Akse Petterssonin, 29, näytelmä on noussut taulukseksi. Q-teatteriin tehty Kaspar Hauser kerää ylistäviä arvosteluita. Puhutaan sukupolvinäytelmästä. Tavallisesti katsomon valtaavat harmaapäät ovat yleisössä vähemmistössä. Lippuja myydään ylihintaan verkkohuutokaupassa, koska kaikki näytökset on varattu loppuun.--" (Berner, Anna-Sofia. Miksi kaikki on niin vaikeaa? Helsingin Sanomat. 24.3.2014. Saatavissa: <http://www.hs.fi/sunnuntai/Miksi+kaikki+on+niin+vaikeaa/a1395468626571>)

Näytelmää on kiiteltu siitä, että tavanomaisten eläkeläisyleisön sijaan se on houkuttellut nuoret ihmiset teatteriin ja siitä, että se on kyseisen sukupolven edustajien ohjaama ja näyttelemä. Autettisen oloinen tulkinta Y-sukupolven elämästä. Näytelmän lähtökohtana on käytetty 1800-luvun laiminlyödyn lapsen, Kaspar Hauserin tarina. 1800-luvun Kaspar Hauser oli viettänyt koko ikänsä lukittuna pimeään kellariin. Kellarissa vietetyn lapsuutensa vuoksi hänellä ei ollut käsitystä oikeasta maailmasta ja hän kuvitteli olevansa ainoa ihminen koko maailmassa, myös Hauserin kommunikointitaidot olivat alkeelliset. (Wikipedia 9.3.2013, hakusana Kaspar Hauser. Viitattu 27.4.2014.) Q-teatterin Kaspar Hauser kumppaneineen kertoo sukupolvesta, joka tahtoo samanaikaisesti niin monia asioita, että niitä on mahdoton saavuttaa.

4 MUOVISIA STATUSSYMBOLEJA JA TULLIVAPAITA LAKRITSIPIIPPUJA

MATKAMUISTO



Matkamuisto 110 cm x 145 cm, akryyli kankaalle.

Maalaukseni kukalliset maljat edustavat markkinoiden ehdoilla tuotettua esineistöä, jolla ei matkamuiston ominaisuudessa ole syvää sanomaa. Matkamuistot ovat usein estetisoivia, paikallista kulttuurista kuvastoa, kuten ornamenttejä, luontoa tai maantieteellistä lokaatiota ilmentäviä.

Kitschistä tuli hyväksyttävää ja muodikasta sodan jälkeisen taloudellisen vakaumuksen sekä markkinoinnin keinojen myötä, myös matkamuistojen ja koriste-esineiden keräily ja niillä itsensä ympäröiminen tuli tavanomaiseksi. (Osterworld, Tillman. 2003. Pop Art - A Moment in The Sixties. Pop Art. Taschen. Köln : Taschen, sivut 6-8.) Maalaukseni Matkamuisto muistuttaa kitschin syntysijoista sekä pohtii sitä mitä matkamuisto-esineet edustavat Y-sukupolven silmissä. 2010-luvulla elävälle nuorelle aikuiselle, jolla on mahdollisuudet kansainväliseen viestimiseen tietokoneruutunsa takana, konkreettinen matkamuisto voi vaikuttaa vanhanaikaiselta ja eettisesti arveluttavalta. Minkälaisissa työolosuhteissa esineet on valmistettu, kuka ne on valmistanut? Entä onko esineellä historiallista tai taiteellista arvoa, vai onko se vain massatuotettua rihkamaa? Myös muut matkustamiseen liittyvät asiat, kuten lentämisen eettisyys sekä paikallisen kulttuurin ymmärtäminen ja kunnioittaminen ovat relevantteja teokseni äärellä.

Keramiikasta ja lasista puhuttaessa, ainakin vanhempaa sukupolvea edustavien suomalaisten asenteissa näkyy, miten Arabia on korkealla jalustalla suhteessa muuhun antiikkiseen keramiikkaan ja posliiniin, esimerkiksi muualla euroopassa arvostettuun keramiikka- ja lasimuotoiluun. Tässä mielessä myös isänmaallisuus näkyy siinä, miten kotimaisen tuotannon hedelmät nähdään mehukkaampina kuin esimerkiksi pidemmät juuret omaavat saksalaisen 1740-luvulla perustetun Villeroy & Bochsin tuotteet. Kotimaisuuden kiiltokuvamainen pinta on vaikea kritisoida ja kysymys kuuluukin, että saako sitä edes kritisoida? Kotimaisuuteen liittyy emootio sekä suomalaisen rehellisyyden ja kunnollisuuden myytti. Kuitenkin nykyään osa Arabia brändin omistamasta Iittala groupin sekä Hackman Oyj:n omistaman Iittalan lasistojen tuotannosta on ulkoistettu Aasiaan. Siinä missä esimerkiksi Arabia ja Villeroy & Boch edustavat tiettyä, pitkät tarinat omaavaa brändiä, ei rantakojusta hankittu matkamuis-to yleensä edusta mitään tiettyä yhtiötä tai merkkiä siinä mittakaavassa, vaan se edustaa ostajalleen hänen omaa kokemustaan, eikä matkamuis-to-esineitä ole yleensä tarkoitus ottaa käyttöesineeksi.



1938 vuonna syntyneen isoäitini makuuhuone. Postikorttikokoelma ja seinäkoristeita ulkomaan matkoilta. Oikealla sängyllä Åland-tyyny sekä seinälautasia matkoilta.

Mikko-Pekka Heikkinen on tutkinut artikkelissaan Mitä olivat 2010-luvun statussymbolit? suomalaisten statussymboleja 1950-luvulta tähän päivään. Kuusikymmentäluvun statussymboliksi on merkitty muun muassa kaukomatka. Kirjahyllyyn asetettu kultanen muovi-gondoli on toiminut statussymbolin jatkeena ja mahdollisena todisteena Venetsianmatkasta. Matkamuis-toesineiden tulkinta ja arvostus on myös sukupolvikysymys, siinä missä kulutusvalinta ostaa arabian astioita vai hakea ne muovisina rihkamakaupasta. Matkailun yleistyttyä tarve matkamuis-tojen ostamisesta on vähentynyt, etenkin kun samankaltaisia esineitä saa kotimaan rihkamakaupoistakin ja suurin osa matkamuis-toesineistä on päätynyt kirpputoreille, jolloin niillä on kitschin ominaisuudessa arvoa alan harrastajien keskuudessa. Nyt eettisiin kysymyksiin ja kulutusvalintoihin huomiota kiinnittävänä aikakautena niin sanotut rihkamatavarat ovat poissa muodista ja usein matkamuis-tot ja tuliais- toet ovat jotakin käyttöön tulevaa tai kuluttamalla katoavaa, kuten makeisia, alkoholituotteita ja hajuvesiä. Harva tahtoo enää kipsimassasta valettua delfiniä kirjahyllynsä pölyttymään. (Heikkinen Mikko-Pekka. 2014. Mitkä olivat 2010-luvun statussymbolit? Helsingin Sanomat. 26.4.2014, D2.)



Turku-Tukholma 50cm x50 cm, akryyli kankaalle.

Turku-Tukholma maalaukseen lähtökohtana on ollut nostalgiset lapsuuden muistot. 1990-luvun alussa, laman vallitessa, kuten monen muun suomalaisen perheen, myös oman nelihenkisen perheeni ainoat ulkomaanmatkat sijoituivat länsinaapurimme Ruotsiin. Silkkipaidat lepattamassa iholla laivan kannella, lakritsiippiippuja ja likööriä tullivapaasti ja satojen lasten uima pallomeri. Niistä oli ylellisyys tehty. Myös merelliset asusteet, raitapaidat ja laivasto uniformuista inspiroituneet vaatteet olivat 1990-luvulla hyvin muodikkaita.

Laivamatkailussa on jotakin tunkkaisella tavalla kiinnostavaa. Nykyisin se merkitsee monelle vain alkoholi-
littuotteiden kускаamista Virosta Suomeen ja halpalentoyhtiöiden vallattua markkinat, laiva ei ole enää
ajallisesti järkevin vaihtoehto matkustaa Ruotsiin tai Viroon. Vielä 90-luvulla

laivamatkailuun liittyi paljon glamouria, Miss Suomi sai painaa tiaran kultakutreilleen meren laineiden päällä, uppoavan laivan tarina - Titanic itketti elokuvateattereissa kautta maa ja televisiossa pyöri Tino Singhin juontama visailuohjelma Passi ja Hammasharja, joka kuvattiin M/S Cinderella-laivalla.

Merellisyyteen liittyy myös romantiikkaa, joka näkyy niin kirjallisuudessa kuin maalaus-taiteessakin. Turku-Tukholma maalauksen henkilö on pukeutunut ruusukuviiseen silkkipaitaan. Ruusut, etenkin punaiset, on perinteisesti edustaneet aina rakkautta, intohimoa ja romantiikkaa. Nuoren miehen hiukset ovat huolellisesti sliipatut ja hänellä on suussaan lakritsiippi. Maalaukseni hahmo edustaa Y-sukupolven nuorta aikuista, jolla on nostalginen suhde lakritsiippiin, makea muisto lapsuudesta. Lakritsiippi on kaikessa viattomuudessaan aiheuttanut paljon keskustelua ja paheksuntaa siitä, yllyttääkö se lapset polttamaan tupakkaa ja sen myyntiä on yritetty rajoittaa. (Vainonen, Joel M. EU hävisi: ESS: Lakritsiippi saa edelleen sauhuta. Savon Sanomat. 5.9.2011. [viitattu 20.5.2014] saatavissa: <http://www.savonsanomat.fi/uutiset/kotimaa/ess-lakritsiippi-saa-edelleen-sauhuta/1002881>)

Maalaukseni mustavalkoisuuden ja värillisyyden yhdistelmä muistuttaa pop-taiteen kollaasitekniikasta, jossa yhdistyi maalaus, grafiikka ja leikekuvat. Mustavalkoisuus ohjaa myös ajatuksia nostalgiaan ja menneeseen aikaan. Käsite hipsteri on alunperin syntynyt 1940-luvulla Yhdysvalloissa, ja tämä käsite kuvasti nuorta jazz-muusikon elämäntapaa ihailevaa henkilöä. 1940-luvun Hipsteri oli asenteiltaan liberaali, itseironinen ja hänen paheenaan oli pilvenpoltto ja muiden huumeiden käyttö sekä vapautunut seksuaalisuus.

(Wikipedia 10.4.2014. hakusana: Hipster. Viitattu 22.4.2014)

5 LUONNOSTA VIERAANTUVA HOMOSAPIENS

JUHANNUSTAICOJA



Juhannustaikoja, 110 cm x 155 cm, akryyli kankaalle.

Olen käyttänyt neutraaleja muotoperiaatteita hahmon kuvaamisessa vieraannuttaakseni hahmon stereotyyppisistä sukupuolen tai seksuaalisuuden konventioista. Olen tahtonut luoda monitulkintaisen, samaisuttavan hahmon. Maalauksen hahmo on sonnustettu stereotyyppisiä mielikuvia tuottaviin asusteisiin. Punaiset korkokengät maalauksessani edustavat feminiiniyttä, seksikkyyttä, pienet rusetit kengissä kuitenkin tuovat niihin tyttömäisen elementin. Kulahtaneet kukkakalsarit viestivät epäviehättävällä ja virttyneellä olemuksellaan siveyttä ja ovat luotaan työntävät. Hahmon asento on poseeraavan tiedostava, aivan kuten Sun tanssivan bulldogin nimi oli avauus-

nakki ja annoin sulle sukat maalauksessakin. Kukat ja kukkaseppeleet maalauksissani ovat muovimaalilla kankaalle sudittuja jäljitelmiä luonnonkappaleista. Niissä yhdistyy aitous ja epäaitous, muovisuus ja nuo hiilidioksidista happea tuottavat kasvit. Kukkaseppeleen voi toki yhdistää hippiliikkeeseen ja sitä kautta seksuaaliseen vapautumiseen sekä ihmisen luontosuhteeseen. Kukkaseppeleellä on taidehistoriallisesti viitatattu myös viattomuuteen, sädekehään tai kruunuun. Myös nämä kaikki tulkinat tukevat maalaukseni sisältöä, sillä moni homosapiens kokee olevansa ravintoketjun ylimpänä, eliökunnan kuningas sekä syytön kaikkiin ympäristö-ongelmiin tai harvinaisten eläinlajien katoamiseen.

Kaikkiaan maalauksen hahmo edustaa monia ristiriitaisuuksia. Olen tutkinut Juhannustaikoja maalauksessani myös luonnon ja teknologian välistä suhdetta, jonka yhtenä ajatuksena on ollut se, kun teknologia pettää, palaamme takaisin luontoon ja turvaudumme taikuruuteen. Sama ajattelu koskee myös kaikkea maapallon päällä olevaa elämää, lopulta palaamme takaisin luontoon. Hypoteettisesti nyky-ihminen etääntyy kokoajan luonnosta. Harva 1990-luvulla syntynyt kaupunkilainen on koskaan käynyt metsässä tai osaa välttämättä nimetä edes tavanomaisimpia kasvi- tai eläinlajeja. Tuhoamme ja saastutamme jatkuvasti luontoa, luoden uutta teknologiaa ja tavaraa.

Taiteilija Laila Pullinen on maininnut vuonna 1972 veistoksistaan Viimeinen Apollo ja Viimeinen Flora: "Kuvaan niissä meidän lajimme viimeisen naisen ja miehen, ihmisen, joka on joutunut ristiriitaan luonnon kanssa pyrkiessään hallitsemaan sitä. Ei ole enää väliä, ovatko kukat, ruohot, vedet eläviä, koska ihminen on itse tuhonnut oman lajinsa. Tietokoneesta on tullut hänen jumalansa, joka ohjelmoi hänen työnsä, ravintonsa, viihteensä, kauneusihanteensa, ihanteen, jonka mukaisena hän seisoo ajan virrassa lihaksottomana, ylijännittyneenä, vastustuskyvyttömänä. Hän on narkomaani, joka päivittäiseksi huumeekseen tarvitsee annoksen 'informaatiota'. Näkemättömin silmin, kypsymättömin huulin hän toteuttaa ohjelmaa, jota ei tunne." Laila Pullinen Viimeinen Apollo ja Viimeinen Flora, 1972. (Harni 2006: 151.)

Pullisen teksti on ollut aikaansa edellä, sillä vielä 1970-luvulla tietokone ei ollut joka kodin elektroniikkalaite, puhumattakaan tablettitietokoneista tai älypuhelimista. Pullisen sanomassa on paljon ajatonta pohdintaa, jonka merkitys on relevanttia myös nyt, neljäkymmentä vuotta myöhemmin.

Tahdoin maalata juuri metsäjäniksen Juhannustaikoja maalaukseen, sillä se kuvastaa suomen vuodenaikojen muutosta, sekä haurasta ja arkaa luontokappaletta. Suomen Luonnonuskontojen yhdistys ry:n lehdessä ilmestyneen artikkelin Voimaeläin: Jänis, mukaan suomalaisissa kansantaruissa metsäjänis edustaa taikuruutta ja hyvää itsetuntemusta. Metsäjänikseen liittyviä vastapareja ovat viisaus ja hölmöys, feminiinisyys ja androgyynisyys, sekä pelkuruus ja pelottomuus sekä seksuaalisuus ja viaton puhtaus – kaikkea, mitä voi katsoa myös maalauksen ihmisenkaltaisen hahmon edustavan. Metsäjänistä pidetään myös vastakohtaisuuksien edustajana, sillä kesäisin metsäjänis pukeutuu ruskeaan turkkiin, ja sen korvissa on valkoiset tupsut. Talven tullen se kääntää nuttunsa nurin ja pukeutuu valkoiseen niin, että sen korvanpäät ovat mustat. (Thuleian Tupa. Voimaeläin: Jänis. luettu 20.3.2014. Saatavissa: <http://www.thuleia.com/janis.html>) Maalaukseni metsäjänis on ruskea, jolla on mustat korvanpäät. Tämän voi tulkita eräänlaisena muutoksen vaiheena, jossa jänis ei edusta kumpaakaan näistä vastakohtaisuuksista, vaan on kesän ja talven välillä. Katson tämän värivalinnan olevan myös oma taiteellinen vapauteni, tarkoitukseni ei ole ollut maalata dokumentoivaa kuvaa metsäjäniksestä vaan jäniksen symbolinen arvo on maalauksessani tärkeämpi.



Ananasvaras, 65 cm x 75 cm, akryyli vanerille.

Eläinhahmot maalauksissani edustavat tai symboloivat jotakin tiettyä persoonallisuuden piirrettä. Kokonaisvaltaisesti ihmistä esittäväksi muotokuvaksi sopii aivan yhtä hyvin keltainen neliö, vihreä ympyrä kuin hevoinen tai vihreä bulldoggi. Valitsin maalaukseeni bulldogin juuri siksi, koska olen viehätynyt niiden anatomian estetiikasta sekä persoonallisuuden dramaattisuudesta. Bulldoggi kuvastaa myös nykyaikaista ihmistä, sillä tämä ruttunaamainen koirarotu on perinteisesti ollut huonossa maineessa siksi, että se on hyvin pitkälle jalostettu. Jalostuksesta johtuen, tällä koirarodulla on hyvin lyhyt, poimuinen kuono, joka aiheuttaa sille helposti hengitystie-ongelmia.

Ihmisten keskuudessa, kauneuskirurgia ja erinäiset ulkonäön ehostamiseen liittyvät palvelut ovat lisääntyneet viimeisen kymmenen vuoden aikana räjähdysmäisesti. Tätä ilmiötä voidaan tarkastella eräänlaisena ihmisrodun jalostuksena, vaikka kauneusleikkaukset eivät biologisella tasolla pystykään aiheuttamaan mutaatioita perintötekijöihin, ei edes siten, että kaksi itseään kirurgisesti operoineet ihmiset lisääntyisivät. Niinkuin 1990-luvulla Aqua lauloi hittibiisissään Barbie Girl "I'm a Barbie girl, in the Barbie world, life in plastic, it's fantastic!" lähentelevät jotkut nykyihmiset muovista olomuotoa enemmän kuin koskaan. Muovia kynsiin ja ripsiin, rinnat isommaksi ja lihas-implantteja ihon alle.

Kauneusihanteissa näkyy vahvasti länsimaalaisen ulkomuodon ja piirteiden ihannoiminen. Esimerkiksi vuonna 2013 nousi kohu Miss Etelä-Korea finalistiteista, jotka olivat periaatteessa kaikki leikeltynä, toisensa klooneja. Etelä-Koreassa tehdään eniten kauneusleikkauksia kuin missään muualla maailmassa ja tyypillinen kauneuskirurgiseen toimenpiteeseen hakeutuva on 19 - 49 vuotias nainen. Kirurgiset toimenpiteet poistavat naisilta heille ominaiset ja persoonalliset piirteet. "This is called the Korean plastic face look. In certain areas of Seoul, you would think all the women are sisters because they look so similar due to same surgeries. Without the plastic surgery, Korean women are very diverse looking and easily can be told apart." Steve Nolan, Daily Mail. Paine länsimaisen kauneusihanteen tavoitteluun on seurausta etenkin Hollywoodin suunnalta tulevasta ulkonäkökeskeisestä julkkis-kulttuurista. (Nolan, Steve. Has plastic surgery made these beauty queens all look the same? Koreans complain about pageant 'clones'. Daily Mail. 25.4.2013. Viitattu: 27.04.2014. Saatavissa: www.dailymail.co.uk/news/article-2314647/Has-plastic-surgery-20-Korean-beauty-pageant-contestants-look-Pictures-contest-hopefuls-goes-viral.html)

Myös muualla Aasiassa kauneuskirurgiset toimenpiteet arkipäiväistyvät jatkuvasti ja kaikkialla Aasiassa näkee erityisesti naisia, jotka ovat käyneet leikkauttamassa etniselle ja geneettiselle taustalleen tyypilliset piirteet. Siinä missä yritämme tavoitella jatkuvasti individualismia, korostaa persoonallisuutta ja yksilöä, tulemme kuitenkin koko ajan vain universaalisti homogeenisimmiksi.

Taiteilija Laila Pullisen ajatukset, viittaus edellisessä kappaleessa, ihmisen oman lajin tuhoamiseen sekä ravinnon ja kauneusihanteen ohjelmointiin näkyy kaikkialla. Television ohjelmakartta pursuaa ruokaa, painon pudotusta ja elämäntapamuutosta käsitteleviä ohjelmia. Jokaisella mainoskatkolla mainostetaan jotakin laihtuksen tueksi tai terveyden edistämiseksi. Uskomme mielummin, että esimerkiksi sellainen margariini, joka sisältää yli kahtakymmentä erilaista lisä-ainetta, olisi turvallisempaa kuin aidoista ja puhtaista raaka-aineista valmistettu voi. Viime vuosina mieltäni on vallannut pelko siitä, että koska enää aito ei kelpaa, ja nyt puhun homosapiens lajin edustajista. Etenkin yhdysvalloissa ulkonäkökeskeisyys ja ulkonäön muovaaminen on lähes arkipäiväistä. Vaikka tasa-arvoisuutta ja suvaitsevaisuutta on korostettu viimeisen vuosikymmenen aikana, valtaavat silti tietyn vartalotyyppin, kasvojen mittasuhteet omaavat henkilöt mainoslakanat ja vaatekatalogien sivut. Tällainen trendi ei ainakaan kannusta omista persoonallisista tai etnisistä piirteistään kiinni pitämiseen heitä, jotka harkitsevat kirurgisia toimenpiteitä.



Muslimi-Minnan kosto / Omakeuva kiusajaan kanssa, 100 cm x 105 cm, akryyli kankaalle.

Maalaus on ehdottomasti teossarjani henkilökohtaisin maalaus. Se ilmentää kulttuurista ilmapiiriä sekä heijastelee yhteiskunnan toimintatapoja ja malleja. Vaatetuksen värimaailma, paitojen sarjakuvahahmot, värit ja kuviot paljastavat 1990-luvun muoti-ilmiot. Vaikka maalauksessa on sika, hevonen ja pullapoika, nämä hahmot voidaan tulkita symbolisina, persoonaa kuvaavina elementteinä. Pullapoikaa voidaan esimerkiksi tulkita joko fyysisen ominaisuutensa perusteella tai Y-sukupolvea stereotypisoivasta tulkinasta, miten "pullamössösukupolvi" on laiskaa ja saamatonta. Kiusaamisen muoto kohdallani oli traditionaalinen, nimittelyä, ulkopuoliseksi jättämistä ja fyysistä väkivaltaa ja maalaukseni nimessä esiintyvä Muslimi-Minna juontaa juurensa siitä haukkumanimestä, jolla minua kutsuttiin.

Maalauksessa näkyy myös viittaus aikaisempaan tuotantooni, sillä hahmojen takana, seinällä oleva muumipappa piirustus on jäljitelmä vuonna 1994 piirtämästäni tussipiirroksesta, Muumipappa ja kukka. Maalasin myös keväällä 2013 samaisen Muumipapan uudestaan akryylillä levyille. En koe olevani kostonhimoinen henkilö, mutta mielestäni ansaitsin maalata tämän maalauksen, joten maalasin. En myöskään koe tekeväni terapiataidetta, enkä tahdo tätä maalausta sellaiseksi luokitella. Toki on hyvä tiedostaa, että terapiataiteellisen tulkinnan sille voi helposti antaa. Koulukiusaaminen on varmasti kokenut evoluution siinä suhteessa, että tälläisen perinteisen nimittelyn ja fyysisen väkivallan lisäksi on tullut vielä mahdollisuus laajentaa kiusaamista virtuaalisessa todellisuudessa, eli internetissä ja sosiaalisessa mediassa.

Maalauksen henkilöiden vaatetuksesta voi päätellä vielä 1990-luvulla selkeämmin näkyneen sukupuoliroolituksen. Kaksikymmentä vuotta sitten sukupuolettomasta kasvatuksesta ei puhuttu, eikä tällaiseen tyttö-poika jaotteluun juuri kiinnitetty edes huomiota. Oli itsestään selvää, että tytöt pukeutuivat punaiseen ja leikkivät Barbeilla, pojat leikkivät autoilla ja pukeutuivat siniseen, eikä kukaan aikonut edes kyseenalaistaa tämän ilmiön vaikutuksia tai seurauksia. Vielä 1990-luvulla, kahdeksan tuhannen asukkaan Toijalassa, oli ala-asteen luokkakuva hyvin homogeeninen näky. Usein kaikki lapset edustivat samaa etnistä alkuperää ja kansallisuutta. Toki suuremmissa kaupungeissa myös ihmisiä on enemmän, ja tällöin luokan sisäinen homogeenisyyden hajonta on suurempaa.

JOHTOPÄÄTÖKSET

REFLEKTIOITA YHTEISKUNNASTA JA HENKILÖKOHTAISIA MUISTOJA

Maalausarjani, Trooppinen hedelmälihacoctail on Y-sukupolven pituinen kertomus ala-aste-ikäisestä nuoreksi aikuiseksi. Se heijastelee näiden viimeisen kahden vuosikymmenen tapahtumia ja vaikutuksia nuoren ihmisen ajatuksiin ja identiteettiin sekä myös omaa henkilökohtaista tulkintaani siitä, miten olen maailman kokenut. Teknologian ja viestimisen kehitys sekä median luoma rajaton potentiaali toteuttaa itseään ja saavuttaa unelmansa on alati läsnä. Järjettömän tietokoneuuden kokoinen näköpuhelin, mistä 90-luvulla haaveiltiin, on nyt jokaisen taskussa ja painaa saman verran, kuin paketti hyviä espressopapuja. Maailma on muuttunut valtavasti kahdessa ja puolessa vuosikymmenessä, Y-sukupolven tähän astisen eliniän aikana. Akryylimaalikerrosten väliin on piilotettu pohdintaa niin sosiaalisen median vaikutuksista kuin päättämisen vaikeudesta, nuorison sekä nuorten aikuisten yleisestä olotilasta ja hämmennyksestä suomalaisessa yhteiskunnassa. Teknologian, internetin ja monen muun asian kehityksen vuoksi, myös nuoria koskevat paineet ulkonäön, menestymisen ja valintojen suhteen ovat valtaisan. Y-sukupolvea kritisoidaan siitä, että meille kaikki on niin vaikeaa ja olemme laiskoja. Mielestäni tulee kuitenkin kiinnittää huomiota myös näihin globaalisti ja yhteiskunnallisesti muuttuneisiin, lähes kaikkiin elämäntilanteisiin ulottuviin asioihin. Kaikkialle on kova hinku, kilpailu on kovaa ja kaikkea pitäisi olla.

Lähtökohtanani ei ollut Y-sukupolvisuus, mutta kun itse kyseisen sukupolven edustajana analysoin maalauksiani, ei Y-sukupolven kontekstilta voi välttyä. Y-sukupolvisuudesta tuli lopulta kantava teema maalauksilleni ja tälle tutkielmalle. Samoin menneisyyden tapahtumat ja koko tähän astinen elinkaareni ja kaikki sen tapahtumat ovat vaikuttaneet maalauksieni sisältöön ja teemoihin. Kuten Muslimi-Minnan kosto / Omakuva kiusaajan kanssa - maalauksen viittaus lapsuuden tuotantoon. Tämä muistuttaa myös siitä, miten kannamme mukamme menneisyyttä, sen tapahtumia ja sitä, miten menneisyys vaikuttaa identiteettimme ja persoonallisuutemme muodostumiseen.

Olen lokeroinut Y-sukupolven edustajia hyvin karkeasti tässä tutkielmassani. Tahdon kuitenkin muistuttaa, että kuvaukseni ovat tahallisesti mustavalkoiselta tuntuvia ääripään esimerkkejä, joiden välille mahtuu monia eri ihmistyyppisiä ja persoonallisuuksia. On toki niitä, jotka tavoittelevat julkisuutta ja mainetta sekä heitä, jotka tahtovat pitää matalaa profilia ja kaikkea niiden väliltä. Yhteiskunnallisesti hyväksyttävämältä vaihtoehdolta tuntuu silti yhä se, että valitsee sellaisen tien, jossa hankkii itselleen niin sanotun oikean ammatin. Tällaisiksi oikeiksi ammateiksi miellän konservatiivien hyväksyvän kaikki akateemiset ja hyvin palkatut työt, sekä yhteiskunnallisesti merkittävät alat, esimerkiksi taiteilijuus ei ole tällä oikeiden töiden listalla. Tällainen painostava katse ammatinvalintakysymyksiä koskien tulee yhä ylhäältä päin, vanhemmilta sukupolvilta. Se mikä on sitten coolia, on Y-sukupolven jakama ajatus siitä, että pitäisi tehdä elämässään sellaisia asioita, mitä oikeasti tahtoo; ei varallisuuden kerryttämiseksi tai pakosta, vaan halusta ja intohimosta.

Suomi on yhä hyvin homogeeninen maa verrattaen esimerkiksi Ruotsiin, Yhdysvaltoihin tai Iso-Britanniaan, on se varmasti heterogeenistynyt populaatioltaan siitä, mitä se on ollut vielä kaksikymmentä vuotta sitten. Tällainen kehitys on havaittavissa jopa siinä Toijalalaisessa ala-asteen luokkakuvassa ja ihmisten asenteissa. Kaikki mikä vaikuttaa yhteiskuntaan, heijastuu taiteessa. Kuten esimerkiksi Trooppisen hedelmälihacoctailin kohdalla pohdinnat sukupuolirooleista, seksuaalisesta suuntautumisesta, kolmannesta sukupuolesta sekä teknologian ja ihmisen välisestä suhteesta.

Materiaalivalintani, eli akryylimaali sekä fluoroisoivat värit edustavat kitschiä. Valitsin juuri siksi akryylivärit, sillä muovilla maalaaminen kuvastaa mielestäni tätä päivää. Myös maalauksen elementit sekä teemat, kuten matkamuisto maalauksen kukkakuvioiden maljat sekä useissa maalauksissa näkyvät epäaidon tuntuiset kukkaset tukevat kitschin sanomaa. Vaikka Katja Tukiainen tai Eva-Leena Eklund eivät ikänsä puolesta lukeudu Y-sukupolven määritelmään, heidän maalauksissaan on jotakin kitschiin viittaavaa, mistä myös monen Y-sukupolven maalarit puhuvat. Vaaleanpunainen akryylimaali, bambeja ja söpöjä asioita. Jos näiden maalausten elementit koottaisiin veistoksiksi, ne voisivat edustaa kitschin oppikirjamaista esimerkkiä. Tällaisten hempeiden ja söpöjen aiheiden maalaamisessa on toki omat vaaransa. Tietyillä sisällöllisillä valinnoilla, sekä hempeiksi miellettyjen värien käytöllä pääsee helposti työteltäväksi, mikä on valitettavaa. Olen huomannut että nykytaiteen kentällä on jaottelua niin sanottujen tyttömaalareiden ja muiden maalareiden kesken. Nämä niin sanotut tyttömaalaukset eivät ole niin vakavasti otettuja tai niitä ei koeta yhtä syvällisiksi kuin tummemmat värimaailmat omaavat maalaukset, joissa voidaan kärjistetysti sanoa olevan poikamaisempia, eli ei niin söpöjä aiheita.

Olen pohjannut Trooppista hedelmälihacoctailia paljon Pop-taiteen historiaan. Koen maalaussarjani olevan vastakohtainen ainakin tuolle Pop-taiteen perusajatukselle, joka kuvaa massatuotantoa ja banaalisoi persoonaa. Vastakohtaisuus korostuu etenkin silloin, kun vertaan maalaussarjaani Pop-taiteeseen Y-sukupolven kontekstissa, jolloin yksilöllisyyden tavoittelu ja persoonallisuus on hyvin merkittävää. Vaikka Y-sukupolvi mielletään individualisuutta tavoittelevaksi sukupolveksi, se ei silti tarkoita sitä ettemme välittäisi muista kuin itsestämme. Vapaa-ajan, perheen ja ystävien merkitys on korostunut, mikä puolestaan on johtanut yleisesti sellaisen kansallisen yhteenkuuluvuuden tunteen katoamiseen, joka vaikkapa sotien jälkeen vielä Suomessa vallitsi. Nykyisin tällainen yhteenkuuluvuus näyttäytyy noin kerran kymmenessä vuodessa, suuren urheilujuhlan merkeissä. Tätä kansallista yhteenkuuluvuutta voi myös isänmaallisuudeksi kutsua. Y-sukupolvi on kasvanut jatkuvan globalisaation ja internetin kanssa. Ulkomailla asuminen ja sinne viestiminen tuntuu luonnolliselta ja kynnys muualle lähtemiseen on matalampi kuin koskaan.

KIRJALÄHTEET

B

Collins, Bradford, R. 2012. Pop Art, The independent Group to Neo Pop, 1952-90. New York. Phaidon Press.

D

d’Arcangelo A., Immonen K., Karppanen J., Kiiski-Finel P., Fischer A., Björkman J., Candia M., Immonen K. 2003. Pop International, Wäinö Aaltosen Museo. Keuruu. Otava

H

Honnef, Klaus. 2004. Pop art. Köln. Taschen.

K

Kiiski-Finel, Päivi. 2006. Laila Pullinen Atti d’Amore. Wäinö Aaltosen museo. Kormano R., Reinikka S., Ramsay J.
Harni, Heli. Hollola. Salpausselän Kirjapaino Oy.

O

Osterwold, Tilman. 2003. Pop Art. Köln. Taschen.

S

Seppä, Anita. 2012. Kuvien tulkinta. Tampere. Gaudeamus Helsinki University Press, Tammerprint. Tampere.

SANOMALEHTI LÄHTEET

H

Heikkinen Mikko-Pekka. 2014. Mitkä olivat 2010-luvun statussymbolit? Helsingin Sanomat. 26.4.2014, D2.

VERKKOLÄHTEET

B

Berner, Anna-Sofia. Miksi kaikki on niin vaikeaa? Helsingin Sanomat. 24.3.2014. Viitattu 27.4.2014. Saatavissa: <http://www.hs.fi/sunnuntai/Miksi+kaikki+on+niin+vaikeaa/a1395468626571>.

N

Nolan, Steve. Has plastic surgery made these beauty queens all look the same? Koreans complain about pageant 'clones'. Daily Mail. 25.4.2013. Viitattu: 27.04.2014. Saatavissa: www.dailymail.co.uk/news/article-2314647/Has-plastic-surgery-20-Korean-beauty-pageant-contestants-look-Pictures-contest-hopefuls-goes-viral.html.

O

Onninen, Oskari. Y-sukupolven proosaa etsimässä. Helsingin Sanomat. 21.09.2013. Viitattu 26.4.2014. Saatavissa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1379664415221>

S

Säkö, Maria. Q-teatterin Kaspar Hauser on teatteritapaus. Helsingin Sanomat. 15.02.2014. Viitattu 27.4.2014. Saatavissa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1392367294698>

T

Thuleian Tupa. Voimaeläin: Jänis. luettu 20.3.2014. Saatavissa: <http://www.thuleia.com/janis.html>.

V

Vainonen, Joel M. EU hävisi: ESS: Laktisipiippu saa edelleen sauhuta. Savon Sanomat. 5.9.2011. Viitattu 20.5.2014. Saatavissa: <http://www.savonsanomat.fi/uutiset/kotimaa/ess-lakritsiipiipu-saa-edelleen-sauhuta/1002881>.

W

Wikipedia 10.4.2014. hakusana: Hipster. Viitattu 22.4.2014.

Wikipedia 9.3.2013. hakusana: Kaspar Hauser. Viitattu 27.4.2014.

Wikipedia. 22.11.2013. hakusana: Passi ja Hammasharja. Viitattu 25.4.2014