

Kantaa ottava kuva

Yhteiskunnallisen julisteen
muodosta ja historiasta

Kantaa ottava kuva

Yhteiskunnallisen julisteen
muodosta ja historiasta

Opinnäytetyö
Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Viestinnän koulutusohjelma
Graafinen suunnittelu
Syksy 2014
Kanerva Karpo, GR09

Tiivistelmä

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Viestinnän koulutusohjelma
Graafinen suunnittelu

Opinnäytetyö, 126 sivua
Ohjaaja Eero Aulio
Syksy 2014

Opinnäytetyön aiheena on yhteiskunnallinen ja kantaa ottava juliste. Tutkimusosassa perehdytään länsimaisen yhteiskunnallisen julistetaiteen historiaan, pohtien julisteen merkitystä myös nykyajassa ja tulevaisuudessa. Tutkimusosassa käsitellään lisäksi yleisiä julistetaiteen konventioita ja julisteen tehtävää vallankäytön välineenä.

Työn toiminnallinen osuus on kolmen yhteiskunnallisen julisteen sarja, jonka tekemisessä on hyödynnetty tutkimusosassa ilmi tulleet julistesuunnittelun käytäntöjä. Julisteet on toteutettu A3-kokoon käyttäen Adobe Illustrator CS6-ohjelmaa.

Avainsanat: politiikka, poliittinen, yhteiskunnallinen, julistetaide, juliste, propaganda

Abstract

Lahti University of Applied Sciences
Institute of Design
Degree Programme in Communication
Department of Graphic Design

Graduation Project, 126 pages
Mentor Eero Aulio
Autumn 2014

The subject of this graduation project is social and political poster art. The written part consist of an overview of the history, present day and future of social poster in Western countries. It also introduces the general conventions of poster design and views poster as a medium of power and propaganda.

The functional part is a series of three social posters. The posters are produced in paper size A3 with Adobe Illustrator CS6 software and digital printing. The general conventions of poster design have been utilised in the design process.

Key words: politics, political, social, poster art, poster, propaganda

Sisällysluettelo

Tiivistelmä, abstract

1. Johdanto

- 1.1 Aihe ja taustat 10
- 1.2 Tutkimusasetelmasta 13
- 1.3 Käytetyistä käsitteistä ja aiheen rajauksesta 14
- 1.4 Propaganda – poliittista ja yhteiskunnallista mainontaa 16

2. Yhteiskunnallisen julisteen historiasta

- 2.1 Seinäkirjoituksista kuvajulisteeseen 21
- 2.2 Propagandajuliste maailmansodissa 23
- 2.3 Juliste kylmässä sodassa 31
- 2.4 Juliste kansalaisaktiivismin välineenä 45
- 2.5 Julisteen nykyisyys ja tulevaisuus 48

3. Julistetaiteen käytännöistä

- 3.1 Julisteen olemus 57
- 3.2 Katujuliste vallan välineenä 58
- 3.3 Hyvän julisteen suunnittelusta 63
- 3.4 Typografiasta ja kuva-aiheista 70
- 3.5 Väreistä 75

4. Julistesarjan suunnittelu- ja toteutusprosessi

- 4.1 Lähtökohdat ja tavoitteet 79
- 4.2 Ideointi ja luonnostelu 86
- 4.3 Juliste: Viisasten juoma 90
- 4.4 Juliste: Fennovoima 94
- 4.5 Juliste: Itäraja 97
- 4.6 Lopullinen toteutus 102
- 4.7 Valmiit julisteet 104

5. Arviointi ja päätelmät 111

Lähteet

1. Johdanto

Opinnäytetyöni aiheena on yhteiskunnallinen juliste. Suunnittelua taustoittavassa osuudessa valotan kantaa ottavan julistetaiteen historiaa, taustoja ja sen suhdetta valtaan. Tavoitteenani on ollut selvittää, miten juliste on kehittynyt eri aikakausina, palvellut viestinnän välineenä erilaisissa historiallisissa tapahtumissa, ja kuinka uudet keksinnöt tai yhteiskunnalliset muutokset ovat vaikuttaneet julisteen muotoon ja tehtävään. Käytän havainnollistavana kuvamateriaalina julisteita eri vuosikymmeniltä nykypäivään asti.

Tietoperustassa käsittelen myös laajalti julistetaiteen visuaalisia käytäntöjä, kuten suunnitteluprosessia, symboliikkaa, sekä muita visuaalisia tyylikeinoja. Pyrin käsittelemään samassa yhteydessä oleelliset käsitteet ja kokoamaan yhteen tietopaketin yhteiskunnallisen julistetaiteen historiasta ja nykyisyydestä, peilaten myös tulevaisuuteen. Tutkimusosa on suunnattu kaikille julistetaiteen historiasta ja muodosta kiinnostuneille.

Työni toiminnallisessa osuudessa olen toteuttanut kolme visuaalisesti yhtenäistä kantaa ottavaa julistetta, joissa hyödynnän julisteen suunnittelun konventioita. Julisteiden aiheet ovat vuoden 2014 ajankohtaisia aiheita ja esitetty omasta näkökulmastani. Toiminnallisen osuuden kautta olen pyrkinyt kehittämään taitojani graafisena suunnittelijana julistetaiteen alalla.

1.1 Aihe ja taustat

”Vallankumouksia eivät tee ammattipoliitikot, vaan eturintamalla ovat kirjailijat, runoilijat ja taiteilijat”

(Art as Activist 1992, 12, suomennos kirjoittajan).

Nykyisellä sosiaalisen median, nopeasti leviävien meemien ja kansainvälisen uutisoinnin aikakaudella harva asia tuntuu niin pölyttyneeltä ja vanhanaikaiselta käsitteeltä kuin kantaa ottava juliste. Halusin silti valita opinnäytetyöni aiheeksi teeman, josta innostun kirjoittamaan, sekä tuotteen, jonka tekemisestä opin itselleni hyödyllisiä taitoja.

Käsitteet *kantaa ottava* ja *yhteiskunnallinen* vievät ajatukset aikaan, jonka Y-sukupolvi on kokenut vain elokuvien ja musiikin kautta. Monet aikaisempina vuosikymmeninä itsestään selvät asiat, kuten järjestötoiminta, poliittinen vaikuttaminen ja poliittisuuden ilma-
piiri, ovat jääneet auttamatta ajan kulun jalkoihin. Suomi on saanut vilkkaan kansalaistoiminnan ajoilta perinnöksi suhteellisen sujuvasti toimivan hyvinvointiyhteiskunnan. Asiat ovat nykyisin niin hyvin, ettei politiikkaa tarvitse enää ajatella. Vai onko näin sittenkään? Eduskunnassa istuvat vuosi vuoden jälkeen samat eläkeikäisiä hipovat ja eläkeikäitään petaavat patriarkat. Nuorten tai heikossa asemassa olevien ääntä ei juuri kuulla päätöksissä. Nukkuvien puolue kasvaa ja moni valittaa, ettei äänellään voi enää vaikuttaa.

Kansalaisaktiivisuutta esiintyy tietysti muodossa edelleenkin, tästä esimerkkinä yksittäisten kansalaisten aloitteesta syntyneet, yhteisölliset tapahtumat kuten Ravintolapäivä ja erilaiset kirpputorit. Tälle 2010-luvun järjestö- ja kansalaistoiminnalle tuntuu olevan ominaista puoluepoliittisten järjestelmien karttaminen. Tämä on ymmärrettävää, kun seuraa suomalaisten vaikutusmahdollisuuksia poliittisessa järjestelmässä. Ei ole ihme, että kansa alkaa menettää uskoaan perinteisiin päätöksenteon kanaviin ja se etsii muita keinoja vaikuttaa.

Niin yhteiskunnallisista aatteista äänestäminen kuin poliittinen keskustelukin on siirtynyt nykyisin internetiin. Kiihtyvässä maailmanmenossa myös kuva on saanut uuden muodon. Aikaisemmin kantaa ottava kuva herätti huomiota kaduilla ja muilla julkisilla paikoilla, mutta nykyään kuvan sijainnilla ei ole merkitystä. Kuva leviää verkossa salamannopeasti ja sillä on maapallon väkiluvun verran potentiaa-

lisiä katsojia. Kuvaa jaetaan, se on spontaani, reagoiva ja muuntautumiskykyinen. Internet on kuvalle uusi katu.

1900-luvun tehokkain staattinen viestintäväline, perinteinen juliste, on kadulta poistuessaan löytänyt paikkansa sisustusesineenä kotien seiniltä. Katujen yhteiskunnalliset kannanotot on korvannut maksettu mainos. Tuore yhteiskunnallinen julistetaide on näytillä julistenäyttelyissä ja museoissa, jotka eivät kuitenkaan tavoita laajaa yleisöä taiteen harrastajien ja ammattilaisten lisäksi.

Sekä juliste että sen aiempi työnantaja, yhteiskunnallinen valvutuneisuus, ovat auttamatta menneisyyttä. Jopa julisteen kuolemaa on povattu. Miksi siis valitsin opinnäytetyöni tuotososaksi juuri yhteiskunnallisen julisteen?

”Graafinen taide on voimallinen propagandan ja protestin ase. Monet [poliittiset] kuvat ovat nousseet aikansa ikoneiksi.”

(McQuiston 2004, kansilehti, suomennos kirjoittajan.)

Juliste on historiansa aikana liittynyt saumattomasti yhteiskunnallisiin muutoksiin. Sen suosio perustuu ihanteelliseen, informaatiota välittävään muotoon eli kuvan ja tekstin liittoon. Juliste saattaa napata huomion hetkeksi, mutta tarpeeksi tehokas juliste jää katsojan mieleen vuosikausiksi. Julisteen tärkein ominaisuus on sen tiivistämiskyky ja idean välittäminen katsojalle. Julisteessa kiehtoo sen äärimmäinen voimakkuus mediana: yksinkertainen, tehokas design näkyy kauas ja toimii jopa tulitikkuaskin kokoisena.

Marxilainen kirjallisuuskriitikko ja filosofi Walter Benjamin (1882–1940) (Wikipedia: Walter Benjamin) arvosti julistetaitetta yhteiskunnallisen vaikuttamisen keinona. Hänen mukaansa juliste pystyi taidemuotona tavoittamaan yksittäisten hiljaisten tarkkailijoiden sijasta yhteiskunnallisesti vaikuttavat kansanjoukot. Benjaminin mukaan kansanjoukko on havainnoitsijana yksilöä hajamielisempi, mutta yhteiskunnalliselta vaikutukseltaan sitäkin tärkeämpi, sillä sen aktivoiminen saa aikaan laajoja laadullisia muutoksia sekä estetiikassa että yhteiskunnallisessa toiminnassa. (Rossi 2007, 20.)

Kirjailija Jaan Kaplinskin (1986, 13) mukaan taiteilija ”ei pysty ratkaisemaan filosofisia tai ekologisia ongelmia, parhaassa tapaukses-

sa – – vain kuvaamaan niitä, tuomaan me oivaltavasti lähelle katsojaa” (Rossi 1999, 121). Vaikka julisteella ei pystytä suoranaisesti ratkaisemaan ongelmia, se tarjoaa silti mahdollisuuden vaikuttaa. Kun ongelmallinen aihe esitellään katsojalle hänen ymmärtämällään tavalla, saattaa abstraktin ajatuksen oivaltaminen sysätä liikkeelle laajemman yhteiskunnallisen muutoksen.

Julisteiden symboliikka on aina kulttuurisidonnaista ja myös kytköksissä julisteen tekoaikaan. Tavoitteeni opinnäytetyössä onkin ollut käyttää tälle ajalle tyypillistä ja ymmärrettävää kuvakieltä. Lisäksi olen pyrkinyt hyödyntämään tutkimusosassa oppimiani julisteen suunnittelun käytäntöjä, mutten seuraa niitä orjallisesti. Päämääränäni on suunnitella ajattomia ja vähäeleisiä, mutta ilmaisultaan voimakkaita julisteita. Julisteiden idea on tarkoitus tuoda selkeästi ilmi, mutta haluan antaa katsojalle mahdollisuuden myös jäädä pohtimaan aihetta.

Havinnollistavaksi materiaaliksi olen pyrkinyt valitsemaan julisteita, joissa on jokin yhteiskunnallinen sanoma, tai joiden pohjavire on kantaa ottava. Omat julisteeni eivät ole taidejulisteita, eikä opinnäytetyöni käsittele puhtaasti taiteen vuoksi tehtyjä julisteita. Julisteitteni aiheet ovat ajankohtaisia ja peräisin omasta kokemuspöyristäni. Valitsemani aiheet koskettavat poliittisia ja yhteiskunnallisia teemoja, kuten terveys ja turvallisuus, jotka ovat ihmisille sekä psykologisesti että fyysisesti elintärkeitä. Maslow’n tarvehierarkiateorian mukaan ihmisen tulee ensin pystyä täyttämään perustavanlaatuisimmat tarpeensa, kuten fysiologiset tarpeet eli ruoan ja juoman hankkiminen, sekä turvallisuustarpeet eli elinkeinon toteuttaminen ja terveys. Vasta nämä tarpeet tyydyttyään ihminen voi alkaa keskittyä korkeampiin henkisiin tarpeisiinsa. (Wikipedia: Maslow’n tarvehierarkia.) Julisteideni teemoiksi valikoituivat lopulta turvallisuus ja terveys. Nykyisessä maailman ja talouden tilanteessa, jossa perustavanlaatuiset tarpeet ovat uhattuna, on mielestäni näiden aiheiden valitseminen perusteltua.

1.2 Tutkimusasetelmasta

Olen käyttänyt opinnäytetyöni lähteinä suurimmaksi osaksi englanninkielistä julistekirjallisuutta sen hyvän saatavuuden ja perusteellisuuden vuoksi. Osa kirjalähteistä on huomattavan vanhoja, sillä juliste mediana oli suosittu erityisesti 1970-luvulta 90-luvulle. Noina vuosikymmeninä on julkaistu eniten aihetta koskevaa kirjallisuutta ja tutkimusta. Ikääntyneemmätkin kirjat ovat kuitenkin tarkkoja aikansa kuvaajia, sillä niiden kirjoittajat olivat silminnäkijöitä omassa ajassaan, eräänlaisia julistetaiteen kulta-ajan aikalaisia.

Julisteen suosion aika oli poliittisesti kuohuvaa, eikä julistekirjallisuuskään ole välttynyt rintamalinjojen vetämiseltä. Olen silti pyrkinyt kokoamaan kattavan tietopaketin valitsemalla eri maista kotoisin olevien kirjailijoiden teoksia. Kuten kirjailija ja yhteiskunnallisten julisteiden keräilijä Gary Yanker (1972, 34, suomennos kirjoittajan) toteaa: ”*julistekirjallisuus on puolueellista*”. Täysin puolueetonta tai ajasta irti olevaa käsitystä poliittisesta julisteesta ei ole mahdollista saada edes nykyaikana.

Olen rajannut opinnäytetyöni aiheen pääasiassa länsimaiseen julistetaiteeseen, eli julisteeseen Euroopassa ja Yhdysvalloissa. Useimmat kirjalähteistäni käsittelevät julistetaidetta Pohjoismaiden ulkopuolella, sillä kotimaista poliittista mainontaa ja julistetaidetta käsitteleviä lähdeaineistoja on saatavilla harmillisen vähän.

Tutkimusmetodinä olen käyttänyt laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta. Tutkimusotteeni on havainnoiva, eli observeiva, ja kommentoiva. Olen siis tehnyt havaintoja ja niistä erilaisia päätelmiä. Havaintoni ovat peräisin paitsi kirjallisista lähteistä, myös ympäröivän maailman ilmiöistä. Olen poiminut aiheita, osin alitajuisestikin, lukemattomista TV-ohjelmista, elokuvista, uutisista ja keskusteluista.

Kootessani aineistoa eri lähteistä olen törmännyt saturaation eli kylläntymisen ilmiöön. Kylläntyminen tapahtuu, kun sama tieto alkaa toistua eri lähteissä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Etenkin tietoperustan historiaa käsittelevässä luvussa olen kokenut päässeeni käsiksi varsin luotettavaan tietoon, sillä sama tieto löytyy useammasta eri aikoina kirjoitetusta lähdeaineistosta.

Opinnäytetyöni ei ole hankkeistettu eikä sillä ole tilaajaa. Työn toiminnallinen osa toimii ensisijaisesti oppimisprosessina itseäni varten ja työnäytteenä portfolioissani. Laatimani tietoperusta toimii tietopakettina yhteiskunnallisen julistetaiteen historiasta ja muodosta kiinnostuneille.

1.3 Käytetyistä käsitteistä ja aiheen rajauksesta

Tutkiessani yhteiskunnallisia teemoja sisältävän julistetaiteen historiaa, huomasin, ettei aiheelle löydy yksiselitteistä suomenkielistä katto-termiä. Monista julisteen luonnetta kuvaavista käsitteistä yleisimpiä ovat **propagandistinen, poliittinen ja yhteiskunnallinen julistetaide**. Yankerin (1972, 18) mukaan poliittisuus tarkoittaa puolen ottamista, esimerkiksi väittelytilanteessa. Hänen mukaansa ”[julisteet] ovat enemmän propagandistisia kuin poliittisia, sillä ne esittävät idean yhdistämättä sitä välttämättä mihinkään ohjelmaan tai reformiin.”

Propaganda on nykyisin hieman ongelmallinen käsite. Yankerin kirjoittaessa kirjaansa poliittisesti kuohuvalla 70-luvulla, oli ilmaisu varmasti ajankohtainen ja jokapäiväinen. Tärkeässä roolissa maailmansotien aikana toiminut propaganda kalskahtaa nykyisin sanana sotaisalta, negatiiviselta ja vanhentuneelta. (Hovi-Wasastjerna 1999, 9). Sotien jälkeen sana jäikin pois arkikäytöstä ja propagandasta alettiin käyttää liudennettuja kiertoilmauksia, kuten tiedottaminen. (Timmers 1998, 115; Ziemann 2014.)

Myös sana **politiikka** on kokenut arkikielessä muutoksen. Länsimaissa se viittasi vielä 1980-luvulla nimenomaan puoluepolitiikkaan. 90-luvun globaalien politiikan aikakaudella tunnettiin huolta ja vastuuta itsestä, ystävästä ja perheestä, yhteiskunnasta ja lopulta koko planeetasta. Näissä muutoksissa puoluepolitiikka ei pysynyt mukana, ja graafisesta suunnittelusta tuli järjestötoiminnan tärkeä työväline, jolla levitettiin poliittista ja henkilökohtaista ilmaisua. Kansalaistoiminnan, aktivismin ja järjestötoiminnan suosion myötä sanalle *poliittinen* kehittyi uusi kaiku, ja sillä viitataankin yhä laajemmin myös yhteiskunnallisten liikkeiden toimintaan. (Rickards 1970, 6–7.) Yhä

useammat kansalaisliikkeiden aiheet, kuten ympäristö ja seksuaalivähemmistöjen oikeudet, ovat nousseet nyky-Suomessa poliittisiksi aiheiksi.

Omissa julisteissani on Yankerin (1972, 18) kuvaamia propagandistisia piirteitä ja ne käsittelevät yhteiskunnallisia sekä poliittisia aiheita. Suunnittelin aluksi käyttäväni kattoterminä sanaparia **poliittinen juliste**, mutta päädyin lopulta termiin **yhteiskunnallinen juliste**. Se kertoo mielestäni selvästi ja suorasti julistetaiteen lajista, joka käsittelee nimenomaan yhteiskuntaan liittyviä aiheita. Lisäksi käytän julisteista luonnehdintaa **kantaa ottava**. Kantaa ottavuus voidaan kääntää englanniksi muun muassa sanoilla **political, opinionated ja controversial** (kaannos.com, 2014). Se viittaa voimakkaasti nimenomaan julisteen viestintätapaan – kannan ottamiseen tiettyyn aiheeseen. Kantaa ottavan julisteen aihe voi periaatteessa olla mikä tahansa, kunhan se ilmaisee tekijänsä tai tukijansa mielipiteen.

Opinnäytetyöprojektini alussa en lähtenyt rajaamaan julisteilleni aiheita vain tietystä yhteiskunnallisesta näkökulmasta tai teemasta. Päätin kuitenkin heti aluksi, etten käsittele julisteissani ympäristöä tai ihmisoikeuksia, sillä nämä aiheet ovat olleet viime vuosina pinnalla julistesuunnittelussa. Pyrin suuntaamaan ideointiprosessini kohti aiheita, joiden käsittely julisteissa on ollut viime vuosina huomattavasti harvinaisempaa. Lisäksi valitsin mahdollisimman ajankohtaisia aiheita, joita on käsitelty vuoden 2014 aikana Suomen mediassa, ja jotka ovat puhuttaneet ihmisiä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Näin julisteisiin olisi kenties mahdollista saada tuoretta näkökulmaa ilman alitajuisia vaikutteiden ottamista muiden töistä.

Vaikka viitataan opinnäytetyöni toiminnalliseen osaan termeillä **kantaa ottava ja yhteiskunnallinen**, taustaselvitykseni perustuvat suurelta osin materiaaliin, jossa käytetään yllä mainitsemiani vanhempia käsitteitä. Koska kyse on pohjimmiltaan samoista teemoista ja osittain päällekkäisesti aihetta valottavista kerroksista, en kokenut tarpeelliseksi lähteä muuttamaan lähdekirjallisuuden lainausten sanastoa. Opinnäytetyöni tietoperustassa saatan siis viitata aika ajoin paitsi politiikkaan, myös julistetaiteelle hyvin keskeiseen propagandan käsitteeseen, joka on syytä määritellä käsitteenä tarkemmin.

1.4 Propaganda – poliittista ja yhteiskunnallista mainontaa

”Poliittisen retoriikan tarkoituksena on saada valhe kuulostamaan totuudelliselta, murha vaikuttamaan kunnialliselta ja myrskytuuli näyttämään vakaalta”

(George Orwell, Milonoff & Rantala 2013 mukaan).

Yhteiskunnallisen ja kantaa ottavan julisteen vaikutusmekanismit perustuvat **propagandan** käsitteeseen. Propagandalla tarkoitetaan mielipiteen muokkaukseen tähtäävien aatteiden, oppien, asenteiden ja ajatusten järjestelmällistä levittämistä. Sen tarkoituksena on muokata kohteen mielipidettä tai vaikuttaa yleiseen mielipiteen muodostumiseen. (Hovi-Wasastjernan 1999, 8.)

Propaganda voidaan jakaa kolmeen tyyppiin. **Valkoisessa propagandassa** viesti on todenmukaista ja tulee tunnetusta lähteestä. Se kuitenkin esitetään vastaanottajalle lähettäjän tavoitteita tukevalta tavalla. (Wikipedia: valkea propaganda; Wikipedia: propaganda.) **Harmaa propaganda** on tietoa, joka on peräisin puolueettomaksi naamioidusta lähteestä. **Musta propaganda** puolestaan on ystävällismielistä tiedottamista, jolla on todellisuudessa päinvastaiset tarkoituksetperät. Propaganda voi olla suunnattu joko omalle viiteryhmälle tai vastapuolelle. (Wikipedia: propaganda.)

Propaganda on tunnettu häikäilemättömänä aivopesuvälineenä, kenties ihan aiheestakin. Sen kyseenalainen tehtävä on levittää ennalta määriteltyjä ajatuksia suurille ihmismassoille ja vaikuttaa asenteisiin tiedostamattomilla tavoilla. (Yanker 1972, 18.) Muutamia propagandistisen manipulaation keinoja ovat esimerkiksi auktoriteettiin vetoaminen, kaunistelu ja tietoinen imagonrakennus. Hyökkäys on tehokkaampi propagandistinen keino kuin asian todellisen laidan selvittäminen.

Muita **manipulaation** keinoja ovat sääliin vetoaminen, epäoikeudenmukaisuuden esittäminen ja jo olemassa olevan konseptin käyttö sen merkitystä muuttaen. Propagandistinen manipulaatio voi perustua yleisesti käytettyihin kliseisiin, kuten ”vapaus, kehitys ja turval-

lisuus”. Usein hyödynnetään valheellista syy-seuraussuhdetta, sillä propagandalle keskeisintä on löytää, osoittaa ja vakiinnuttaa vastaanottajalle käsitys epäonnistumisen syystä, varsinaisesta totuudesta piittaamatta. (Yanker 1972, 17, 19–20.)



1) Unusual. 2010. ”Anti-Racism Festival”.

Eräs propagandan välittämisen tehokkaimmista välineistä on kuva. **Propagandistisen kuvan teho** perustuu sen kykyyn yksinkertaistaa monimutkaisia poliittisia teorioita ja tehdä abstrakteista aatteista ymmärrettäviä. Sen avulla voidaan määritellä uudelleen poliittisia ja yhteiskunnallisia ongelmia hyödyntäen visuaalisia elementtejä,

esimerkiksi symboleja, tekstiä ja kuvia. Yksinkertaistettuna esimerkiksi vastapuolen pahuus voidaan tuoda ilmi kuvaamalla hänet hirviönä. (Yanker 1972, 18.) Propagandassa voidaan myös pyrkiä luomaan vakiintuneille graafisille symboleille uusia merkityksiä. Yankerin mukaan ”*propagandistin tehtävä on siis jyrätä vanhat symbolit ja korvata ne uusilla miellelyhtymillä, tai vaihtoehtoisesti keksiä kokonaan uusia vertauskuvia*”. (Yanker 1972, 18. suomennos kirjoittajan.)

Julistemuotoinen propaganda hyödyntää ajalle ominaista kuva maailmaa. Tällaisen julisteen päätehtävä on **provosoida** katsoja toimimaan. Julisteiden kuvaamat ongelmat ja aatteet – poliittiset, yhteiskunnalliset, eettiset tai ekologiset – kuvaavat ympäröivää maailmaa, ja voivat siksi olla tehokkaita. Katsojan reaktio julisteeseen riippuu siitä, kuinka hän samastuu siinä esitettyyn viestiin. (Timmers 1998, 106, 146.) Kuvissa esiintyvät allegoriat, esimerkiksi hyvän voitto pahasta, ovat universaalisti ymmärrettävää kieltä. Juuri universaalien luonteensa vuoksi juliste onkin perinteinen ja tehokas propagandan ase. (Yanker 1972, 16, 18.)

Propagandalla ja mainonnalla on paljon yhteistä. Propagandaa voikin luonnehtia poliittiseksi mainonnaksi, eli mainonnallisin keinoin politiikkaan vaikuttamiseksi. Sekä mainonnassa että propagandassa käytetään samoja tehokeinoja, kuten kohteen kuvaamista yksipuolisen positiivisesti. Lisäksi molemmat ovat sopeutuneet tiedonvälityksen kehittyessä nopeasti uusiin viestintätapoihin. (Hovi-Wasastjerna 1999, 8; Wikipedia: Propaganda.)

Koska julisteen katsomisaika on lyhyt, on kantaa ottava tai poliittinen juliste käytännössä aina luonteeltaan propagandistinen. (Yanker 1972, 18.) Propagandajuliste ei yliarvioi katsojan älyä, vaan vetoaa pikemminkin emotionaalisiin pelkoihin ja ennakkoluuloihin (Timmers 1998, 106). Julisteen kautta ei voida välittää rationaalisuutta ja syvempiä argumentteja, eikä julisteessa ole paikkaa selityksille tai selvennyksille. Teorian tasolla propagandajulisteen ihannetta lähimpänä on tekstijuliste. Tekstijuliste on kuitenkin usein visuaalisesti epäkiinnostava, eikä välttämättä onnistu saamaan katsojan huomiota, jääden siten lukematta. Myöskään syvälliset, kuvataiteen tulkinnalle ominaiset kerrokset eivät yleensä toimi tehokkaan propagandajulisteen vaikutuskeinoina. (Yanker 1972, 18; Timmers 1998, 106.)

Taide on kuitenkin ollut keskeinen valtiollisen ja poliittisen propagandan väline kautta historian. Jo Egyptissä faaraot suunnittelivat pyramidinsa heijastelemaan valtaansa ja roomalaisen arkkitehtuurin tehtävänä oli korostaa valtion mahtia. Taiteessa tehtiin propagandan avulla henkilömyyttejä, ja esimerkiksi Napoleon pyrki maalausten avulla luomaan itsestään kuvaa sankarihahmona. (Yanker 1972, 16.)

Taide ja propaganda ovat käsitteinä ristiriitaisia, sillä taide on usein käsitetty totuuden, kauneuden ja vapauden tavoitteluksi, kun taas propaganda mielletään manipuloidun suostuttelun, uhkailun ja harhautuksen strategiaksi. (Hovi-Wasastjerna 1999, 8.) Rajanvetoa politiikan ja taiteen välillä onkin käyty kiivaasti, ja taidehistorioitsijat kiistelevät siitä, vähentääkö propagandistinen sisältö taiteen esteettistä arvoa (Yanker 1972, 16).

Vuonna 1989 feministinen taiteilijaryhmä Guerrilla Girls ei saanut lupaa osallistua julisteellaan Metropolitan Museum of Arts:n poliittisten julisteiden näyttelyyn. Päätöksen perusteluna oli se, että he harjoittivat politiikkaa, ja politiikka ei ollut taidetta. Kuraattori linjasi esimerkiksi sodanvastaisten julisteiden olevan taidetta, mutta museon etiikkaa arvosteleva juliste oli hänen mielestään selkeästi vain politiikkaa. (Timmers 1998, 98.)



2) Guerrilla Girls 1989. Nimetön. Tate.

2. Yhteiskunnallisen julisteen historiasta

2.1 Seinäkirjoituksesta kuvajulisteeseen

Ihmiselle on aikojen alusta asti ollut luontaista esittää mielipiteensä julkisella paikalla, joko anonyymisti tai nimellään. Luolamaalausten kädenjäljistä ja Egyptin hieroglyfeistä saakka mielipiteen esittäminen on ollut eräs ihmiskunnan vanhimmista traditioista. Pompeijissa piirrettiin tai kaiverrettiin seinille poliittisia iskulauseita tai kommentteja. (McQuiston 2004, 14.) Renessanssin aikana patsaisiin, *pasquinoihin*, kiinnitettiin poliittisia mielipiteitä ilmaisevia kylttejä tai kirjoituksia. Joskus tällaisten patsaiden välille kehkeytyi suorastaan poliittinen väittely. Kirjapainon keksiminen 1400-luvun puolivälissä mullisti poliittisen taiteen tuottamisen ja jakelun. Mielipiteitä levittäviä pamfletteja oli nyt mahdollista monistaa painomenetelmin aikaisemman hitaan käsin kopioimisen sijaan. (McQuiston 2004, 14.)

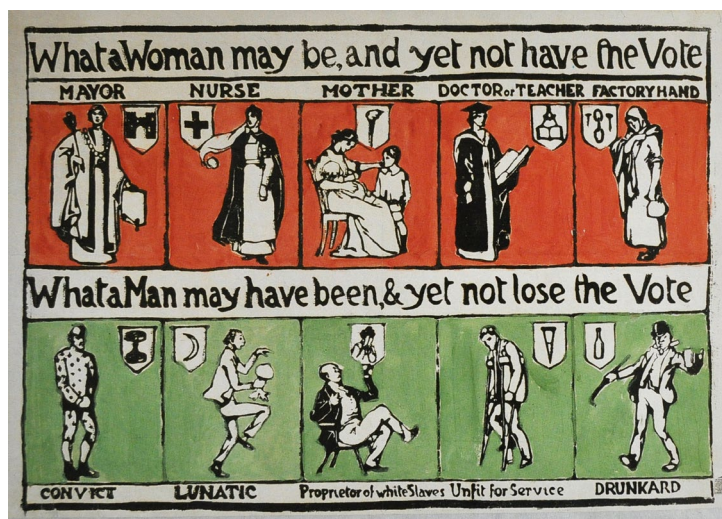
Uuden painotekniikan ensimmäinen tunnettu pioneeri, ja samalla ensimmäisen protestijulisteen tekijä, oli luterilaisuuden isänä tunnettu Martin Luther. Vaikka Lutherin kuuluisa teesi-juliste sisälsikin paljon tekstiä – 2500 sanaa – menestyi se hyvin kilpailijoiden puutteessa. (Rickards 1970, 6.) Kirjapainon keksiminen muutti valtioiden sisäisen visuaalisen viestinnän valtasuhdetta. Ennen kirjapainon aikaa julisteformaatti oli pyhitetty viranomaisten tiedotuksille, mutta nyt poliittisesta julisteesta tuli uusi kansankieli kaduille. (McQuiston 2004, 14; Sakki, 2007.) 1500-luvulla poliittiset ilmoitukset ja kuvitetut lentolehtiset olivat jo laajalle levinnyt ilmiö, ja niitä myytiin tai jaettiin kaduilla. (McQuiston 2004, 14.) Painetun julisteen suosion lisääntyessä valtaa pitävä eliitti yritti taistella epävirallisia ilmoituksia vastaan erilaisin säädöksin ja laein, kuitenkin siinä onnistumatta (Sakki, 2007).

1600-luvun Euroopassa jylläsivät uskonnolliset ja alueelliset sodat, vallankumoukset ja kapinat. Tällöin syntyivät ensimmäiset propagandan muodot. Taisteluja dokumentoitiin kuvituksin, joita levitettiin kansan keskuuteen tuomaan oikeutusta sotateoimille. Toisaalta laajalle levinneet sodan kuvat aiheuttivat myös vallankumouksellista toimintaa, joka herätti talonpojat kapinoimaan aristokraatteja vastaan. (McQuiston 2004, 14.)

Julistetaitteen toinen tekninen kehitysaskel oli saksalaisen Alois Senefelderin vuonna 1798 keksimä värilitografia. Litografia mahdollisti herkkien värisävyjen siirtämisen sarjatuotantaiseen julistee-

seen sekä lisäsi kopiomääriä entisestään. (McQuiston 2004, 15.) 1700-luvusta tuli poliittisen satiirin vuosisata ja uudesta litografisesta julisteesta sen tärkeä välityskanava. Satiirin kautta kommentoitiin yhteiskunnallisia ongelmia, politiikkaa, luokkajakoa, kuninkaanvaltaa ja uskontoa. Satiirinen juliste loi puitteet avoimelle keskustelulle ja julkiselle pilkalle, joita taiteilijat ja media ovat hyödyntäneet tähän päivään asti. (McQuiston 2004, 15, 48.)

Ranskassa vuonna 1830 saavutettu lehdistönvapaus johti poliittisen karikatyyrin kauteen. Kehittynyt tekniikka mahdollisti laajalevikkiset kuvitetut sanomalehdet, ja lehtiin syntyi sarjakuvia, joilla vaikutettiin lukijoiden mielipiteisiin keskeisistä poliittisista hahmoista. (McQuiston 2004, 15-16.) Vuosisadan lopulla sanomalehden valtakaus päättyi ja suosioon nousi kuvajuliste (Rickards 1970, 12). Uusi julistetyyppi vetosi väreillään ja houkuttelevuudellaan. Sen voima mitattiin pian 1900-luvun alussa ensimmäisen maailmansodan syttyessä. (Rickards 1970, 12.)



3) Suffrage Atelier. 1913. "What a Woman may be, and yet not have the Vote". Puuleikkaus. Iso-Britannia. Aikalaisnaisten vastalause sille, kuinka naisen täytyy elää täydellisen moraalista elämää, vaikka heillä ei edes ole äänioikeutta (Timmers 1998, 109).

2.2 Propagandajuliste maailmansodissa

Ensimmäisen maailmansodan myötä sanomalehtien ja virallisten ilmoitusten paikan lunastaneet kuvajulisteet vetosivat myös lukutaidottomaan kansaan. Lukutaito ei ollut itsestäänselvyys Euroopassa: vuosisadan vaihteessa Venäjälläkin 75% kansasta oli lukutaidotonta. Julistetta hyödynnettiin laajalti vuoden 1917 Venäjän vallankumouksessa. (Rickards 1970, 12.)

Pitkäaikaisten kriisien aikana propagandakoneisto pääsee näyttämään täyden voimansa (Rickards 1970, 12). Maailmansotia on usein luonnehdittu Euroopan propagandajulisteiden kulta-ajaksi, jolloin kaikkia mahdollisia mainonnan keinoja hyödynnettiin. Mainosmiehet värvättiin suunnittelemaan tehokkaita julisteita (McQuiston 2004, 20), joiden avulla sodalle pyrittiin luomaan oikeutusta, ihmisiä houkuteltiin lainaamaan rahansa valtioille sotaobligatioiden muodossa ja työskentelemään ahkerasti kotirintamalla. Juliste oli tehokkain olemassa oleva joukkomediaväline aikana ennen TV:tä ja radiota. (Timmers 1998, 109.) Ensimmäisen maailmansodan julisteissa hyödynnettiin isänmaallisuuden ihannetta ja kuvattiin sankaruuden uhrauksia, mutta niillä myös peloteltiin ja vedottiin miesten kunniantuntoon (McQuiston 2004, 20).



4) James Montgomery Flagg. 1917. "I Want YOU for U.S. Army". Yhdysvallat.



5) Saville Lumley. n. 1915. "Daddy, what did YOU do...?" Iso-Britannia.

Edellisen sivun julisteen ”Daddy, what did YOU do...?” ideoija, kirjanpainaja Arthur Gunn, kuvitteli itsensä isäksi, jolle kysymys osoitetaan. Julistesuunnittelija Lumleyn piirrettyä ideasta luonnoksen vuonna 1915, Gunn värväytyi vapaaehtoisena Iso-Britannian armeijaan. Julisteessa miehen katsekontakti vetosi katsojaan aikana, jolloin vallalla oli voimakas sosiaalinen paine värväytyä armeijaan. Juliste suunnattiin suoraan miehille, jotka eivät olleet vielä värväytyneet, sekä heidän perheilleen, joiden tuli tukea aatetta. (Timmers 1998, 110.)

Erityisesti Iso-Britannia kunnostautui propagandajulisteiden käytössä joukkojen värväystoiminnassa. Joukkojen vähäisen määrän vuoksi perustettiin vuonna 1914 PRC (Parliamentary Recruiting Committee), joka julkaisi huikat 1000 julistemallia ja 40 000 kopiota julisteista. Monet niistä olivat sangen kömpelöitä, sillä tekijät olivat tottuneet tekemään koristeellisempia mainosjulisteita. Varsinaisia julistesuunnittelijoita ei välttämättä ollut palkattavissa, vaan julisteita tekivät myös innokkaat painotalon työntekijät. (Timmers 1998, 109-110.)

Erilaiset julistekampanjat olivat briteille menestys, mutta monet kokivat sotapropagandan syyllistävänä. Sodan jälkeen erityisesti Isossa-Britanniassa propaganda-sanalla oli pitkään huono maine. (Timmers 1998, 115.) Hitler kuvasi vuonna 1926 kirjassaan *Mein Kampf* brittiläistä propagandaa yhtä säälimättömäksi kuin loistavaksi. Hän myönsi, että monet natsien propagandan piirteistä, kuten emotionaalinen kiristys, olivat peräisin briteiltä. (Timmers 1998, 114.)

Venäjällä uusia neuvostokansalaisia opetettiin lukemaan ”lukumajoissa” propagandajulisteiden avulla, ja propagandamaalauksilla kuvitettut ja täytetyt agitprop-junat levittivät aatteen sanaa syrjäisemmillekin maaseuduille (Timmers 1998, 118; McQuiston 2004, 18).

Taide kulki käsi kädessä uusien aatteiden ja propagandan kanssa. Uusi vuosisata ja teollistuminen toivat tullessaan Eurooppaan intellektuellien avant garde -tyylin. Länsimaissa syntyi dadaistinen taidesuuntaus protestiksi maailmansodan kauhuille. Venäjällä Kasimir Malevichin työ suprematismiin parissa toimi pohjana konstruktivistiselle tyyliin. (McQuiston 2004, 17.) Uudet 20-luvun tyyli heijastelivat optimismia ja utopiauskoa sekä kuvasivat uutta, proletariaatista Venäjää (Timmers 118). Kokeilevat taidesuunnaukset väistyivät kuitenkin sosialistisen realismin tieltä Stalinin käskystä vuonna 1932

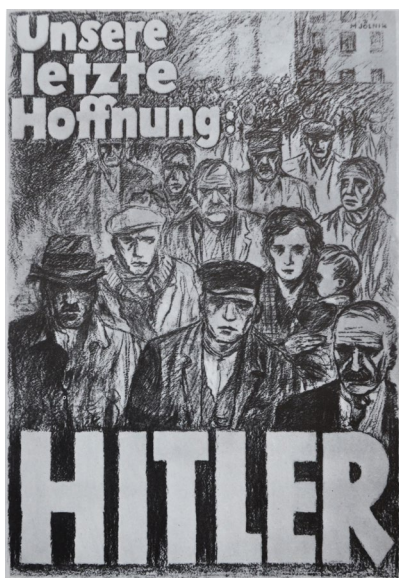


6) Moor. 1920. ”You - have you enrolled as a volunteer yet?”. Venäjä.



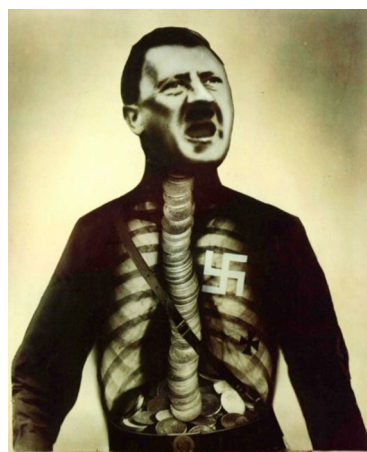
7) El Lissitzky. 1919. ”Beat the Whites with the Red Wedge”. Venäjä. Lizitskyn Wedge-juliste oli niin minimalistinen, ettei välttämättä vedonnut tehdastyöväkeen (Rickards 1970, 14).

Toisen maailmansodan aikana juliste palveli niin pahaa kuin hyvää – Hitlerin natsi-Saksaa ja liittoutuneiden solidaarisuutta. (McQuiston 2004, 25). Toista maailmansotaa pohjusti vuoden 1929 Wall Streetin romahdus, jonka seurauksena syntyi maailmanlaajuinen suuri lama (McQuiston 2004, 21). Ensimmäisen maailmansodan häviäjävaltioihin kuulunut Weimarin tasavalta, entinen Saksa, kamppaili sotakorvausten maksamisessa. Työttömyys ja inflaatio johtivat nationalismiin ja Hitlerin suosion nousuun, minkä myötä myös maan talous kasvoi. (McQuiston 2004, 22.)



8) Hans "Mjölner" Schweitzer. 1932.
"Our last hope: HITLER". Saksa.

Ilmapiiri muuttui kestäättömäksi hallitusta arvostelleille saksalaistaiteilijoille, joista moni pakeni ulkomaille tai vangittiin. Natsit sulki taidekoulu Bauhausin vuonna 1933, sillä avant-garde nähtiin bolsevikkeja kannattavana taidesuuntauksena ja Bauhausin henkilökunta rappioituneina ulkomaalaisina ja juutalaisina. Moderni taide ja avant-garde jatkoivat taistelua fasismia vastaan muun muassa Espanjan sisällissodassa. (McQuiston 2004, 22–25.) Rickards (1970,18) toteaa Espanjan sisällissodan tuottaneen traagisuudestaan huolimatta ehkäpä maailman parhaat julisteet.



9) John Heartfield. 1932. "Yli-ihminen Adolf". Fotomontaasiteos Arbeiter-Illustrierte-Zeitung -lehteen.



10) Pablo Picasso. 1937. "Guernica". Ranska. Espanjan sisällissota inspiroi myös taitelijoita.



11) Madridin puolustusministeriö. 1937.
"Hyökkääjän orjuuttava koura tavoittelee maatamme". Espanja.



12) Tekijä tuntematon. 1937. "To fight Fascism - join the Airforce". Espanja.

Saksa kanavoi sodan aikana täydet voimansa propagandaan. Vuonna 1933 perustettiin Goebbelsin johdolla Saksan propagandaministeriö (Timmers 1998, 121). Hitlerin ja Goebbelsin luoma järjestelmä on eräs historian laajimmista ja vaikuttavimmista. Saksa sai uuden lipun ja tunnuksen – hakaristin – sekä värit, tunnukset ja univormut. (McQuiston 2004, 25.) Antisemitistiset ja rassistiset materiaalit ovat nykypäivään asti kestävä muistutus propagandamateriaalin voimasta (McQuiston 2004, 25).



13) Prof. P. Hampel. 1938. Mainossuunnittelijoille suunnattu tyyliopas fraktuura-kirjasintyylistä. Saksa.



14) 1927. "NSDAP:n puolueohjelma". Natsien puolueohjelma. Saksa

Isossa-Britanniassa Ministry of Information (MOI) perustettiin uudelleen vuonna 1939 (Timmers 1998, 123). MOI:n julisteissa näkyi harvoin korkeampia isänmaallisuuden tai velvollisuuden motiiveja. Pikemminkin sota oli kuva-aiheissa neutralisoitu, se käytiin demokraattisessa yhteisymmärryksessä asiasta tiedotettujen ihmisten kesken. (Timmers 1998, 125.) Toisin kuin Neuvostoliitossa tai natsi-Saksassa, Iso-Britanniassa ei esitetty omia joukkoja varsinaisina sankareina tai muiden maiden sotilaita paholaisina, vaan julisteiden aiheiden pääpaino oli Ison-Britannian kansalaisten kuvaamisella. Joukkojen värväämisen sijasta keskityttiin kotirintamaan: naisten tehtäisiin rekrytointiin, omavaraisuuteen kannustamiseen ja yleisen järjestyksen ylläpitoon. (Timmers 1998, 123.)



15) Donald Zec. Ministry of Information (MOI). n.1941. "Women of Britain Come into the Factories". Iso-Britannia.



16) Abram Games. 1942. "Your Talk May Kill Your Comrades". Iso-Britannia.

Saksan hyökättyä Neuvostoliittoon kesäkuussa 1941, MOI pyrki vaikuttamaan propagandajulisteilla yleiseen mielipiteeseen Iso-Bri-

tannian uudesta liittolaisesta Neuvostoliitosta. Mailla oli samat tavoitteet ja kansoilla yhteiset ongelmat ja puutteet. Myös Yhdysvallat kuului liittoutuneisiin ja taisteli Neuvostoliiton rinnalla Saksaa ja akselivaltoja vastaan. Maiden toisen maailmansodan aikainen yhteistyö jäätynä kuitenkin hiljalleen kylmäksi sodaksi. (Timmers 1998, 128.)



17) FHK Henrion. United States Office of War Information. 1944. Normandian maihinnousun jälkeen levitettäväksi suunniteltu juliste korostaa liittoutuneiden yhteistyötä sodan voittamiseksi ja natsien kukistamiseksi.

2.3 Juliste kylmässä sodassa

Kylmän sodan aikana voimatasapainoa pitivät yllä kaksi supervaltaa, Yhdysvallat ja Neuvostoliitto, sekä näiden maiden liittolaiset. 1950-luvulta lähtien länsimaiden kulttuurinen painopiste siirtyi yhä voimakkaammin kohti Yhdysvaltoja. Neuvostoliiton satelliittivaltioissa vaikutti edelleen kommunismin rautainen ote. Vallan ja kulutuksen huipulla olevan Yhdysvaltojen ja itäisen sosialismin välille rakoillut kuilu kasvoi. Neuvostoliitossa sosialistinen kuvakieli, kuten myös politiikka, kasvoi talonpoikaisista aiheista totalitaristiseen maailmanvalloitukseen. (McQuiston 2004, 27.)

Maiden välejä huononsi entisestään Yhdysvaltojen tarjoama Marshall-apu, joka levitti sodasta toipuville maille taloudellisen avun ohella kapitalismin ja demokratian ilosanomaa (Timmers 1998, 128–129).



18) Gaston van den Eynde. 1950. "European Co-operation for a Higher Standard of Living with the Marshall Plan". Alankomaat. Vahva puupalkki tukee nuorta puunkoksa Marshall Plania puoltavassa julisteessa (Timmers 1998, 129).

19) Reginald Mount & Eileen Evans. Central Office of Information. 1960. "Little scraps of information can add up to a whale of a lot... and the net is wide!". Iso-Britannia. Juliste kuvastaa epäluuloa kommunismia ja neuvostoliiton vakoilua kohtaan (Timmers 1998, 129).

Länsimaissa valtioiden kiinnostus propagandajulistetta kohtaan alkoi vähentyä. Syinä olivat vahvistuva parlamentaarisuus ja demokratia sekä kulutusyhteiskunnan kehitys. (Timmers 1998, 134.) Uudella sananvapauden aikakaudella ei enää tarvittu laajoja, yleistä mielipidettä ohjailevia julistekampanjoita. Poikkeuksena olivat Yhdysvalloissa kommunismia vastaan kohdistuneet vainot 1940- ja 50-luvuilla. (Timmers 1998, 129.)

Julistetaide valjastettiin moraalisien ja eettisten ongelmien ratkaisemiseen (Timmers 1998, 134). 1960-luvulla elämän politisoituminen ja aktivismi johtivat uuteen mottoon: "the personal is the political", "henkilökohtainen on poliittista". Uusia julisteiden aiheita olivat muun muassa ihmisoikeudet sekä etnisten vähemmistöjen ja naisten asema. (Timmers 1998, 136.)

1960-luku oli yhteiskunnallisen vallankumousten aikaa, jolloin saivat alkunsa monet nykyelämääinkin vaikuttaneet muutokset. Muutosenergia vaikutti niin taiteen, designin, muodin, elokuvien kuin musiikinkin aloilla. (McQuiston 2004, 7.) Ensimmäiset nuorisovallankumoukset lähtivät liikkeelle Yhdysvaltojen länsirannikolta levittäen mukanaan underground-nuorisokulttuuria ja uutta visuaalista kieltä. Vastustamalla aikaisempia pukeutumis- ja käyttäytymiskoodeja, nuoret taistelivat poliittista järjestelmää vastaan tai ainakin pyrkivät erottautumaan siitä. (McQuiston 2004, 134.)

Vallankumouksen visuaalinen kieli antoi kamppailulle tunnistettavan ilmeen. Liikkeille syntyi tunnistettavia graafisia symboleita: naiseuden symboli liittyi feminismiin ja musta panteri rotuerottelun vastustamiseen. Ylös kohotetut nyrkit sopivat kaikille ja kaikkiin tilanteisiin. Symbolit olivat helposti toistettavissa, eikä niillä ollut varsinaista suunnittelijaa, joten ne esiintyivät monenlaisissa muodoissa, käyttötavoissa ja paikoissa. (McQuiston 2004, 136–137)



20) Tekijä tuntematon. 1969. "War is Good Business". Yhdysvallat.

1960-luvulla juliste näkyi kaikkialla. Julisteiden jäljitelmätuotanto ja keräily oli suosittua, ja vähitellen juliste siirtyikin kaduilta koriste-esineeksi. (Rickards 1970, 21; Yanker 1972, 23.) 1970-luvun alkuun mennessä etenkin Yhdysvalloissa julisteesta oli tullut kulttiesine, eräänlainen parodian parodia (Rickards 1970, 21–22). Monet kulttimaineeseen nousseista julisteista eivät olleet poliittisten organisaatioiden tuottamia, vaan itsenäisesti toimivien yhteiskunnallis-

ten taiteilijoiden töitä. Julisteissa esiintyi esimerkiksi karikatyyrikuvia poliitikoista, usein vasemmiston näkökulmasta. Myös oikeistolla oli omat julisteensa. (Yanker 1972, 23.)

Ajan slogan, ”*dig where you stand*”, viittasi yksilön vastuuseen ja toimintaan, etenkin paikallisella tasolla. Mahdollisuus suunnitella ja jakaa omia julisteita teki mahdolliseksi myös vähemmistöjen mielipiteiden esiintulon. 1960-luvulla käynnistyi yhteiskunnallinen tapahtumaketju, jossa ihmisten passiivisuus massamediaa kohtaan kääntyi aktiiviseksi toiminnaksi. (Timmers 1998, 140.)



21) *United Klans of America*. Robert M. Sheldon, *Imperial Wizards*. 1969. Yhdysvallat. Klux Klan- järjestön johtohahmoa ja palavaa ristiä kuvaava juliste oli suosittu myyntituote Etelävaltioissa (Yanker 1972, 25).



22) *Christer Themptander*. 1971. ”*We’ll never forget Wounded Knee*”. Postikortti ja juliste.

Kylmän sodan vuosikymmeniä leimasi globaali levottomuus. Maailma jakautui kehittyneisiin teollisuusmaihin, sosialististen valtioiden muodostaman ”toisen maailman” maihin sekä ”kolmannen maailman” kehitysmaihin, jotka olivat usein entisiä siirtomaita. (Wikipedia: Kehitysmaa.) Entisten siirtomaiden purkaminen Afrikassa ja Kaakkois-Aasiassa synnytti sisäisiä konflikteja, etnisiä jännitteitä ja sotia. (McQuiston 2004, 90.) Kuuban ohjuskriisi ja supervaltojen kiihtyvä ydinvarustelu 60-luvulla olivat lähtölaukaus rauhanliikkeen

synnylle. Rauhanjulisteissa otettiin kantaa ydinsotaa ja ydinaseita vastaan. (McQuiston 2004, 27, 74, 90.) Iso-Britannian CND-järjestön (Britain’s Campaign for Nuclear Disarmament) tunnus, rauhanmerkki, levisi hippiliikkeen mukana ja vakiintui lopulta kansainväliseksi rauhan tunnukseksi. (McQuiston 2004, 91).



23) *Bill Stetner*. 1970. Valokuva. Yhdysvallat.

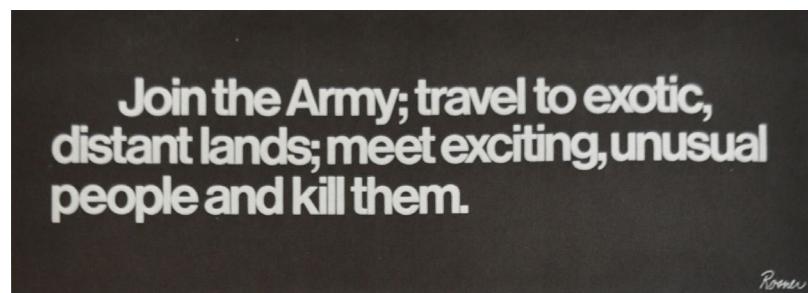
Yhdysvaltojen taistelu Vietnamin synnytti sodanvastaisuutta ja lisäsi rauhanjulisteiden suosiota. Rauhan ja rakkauden liike levisi musikiin ja huumeiden täyteen psykedeeliseen elämäntavan mukana aluksi Yhdysvalloissa. Hippiliike lainasi tyylinsä dekoratiivisesta taiteesta, art nouveau -tyylistä ja itämaisestä mystiikasta. Julisteiden typografiassa käytettiin koristeellisia puukaiverruksia ja käsinkirjoitusta. Psykedeelisestä kuvakielestä tuli pian valtavirtaa ja se levisi ympäri maailmaa. (McQuiston 2004, 7, 135.)

Toisesta maailmansodasta lähtien keskeiseksi kuvallisen viestinnän vaikuttajaksi nousi valokuva (McQuiston 2004, 25). Valokuvaa hyödynnettiin tehokkaasti etenkin Vietnamin sodan aikana, vuosina 1955–1973 (Wikipedia: Vietnam War). Vietnamin sota oli ensimmäinen tiedotusvälineiden laajamittaisesti seuraama konflikti, ja lopulta juuri valokuvan todistusvoimalla oli tärkeä rooli yhdysvaltalaisen joukkojen perääntymisessä. (McQuiston 2004, 42.)

Armeijan valokuvaaja Ronald L. Haeberle oli todistamassa Yhdysvaltain armeijan toteuttamaa satojen vietnamilaisten joukkosurmaa vuonna 1968. Haeberle kuvasi paikalla muun muassa surmattuja lapsia, ja kuvat näytettiin kansallisessa uutislähetyksessä. Lähetyksessä haastateltiin joukkosurmaan osallistunutta sotilasta, joka kertoi, kuinka heidän oli käsketty tappaa koko kylän väki. ”Miehet, naiset ja lapset?”, kysyi lähetysten juontaja. ”Miehet, naiset ja lapset”, entinen sotilas vastasi. ”Ja vauvat?”, juontaja kysyi. ”Ja vauvat”, sotilas vastasi. Vietnamin sodan jälkeen juliste ei ollut enää pelkkä juliste, vaan sillä oli suhde massamediaan. (Timmers 1998, 137–138.)



24) Valokuva Ron Haeberle. Art Workers' Coalition. 1970. ”Q. And babies? A. And babies.”. Yhdysvallat.

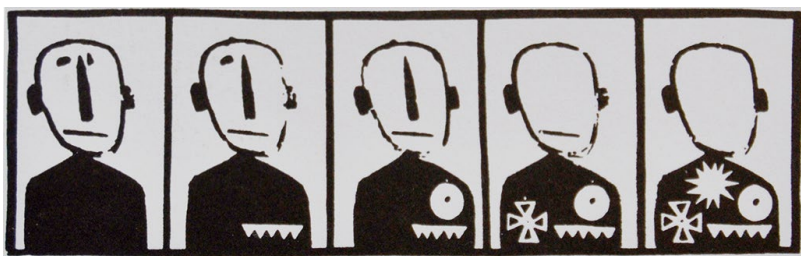


25) Tekijä tuntematon. 1971. Yhdysvallat.



26) Committee to Help Unsell the War. 1971. ”I Want Out”. Yhdysvallat.

Ranskassa syttyi graafinen vallankumous, kun opiskelijat mellaikoivat Pariisissa vuoden 1968 yleislakon aikana. Studioita ja painotaloja vallattiin ja nopeatekoisia linokaiverrus- ja silkkipainotekniikalla valmistettuja julisteita levitettiin. Julisteet olivat luonteeltaan spontaaneja ja aiheet keksittiin ajankohtaisista uutisista. Opiskelijoiden tavoitteena oli kapinoida vanhoja, etenkin koulumaailmaa koskevia traditioita vastaan ja vastustaa porvariskulttuuria. (Rickards 1970, 26; Timmers 1998, 138–139; McQuiston 2004, 54.) Ranska toimi myös turvasatamana Neuvostoliiton rautaesiripun takaa paenneille taiteilijoille. Esimerkiksi puolalainen graafinen suunnittelija Jan Lenica käsitteli julisteidensa avulla ajankohtaisia pelkoja, kuten identiteetin menettämistä (McQuiston 2004, 57).

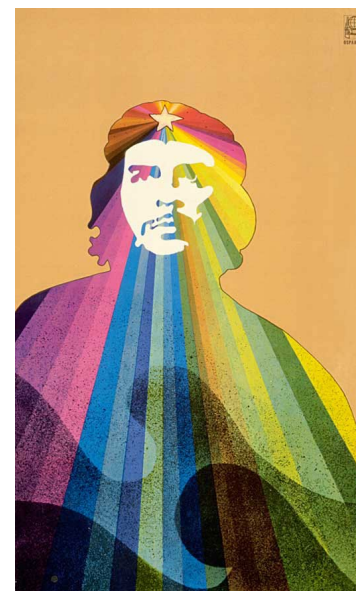


27) Jan Lenica. 1960. Puola.

Lenica kuvasi, kuinka statuksen kasvu ja aseman nousu byrokraattisessa järjestelmässä johtaa identiteetin ja inhimillisyyden menetykseen.

Sosialistinen taide kärsi 60- ja 70-luvun Euroopassa todellisuudesta vieraantumisesta ja samojen kuva-aiheiden toistamisesta. Sen sijaan Atlantin takaisessa sosialistisessa Kuubassa julistetaide oli värikkästä ja vivahteikasta, ajankohtaista ja välitöntä. (McQuiston 2004, 33.) Kuubalaiset julisteet eivät olleet itseään toistavia keskuspuolueen ideologian tuotteita, vaan ihmisten luovuuden tuotoksia, jotka kantivat poliittista viestiä. Toisin kuin Neuvostoliitossa ja Kiinassa, taiteilijan ilmaisunvapautta ei pyritty rajoittamaan tiettyyn tyyliin, vaan taide ja julisteet nähtiin apuna vallankumoukselle ja kansainväliselle yhteistyölle (McQuiston 2004, 88). Oli siis tärkeää luoda aatteesta myös visuaalisesti houkutteleva (McQuiston 2004, 33). Julisteiden aiheita olivat työväen solidaarisuus, kulttuurinen identiteetti, maataloudelli-

nen omavaraisuus sekä yhteiskunnallinen kehitys. Julisteissa esiintyi kansan sankarihahmoja, ja erityisen ikoninen kuva-aihe oli vallankumouksellinen sissijohtaja Che Guevara. (McQuiston 2004, 88.)



28) Alfredo Rostgaard. 1969. OSPAAAL.
Psykedeeellinen Che Guevara.



29) Granger. 1960-luku. Kuuba.

1960-luvun Kuuban poliittiset julisteet olivat eräs vaikutusvoimaisimmista liikkeistä, joka inspiroi julistepajoja ja taideaktivisteja ympäri maailmaa. Kuuban julistetaiteen kukoistuksen aikalainen, graafisen alan monitaituri ja kirjailija Maurice Rickards, kuvailee kuubalaisen julistetaiteen omaleimaisuutta: ”kuubalaisissa julisteissa aseet kuvataan kauniiksi, toisin kuin muissa maissa, joissa ne kuvataan draamattisesti aggressiivisen rumiksi”. (Rickards 1970, 24, suomennos kirjoittajan.) Julisteiden suosio syntyi mainostoimistojen, hallinnon ja julkaisutalojen tiiviillä yhteistyöllä. Kansainvälinen propagandatoimisto OSPAAAL (The Organization of Solidarity With Asia, Africa and Latin America) levitti julisteita maailmanlaajuisesti, rakentaen laajan globaalin kommunikaatio- ja solidaarisuusverkoston. (McQuiston 2004, 88.)

Kylmän sodan kommunistisissa maissa juliste säilytti perinteisen asemansa. Maat olivat melko köyhiä ja teknologisesti kehittymättömiä, joten julisteita tarvittiin vahvistamaan puolueen ja aatteen valtaa (Timmers 1998, 130–131). Totalitaristisissa valtioissa, jossa valtion valta ylettyi yhteiskunnan kaikille aloille, suosituksi mielipiteen ilmaisun keinoksi nousi juliste. Itse painettujen julisteiden levittäminen oli helpoin tapa välttää sensuuriviranomaisten säännökset. (Art as Activist 1992, 13.) Euroopan itäosia halkovan rautaesiripun takana taiteilijoilla oli halu kommunikoida ulkomaailman kanssa. Maiden kesken järjestettiin lukuisia kansainvälisiä julistenäyttelyitä (Art as Activist 1992, 14), joiden ansiosta jotkin Neuvostomaat, esimerkiksi Latvia, Unkari, Puola ja Tšekkoslovakia, onnistuivat säilyttämään yhteydet kansainväliseen julistetaiteen kenttään. Näissä maissa julistetaide oli myös kehittynyt puolueen hallinnosta riippumatta. Toisaalta Neuvostoliiton vallan alaisena oli myös Romanian kaltaisia valtioita, jossa valtio oli brutaalisti tukahduttanut kaiken luovan toiminnan. (McQuiston 2004, 34.)



30) Jerzy Janiszewski. 1980. Solidaarisuus-liikkeen tunnus. Puola.

Ensimmäiset merkit sosialistisen vallan heikentymisestä alkoivat näkyä 80-luvulla, kun Puolassa syntyi kommunismia vastustava Solidaarisuusliike (Art as Activist 1992, 13; McQuiston 2004, 34). Neuvostoliitto oli onnistunut tukahduttamaan aikaisemmat itäblokin kapiinat, mutta 80-luvulla alueella oli käynnissä moraalinen murentumisesta ja huonosta taloustilanteesta johtuva kriisi (Wikipedia: Solidaarisuus (liike)). Solidaarisuusliikkeen yhtenäisyyden, kollektiivisen voiman ja puolalaisten vastarinnan symboliksi nousseen tunnuksen suunnitteli puolalainen graafikko Jerzy Janiszewski. Liike saavutti tunnuksineen maailmanlaajuisen maineen, mikä auttoi Puolaa saamaan kansainvälistä sympatiaa. Tapahtumaketju johti lopulta vapaisiin vaaleihin vuonna 1989. Vuosikymmenen lopulla graafinen vallankumous kiihtyi muissakin itäblokin maissa, ja mielenosoituksissa oli mukana

entistä enemmän katugrafiikkaa, banderolleja ja lentolehtisiä. Vapaus kritisoida hallintoa toi julisteiden kuvakieleen uusia ulottuvuuksia. (McQuiston 2004, 64.)

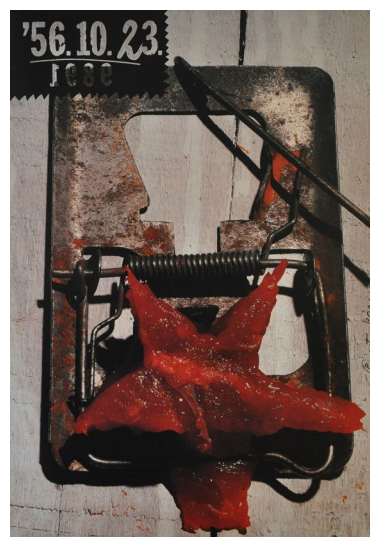


31) Indulis Kalnins. 1989. ”Jokapäiväinen leipämme”. Guassi. Latvia.
Juliste kuvaa jokapäiväisen elämän tyhjyyttä kommunistisessa Latviassa
(Art as activist 1992, 131).

Vuosien 1989 ja -90 liikehdintä johti moniin muutoksiin sosialistisessa politiikassa. Neuvostoliiton uudistusmielinen johtaja, Mihail Gorbatšov, aloitti vapaan keskustelun eli *glasnostin* sekä rakennemuutoksen eli *perestroikan* ajan. Glasnostin ansiosta voitiin puhua myös aiemmin vaietuista aiheista, ja juliste oli taidemuodoista ensimmäisiä, joka toimi yhteiskunnan äänitorvena uusissa sopeutumiskamppailussa. (McQuiston 2004, 70–72; Hämäläinen 2014.) Vuosikymmenten aikana patoutuneita mielenilmauksia tuotiin ilmi julisteiden muodossa (McQuiston 2004, 33). Kun kansalaiset ymmärsivät voivansa ilmaista itseään vapaasti, he alkoivat myös katsoa asioita eri tavalla. Aikaisempi kaksinaamaisuus, itsesensuuri ja puolueen mielipiteen myötäily julistetaiteessa päättyi. (Art as Activist 1992, 24.)

Krzysztof Ducki, puolalainen julistetaiteilija, kuvaa poliittisen julisteen merkitystä vapautuvassa Puolassa: ”*glasnostin alussa venäläiset ystäväni olivat vielä peloissaan. Ihmiset murhaavat ja nääntyvät poli-*

tiikan vuoksi. Siksi poliittiset julisteet tekevät vaikutuksen. Mitä lähempänä totuutta ne ovat, sitä tehokkaampia ne ovat, sillä ne herättävät katsojissa syviä tunteita. Ihmiset itkivät Stalinin uhreja kuvaavien julisteiden edessä. Niin voimakasta reaktiota eivät saa aikaan kulttuurijulisteet, jotka kutsuvat ohikulkijaa teatteriin tai elokuviin. Poliittisista julistetta katsoessa on ymmärrettävä kummalla puolella on, ketä vastaan, mitä haluaa ja ketä vastustaa”. Ducki jatkaa: ”Halusimme julisteidemme kommunikoiden katsojan kanssa ja olevan ymmärrettäviä. – – Julisteiden tulee seurata mitä taiteessa tapahtuu ja olla viestinviejiä kadun ja gallerian välillä.” (Art as Activist 1992, 24, suomennos kirjoittajan.)



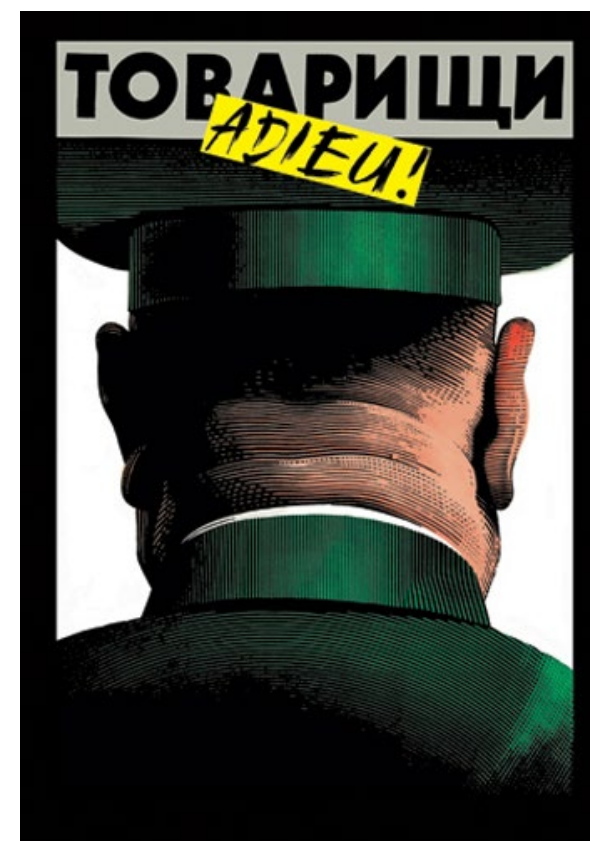
32) Péter Pócs. 1983. ”Onnekas Daniel”. Unkari. Juliste tehtiin unkarilaista Onnekas Daniel -elokuva varten. Elokuva käsittelee Unkarin vuoden 1956 jälkeistä muuttoliikettä länteen. Kuva viittaa loka-marraskuuhun 1956, kun kapinalliset leikkasivat vihatus venäläistyylisen vaakunan Unkarin lipusta. Juliste kiellettiin vuonna 1983, mutta se julkaistiin uudestaan vuonna 1989. (McQuiston, 2004, 9.)

33) Péter Pócs. 1989. ”56.10.23”, 23 lokakuuta 1956. Unkari.

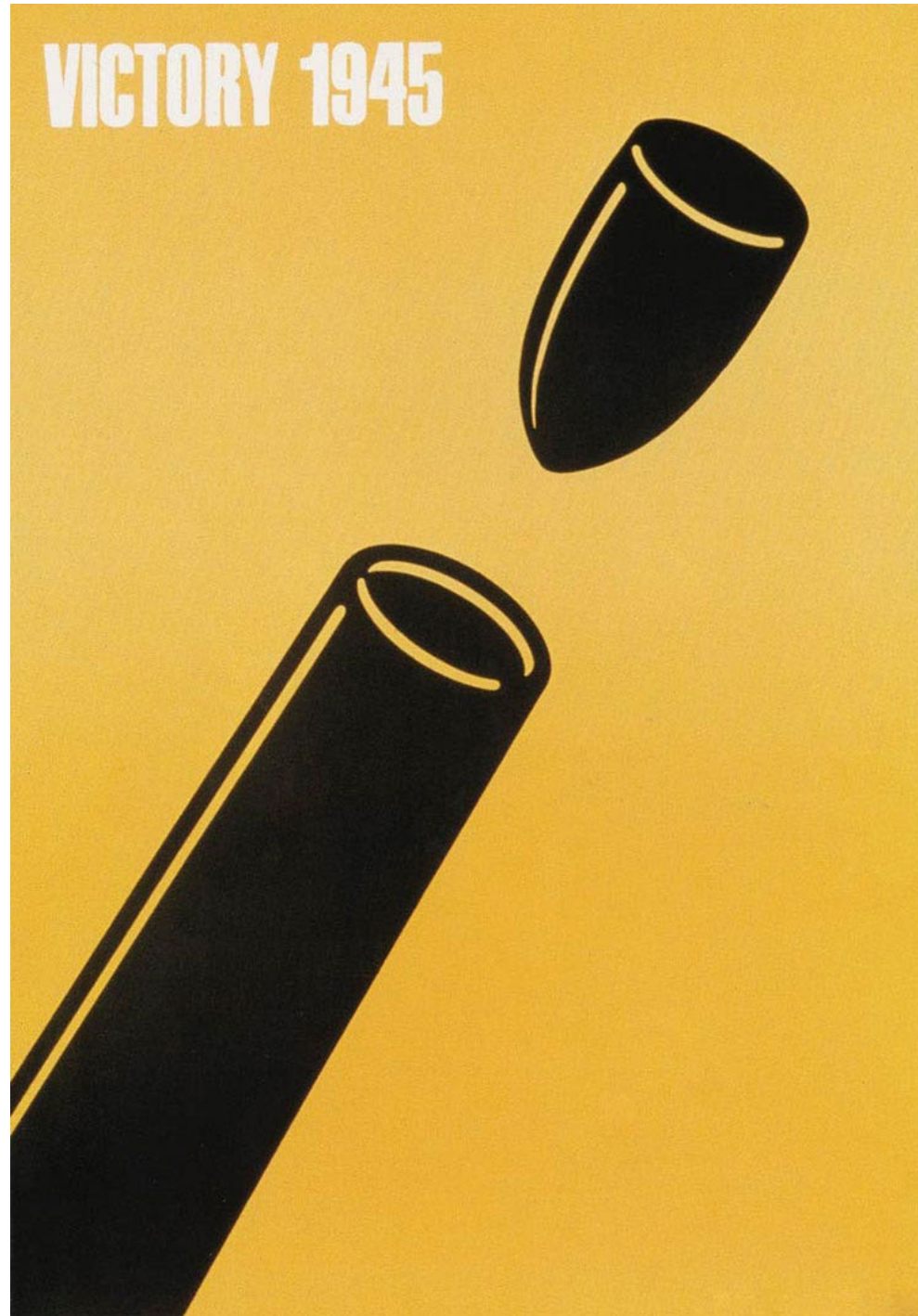
Neuvostoliiton politiikan muuttuminen johti Jugoslavian hajoamiseen, Berliinin muurin murtumiseen ja Saksan yhdistymiseen. Vuonna 1991 Neuvostoliitto hajosi ja Baltian maat itsenäistyivät. (McQuiston 2004, 33.) Neuvostovallan jälkeinen symboliikka oli täynnä kommunismin tietoista häivyttämistä – revittyjä lippuja ja kommunis-

tisten tunnusten poistamista. Visuaalisia vallan merkkejä, kuten sirppi, vasara ja Leninin patsaat, pyrittiin tuhoamaan. Irrottautuminen kommunistisesta aatteesta näkyi myös julisteissa erilaisina symboleina: rikkinäisinä esineinä, punaisina kuonokopalla alistettuina eläiminä ulos kaupungista ajettuina, Stalinin haamuina. Monet aikakauden julisteet kuvastivat pelkoa tulevaisuudesta ja länsimaalaistumisesta. (McQuiston 2004, 64.)

Neuvostoliiton hajoamisen jälkeen vanhan vallan esineistöä tuli vähitellen muodikasta keräilytavaraa (McQuiston 2004, 72). Perestroikajulisteita esiteltiin ja julkaistiin kirjana lännessä. Monet julisteista olivat originaalimaalauksia, sillä massatuotettu ja -julkaistu juliste nähtiin yhä menneisyyden propagandakoneistoon viittaavana. (McQuiston 2004, 70–71.)



34) Istvan Orosz. 1989. ”Comrades, It’s Over”.



35) Shigeo Fukuda. 1975. "Voitto 1945". Japani.

2.4 Juliste kansalaisaktiivismin välineenä

1980-luku oli paitsi Neuvostoliiton avautumisen vuosikymmen, myös rauhanjulisteiden uusi aikakausi. Vuonna 1983 sata japanilaista graafista suunnittelijaa aloitti ydinaseiden vastaisen Hiroshima Appeals -rauhanjulisteprojektin. Projektissa ilmaistiin vuosittain vetoamus Hiroshiman tapahtumien muistamiseksi, sekä toive tehdä yhteistyötä ihmiskunnan tulevaisuuden ja ihmislajin selviytymisen puolesta. Kampanjan tavoitteena oli yhdistää pelkistettyyn sveitsiläiseen tyyliin perinteistä japanilaista filosofiaa. Hiroshima Appeals -projekti oli omalta osaltaan luomassa nyky-Japanille uutta visuaalista kuvamaailmaa.

Solidaarisuuden osoituksena yhdysvaltalainen Charles Helmen kokosi vuonna 1985 yhteen Yhdysvaltojen parhaimmat graafiset suunnittelijat ja kokosi samasta aihepiiristä julistesarjan nimellä "Image for Survival". Hiroshima Appeals -projektin rauhanjulisteita tehtiin 1990-luvulle asti, jolloin uudeksi teemaksi nousi ympäristö. (McQuiston 2004, 85.)



36) Lanny Sommese. 1980. Ihmisoikeusjuliste Amnesty Internationalille. Yhdysvallat.

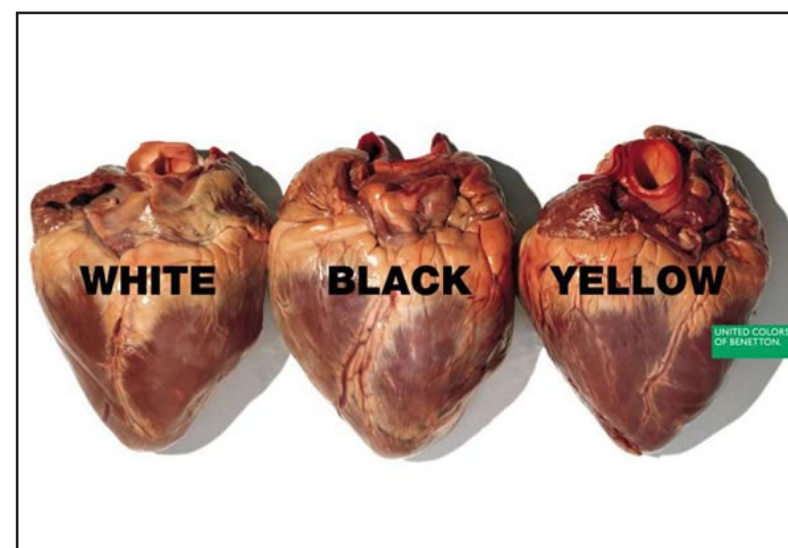
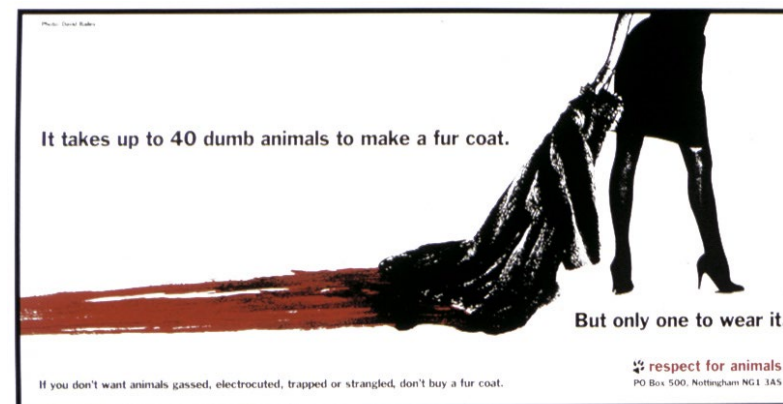
1980-luvun julistetaiteella oli tarve välttää vanhoja ja kuluneita visuaalisia kliseitä. Esimerkiksi rauhanjulisteilla ja muilla sodanvastaisilla kuvilla oli vaarana tulla itseään toistaviksi ja merkityksettömiksi. Rauhanmerkit, ohjukset, kaasunaamarit, itkevät lapset ja kuihtuvat kukat olivat kliseinä menettäneet tehonsa. Uuden ajan rauhanjulisteissa rauhankyyhky saikin normaalista poikkeavan muodon. (McQuiston 2004, 92.)



37) Tekijä tuntematon. n. 1982. "Pax Sovietica". Puola. Juliste on tuotettu kapinallisten maanalaisessa solidaarisuustoimituksessa poikkeustilan aikana.

Juliste antoi äänensä yksilöllisen politiikan liikkeille: globaalille hyväntekeväisyysjärjestö Live Aidille, vihreää aktivismia edistävälle Greenpeacele sekä turkisteollisuuden vastaiselle Lynxille, joka tunnettiin myöhemmin nimellä Respect for Animals. Julisteissa otettiin kantaa myös rasismia, Etelä-Afrikan rotuerottelupolitiikkaa sekä kulutusyhteiskunnan lieveilmiöitä vastaan. (McQuiston 2004, 52.)

1990-luvusta tuli entistä voimakkaammin persoonallisen politiikan, osallistumisen, interaktiivisuuden ja aktivismin vuosikymmen. Julkisuuden henkilöt, muoti ja populaarikulttuuri nousivat julisteen ja mainonnan kuvamaailmassa tärkeään rooliin. Kampanjoita myytiin yhä useammin julkisuuden henkilöiden kasvoilla, ja jopa kaupalliset muotilehdet ottivat kantaa rasismia vastaan. (McQuiston 2004, 10–11, 141.)



38) Yellowhammer & David Bailey. Lynx. 1983. "Dumb Animals".
39) Oliviero Toscani. 1996. United colours of benetton. "Hearts".
40) Barbara Kruger. 1987. Nimetön (I shop therefore I am).

Massamedian ja teknologian kehitys mahdollisti liikkeiden laajenemisen kansalliselta tasolta kansainväliseksi. Pro-demokratialiike Puolassa, rauhanliike Isossa-Britanniassa, anti-apartheid Etelä-Afrikassa ja antifasistinen liike Saksassa alkoivat kaikki kansallisina liikkeinä, mutta tavoittivat solidaarisuutta maailmanlaajuisesti. (McQuiston 2004, 39.) Uusien globaalien medioiden kautta ihmiset tulivat tietoisiksi niin kansallisista kuin kansainvälisistäkin ongelmista ja osallistuivat innokkaasti keskusteluun ratkaisujen löytämiseksi (McQuiston 2004, 10–11).

2000-luvulle siirryttäessä juliste toteutettiin yhä useammin digitaalilla tekniikoilla tietokoneen avulla. Aikaisemmin nopeana pidetyn silkkipainotekniikan korvasivat entistä nopeammat tulostimet. Julisteen merkitys väheni radikaalisti tiedottamisen siirtyessä verkkoon ja muihin elektronisiin medioihin (McQuiston 2004, 39). Perinteiset julisteen tuotannon ja jakelun traditiot alkoivat murtua, kun kuva levisi ympäri maailmaa bittimuodossa.

2.5 Julisteen nykyisyys ja tulevaisuus

Julisteen suosio on hiipunut länsimaissa television ja joukkotiedotusvälineiden suosion kasvaessa, ja nykyisin tiedottamisen välineenä toimiikin lähes yksinomaan elektroninen media. (McQuiston 2004, 39.) Päivittäinen elämämme perustuu liikkuvaan kuvaan, joka on aina silmiemme ulottuvilla televisiossa ja internetissä. Reaaliaikaiset elektroniset mediat tuntuvat välittömämmiltä kuin perinteinen, staattinen juliste.

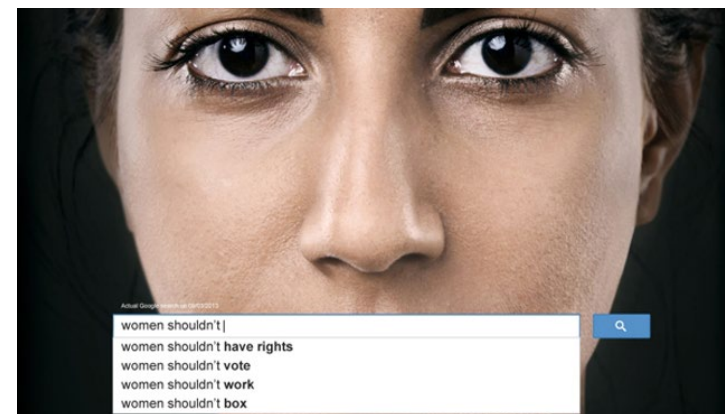
Kuvallinen mainonta ja ilmoitukset ovat siirtyneet mainostolpista bussipysäkeille ja julkisten kulkuvälineiden kylkiin varattuihin maksullisiin tiloihin. Koska julkisesta tilasta on tullut mainostajien maksamaa reviiriä, valtio viestittää julisteiden liimaamisen olevan luvatonta toimintaa. Vapaata ilmoitustilaa, jossa saisi laillisesti tiedottaa tapahtumista, ei esimerkiksi Helsingissä ole lainkaan (Strand, 2010). Silti Helsingin kaupunki on käynyt aggressiivista kampanjaa luvatonta mainostamista vastaan 2000-luvun alusta lähtien (Oksanen, 2014).

Viime aikoina Helsingin kaupunki on lähettänyt luvattomien tapahtumajulisteiden tuottajille katukuvan siivouksista koituneita lasku-

ja. Kaupungin työntekijän mukaan ”*kaupungin omaisuuden tärvelly ilmoittelemalla on parin viime vuoden aikana räjähtänyt käsiin Helsingin ydinkeskustassa. Julisteita on muun muassa työmaa-aidoissa, liikenteenohjaustolpissa ja puurunkosuojissa.*” (Oksanen, 2014.) Kaupunkikuvan epäselvät omistussuhteet ja vihamielinen suhtautuminen katujulisteeseen ovat johtaneet julisteen miltei täydelliseen katoamiseen katukuvasta. Esimerkiksi julistetaiteilija Erik Bruun on jomoneen kertaan epäillyt, että katujuliste on kuollut (Aartomaa 2007, 24).

Kaupunkien vastustustoimista johtuen katujulisteiden tilalle ovat viime vuosina ilmestyneet erilaiset kantaa ottavat tarrat, joita on nopeampi ja huomaamattomampi kiinnittää katukuvaan. Tarrojenkin levittäminen luetaan ilkeväkiseksi, ja esimerkiksi vuonna 2005 rakkauden sanomaa levittäviä ”Let me love”-tarroja liimanneet nuoret tuomittiin päiväsatkoihin ja pidätettiin tutkintavankeuteen. Tuomituille tehtiin myös kyseenalaisia kotietsintöjä, vaikka rikoksen vakavuusaste ei olisi kyseistä menettelyä sallinut. (Strand, 2010.)

Koska katukuvassa viestimisestä on tehty maksullista liiketoimintaa, useimmat kantaa ottavat kuvat ovat nykyisin osa erilaisten järjestöjen tai yritysten mainoskampanjoita. Julisteella on edelleen vankka asema näiden organisaatioiden tiedotusvälineenä, sillä juliste voi voimakkaana ajatusten ja mielipiteiden välittäjänä tarjota vaihtoehdoisen näkökulman nykymedian esittämille tulkinnoille (McQuiston 2004, 10).



41) Mamac Ogilvy & Mather Dubai. UN Women. 2013.
”The Autocomplete Truth”.

YK:n Naisten kampanjalla pyrittiin levittämään tietoisuutta naisiin kohdistuvasta syrjinnästä ja sukupuolten eriarvoisuudesta. Julisteissa hyödynnettiin hakukone Googlen autocomplete-toimintoa, joka näyttää automaattisesti suosittuja hakutuloksia kirjoitettujen sanojen perusteella. Kampanjan toteuttajien mukaan julisteet tuovat esiin yhä edelleen jatkuvan, piilevän vaikuttavan sukupuoleen perustuvan syrjinnän ja seksismin. Kampanja nousi Adweek-sivuston mukaan verkossa eniten jaettujen julisteiden joukkoon vuonna 2013. (CNBC, 2013.)



42) 43) Yhteisvastuukeräys. 2014. "Lahjoita hyvä kuolema". Suomi.

Yhteisvastuukeräyksen julkaisema julistesarja herätti huomiota Suomen katukuvassa keväällä 2014. Bussipysäkeille ja seurakunnan tiloihin ripustetuissa julisteissa kerättiin rahaa muun muassa suomalaisen saattohoidon parantamiseksi. Monet seurakunnat eivät suostuneet käyttämään mainosjulisteita, joita moitittiin liian voimakkaiksi. Julisteiden tulkittiin myös puhuvan eutanasian puolesta. Kampanjasuunnittelija Salla Peltosen mukaan julisteista haluttiin tehdä pysäyttäviä ja keskustelua herättäviä. "Halusimme puhua kuolemasta rohkeasti kuolemana. Emme halunneet käyttää kynttilöitä, kallankukkia, huojuvia oljenkorsia tai muita symbolikuvia vaan ihmisiä." Peltosen mukaan kuvien asetelmille ja symboliikalle haettiin mallia kirkon historiasta.

(Kauppinen, 2014.) Ylen haastattelemat katsojat luonnehtivat julisteita poikkeaviksi, pysähdyttäväksi ja hätkähdyttäväksi. (Rytkönen, 2014.)

Yhteiskunnallisten kampanjoiden lisäksi kaduilla voi nähdä edelleen myös vaalijulisteita. Vaalitaistelussa hyödynnetään yhä julisteen mahdollisuutta vaikuttaa yleiseen mielipiteeseen osuvan sloganin ja graafisen kuvan yhdistelmällä. Julistetta on hyödynnetty myös paikan päällä vaalituloksissa. On tutkittu, että puhujan esiintyminen taustakuvan edessä vahvistaa puheen vaikuttavuutta katsojissa. (Timmers 1998, 144.)

Eräs vaikuttavimpia uuden vuosituhannen poliittisia julisteita on Barack Obaman kampanjajuliste "Hope". Vuoden 2008 Yhdysvaltain presidentinvaaleissa hyödynnetty juliste ei kuitenkaan alun perin ollut peräisin kampanjaväen kynästä, vaan julisteen teki ja tuotti taiteilija Shepard Fairey. Kuva lähti leviämään, kun Fairey myi yhdessä päivässä tekemäänsä julistetta kadulla. Juliste levisi digitaalisessa muodossa ympäri Yhdysvaltoja, aluksi itsenäisesti, ja lopulta virallisen kampanjaväen avustuksella. Kuvasta tuli Obaman vaalikauden alun toiveiden symboli ja siitä tehtiin lukemattomia versioita erilaisilla tekstimuunnoksilla. Julistetta kutsuttiin jopa nykypäivän vastineeksi Che Guevaran ikoniselle kuvalle. (Lähde: Wikipedia: Barack Obama "Hope" poster.)



44) Shepard Fairey. 2008. "Hope". Yhdysvallat.

Julisteen merkitys tiedonjakajana ja propagandan välineenä on länsimaissa vähentynyt. Timmers (1998, 144) kirjoittaa 1980-luvun olleen julisteen joutsenlaulu. Hänen mukaansa aktivismi herätti julisteen henkiin vielä hetkeksi, mutta demokratia teki julisteen lopulta tarpeettomaksi. Yksilöllä on taipumus ajatella maailmaa suoraviivaisena jatkumona, kun todellisuudessa kyse on pikemminkin syklisestä ja jatkuvasta liikkeestä. Vaikka Timmersin käsityksen mukaan demokratian aikana juliste on tarpeeton, ei ole mitään syytä olettaa, että demokratia kestäisi ikuisesti. Maailmanpoliittinen tilanne ei historian saatossa ole pysynyt muuttumattomana kovinkaan pitkiä aikoja. Pikemminkin globaalissa maailmassa ainoa pysyvä ominaisuus vaikuttaa olevan konflikti ihmisten välillä.

Vuosina 2010–2011 Tunisiasta alkanut Arabikevääksi kutsuttu kansannousujen ja väkivaltaisuuksien aalto osoitti, miten voimakas poliittinen liikehdintä siirtyy yhä lähemmäs Eurooppaa. Vuoden 2014 keväällä levottomuutta herätti Venäjän aktiivinen politiikka Krimin ja Itä-Ukrainan alueella. Paikalla olleet toimittajat raportoivat, kuinka Itä-Ukrainassa oli käynnissä neuvostohenkinen julistekampanja, jossa kehoitettiin liittymään Donetskin kansantasavallan armeijaan. Neuvostovallan propagandan kuvakielestä muistuttavissa mainos- tauluissa julistettiin: ”Venäjän kansan kohtalo – toistaa isien urotyö puolustaen synnyinmaata. Liity Donetsk’in kansantasavallan armeijaan”. Vielä keväällä 2014 alueella esiintyi myös vastapuolen julisteita, joissa vakuutettiin: ”Donetsk on Ukrainaa” ja ”Donbassin alue on Ukrainan sydän”. (Liekki 2014; Mikkonen 2014)



45) Saatavissa: <https://twitter.com/Erkanomia/status/491896229975302144/photo/1>



46) Saatavissa: <https://twitter.com/KiritRadia/status/491907037924970496/photo/1>

Julisteella on ollut tärkeä tehtävä tiedon jakajana ja vaikuttimena maailmanpoliittisissa tapahtumissa. Kuvajuliste saattaa välittää ainoaa paikallista poliittista informaatiota, joka voidaan ymmärtää kansainvälisesti, kielestä riippumatta. (Yanker 1972, 21.) Ukrainan tapauksessa ulkomaalainen vierailija ei välttämättä ymmärtäisi julisteiden venäjän- ja ukrainankielisiä tekstejä, mutta kuva-aiheet eivät jätä julisteiden viestiä arvailun varaan. Globaalien kriisien aikana tarve toimivalle kommunikaatiolle lisääntyy, ja tässä juliste voi näyttää voimansa. Ihmiskunta on eräällä tavalla kiertänyt täyden ympyrän – esihistoriallisista symboleista monimutkaiseen verbaaliseen kommunikaatioon – ja nyt takaisin symboleihin. (Dreyfuss 1972, 19.)

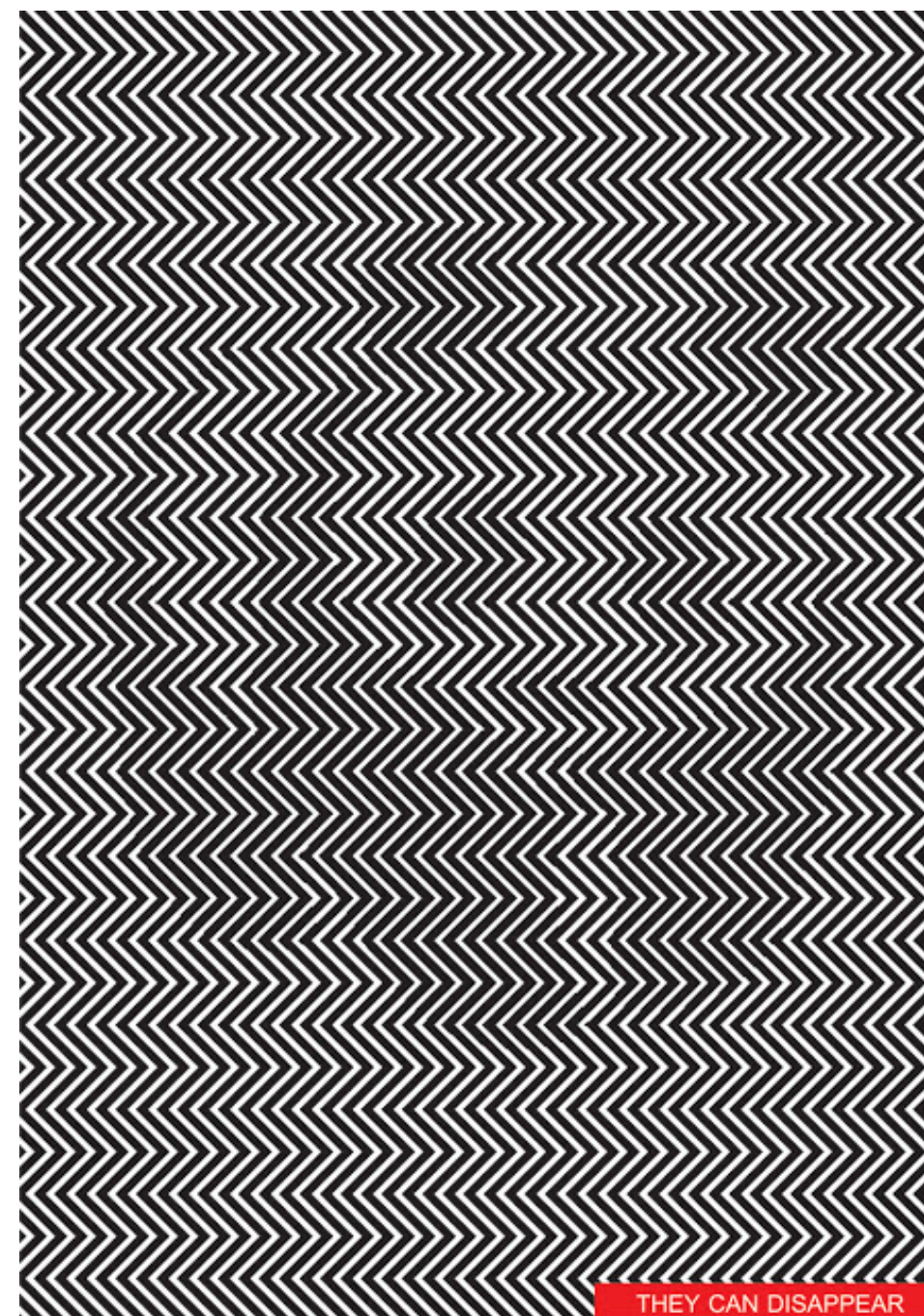
Julisteella on tehtävää myös valtioiden sisäisessä politiikassa. Nykyisen taloudellisen taantuman aikana kasvanut köyhyys, vähäosaisuus ja ihmisten välisen eriarvoistuminen vaikuttavat vielä vuosienkin päästä. Tulerojen kasvu ja vallan periytyminen ovat huolestuttavia viestejä eriarvoistuvasta Suomesta (Okkonen 2014). Entistä lohduttomampien näkymien maassa kansalaisten poliittisen mielenkiinnon puute ei voi pysyä muuttumattomana ikuisesti. Marraskuussa 2014 Brysselissä järjestettiin rauhanomainen mielenosoitus hallituksen masinoimia

säännöksiä, kuten eläkeiän nostoa, palkankorotusten jäädyttämistä ja sosiaaliturvan leikkaamista vastaan. Yli sadan tuhannen mielenosoittajan marssi eskaloitui väkivaltaiseksi mellakaksi palavien autojen keskellä. (Allen & Gayle 2014.) Myös Suomen mediassa on viime aikoina ehdotettu Brysselin suuntaisia muutoksia lähitulevaisuuden politiikkaan (Saarinen 2014).

Yhteiskunnallisen julisteen merkitys tulevaisuudessa on epävarma. Aiheesta ei löydy juurikaan uusia tutkimuksia, sillä juliste on väliinään jäänyt elektronisen median jalkoihin. Graafiset suunnittelijat ovat kääntäneet katseensa kohti mobiililaitteiden ja websuunnittelun tarjoamia mahdollisuuksia. 1800-luvun lopulta asti suunnittelijoiden kestoosuusikkina toiminut juliste on ajautunut vähitellen käyttögraafikan ja ”korkeamman” taiteen väilirajoille, julistenäyttelyn seinälle, josta se kommentoi ylhäisesti, mutta maltillisesti yhteiskunnallisia ongelmakohtia.

Juliste muistuttaa ilmiönä 1960- ja 70-lukujen poliittista kansalaisyhteiskuntaa. Se on antanut graafiselle taiteelle paljon ja sen avulla on saavutettu monia yhteiskunnallisia etuja, mutta juliste ei ole enää suosionsa huipulla. Elektronisen median voisi kuvitella olleen julisteen kuolinisku, mutta toisaalta myös perinteisen valokuvan kuolemaa ennustettiin digikameroiden tultua markkinoille, ja HD-tekniikan ja hifistelyn aikakaudella ihmiset kuuntelevat edelleen LP-levyjään.

Bestleyn ja Noblen (2002, 8–9) mukaan juliste ei ole katoamassa, vaan sen vaikutusmekanismit ovat edelleen yhtä voimakkaat kuin sata vuotta sitten. Julisteen suosio perustuu sen vahvuuksiin, joita ovat suoruus ja julkinen suhde katsojaansa. (Harjula 2012, 23.) Yhä edelleen graafiset symbolit, tunnukset ja muut visuaaliset muodot onnistuvat herättämään katsojassa tunteita maasta ja kielestä riippumatta. Ehkäpä juuri elektronisten medioiden mahdollistama maailman pienentyminen on perinteisen julisteen uusi mahdollisuus. Se toimii muotonsa ansiosta tehokkaana välineenä kansainvälisen, laaja-alaisemman vaikuttamisen aikakaudella. (McQuiston 2004, 39.)



47) Ilja Klemencov. 2011. "They Can Disappear". Liettua. Uuden ajan ympäristöjuliste.

3. Julistetaiteen käytännöistä

3.1 Julisteen olemus

Yksinkertaisin määritelmä julisteesta on erillinen paperiarkki kiinnitettynä pintaan, erotuksena suoraan pinnalle tehdyistä kuvista. Pelkkä dekoratiivinen kuva ei täytä julisteen tunnusmerkkejä, vaan sen tulee sisältää viesti. Julisteen tulee olla myös esitettävissä julkisesti ja monistettavissa useammaksi kappaleeksi. (Rickards 1970, 5–6.) Materiaaleja julisteessa on yleensä kaksi: muste ja paperi (Timmers 1998, 7–8).

Juliste on eräs edullisimmin toteutettavista medioista. Siksi se sopii viestintävälineeksi myös pienemmille ryhmittymille. Edullisuutensa vuoksi juliste on ideaali väline graafisiin kokeiluihin ja visuaaliseen riskinottoon. Sillä on paitsi mahdollisuus suureen levikkiin, myös edellytykset saavuttaa alueita, joille muut mediat eivät välttämättä pääse. (Yanker 1972, 35.)

Julisteen suosion takana on myös sen helppo toistettavuus. Aikaisemmin julisteita tehtiin offset-litografia-, linoleikkaus- tai silkkipainotekniikoilla (Timmers 1998, 8.) Etenkin silkkipaino oli julisteen valmistusmenetelmänä suosittu, sillä se on paitsi graafisesti vaikuttava, myös edullinen tekniikka, joka eikä vaadi suurta erikoisosaimista (McQuiston 2004, 9). Silkkipainolle ominainen jälki voi olla myös itsetarkoitus, ja taiteilijat saattavat hyödyntää ”matalan budjetin” visuaalista jälkeä huolellisesti valmistetuissa töissään. (McQuiston 2004, 39) Nykyään suurin osa julisteista tehdään tietokoneella ja myös tietotekniikka on jättänyt oman jälkensä julisteen visuaaliseen kieleen. (McQuiston 2004, 9.)

Julisteen perustavanlaatuisena tehtävänä on kiinnittää katsojan huomio. Siksi sillä on oma muotonsa, joka eroaa esimerkiksi ilmoituksista. Julisteen luonteeseen, toisin kuin ilmoituksen, kuuluu tekstin vähäisyys. Ilmoituksessa voidaan käyttää enemmän tekstiä, koska sitä katsotaan lähietäisyydeltä ja tekstiin voidaan palata aina uudelleen. (Hovi-Wasastjerna 1999, 7, 10.)

Kantaa ottavat julisteet voidaan jakaa muun muassa akuutteihin tilanteisiin suunniteltuihin, nopeasti valmistuviin typografisiin julisteisiin sekä huolellisemmin suunniteltuihin kuvajulisteisiin, joita käytetään pitkäaikaiseen vaikuttamiseen tähtäävissä kampanjoissa (Rickards 1970, 10). Juliste hyödyntää yleensä tekstin ja kuvan yhdistelmää, mutta myös pelkkä kuvajuliste on mahdollinen (Timmers

1998, 8). Kuvaa korostavana viestintävälineenä juliste sopii myös lukutaidottomalle yleisölle (McQuiston 2004, 10).

Julisteen voima piilee sen kyvyssä pelkistää monimutkaiset ajatukset ja viestit kuvaksi. Julisteessa katsojaan vetoava ajankohtaisuus sekä kuvamaailmassa että tekstissä. (Timmers 1998, 8.) Juliste voi olla aikansa kulttuurinen kuva, joka ikuistaa tietyn hetken tai ajan ilmaisiin. (Bestley & Noble 2002, 10, Harjula 2012, 9 mukaan) Sen ääni voi vaihdella inhimillisestä tunteelliseen, moraaliseen tai intellektueliin. (Timmers 1998, 8)

Juliste tehdään usein tilaustyönä, mutta suunnittelija voi tehdä työn myös omista lähtökohdistaan, ilmaisten oman mielipiteensä ajankohtaisesta aiheesta. (Bestley & Noble 2002, 10, Harjulan 2012, 9 mukaan.) Juliste vaatii kuitenkin yleisön, ja julisteen kohdeyleisö onkin puhuttanut julistesuunnittelijoita. Erik Bruun pohti asiaa suunnitellessaan julisteita Hartwallille: ”*ajattelin, kenelle julistetta teen ja miksi. Vastaus ei ollut, että tilaajalle eli Hartwallille, vaan kyllä se oli yleisö, jolle mainosjulisteita suunnittelin.*” (Hartwall, 2013.)

Eri tyyppiset julisteet eroavat toisistaan muodoltaan, materiaaliltaan sekä valmistus- ja viestintätavoiltaan. Massatuotetut julisteet on yleensä painettu vakiopaperikokoihin, kun taas uniikkijulisteet eivät välttämättä seuraa näitä kokoja. (Timmers 1998, 7–8.)

Teeman mukaisesti juliste jakautuu esimerkiksi protesti-, vallankumous-, rekrytointi-, ja vaalijulisteisiin. Lisäksi julisteita käytetään yhteiskunnalliseen valistukseen. Yhdellä julisteella saattaa olla myös useampi teema. Esimerkiksi juliste, jossa poliittinen ehdokas vaatii kotimaansa sotajoukkojen vetämistä pois kriisialueilta, voidaan tulkita vaalijulisteeksi tai sodanvastaiseksi protestijulisteeksi. (Yanker 1972, 37–38.) Yankerin (1972, 37) mukaan yhteiskunnallisen julisteen neljä perinteisintä päätuottajaa ovat poliittiset puolueet, protesti- tai aktivistiryhmät tai liikkeet, hallitukset sekä yksityiset rahoittajat.

3.1 Katujuliste vallan välineenä

Sana *juliste* on peräisin sanasta *julistus*, kun taas englanninkielinen nimitys *poster* viittaa pylvääseen. Molemmat termit ovat peräisin ajalta, jolloin erilaiset julistukset ja ilmoitukset ripustettiin näkyville katukuvaan, esimerkiksi lyhtypylväisiin. Myöhemmin sana laajentui

tarkoittamaan julkista ilmoitusta, joka laitettiin esille julkiselle paikalle. (Timmers 1998, 7.)

Kantaa ottavan julisteen yleisöä ovat asioiden tai ilmiöiden vastustajat, kannattajat ja sitoutumattomat tahot (Yanker 1972, 39). Poliittinen ja yhteiskunnallinen vaikuttaminen on usein ollut enemmän mainontaa jotain asiaa tai tahoja vastaan kuin sen puolesta. Se, kuinka järeää mainontaa on ollut, heijastelee kyseistä aikaa ja yhteiskunnassa vallitsevia jännitteitä. (Hovi-Wasastjerna 1999, 9.) Kantaa ottavalle julisteelle tekijän merkitys ei yleensä ole keskeinen, vaan kuvallisessa viestinnässä olennaista on sen käyttötarkoitus. Esimerkiksi julisteen originaalilla ei ole erityistä merkitystä, vaan kantaa ottava kuva saa merkityksensä vasta monistettuna ja levitettynä. (Hovi-Wasastjerna 1999, 14.)

Valtioiden sisäisessä kommunikaatiossa graafisella äänellä on usein kaksi muotoa: virallinen ja epävirallinen ääni. Virallista ääntä edustavat valtaapitävät instituutiot, kuten hallitus ja johtajat, kun taas epävirallinen ääni kritisoii ja kyseenalaistaa systeemiä ja sen takana toimivia rakenteita tai tahoja. Valtion virallisella äänellä on usein käytössään huomattavat määrät rahaa ja kehittyneet organisaatiot. Epävirallisen äänen täytyy usein resurssien puutteessa tyytyä rajallisempiin työtapoihin, esimerkiksi itsepainettujen lentolehtisten jakamiseen ja laittomien julisteiden ripustamiseen. (Hovi-Wasastjerna 1999, 28.)

Julisteen käyttö vallan välineenä on tunnettu läpi historian. Painotekniikan kehityksen myötä syntyi valtion hallinnon käyttöön valtiollinen ilmoitus. (Rickards 1970, 7.) Julkiselle ilmoitukselle ominaista olivat virallinen, melkein uhkaava ilmiasu, ilmoituksen tilaajan allekirjoitus sekä päiväys ja virallinen leima. Ilmoitus oli visuaalinen versio vallanpitäjien puheesta, kuin auktoriteetin ääni monistettuna. (Rickards 1970, 7–8.) Kun kansa halusi vastata, se käytti tuttua tekniikkaa eli ilmoitusta. Ensimmäiset protestijulisteet olivatkin vastailmoituksia hallituksille. Valtiot yrittivät turhaan suitsia vastailmoitusten levittelyä, ja esimerkiksi Ranska kielsi valkoisen paperin käyttämisen muissa kuin valtion ilmoituksissa. Tämä johti 1800-luvun Ranskan värikkääseen julistetaitteeseen. (Rickards 1970, 8.) Julisteen voidaan sanoa aloittaneen taiteen demokratisoimisen (Yanker 1972, 39).

Kantaa ottavan julisteen ja auktoriteetin väliset kamppailut liittyvät valtaan, joko sen puolesta tai vastaan taisteluun (Hovi-Wasas-

tjerna 1999, 28). Usein kamppailut käydään hallinnon ja kadunmiehen välillä. Käsite ”katu” kuvastaa massoille avointa yleistä foorumia. (McQuiston 2004, 7.) Vaikka televisio, radio ja lehdet ja jopa internet ovat joissain maissa valtion hallitsevia ja sensuurin kohteena, toimii juliste alistetun opposition äänenä myös poliittisen levottomuuden aikana (Yanker 1972, 22).

Romanialainen taiteilija Dan Perjovschi kertoo töistään: ”en ollut koskaan hyvä maalari. Tilanne Romaniassa oli huono, eikä maalaus ollut oikea väline sen kuvaamiseen. Vallankumoukseen tarvitaan graafista taidetta, sitä ei voi tehdä veistoksilla tai maalauksilla.” (Viljanen 2013.)



48) Dan Perjovschi. 2013. Osa teoksesta ”Unframed”. Kiasma

Visuaalinen valtataistelu julkisessa tilassa liittyy myös sananvapauteen. Graafiset kannanotot ovat pisimmälle kehittyneitä maissa, joilla on pitkä sananvapauden, lehdistövapauden ja demokratian perinne, kuten Yhdysvallat, Iso-Britannia, Saksa ja Ranska. Näiden maiden luovissa yhteisöissä ilmaisunvapaus nähdään perusoikeutena, jota tulee vaalia ja puolustaa. Sensuuri herättää keskustelua ja kamppailu hallitsevan tahon ja protestojien välillä käydään sivistyneissä merkeissä. Joissain maissa pelkkä keskustelunavaus yhteiskunnallisesta aiheesta saattaa johtaa kuolemanrangaistukseen. (McQuiston 2004, 9.)

Julisteella on erityisiä ominaisuuksia, jotka erottavat sen muista medioista. Juliste, toisin kuin televisio tai radio, voi jättää pysyvän vaikutuksen. (Yanker 1972, 35.) Juliste myös mahdollistaa katsojalle suuren tulkinnanvapauden. Julistetta voi katsoa omaan tahtiin, kun taas televisio määrittää ajan ja tahdin, jolla yleisön on katsottava tai kuunneltava. Schockelin mukaan ”printtiteksti voi jäädä lukematta,

radio voidaan sulkea, poliittisiin kokouksiin ei ole pakko osallistua, mutta poliittista julistetta ei voi välttää.” (Yanker 1972, 35.)

Julisteella on välineenä taito napata katsojan huomio lyhyeksi, mutta intensiiviseksi hetkeksi. Se voi pienessä hetkessä motivoida ja provosoida yleisöään, saada katsojan haukkomaan henkeään, nauramaan, samastumaan, kyseenalaistamaan tai protestoimaan. Tehokkaimmillaan juliste on dynaaminen muutoksen voima. (Timmers 1998, 8.) G6-ryhmä kommentoi eläinten oikeuksia käsitteleviä julisteita: ”juliste on mediana omiaan tällaisten hankalien kysymysten käsittelyyn. Julisteen tapa kiteyttää ja kärjistää asioita pakottaa vastaanottajan muodostamaan asiasta oman mielipiteensä.” (Päivinen 2009, 39.)

Juliste on pohjimmiltaan kommunikaation tuote viestin lähteen ja vastaanottajan välillä. Sen lähteellä, kuten instituutiolla, liikkeellä tai organisaatiolla, on viesti, jonka se haluaa välittää. Vastaanottaja eli kohderyhmä täytyy suostutella hyväksymään tämä viesti. (Timmers 1998, 7.) Julisteen toimintatapoja on monia. Suostuttelujulisteessa määritellään ensin kohderyhmä, jolle julisteen sisältö räätälöidään. Esimerkiksi vaalien julistekampanjoissa kohderyhmiä voivat olla nuoret, perheet, naiset, työläiset tai ikääntyneet.

Suostuttelevan julisteen tulisi kerätä laajaa kannatusta minimoimalla aatteiden eroavaisuuksista syntyviä väittelyitä ja keskittymällä vain rajattuihin aiheisiin. Kaikkia ei voi miellyttää eikä kaikkeen voi vaikuttaa. (Yanker 1972, 39-40.) Suostutteleva juliste on yleensä kuvamaailmaltaan positiivinen, kun taas kriittinen tai satiirinen juliste keskittyy näkyvään ilmiasuun, vastapuolta kohtaan hyökkäämiseen tai vastapuolen epäonnistumisen korostamiseen. (Yanker 1972, 42.)

Julisteen psykologisia vaikutuksia on yritetty kautta historian selvittää tutkimusten avulla. Esimerkiksi julisteen vaikutusta sodankäyntiin analysoi saksalainen Erwin Schockel vuonna 1939 ilmestyneessä kirjassaan *Das Politische Plakat: Eine psychologische Betrachtung* (poliittinen juliste: psykologinen tutkimus). Kirja oli myös virallinen natsipropagandan manuaali. Schockel jakaa julisteet yksinkertaisesti hyviin tai huonoihin, ja syyttää huonon julistesuunnittelun johtaneen Saksan häviöön ensimmäisessä maailmansodassa. Schockelin ajatuksena oli, että sodan aikana olisi tärkeää tuottaa tehokkaita julisteita, joilla saataisiin kansan tuki esimerkiksi sotilaiden värväyksen ja sotaobligaatioiden muodossa. (Yanker 1972, 27.)

Yhdysvaltalaisen mainontaan keskittyneen yhtiön Young and Rubicamin tutkimus osoitti, että värväys- ja sotaobligaatiojulisteiden tulisi olla mieluummin emotionaalisia kuin rationaalisia. Tutkimuksessa todettiin, että ihmiset olivat valmiimpia kannattamaan sotaa emotionaalisen kuin rationaalisen syyn perusteella. (Yanker 1972, 33.) Myös Hitler kirjoitti kirjassaan *Mein Kampf*, kuinka poliittisen julisteen on tarkoitus herättää laajan väkijoukon huomio, ei valistaa niitä, jotka ovat jo valistuneita tai haluavat lisää tietoa. Julisteen tulisi Hitlerin mukaan vedota pääasiallisesti tunteisiin ja vain pieneltä osin järkeen. (Yanker 1972, 31.)

Vastakkaista näkökantaa edustaa muun muassa Horst Reiman. Hänen mukaansa etenkin vaalijulisteiden tulisi vedota tunteiden sijaan puhtaaseen järkeen. Lennokkaat sloganit ja tuliset symbolit täytyisi korvata varautuneemmilla, todenmukaisilla, rehellisillä ja vakuuttavilla vertauskuvilla. (Yanker 1972, 31.) Yankerin (1972, 31) mukaan molemmat tulkinnat julisteen vaikutusmekanismien suositelusta ovat oikeita, sillä tehokkaassa julistesuunnittelussa vetoamisen tapa riippuu julisteen tavoitteesta ja viestin lähettäjän tilanteesta. Usein häviöllä olevat tahot käyttävät vastakilpailijoitaan kritisoidessa enemmän tunteisiin vetoavia väitteitä järkeen vetoamisen sijaan.

3.2 Hyvän julisteen suunnittelusta

**”Hyvä – – juliste on yksinkertainen ja erottuva.
Se sanoo yhden asian ja sanoo sen sillä tavalla
särmikkäästi, että se jää mieleen kaiheartamaan.
Hyvä juliste ei yritäkään miellyttää kaikkia.
Vesitettyä kompromissia ei muista kukaan, mutta
ällyn ja oivalluksen koukku tarttuu ja pitää otteensa”.**

(Päivinen 2009, 31.)

Koska julisteen täytyy välittää suuri määrä informaatiota ja olla muodoltaan tiivis sekä selkeätäjuinen, sitä on luonnehdittu erääksi vaikeimmin toteutettavista graafisen suunnittelun muodoista. Hyvä juliste näkyy kaukaa, on katsojan kannalta mieleenpainuva, selkeä ja helposti ymmärrettävä. (McQuiston 2004, 10.) Juliste pitää voida havaita vain muutamissa sekunneissa myös liikkuvasta kohteesta (Hovi-Wasastjerna 1999, 10). Näiden kriteerien mukaisessa julisteessa toimii parhaiten helposti ymmärrettävä idea, joka on tuotu ilmi visuaalisesti vangitsevalla ja tarpeeksi yksinkertaisella tavalla. (McQuiston 2004, 10.)

Selkeä juliste toimii erityisen hyvin myös visuaalisen melun keskellä ja paikoissa joissa viesti on luettava nopeasti, kuten kaduilla tai asemilla (McQuiston 2004, 10). Julistetaiteilija Erik Bruun kertoo suunnittelevansa julisteen aluksi tulitikkuaskin kokoiseksi, jotta liian pienet yksityiskohdat karsiutuvat pois. Näin hän näkee myös, toimii-ko juliste katumiljöössä. Bruun on sanonut: *”kukaan ei ole kiinnostunut julisteesta, mutta sen on tartuttava silmään raitiovaunussa istuvan näköpiirissä. Muuten se on turha.”* (Aartomaa 2007, 24, 257.) Bruunin mukaan juliste on onnistunut, jos se toimii sadan metrin päästä ja jos siitä jää katsojalle hyvä mieli. (Hartwall, 2013.)

Vaikka lopullinen julisteen muoto syntyykin suunnittelijan kautta ja usein suunnittelijan maun mukaisesti, tulee julisteen suunnittelussa kiinnittää huomiota viestin ymmärrettävyyteen ja selkeään ilmaisuun. Tässä graafinen suunnittelu eroaa taiteesta, jossa tekijän ilmaisuvapaus voi olla suurempi. (Hollis 1994, 8, Harjulan 2012, 17 mukaan.) Luodakseen tehokkaan julisteen, suunnittelijan täytyy hallita suunnit-

telun perusteet. Näitä ovat yksinkertaisuus, selkeys, tasapaino, yhtenäisyys ja katsojan huomion herättäminen. (Yanker 1972, 45.)

Yksilö on haavoittuvainen yksikkö, joka koostuu monimutkaisista sosiaalisista asenteista, jotka heijastelevat ympäröivän yhteiskunnan poliittista kulttuuria. Symbolit, sanat ja värit ovat keinoja, joilla poliittisen kulttuurin viestin osat voidaan välittää. Paremmiin suunniteltu juliste on yksinkertaisesti parempi kommunikaation välittäjä.”

(Yanker 1972, 71, suomennos kirjoittajan.)

Scholz pitää julistesuunnittelussa tärkeänä kuva-aiheen ja typografian tehtävää ohikulkijan huomion herättämisessä. Hänen mukaansa suunnittelussa tulee ottaa huomioon, minne juliste ripustetaan tai laitetaan näytille. Julistetta tulisi verrata mahdollisiin vierekkäisiin julisteisiin, jotta saisi käsityksen siitä, kuinka hyvin se erottuu joukosta. Tekstin täytyy olla luettavan kokoista, jotta se näkyy pitkänkin etäisyyden päähän. (Yanker 1972, 27.)

Myös yksilölliset erot, kuten lukutekniikka, vaikuttavat julisteen tulkintaan. Yankerin mukaan keskiluokkaisen alueen väestö lukee julistetta kuin kirjaa, kun taas kouluttamattomat katsovat sitä kuin kuvaa. Lukeneen silmä keskittyy noin 13 senttimetrin alueelle julisteen vasemmalla puolella, joten kaiken tärkeän tiedon tulisi alkaa tällä samalla julisteen alueella. (Yanker 1972, 70.)

Lorenzin mukaan katsoja suhtautuu positiivisemmin julisteen sanomaan, jos hänellä on positiivinen suhtautuminen julisteen kahteen peruselementtiin: viivaan ja väriin. Tietyillä viivan ja värinkäytön keinoilla voidaan siis vaikuttaa katsojan mielipiteeseen. (Yanker 1972, 33.) Pohjimmiltaan juliste koostuu perustekijöistä, joita ovat piste, viiva, pinta ja volyyymi eli tilavuusvaikutelma. Viiva voi olla muodoltaan muun muassa suora, kulmikas, käyrä tai vino. Viivalla voi ilmentää liikettä, suuntaa ja erilaisia tunnelmia, kuten voimaa tai herkkyyttä. Julisteen toinen perustekijä, pinta, koostuu pituuden ja leveyden välisestä tilasta. Pinta voi olla suora, kovera tai kupera, ja siinä voi esiintyä pintatekstuuria ja syvyysvaikutelmaa. (Piri 1994, 42-43.)

Graafinen suunnittelu on näiden eri ulottuvuuksien – korkeuden ja

leveyden – välillä tapahtuvien muutosten luomista. Suunnittelu alkaa tasaiselta pinnalta eli paperilta, jolle sijoitetaan elementtejä. Paperille syntyy visuaalisten voimien kohtaamisia, ja kokonaiskuva muuttuu sitä monimutkaisemmaksi, mitä enemmän elementtejä pinnalle sijoitetaan. (Dabner 2004, 10, Harjulan 2012, 17 mukaan.) Tiettyä kuvan aluetta voidaan korostaa esimerkiksi rajauksella tai elementtien sommittelulla visuaalisen jännitteen luomiseksi. (Dabner 2004, 15, Harjulan 2012, 13 mukaan.)

Graafisen suunnittelijan tulisi välttää liian monen korostuskeinoon samanaikaista käyttöä, eikä julisteessa tulisi joidenkin suositusten mukaan olla elementtejä kolmea enempää. Lisäksi tekstiä on syytä olla mahdollisimman vähän, jotta ohikulkija pystyy omaksumaan julisteen viestin nopeasti. (Timmers 1998, 212.) Suunnittelijan täytyy välttää sekavaa kokonaisuutta ja pyrkiä varomaan kaikkien ideoidensa käyttämistä samassa työssä. Julisteen ei toisin sanoen tarvitse aina huutaa, jotta se tulisi kuulluksi. (Dabner 2004, 90, Harjulan 2012, 30 mukaan.)

Julisteen sommittelu perustuu kuvan elementtien asetteluun (Piri 1994, 43). Apuna voi käyttää suhdajärjestelmiä, kuten kultaista leikkausta, jonka avulla kuvaan luodaan sopusuhtaisuutta (Piri 1994, 45). Kuvan elementtien sommittelun tyyppejä ovat horisontaalinen eli vaakasuora sommittelu sekä vertikaalinen eli pystysuora sommittelu. Vaakasuora sommittelu on tasapainoinen ja levollinen, kun taas pystysuoralla saadaan aikaan mielikuva liikkeestä ja ylevyydestä. Lisäksi julisteessa voi hyödyntää diagonaalista sommittelua, joka on luonteeltaan voimakas, dramaattinen ja luo liikettä. (Piri 1994, 46)



49) Cesare Gobbo.

”Fascist Youth”.

Diagonaalinen sommittelu

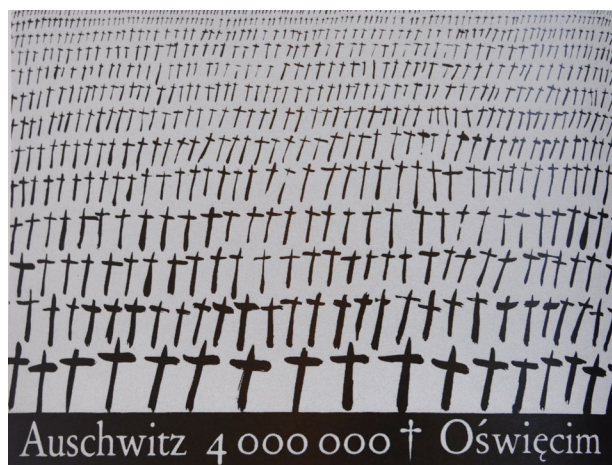
ja viivankäyttö luovat

kuvaan voimakkaan

liikkeen vaikutelman.

Sommittelun voi myös jakaa symmetriseen ja epäsymmetriseen sommitteluun. Symmetrisessä tyyliässä elementit asetetaan kuva-alan keskiakselin ympärille. Tämä keskeissommitelma on peräisin varhaisista kirjoista, ja nykyisin sitä käytetään korostamaan perinteisyyttä tai arvokkuutta. (Dabner 2004, 102 Harjulan 2012, 13 mukaan.)

Kuvan voima ja teho perustuvat sen elementtien suhteisiin. Suunnittelussa voi hyödyntää vastakohtia, kuten lepo ja liike, tyhjä ja täysi, tumma ja vaalea. Lisäksi voidaan käyttää koon ja massan rinnastuksia. (Piri 1994, 48). Kuvallisia peruselementtejä voi varioida muuttamalla niiden kokoa, muotoa, suuntaa, lukumäärää, asentoa, välimatkaa ja tiheyttä. (Piri 1994, 49). Elementtien muutokset kuvapinnassa viestivät erilaisia tunnelmia. Esimerkiksi määrällä voi ilmaista yksinäisyyttä, vähäisyyttä, paljoutta tai kuulumista johonkin ryhmään. (Piri 1994, 50.)



50) Meinhard Bärmich. 1985. Julisteessa on käytetty tehokeinona toistoa viestin voimistamiseksi.

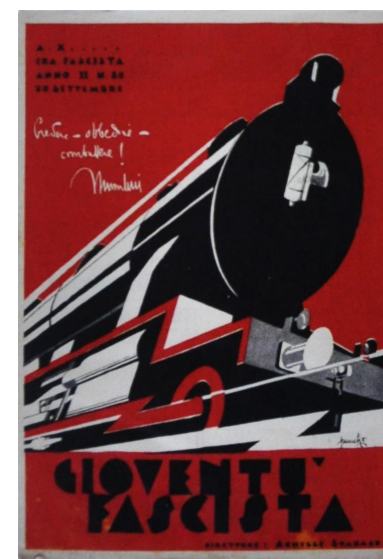
Graafisista perusmuodoista kolmio on voimakas muoto, joka ilmaisee suljettua voimaa. Neliö on muotona säännöllinen, ympyrä on liikkeessä. (Piri 1994, 47.) Elementtien, esimerkiksi muotojen, jännite ja tasapaino tuovat kuvapintaan tapahtumaa. Vastakohtat luovat jännitettä: käyttämällä vastakkaisia voimavaroja kuten pyöreä ja kulmikas, syntyy elävä kuvapinta. Tasapaino sen sijaan saavutetaan vakaalla sommittelulla. Tällöin kuva-alasta saa vaikutelman, ettei siihen ole tarvetta lisätä mitään tai poistaa siitä mitään. Jännitteetön tasapai-

notila saattaa pidemmän päälle pitkästyttää katsojaa. (Piri 1994, 52.)

Kuvitteellinen liike on kuvapinnalla esiintyvää, eri menetelmillä luotua vaikutelmaa. Tilavaikutelma voidaan toteuttaa liikkeen avulla, esimerkiksi käyttämällä etäännyvää viivaa. (Piri 1994, 56.) Myös varjon käytöllä, elementtien päällekkäisyydellä sekä niiden läpinäkyvyydellä voi saada aikaan tilavaikutelman. Perspektiivi tarkoittaa kolmiulotteisen kohteen kuvaamista kaksiulotteisessa tasossa. Perspektiivi kuvassa toteutetaan siten, että lähempänä olevat elementit ovat suurempia kuin kauemmaisat. (Piri 1994, 58, 60.) Pirin (1994, 60) mukaan suunnittelijan on opittava ajattelemaan kolmiulotteisesti, jotta vaikutelma olisi aito.



51) Gerhard Bunke, Clemens Franke. 1977. Esimerkki perspektiivin käytöstä julisteessa.



52) Tuntematon. "Fascist Youth". Esimerkki perspektiivin käytöstä julisteessa.

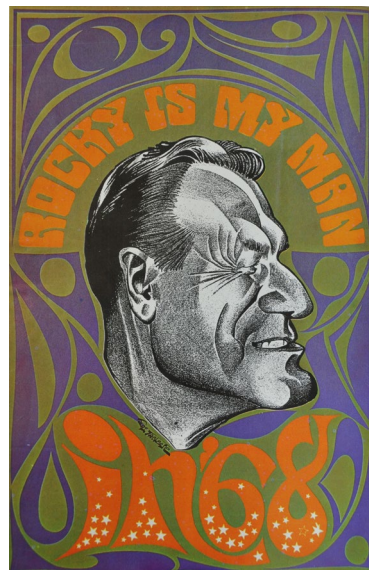
Tärkeässä osassa julisteen kuva-alassa ovat negatiivinen ja positiivinen tila. Negatiivinen tila toimii kuva-aiheen taustana ja positiivinen täyttää kuvatilaa. Useimmiten negatiivinen kuva-alue toimii juuri positiivista aluetta tukevana taustana, mutta mikäli suunnittelija haluaa leikitellä erilaisilla optisilla harhoilla, tiloista voi tehdä samanarvoiset. (Dabner 2004, 12, Harjulan 2012, 11 mukaan.) Esimerkiksi julistesuunnittelija Shigeo Fukuda on hyödyntänyt töissään negatiiv-

tiivisen ja positiivisen kuvan tarjoamia visuaalisia mahdollisuuksia (Cartwright, 2012).

Yhteiskunnallisessa julistetäiteessä on otettu aikojen saatossa runsaasti vaikutteita eri taidetyyleistä, kuten pop-taiteesta, optisesta taiteesta, art nouveausta ja psykedeelisestä tyylistä. Eri taidetyyleillä on pyritty vetoamaan kohdeyleisöön. Poliittisen ryhmän valitsema tyyli kertoo paljon ryhmästä ja siitä, millaisiin ihmisiin se haluaa vedota (Yanker 1972, 47-48). Vaalimainonnassa ja poliittisessa mainonnassa tulisi Schockelin mielestä käyttää tyyliä, joka kuvaa puolueen asennetta taiteeseen (Yanker 1972, 46, 47). Lorenzin mukaan pelkällä graafisella suunnittelulla ei voi voittaa vaalikampanjaa, vaan myös muiden medioiden älykäs käyttö on tärkeää. Lorenz toteaa, että ”äänestäjän mieli on liian monimutkainen tullakseen manipuloiduksi pelkillä väreillä tai symboleilla”. (Yanker 1972, 71.)



53) Shigeo Fukuda. Fukuda leikittelee töissään positiivisen ja negatiivisen tilan käytöllä.

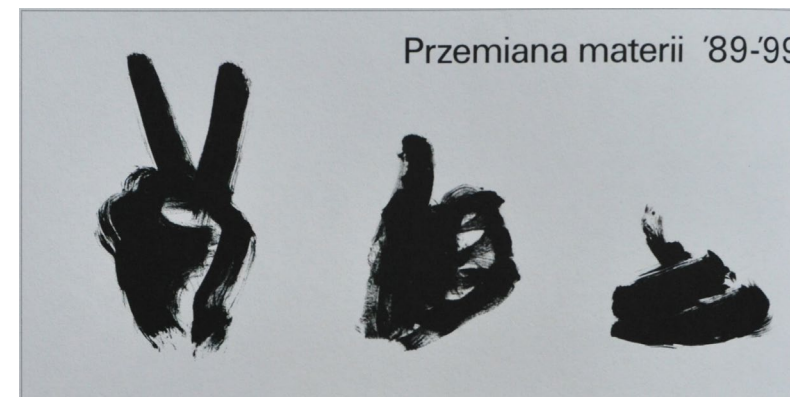


54) Republican party - Rockefeller for President Committee. 1968. ”Nelson-Rockefeller Campaign”. Julisteen tyylivalinnalla on pyritty vetoamaan tiettyyn kohdeyleisöön.

Julisteen tyylistä on annettu monia eriäviä suosituksia. Scholzin mielestä julisteessa tulisi käyttää aina mahdollisimman modernia tyyliuuntausta. Yleisesti tehokkain taidetyyli on Scholzin mukaan sellainen, jonka suurin osa ihmisistä ymmärtää, ja hienostuneet tyyli eivät yksinkertaisesti vetoa keskivertoon katsojaan. (Yanker 1972, 47-48.) Peters kehottaa käyttämään ”objektiivisia taidesuuntauksia”. Hänen mielestään keskiverto kansalainen ei kykene ymmärtämään tai tulkitsemaan abstraktia taidetta. Jos julistetta täytyy analysoida paljon ennen sen ymmärtämistä, se on hyödytön. Petersin mukaan vallankumous- ja sotajulisteisiin sopii tyyli, joka herättää tunteita. (Yanker 1972, 48.)

Schockelin mukaan julisteiden tulee olla selkeitä, yksinkertaisia ja joskus jopa primitiivisiä toimiakseen. Hän ylistää etenkin valokuvajulistetta sen totuudellisuudesta. Katsoja ei voi muuta kuin uskoa, että hänen edessään on totuus, sillä kuva ei voi valehdella. (Yanker 1972, 33.)

Julisteessa voidaan hyödyntää karikatyyristä lähestymistapaa, jos vastapuolesta halutaan luoda naurettava tai vastenmielinen mielikuva (Yanker 1972, 63). Huumori ja satiiri on tehokas keino etenkin käsiteltäessä aiheita, jotka vaativat pitkäaikaista vaikuttamista. Huolimattomasti käytettynä se saattaa kuitenkin trivialisoida sanoman tärkeyden. (McQuiston 2004, 173.) Mainonnan isänäkin tunnettu David Ogilvy on todennut, etteivät ihmiset osta klovneilta (Timmers 1998, 212).



55) Marcin Wladyka. 1999. ”Metabolism 88-99”. Puola. Wladynka kuvaa Puolan henkistä tilaa kymmenen vuotta vapaiden vaalien jälkeen.

3.3 Typografiasta ja kuva-aiheista

Juliste muodostuu yksinkertaistettuna kuva-aiheesta ja sitä tukevasta tekstistä, esimerkiksi sloganista tai iskulauseesta (Hovi-Wasastjerna 1999, 100). Kuvan ja tekstin tulee täydentää toisiaan, eli kuva-aihe ei saisi viedä tehoa tekstin sisällöltä (Yanker 1972, 27). Julisteen tekstoisuuden tiiviys on tärkeää sekä kirjoittajan että lukijan ajan säästämiseksi. Jos teksti on liian pitkä, julisteen katsoja saattaa ohittaa sen kokonaan. Pitkässä tekstissä myös väärin lukemisen tai ymmärtämisen riski kasvaa. Tiiviillä sloganillakin on huonot puolensa, sillä se vaatii lukijaltaan taustatietoa viestin ymmärtämiseksi. (Rickards 1970, 6) Sloganin tehtävä on esittää mahdollisimman paljon informaatiota mahdollisimman tiiviissä muodossa, ja siinä se muistuttaakin symbolia (Rickards 1970, 7).

Symboli edustaa jotakin toista asiaa siten, että asioiden välillä on vain sopimuksenvarainen yhteys. Esimerkiksi lippu saattaa edustaa tiettyä valtiota. (Wikipedia: symboli). Symbolit voivat tiivistää monia sanoja ja monta kieltä yhdeksi kuvaksi, joka ymmärretään universaalisti (Dreyfuss 1972, 17). Symbolit ovat vanhempia kuin sanat ja niitä löytyy jokaisesta kulttuurista. Alun perin symbolit täyttivät ihmisen tarpeen ilmaista esimerkiksi ruoan keräämiseen ja suojan etsimiseen liittyviä asioita. Myöhemmin ihmislaji koki tarvetta ilmaista abstraktioita. Tähän käyttöön symbolit olivat liian joustamattomia ja puutteellisia, joten niiden oheen kehittyivät aakkostot ja sanat. (Dreyfuss 1972, 19.)

Symbolit voidaan jakaa esittäviin ja abstrakteihin merkkeihin. Esittävä symboli voi olla esimerkiksi siluetti, abstrakti symboli esimerkiksi horoskooppimerkki. Abstraktit symbolit ovat aluksi olleet esittäviä, mutta muokkautuneet ajan saatossa kauas alkuperäisestä ulkoasustaan. Uudessa muodossaan ne ovat olemassa enää symboleina. (Dreyfuss 1972, 20.) Symbolit ovat usein yhteydessä esikuvansa ominaisuuksiin. Esimerkiksi rauhaa symboloiva kyyhky on herkkä, hiljainen ja heikko lintu, jonka olemus viittaa rakkauden ja haurauden ominaisuuksiin. (Yanker 1972, 52.)

Graafisen elementin tai aiheen tulee olla laajasti käytetty ja tunnettu muuttuakseen symboliksi. Potentiaalinen symboli käy läpi monia tunnettavuuden asteita. (Yanker 1972, 52.) Aluksi sitä käytetään

kuvassa tunnistettavana elementtinä eli esikuva-aiheena (*pre-motif*). Kun aihetta on käytetty jonkin aikaa, siitä voi tulla yksi kuvan pääelementeistä eli kuva-aihe (*motif*). Esimerkiksi tehdasta on käytetty kuvaamaan työläisten voimaa. Jos kuva-aiheesta tulee tunnettu tietyllä alueella, sitä voidaan kutsua paikalliseksi tai kansalliseksi symboliksi. Jos se kerää kansainvälistä huomiota ja käyttöä, siitä tulee kansainvälinen symboli. Esimerkiksi 1970-luvulla yhteen puristettu, nostettu nyrkki kehittyi kuva-aiheesta kansainväliseksi symboliksi. (Yanker 1972, 51, 52.)



56) Ferenc Baráth. 1986. "In front of the mirror". Jugoslavia.
Julisteessa Baráth korvaa vasaran kynällä ja osoittaa,
että henkinen voima on fyysisistä vahvempi.

Symboleja käytetään julistetaiteessa mielikuvamainonnan välineenä, ja niillä pyritään vetoamaan ihmisten tarpeisiin (Hovi-Wasastjerna 1999, 23). Kantaa ottavassa ja yhteiskunnallisessa julistetaiteessa voidaan hyödyntää katsojalle tuttuja symboleita, joiden avulla tarjotaan uusia ratkaisuja vanhoihin ongelmiin. (Yanker 1972, 19). Scholz ja Lorenz suosittelevat kantaa ottavassa julistetaiteessa käytettäväksi vain yksinkertaisia abstraktioita. Young and Rubicamin mukaan abstraktien symbolien käyttö ei välttämättä sovellu ainakaan sotajulisteteisiin, sillä ne voidaan tulkita helposti väärin tai niitä ei ymmärretä lainkaan. (Yanker 1972, 53.)

Vaalijulisteet ovat Hovi-Wasastjerna (1999, 19) mukaan harvoin yllättäviä tai visuaalisia riskejä ottavia, sillä äänestäjän täytyy pystyä tulkitsemaan viesti lähettäjän toivomalla tavalla. Vaalijulisteissa varoitan käyttämästä liian monia uusia visuaalisia keinoja, jotka voisi-

vat sulkea äänestäjän kohderyhmän ulkopuolelle. (Hovi-Wasastjerna 1999, 19.) Symbolien tulisi olla kohderyhmän tunnistettavissa julisteen tekijän tai tilaajan tarkoittamalla tavalla. Abstraktien kuvioiden käyttöä vältellään myös siksi, että ne mielletään intellektuaalisiksi ja niiden pelätään karkoittavan suuret äänestäjämassat (Hovi-Wasastjerna 1999, 122–123.)

Poliittisessa julisteessa symbolit ovat tulleet käyttötapaansa mukaan tunnistettaviksi joko vasemmistolaisiksi tai oikeistolaisiksi. Perinteinen oikeistolainen symboli on ollut tuli, esimerkiksi soihdun muodossa. Vasemmistolaiset järjestöt ovat suosineet symbolinaan kohotettua nyrkkiä. (Yanker 1972, 53.) Molempien aatteiden käyttämä symboli on leipä, jonka kuvaaminen viittaa perinteisesti työhön ja elinkeinoon (Hovi-Wasastjerna 1999, 34). Perheen ja kodin kuvaaminen viittaa turvaan ja perinteisiin arvioihin, ja talo onkin ollut oikeistolaiselle kuvamaailmalle ominainen symboli. Myös vasemmisto on käyttänyt julisteissaan taloja, mutta symbolina tasa-arvolle. (Hovi-Wasastjerna 1999, 44.)



57) 1936. ”Hyvinvointia kaikille!” Eduskuntavaalijuliste. Työväen arkisto.



58) Maalaisliitto, KMA. 1951. ”Vaara uhkaa! Maalaisliitto pelastaa”. Eduskuntavaalijuliste. Salama toimii symbolina vaaralle. Tuli ja salama ovat oikeistolaisia symboleita. (Yanker 1972, 57; Hovi-Wasastjerna 1999, 130.)

Oikeisto ja vasemmisto eivät yleensä käytä toistensa symboleita, paitsi mustamaalaamistarkoituksissa tai tarkoituksellisesti muunneltuina. (Yanker 1972, 53.) Vastasympolien käytössä symboleja käytetään julisteen kuva-aiheena houkuttelemaan katsojaa, mutta julisteen varsinainen viesti tuhoaa assosiaation. Vastapuolen symbolia voidaan käyttää myös luomaan negatiivisia mielikuvia, esimerkiksi sirpin ja vasaran on voinut kuvata lävistämään rauhankyyhkyn. (Yanker 1972, 60.) Schockelin mukaan symbolien käyttö voi auttaa voittamaan vastustajan kannattajan puolelleen tai heikentämään vastustajaa. Lorenzin mielestä vastustajan kääntäminen tulisi olla viimeinen vaihtoehto julistesuunnittelun tavoitteissa. (Yanker 1972, 62.)

Koska vanhoille symboleille voi kehittyä uusia merkityksiä, on symbolien historia on usein epäolennainen. Esimerkiksi hakaristiä, kenties tunnetuinta oikeiston käyttämää symbolia, käytettiin natsi-Saksassa puolueen tunnuksena ja antisemitismien symbolina. Nykyään hakaristiä käyttävät äärioikeistolaiset ryhmittymät. Hakaristi on kuitenkin toiminut alun perin Induskulttuurin aurinkosymbolina, hyvän onnen tuottajana. (Yanker 1972 53, 54.) Natsit tavoittelivat yhteyttä arjalaisuuteen, jonka alkuperä oli juuri Induskulttuurissa.

Symboleihin liittyvä vertauskuva eli allegoria tarkoittaa symbolistista kuvaustapaa, jossa teoksen oikea merkitys on jokin muu kuin sen ilmiäsu. Esimerkiksi jokin abstrakti käsite voidaan kuvata elollisena oliona tai ihminen tietynä eläimenä. (Wikipedia: allegoria.) Suosituin poliittinen allegoria kuvaa hyvien poliittisten voimien voittoa pahoista. Schockelin mukaan allegoria on ideaali poliittisen julisteen väline, sillä se stimuloi ajattelua ja antaa katsojalle elävän käsityksen poliittisestä ongelmasta. Toisaalta voi olla vaikea saada katsoja tiedostamaan, että julisteen allegorialla kuvataan juuri häntä, sillä kukaan ei halua samastua tyhmäksi, kapeakatseiseksi tai rumaksi. (Yanker 1972, 62.)

Symboleiden rinnastusta toisiin symboleihin kutsutaan heraldiseksi kollokaatioksi (Yanker 1972, 62). Kollokaatio tarkoittaa yhdessä esiintyviä sanoja, jotka muodostavat vakiintuneen ilmauksen (Wikipedia: kollokaatio). Heraldinen kollokaatio luo tunnuskuvaallisen efektin, kuten esimerkiksi vaakunassa, jossa yhdistyvät monet symbolit. Yhdysvaltain lipun sekä sirpin ja vasaran rinnastus voi viitata kommunistien vastaiseen taisteluun, kyyhkyn ja aseiden yhdistelmä aseistettuun vastarintaan, jolla on pyrkimys rauhaan. (Yanker 1972, 62, 63).

Visuaalinen klisee on kuva tai merkki, joka toistuu etenkin vaalijulisteissa. Se voi olla lainattu toisesta yhteydestä, mutta sille on annettu kantaa ottava tai poliittinen merkitys. Esimerkiksi lippu on poliittisessa mainonnassa käytetty klisee, josta on eri sommittelun variaatioita. Väri on tietyn puolueen sovittu symboli, ja esimerkiksi punainen väri on vasemmiston klisee. Monet poliittiset kliseet on lainattu uskonnollisista tai ei-poliittisista yhteyksistä. (Hovi-Wasastjerna 1999, 122.) Toiston avulla tietyt visuaaliset kliseet tunnistetaan poliittisiksi viesteiksi ja nimenomaan julisteen julkaisseen tahon viesteiksi. (Hovi-Wasastjerna 1999, 20, 21). Kliseitä käytetään usein myös ilman puolue- tai aateyhteyttä (Hovi-Wasastjerna 1999, 14).



59) Julius Klinger. 1914-18. ”8 kriegsanleihe - kahdeksas sotalaina”. Itävalta. Julisteessa vihollisen uhka kuvataan lohikäärmeenä, jonka kahdeksas sotalaina kirjaimellisesti kuristaa voimattomaksi.

3.4 Väreistä

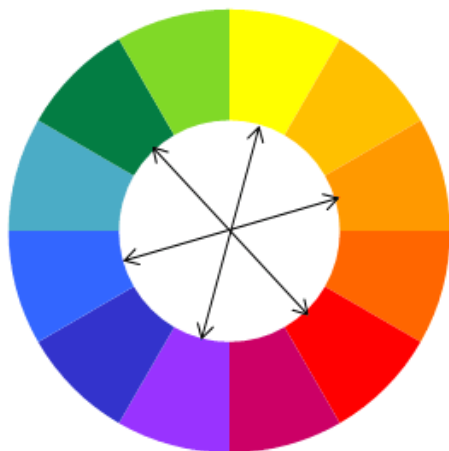
Värit ovat olennainen osa julistesuunnittelua, sillä ne voimistavat graafisten symboleiden merkitystä. Väri vaikuttaa myös julisteesta saatavaan ensivaikutelmaan, ja se huomataan ennen sommittelua tai muotoa. (Dreyfuss 1972, 231.) Tärkeintä on, että suunnittelija tietää mitä tekee hyödyntäessään erilaisia väriopin tehokeinoja työssään. (Piri 1994, 34-35.) Värien katsojassa synnyttämät tuntemukset ja reaktiot voimistavat edelleen julisteen viestiä (Dabner 2004, 9, Harjulan 2012, 18 mukaan). Pohjimmiltaan väri on valon ominaisuus. Se on myös voimakkaasti subjektiivinen eli henkilökohtaisesti koettava ilmiö. Kaikki eivät koe värejä samanlaisina, johtuen näköaistinsolujen yksilöllisistä eroavaisuuksista. (Piri 1994, 25.)

Väreillä on voimakkaita psykologisia vaikutuksia ja niille on muodostunut erilaisia symbolisia merkityksiä ja assosiaatioita, jotka vaihtelevat kulttuurien ja aikojen mukaan (Piri 1994, 25, 29; Dabner 2004, 32, Harjulan 2012, 20 mukaan.) Tunnettu esimerkki värien erilaisista kulttuurimerkityksistä on surun väri, joka on länsimaissa musta ja Kiinassa valkoinen. Värien merkitykset ovat myös aikaisdonnaisia, ja esimerkiksi vihreä väri, joka yhdistettiin aikaisemmin myrkkyyneen, kuvastaa nykyään luontoa ja ympäristöystävällisyyttä. Todisteita värien psykologisista ominaisuuksista löytyy myös kielestämme, jossa esiintyy väreihin liittyviä ilmaisuja, kuten *kateudesta vihreä*. (Dabner 2004, 32-34, Harjulan 2012, 21-22 mukaan.)

Myös värien herättämät tuntemukset ovat yksilöllisiä. On kuitenkin olemassa tiettyjä yleisesti tunnettuja värien vaikutuksia, jotka useimmat ihmiset kokevat saman suuntaisina. Punainen koetaan voimakkaana, intensiivisenä ja energisenä värinä, joka lisää rohkeutta, mutta myös aggressiota. Oranssi on vapauttava luovuuden väri ja keltaisen on tutkittu kohottavan mielialaa sekä edistävän päättelykykyä. Vihreä tulkitaan luonnon, elämän ja kasvun väriksi, joka edustaa tasapainoa ja rauhaa. Sininen rauhoittaa ja antaa luotettavan vaikutelman. Värinä se on luonteeltaan viileä ja etäinen. Violetti viittaa länsimaissa henkisytyteen ja suruun, ja ruskea antaa maanläheisenä värinä varmuutta ja tukea. (Piri 1994, 28-29.)

Julistesuunnittelussa harmaa toimii erityisen hyvin neutraalina taustana muille väreille. Valkoinen väri heijastaa valoa ja se yhdiste-

tään mielikuvissa puhtauteen ja viattomuuteen. Musta on länsimaissa surun ja pimeyden väri. Julistesuunnittelijalle musta on erinomainen väri, sillä sen avulla voi rajata pintoja ja muut värit loistavat sen ohella. (Piri 1994, 29.)



60) Väriympyrä ja vastavärit.

Väreillä voi korostaa tai muuttaa julisteen tunnelmaa: vierekkäin väriympyrässä sijaitsevat värit ovat harmonisia ja luovat levollisemmän tunnelman. Väriympyrän vastakkaiset värit eli vastavärit luovat liikettä ja ovat luonteeltaan aggressiivisempia. (Dabner 2004, 36, Harjulan 2012, 22 mukaan.) Vastaväripareja ovat keltainen ja sininen, oranssi ja turkoosi, punainen ja vihreä sekä violetti ja vaaleanvihreä (Piri 1994, 33). Toisiinsa sointuvien, harmonisten värien käytöllä saadaan aikaan tasapainoinen ja levollinen työ. Epäharmonisia väriyhdistelmiä voi hyödyntää tehokkeinona pienessä osassa julistetta tai käyttää koko julisteen pääteemana, mikäli se sopii tyylivalintana julisteen tunnelmaan. (Piri 1994, 34-35.)

Värien kylläisyysasteilla voi luoda vaihtelua. Kylläisissä eli kirkkaissa väreissä värin puhtaus ja voima on suurimmillaan (Piri 1994, 33). Himmeällä värillä puolestaan on heikko intensiteetti. Värien kirkkautta kutsutaan myös saturaatioksi. Kaksi väriä voi olla samaa sävyä, vaikka niiden intensiteetti ja värikylläisyys olisi erilainen. (Dabner 2004, 26-27, Harjulan 2012, 19 mukaan.) Värikontrasti syntyy, kuin käytetään esimerkiksi värejä, joiden kylläisyysasteessa on eroja. Kontrastia käytetään usein tehokkeinona mainoksissa, sillä se lisää katsojan

tiedonhalua ja uteliaisuutta. Liian monen voimakkaan värin käyttö lähemmäs saattaa aiheuttaa levottoman lopputuloksen, johon katsoja kyllästyy nopeammin. (Bohman ym. 1988, 101, Harjulan 2012, 19-20 mukaan)



61) Brad Honeycutt. Värien kylläisyydestä johtuva illuusio. Neliöt ovat todellisuudessa saman väriset, mutta niiden tausta vaikuttaa värien havainnointiin.

Väreillä voi myös luoda julisteeseen tilavaikutelmia. Vaaleat ja kylmemmät sävyt näyttävät olevan kauempana. (Piri 1994, 26, 58.) Punainen väri vaikuttaa olevan lähellä, sininen kaukana. Valkoinen ja keltainen toimivat tilaa avartavina väreinä, musta puolestaan kutistaa tilaa. Taustan väri vaikuttaa myös etualan väriin: tumma tausta vaalentaa kehystämäänsä väriä, vaalea tausta sen sijaan tummentaa sitä. (Piri 1994, 26)



62) Värien taustan tummuudesta johtuva illuusio. Myös ympyrät ovat todellisuudessa saman väriset.

4. Julistesarjan suunnittelu- ja toteutusprosessi

4.1 Lähtökohdat ja tavoitteet

Erään lähteenä käyttämäni kirjan nimi on *Graphic Agitation*. Kirjassa esiteltiin ja käsiteltiin eri tyyliä julisteita sotajulisteista valistusjulisteisiin. Pohtiessani opinnäytetyöni tavoitteita tajusin, että oma päämääräni oli sama – tehdä ”graafista agitaatiota”. Tarkemmaksi aiheeksi valitsin yhteiskunnallisen ja kantaa ottavan julisteen. Lopputuotteena tulisi olemaan julistetaiteen muotoa ja historiaa käsittelevä tutkimusosa sekä kolmen julisteen sarja.

Aloitin lähdeaineiston lukemisen ja laajan taustamateriaalin kartoittamisen vuoden 2013 kesänä. Pyrin muodostamaan aiheesta yleiskuvan ja kartuttamaan tietämystäni julisteen taustoista ja sen visuaalisesta muodosta. Poimin ylös keskeisiä nimiä, teemoja ja julisteen historiallisia virstanpylväitä. Kirjoitin myös ylös lainauksia ja otin valokuvia kirjoista tutkimusosaa varten. Syksyä kohden koin vaikeuksia opinnäytetyön tarkan tutkimuskysymyksen ja ongelman päättämisessä. Vaihtoehtoina oli painottuminen joko poliittisuuteen tai toisaalta julisteen visuaaliseen olemukseen.

Tavoitteenani oli tutustua julisteen merkitykseen nykymaailmassa ja käsitellä sen hyviä puolia, kuten mahdollisuutta tuoda esiin tehokkaita ideoita tiivistetyssä muodossa. Halusin myös pohtia sitä, onko juliste mediana vanhentunut, ja onko itse asiassa yhteiskunnallinen aktiivisuuskin pois muodista. Väliseminaarissa esittelemäni kunnianhimoisen tavoitteeni oli luoda kokonaan uusi kuvakieli, jolla voisin kuvata nykymaailman ongelmia julisteen kautta. Täysin uudenlaisen kuvakielen keksiminen oli kuitenkin melko utopistinen ajatus. Varta vasten opinnäytetyöhön kehitetystä kuvakielestä olisi saattanut tulla vaikeasti ymmärrettävä, mikä sotii julisteen perusideaa eli helppotajuutta vastaan. Koska olin tausta-aineistoa kerätessäni tutustunut julistetaiteen perinteisiin konventioihin ja todennut ne varsin toimiviksi, päädyin seuramaan niitä suunnittelutyössäni.

Sisällytin opinnäytetyöni tietoperustaan osuuden, jossa käsitelen julisteen anatomiaa: sen suunnittelua, sommittelua ja käytännön seikkoja, esimerkiksi kuinka julisteeseen vaikuttaa sen kaukaa katsominen. Halusin myös määritellä ja analysoida yhteiskunnallisen julistetaiteen kuvakieltä ja symboliikkaa sekä muovata juuri omille julisteilleni sopivan, perustellun kuvakielen. Tarkastelin pintapuolis-

ti myös sitä, kuinka juliste vaikuttaa katsojaan symbolien ja suostut-
telun kautta. Pikku hiljaa työni pääpaino siirtyi yhä enemmän tietö-
perustan kasvattamiseen. Lähdemateriaalini oli niin laaja, että jo sen
selvittämiseen oli kulunut monta kuukautta. Halusin kuitenkin toteut-
taa myös alusta asti suunnitelmissa olleet julisteet.

Työn toiminnallisessa osuudessa työstin kolmen julisteen sarjaa.
Valitsin julisteiden lukumääräksi kolme, sillä halusin tehdä julistei-
ta useammasta kuin yhdestä aiheesta, ja kolmen julisteen tekeminen
sopi aikatauluuhini. Lisäksi kolmen julisteen kokonaisuus on jo sarja
ja siten monipuolisempi. Julisteiden sarja-aspekti toi myös mahdolli-
suuden hioa omaa tyyliäni yhtenäisemmäksi, jotta julisteet sopisivat
toisiinsa. Julisteiden aiheissa en pelännyt kiisteltyjäkään teemoja. En
halunnut hyssytellä, vaan herättää katsojan huomion ja provosoida
tätä ajattelemaan.

Pyrin julistesarjan lopputuloksessa siihen, että katsoja ymmärtäi-
si julisteiden idean ja kokisi viestin tärkeäksi. Suurimpana haasteena
tekoprosessissa oli oivaltavan idean keksiminen ja idean toteuttami-
nen visuaalisesti tehokkaalla ja vaikuttavalla tavalla. Tavoitteenani oli
seurata julistesuunnittelun ohjenuoria, eli julisteen olisi oltava selkeä
ja ”helppolukuinen”, sen täytyisi näkyä kauas ja myös liikkeestä.

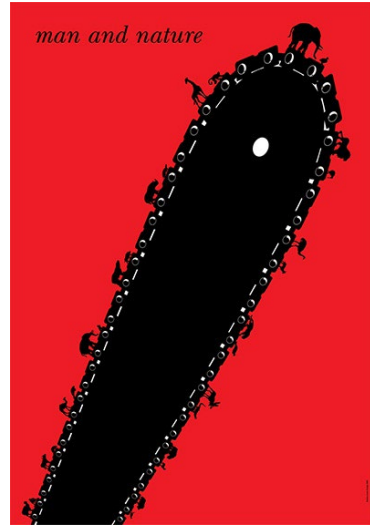
Julisteiden muodosta ja ulkonäöstä minulla oli jo etukäteen vahva
näkemys. Aikaisempina opiskeluvuosina olin toteuttanut muutamia
julisteita, jotka käsittelivät yhteiskunnallisia aiheita. Koin haluava-
ni jatkaa tekemieni julisteiden viitoittamalla tiellä ja toteuttaa myös
uudet julisteet samalla tyylillä. Pyrin tekemään julisteistani visuaa-
lisesti mahdollisimman selkeät ja pelkistetyt. Tavoitteenani oli luoda
suhteellisen yhtenäinen kolmen julisteen sarja, jonka yhdistävänä
tekijänä olisi oma, tunnistettava tyylini. Julisteita yhdistäisi yksin-
kertaisuus, selkeät väripinnat, voimakkaat värit ja mahdollisesti yksin-
kertainen typografia julisteen alaosassa. Pyrin toteuttamaan design-fi-
losofiaani, eli pitämään muodot mahdollisimman yksinkertaisina,
välttää turhaa koristeellisuutta ja tehdä julisteista mahdollisimman
helposti omaksuttavat.

Voimakkaan ja yksinkertaisen tyylin avulla olisi mahdollisuus
saada katsoja oivaltamaan julisteen viesti helpommin. Halusin tehdä
julisteiden viestistä ja symboliikasta aluksi hieman kryptisen, mutta
kuitenkin suhteellisen nopeasti ymmärrettävän. Olen itse kiinnittänyt

huomiota julisteiden kekseliäisiin ideoihin ja toteutuksiin, ja toivoin,
että omat julisteeni herättäisivät samanlaisia oivalluksen tuntemuksia
ja niistä heräävää pohdintaa julisteiden aiheista. Hyväksyin ajatuksen
siitä, etteivät julisteeni tulisi olemaan täysin globaalisti ymmärret-
täviä, sillä toisesta kulttuurista peräisin oleva katsoja ei välttämättä
kokemusmaailmastaan johtuen kokisi julisteideni viestejä merkit-
täväksi tai edes ymmärtäisi niitä. Tämä on kuitenkin hyväksyttävä
kaiken viestinnän olemassa olevaksi haittapuoleksi.



63) Kanerva Karpo. 2011. ”Venäjän sananvapauden puolesta”.
Muotoiluinstituutin ja Taideteollisen korkeakoulun vuonna 2011
toteuttamassa yhteistyöprojektissa suunniteltiin juliste aiheesta
”sankari”. Omassa julisteessani tulee ilmi selkeyteen pyrkivä tyylini.



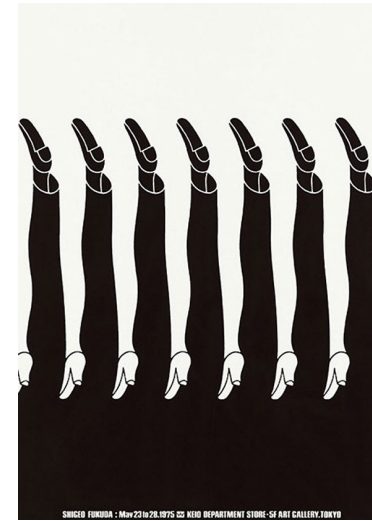
64) 66) Andrew Lewis. *Man + nature.*

65) Andrew Lewis. *Autism.*



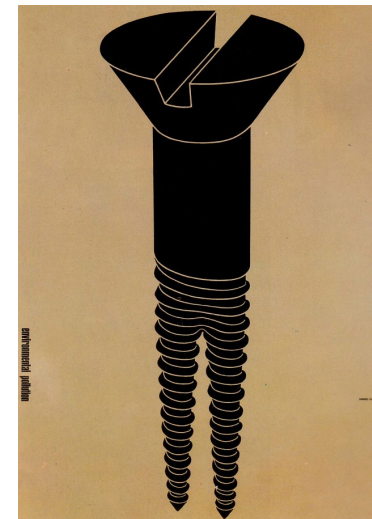
Tyyliä valitessa turvauduin sekä aikaisemmin tekemiini julisteisiin että Pinterest-sivulleni kokoamiini suosikkeihini. Koin visuaalisen tyylini muistuttavan hieman Andrew Lewisin julisteita. Lewis hyödynää julisteissaan yksinkertaista sommitelmaa ja usein vain kolmea väriä – mustavalkoista siluettia värikästä taustaa vasten. Lewisin työt vetoavat nokkeluudellaan ja voimakkuudellaan. Ne myös ohjaavat katsojan ajatusta tehokkaasti kohti oivallusta olemalla tarpeeksi yksinkertaisia.

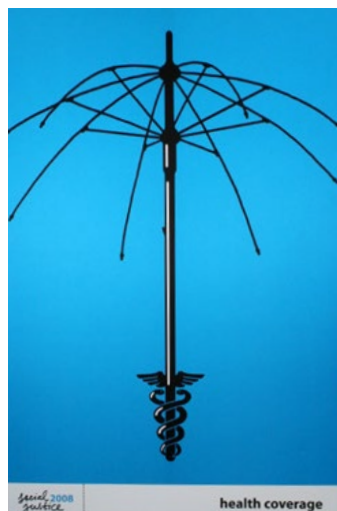
Tärkeä esikuvani on vuonna 2009 edesmennyt julistetaiteen mestari Shigeo Fukuda. Japanilaisen Fukudan töissä tiivistyy mielestäni ihanteellisella tavalla hyvä idea ja kaunis, yksinkertaisen tekninen toteutus. Fukuda leikittelee töissään perspektiivillä ja negatiivisella tilalla. Julisteiden sävy on satiirinen, mutta toteutus logomaisen yksinkertaistettu. Fukuda sai vaikutteita varhaisesta sveitsiläisen koulukunnan graafisesta suunnittelusta ja sen kontrastista japanilaiseen tyyliin. (Cartwright, 2012.)



67) Shigeo Fukuda.

68) 69) Shigeo Fukuda. *Ympäristön saastuminen.*





70) Luba Lukova. "Income gap".

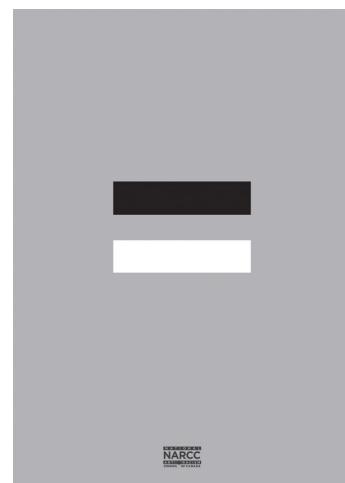


71) Luba Lukova. "Education vs. War".

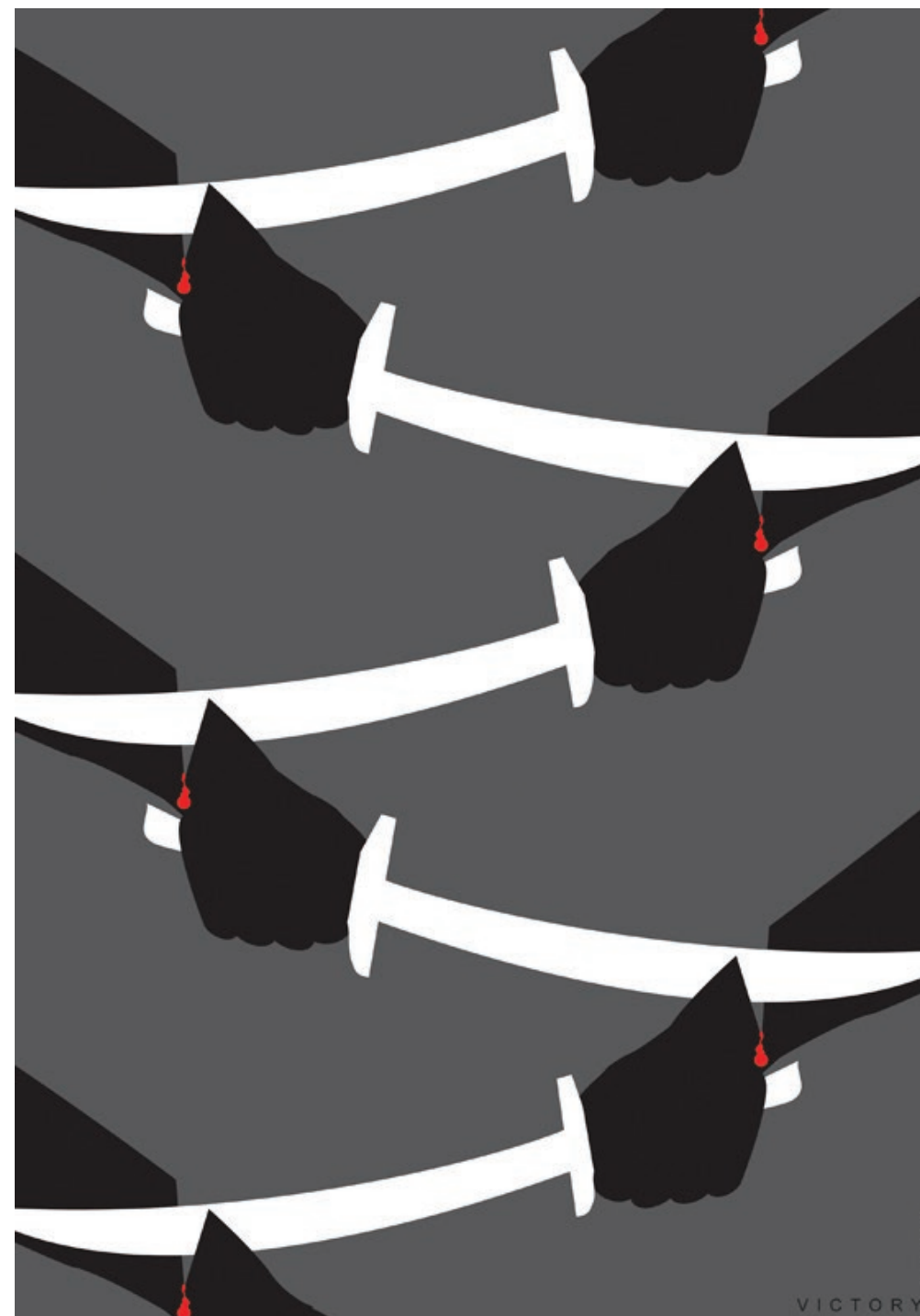
Idearikkaista julistetaiteilijoista nostan esimerkiksi Luba Lukovan. Vaikka Lukovan julisteiden yksityiskohtaisempi tyyli ei ole täysin oman makuni mukainen, hänen visuaaliset ideansa ovat todella nokkelia ja oivaltavia. Silmäni miellyttivät myös muutamat Pinterestistä sattumalta löytämäni julisteet. Esimerkiksi Cory Switzmanin tasa-arvoa käsittelevässä julisteessa on hyvin minimalistinen mutta tehokas lähestymistapa.



72) YK. "Sustainable peace".



73) Cory Switzman. Equality social poster. NARCC.



74) Li Haiping. "Victory".

4.2 Ideointi ja luonnostelu

Koin opinnäytetyön raskaimmaksi työvaiheeksi ideoimisen. Innostuin tutkimusosan kirjoittamisesta ja tekstiä syntyi sivukaupalla, mutta stressaantunut mieli ei tuntunut rauhoittuvan siihen tilaan, jossa ideat voisivat syntyä. Keskustelin opponijani Veera Ala-Vähälän kanssa siitä, kuinka tuotannollisen graafisen suunnittelun tekemisen ohella on vaikea päästä luovaan olotilaan. Luovuuden puuskaa odotellessani muistin konkariopettajieni neuvot siitä, miten ideointikin on työtä, eikä inspiraatio vain putoa taivaista.

Onkin totta, että luovalle työlle pitää varata aikaa, sillä ajatusten analysointi vaatii kypsytelyä. Aikaa voisikin kutsua erääksi graafisen suunnittelijan päätyökaluista. (Piri 1994, 14.) Siksi sen hallintaa tulisi opetella aivan kuin minkä tahansa muunkin työvälineen. Tarpeeksi kauan inspiraation ilmestymistä odoteltuani päätin kokeilla, olisiko saamissani vinkeissä perää, ja aloitin aktiivisen ideoimisen. Otin luonnoskirjan iltaisin yöpöydälle ja kirjoitin ylös ideat, joita tuli mieleeni usein unen ja valveen rajamailla. Nukahtaminen venyi, mutta ideoita syntyi paperille.

Ideointiprosessissa voi auttaa myös suuresti, kun huomioi ympärillä tapahtuvia asioita. Kiinnittämällä huomiota esineiden muotoihin, valoihin, varjoihin, väreihin ja pohtimalla ajankohtaisia tapahtumia voi saada oivalluksia. Näitä ideoita voi edelleen analysoida ja työstää. (Piri 1994, 13.) Tätä työtapaa voi kutsua ajatteluharjoitteluksi. Ideoita voi saada aivan arkisistakin asioista, kuten shampoopullon kyljestä suihkussa. Sinnikäs ajattelutyö auttaa, ja pikku hiljaa mielikuvista syntyy toteutettavan arvoisia kuvia. (Piri 1994, 13.) Myös keskustelu on luovassa työssä hyvä työkalu. Keskustelusta saa usein uusia näkökulmia ja sen avulla voi jäsentää ajatuksiaan. (Piri 1994, 14.)

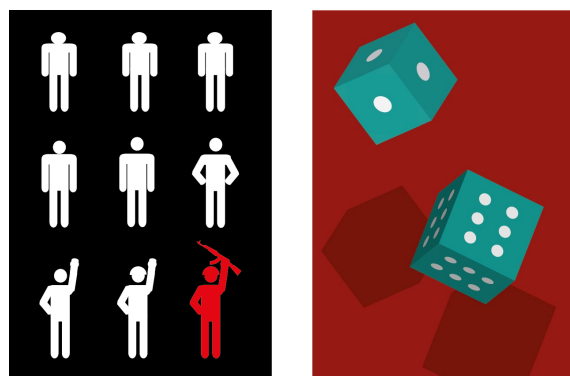
Opinnäytetyöni ideointi- ja luonnosteluprosessi olivat osittain samanaikaisia ja päällekkäisiä tapahtumia. Usein ideoita listatessa piirsin oheen myös yksinkertaisen luonnoksen, mikäli sain heti käsityksen siitä, miten idea voisi visuaalisessa muodossa toimia. Kaikki paperilla olevat luonnokseni olivat todella yksinkertaisia, lähinnä muutamalla viivalla toteutettuja karkeita hahmotelmia, joiden avulla muistin ideoiden pääajatuksia. Muutamista aiheista piirsin parikin

erilaista luonnosta, esimerkiksi eri kuvakulmasta tai eri tavalla rajattuina.

Julisteiden aiheiden rajaus ja valinta oli haastava tehtävä. Aluksi pohdin käsitteleväni ainoastaan työttömyyttä ja nimenomaan nuoriso-työttömyyttä. Halusin tarttua ajankohtaiseen aiheeseen, jonka piirissä olisi mahdollista vaikuttaa. Pohdin talouskasvun ongelmallisuutta, hyvinvointiyhteiskunnan leikkauksia, eriarvoisuutta ja tuloeroja. Pyörittelin mielessäni vallan ja vapauden kysymyksiä, ja kuinka ne liittyvät rahaan, rahan puutteeseen tai velkaan. Väliseminaarin dispositiossa julisteideni alustavat aiheet olivat kulutus, raha ja valta, mutta ideoiden syntyminen näistä aiheista ei ottanut tuulta alleen.

Päätin lähestyä aiheiden valintaa puhtaasti siltä kannalta, mikä toimisi visuaalisena ideana. Tein käsittekarttoja ja hyödynsin vaihtopilasaikanani Puolassa oppimaani sanojen yhdistämiseen perustuvaa ideointitapaa. Paperille kirjoitetaan haluttuun teemaan liittyviä sanoja, kuten omassa tapauksessani esimerkiksi raha, valta, velka, ja muita yhteiskuntaan liittyviä aiheita. Näiden sanojen vierelle yrittään keksiä aiheisiin liitettäviä objekteja, esineitä tai symboleita, kuten esimerkiksi kolikko, vaaka tai kahleet. Lisäksi voi listata yleisiä mieleen tulevia julistetaiteen symboleita, kuten vaikkapa tiimalasi tai ihmiskäsi. Näitä sanoja pohdiskelemalla ja yhdistelemällä pyritään saamaan päähän mielikuva, jossa yhdistyisi ainakin kaksi näistä sanoista jossain visuaalisessa muodossa. Tällä tavalla sainkin muutamia hyviä ideoita, jotka alustavien luonnosten mukaan näyttivät toimivan myös julistemuodossa.

Eräs pidemmälle edennyt idea oli eriarvoisuutta kuvaavat kaksi noppaa. Toisessa nopassa silmäluku oli joka sivulla yksi, toisessa nopassa kuusi. Symbolina noppa viittaa peliin ja pelionneen, ja jos noppapeliä pelattaisiin tällaisilla nopilla, olisi pelin lopputulos jo ennen pelin alkua ennustettavissa. Nopat viittaavat julisteideassa ihmisten erilaisiin elämän lähtökohtiin. Jollakulla ”elämän pelin” lähtökohta voi olosuhteista johtuen olla todellisuudessaakin yksi ja toisella taas kuusi. En kuitenkaan saanut noppaidea toimimaan visuaalisesti, sillä, kahden nopan kuvaaminen tarpeeksi mielenkiintoisella tavalla osoittautui hankalaksi. Nopissa ei esineinä kerta kaikkiaan tuntunut olevan karismaa, jota vaadittaisiin katsojan mielenkiinnon herättämiseksi.



Illustratorilla toteutetut luonnokset noppaideaista ja työttömyydestä sotaan -ideaista.

Toinen pidemmälle kehittelemäni idea liittyi työttömyyden ja sotien väliseen suhteeseen. Historia on osoittanut, että kun riittävän moni nuori ihminen, tarkemmin rajattuna nuori mies, on vailta elinkeinoa tai valoisia tulevaisuudennäkymiä, syntyy yhteiskunnallista epävakautta. Esimerkkejä on lukuisia, yhtenä mainittakoon natsi-Saksan nousu kukoistukseen 30-luvun taloudellisen epävarmuuden ilmapiirissä. Luonnostelin Illustratorilla julistetta, jossa kuvaisin lannistetun työttömän vähittäistä muuttumista väkivallan käyttäjäksi, sotilaaksi. Suunnittelin hahmoista pelkistettyjä, hieman liikenne-merkkien hahmoja muistuttavia. Tällä tavoittelin julisteelle pelkistettyä ilmaisua ja hahmoille anonyymia persoonattomuutta.

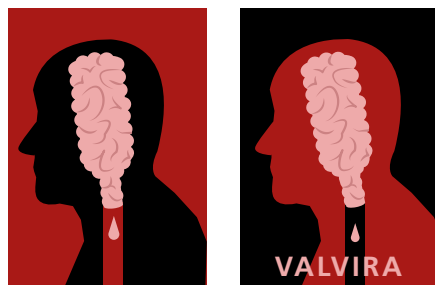
Ongelmaksi muodostui hahmojen määrä. Liian monta hahmoa tekisi julisteen sekavaksi, mutta liian vähillä hahmoilla muutoksen kuvaaminen oli vaikeaa. Lisäksi julisteen pystymallisuus toi haasteensa suunnitteluun, sillä halusin asetella hahmot suoriin riveihin saavuttaakseni tietynlaisen militanttihenkisyyden ja toisaalta infografiikkaa muistuttavan esitystavan. Muutoksen kuvaamisen kannalta optimaalisten neljän hahmon sommittelu pystysuuntaiselle pohjalle osoittautui hankalaksi, sillä ympärille jäi paljon tilaa ja itse hahmot piti asetella niin sumppuun, ettei niiden ratkaisevia yksityiskohtia, kuten sotilaan asetta, enää erottanut kauempaa. Päätin jatkaa muiden ideoiden kehittämistä.

Ideota olikin syntynyt runsaasti ja osa niistä toimi kohtuullisesti julistemuodossakin. Lopulliset, toteutettavat aiheet valitsin puhtaasti niiden toimivuuden ja kiinnostavuuden perusteella. En halunnut pakottaa itseäni käyttämään huonompaa ideaa, vaikka se olisi sopinut teemaltaan paremmin toisiin ideoihin.

4.3 Juliste: Viisasten juoma

Suomalainen byrokratia, etenkin alkoholilainsäädäntö, on herättänyt vuoden 2014 aikana keskustelua sosiaalisessa mediassa. ”Viski-gate” ja alkoholimainontaa koskevan lainsäädännön ylilyönnit ovat aiheuttaneet kritiikkiä etenkin Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirastoa eli Valvira kohtaan.

Keskustelua seuratessa mietin, miten yksipuolisen kuvan Valvira suomalaisista esittää. Mieleeni tulivat sanonnat ”suomalainen viinapää” ja ”viina on viisasten juoma”, ja luonnostelin nopeasti paperille yksinkertaisen, sivulta päin kuvatun kasvojen siluetin, jossa aivojen kohdalla oli ylösalaisin oleva pullo. Pullosta valuu nestettä hahmon kurkkuun, eli hahmo toisin sanoen ”juo aivonsa piloille”. Myöhemmissä luonnoksissa muutin aivojen tilalla olleen pullon aivojen muotoiseksi pulloksi, johon loin massaa viitteellisillä viivoilla. Tällä muutoksella viesti selkeytyi ja juliste sai humoristisen, joskin hieman ällöttävän, sivujuonteen.



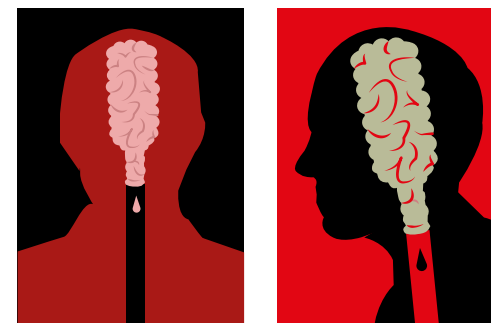
Ensimmäisiä, illustratorilla toteutettuja karkeita luonnoksia aiheesta.

Alun perin julisteen tarkoituksena oli kritisoida Valviran holhoavaa toimintaa ja yksinkertaistavaa kuvaa suomalaisista. Varhaisissa luonnoksissa kokeilin käyttää selventävänä tekstinä sanaa ”Valvira”, mutta kysytyäni mielipidettä julisteesta ja testatessani sen ymmärrettävyyttä, totesin, että on parempi jättää Valvira-aspekti kokonaan pois. Juliste toimisi hyvin myös perinteisenä valistusjulisteena, joka kuvaa alkoholin käytön haittoja.

Julisteen hahmon siluetti muuttui prosessin aikana paljon. Ensimmäisissä luonnoksissa jäykkä ja eteenpäin katsova hahmo siirtyi pikku

hiljaa yhä lysähtäneempään asentoon. Tällä lysähtäneisyydellä halusin tuoda hahmoon hieman persoonaa ja korostaa julisteen alkoholin käyttöön liittyvää viestiä. Idean edestä päin kuvatusta hahmosta hylkäsin myös hahmon persoonallisuuden säilyttämisen vuoksi, sillä sivusta päin kuvattu siluetti toi kuvaan enemmän luonnetta ja oli selkeämmin ihmisen kasvoiksi tulkittava.

Siirsin hahmoa hieman etukenoon, jotta saisin pullon ja hahmon ruokatorven sommiteltua diagonaalisesti vasempaan päin kallistuneeksi, mikä vähensi julisteen staattisuutta sekä toi liikkeen tuntua ja mielenkiintoa kuvapintaan.



Luonnos hahmosta edestäpäin kuvattuna. Julisteen sommittelu muotoutuu.

Kokeilin versioita ilman ruokatorvea, sekä versioita, joissa oli yhden tipan sijasta kaksi tippaa. Juliste voisi toimia ilman tippaakin, mutta lähellä kuvan kultaista leikkausta se toimii hyvänä katseenvangitsijana ja hauskana julisteen viestiä korostavana yksityiskohtana. Myös ruokatorvi toimii julisteessa diagonaalina viivana ja rikkoo sopivasti siluettihahmon yhtenäistä massaa, luoden kuvapintaan mielenkiintoa.

Julisteen väreiksi kaavailin aluksi kirkkaanvihreää ja vaaleanpunaista, jotka vastaväriparina toisivat voimaa värimaailmaan. Taustan värikokeiluissa päädyin tummanpunaisen kautta mustaan, jota vasten vaaleampi hahmo erottui hyvin. Vaalealla taustalla oleva tumma siluetti vaikutti liian varjomaiselta, ja vaalea tausta myös kutisti siluettia. Tummalla taustalla vaaleampi hahmo pääsi loistamaan ja tausta loi hahmosta suuremman vaikutelman.

Jatkoin kokeiluja suurikontrastisilla väreillä eli kirkkaanpunaisella etualan hahmolla ja mustalla taustalla. Versio, jossa sekä hahmo

että aivot olivat punaiset, oli silmää miellyttävän harmoninen, mutta halusin tuoda julisteeseen jännitettä vastaväriparilla. Valitsin punaisen vastavärin vihreän, ja muutin aivoja asteittain vaaleanvihreän suuntaan.



Koska olin tekemässä julistesarjaa, halusin ylläpitää jonkinlaista yhteneväisyyttä julisteiden visuaalisessa ilmeessä. Uuden julisteen tasaiset väripinnat eivät sopineet aikaisemmin tekemäni julisteen kanssa tyyllisesti yhteen, joten kokeilin asettaa lievän gradientin eli liukuvärjäyksen taustalle. Kokeilin taustasta myös eri värisiä versioita, joista toimivimmiksi totesin tummanpunaisen ja tummanvihreän. Tummanvihreä lisäisi entisestään vastavärien vaikutuksia julisteessa, kun taas tummanpunainen tausta punaisen siluetin kanssa korosti nimenomaan vaaleanvihreitä aivoja.

Mietin pitkään punaisen ja vihreän taustan välillä. Molemmat taustat olivat tummia ja sisälsivät gradient-efektin. Kysytyäni mielipidettä opponentiltani Veeralta, sain hyviä näkökulmia taustan tummuudes-

ta. Olin turhaan pelännyt, että taustoja vaalentamalla tekisin julisteista jotenkin vähemmän vakavasti otettavia tai liian leikkisiä.

Kokeilut vaaleamman punaisella taustalla osoittivat, että kontrasti tummemman punaisen siluetin kanssa toimi hyvin. Julisteesta tuli raikkaampi ja visuaalisesti voimakkaampi. Poistin myös gradient-efektin kaikista julistesarjani julisteista, ja lopputulos oli selkeämpi ja minimalistisempi, mikä olikin julisteideni tavoite.



Tein vielä muutamia kokeiluja muuttamalla aivojen väriä, mutta halusin säilyttää vastaväriharmonian, joten pysyin vaaleanvihreässä. Lopulliseksi väreiksi valitsin punaisen taustan sekä punaisen siluetin, jotka korostivat vaaleanvihreitä aivoja vastaväriharmonialla. Siluetin väriksi valitsin hieman tummemman sävyisen punaisen, joka esiintyy kaikissa julistesarjani julisteissa, luoden koheesiota sarjaan. Tummemman punainen tuo myös voimakasta kontrastia vaaleamman taustan punaisen ja vaaleanvihreän kanssa.

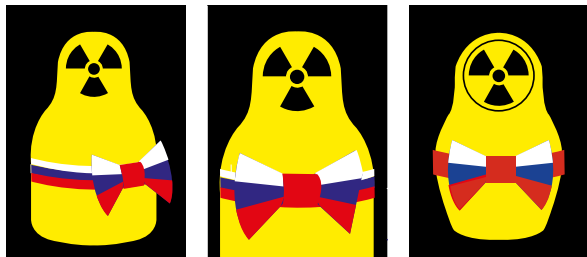
Lopulliseen julisteeseen hioin vielä siluetin muotoja ja etenkin kaulan ja niskan kaarta luonnollisemman näköiseksi.

4.4 Juliste: Fennovoima

Toiseksi julisteeksi halusin toteuttaa idean, joka olisi tarpeeksi voimakas toimiakseen julistemuodossa. Olin hahmotellut aikaisemmin luonnoksia, joissa Yhdysvaltojen ja Venäjän ”vaakunaeläimet”, valkoppäämerikotka ja Venäjän kaksipäinen kotka, istuisivat puhelinlangalla, keskellään pieni Suomea kuvaava varpunen. Asetelma kuvasi Suomen asemaa suurvaltojen välisessä politiikassa.

Idea ei kuitenkaan edennyt julisteeksi asti, sillä visuaalisesti se olisi ollut turhan yksityiskohtainen eikä viestiltään kovin selkeä. Mietin vastaavanlaisia skenaarioita, joissa osallisina olisivat Venäjä ja Suomi, ja mieleeni tuli uutisointi Fennovoiman uuden ydinvoimalan venäläisomistuksesta. Fennovoiman laitetoimittaja ja vähemmistöomistaja Rosatom on aikaisemmin ollut hallinnollinen elin ja osa Venäjän ydinenergiaministeriötä. Yhtiö on tiukasti Kremlin ohjauksessa, ja vastaa myös Venäjän ydinaseista. (Turtiainen 2014.) Omistussopimus solmittiin kesken kiivaan Ukrainan tilanteen.

Tein monia luonnoksia tavoitteenani yhdistää ydinvoiman symboli venäläisyyteen ja tuoda ilmi myös ”Troijan hevonen”-aspekti. Kaksi jatkokehittelyyn kelvannutta ideaa olivat venäläinen maatuskanukke sekä linnunmuna, josta kuoriutui kaksipäinen kotka.

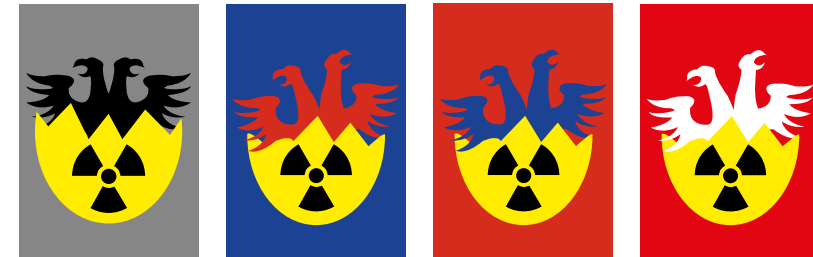


Ensimmäisiä, illustratorilla toteutettuja karkeita luonnoksia.

Ensimmäisessä ideassa julisteen keskellä oli maatuskanukke, jonka keltainen väri ja kasvojen kuviointi viittasi ydinvoimaan. Lisävihjeenä venäläisyydestä ja lahja-aspektista maatuskan ympärillä oli Venäjän lipun värinen lahjarusetti. Hylkäsin kuitenkin idean, sillä maatuska ei symbolina ole kovinkaan uhkaava.

Ydinvoimamunasta kuoriutuva kaksipäinen kotka oli visuaalisesti

paljon dynaamisempi idea. Vaikka käytin tässäkin julisteessa keskeis-sommitelmaa, luovat kotkan siivet ja päiden suunnat elävyyttä ja liikettä kuvapintaan. Lisäksi haljenneen linnunmunan ja siitä nousevan kotkan – eli julisteen ala- ja yläosan – välillä on yksinkertaisen ja monimutkaisen muodon kontrasti.



Taustan väristä tein kokeiluja aluksi neutraaleilla väreillä, kuten harmaalla, joka sai ydinvoimaan viittaavan keltaisen munankuoren loistamaan. Kokeilin myös käyttää kirkkaita värejä ja suurta värikontrastia taustan ja kuvatun kohteen välillä. Munankuoren värin halusin säilyttää keltaisena, jotta aihe pysyisi tunnistettavana. Kaksipäisen kotkan väriksi valitsin lopulta punaisen, sillä punainen on värinä intensiivinen, jopa aggressiivinen, eli välittää julisteen tunnelmaa erinomaisesti. Julisteen taustaväriä kokeilin punaisen ja vihreän vastaväriharmoniaa.



Koin, että ensimmäiset luonnokset olivat pelkistetyssä muodossaan liian vaakunamaisia. Koska muut julisteeni eivät muistuttaneet vaakunoita, pyrin tekemään tästäkin julisteesta vähemmän vaakuna-

maisen. Käytin syvyytsvaikutelman ja kolmiulotteisuuden luomiseksi gradient-efektiä, ja lisäsin kuva-aiheen taakse rikkoutuneen munan toisen palasen. Kokeilin palaseen eri tummuusasteita, vaaleasta täysin mustaan.

Julisteen taustaa valitessa huomasin saman ongelman kuin Viisasten juoma-julisteessa – tausta oli aivan liian tumma ja teki julistesarjasta kokonaisuudessaan hyvin synkän. Poistin taustasta ja hahmosta gradient-efektin ja kokeilin vaaleampaa taustaa hyvin tuloksin. Julisteen yleisilme kirkastui ja laajat, yhtenäiset väripinnat tekivät julistees- ta selkeämmän ja yksinkertaisemman muotokieleltään.

Taustan värin valitseminen oli haastavaa. Toisaalta olisin voinut hyödyntää vastaväriharmoniaa valitsemalla taustaksi vihreän, mutta en millään löytänyt itseäni miellyttävää vihreän sävyä. Lopulta pala- sin ensimmäiseen kokeilemaani taustan väriin, harmaaseen, jonka huomasin korostavan julisteen hahmon värejä. Lopulliseen julisteen taustaan käytin vaaleaa harmaata, sillä tummemmalla harmaalla oli sama tummuusaste kuin hahmon punaisella, aiheuttaen hahmon hukkumisen taustaan. Kotkan hahmon väri säilyi lopullisessa julis- teessa punaisena, sillä halusin viestiä värillä hahmon aggressiivisuutta. Myös keltainen ydinvoimaan viittaava väri pysyi samana.

Rikkoutuneen munan toinen puolikas taustalla näytti ylimääräisel- tä ja oli viestin ymmärtämisen kannalta melko turha. Halusin kuiten- kin tuoda kuvaan tilan vaikutelmaa, joten asetin hahmon alle pyöreän varjon. Hienosäädin vielä kotkan asentoa ja pyrin tekemään viivasta sulavaa Illustratorin Pen tool-työkalua hyödyntäen.



4.5 Juliste: Itäraja

Itäraja-julisteen idea syntyi kirjoittaessani opinnäytetyön tietoperus- tan historiaosuutta. Tutkin Neuvostoliiton aikaisia julisteita, joissa esiintyi runsaasti tähtisymboleita. Pohdin tähden symbolista voimaa ja sitä, kuinka niinkin yksinkertainen kuvio on ollut kautta historian suosittu poliittisten ryhmien tunnus. Tähti on esiintynyt kommunisti- sen punaisena, liehunut Yhdysvaltojen lipussa, ja uudempana esimerk- kinä kuvastanut Euroopan Unionia keltaisena, sinisellä pohjalla.

Euroopan Unioni oli ollut eräs mahdollinen teema julisteilleni, sillä se on aiheena ajankohtainen, ja ollut sitä jo pidemmän aikaa. Suomi liittyi aikoinaan EU:hun kansanäänestyksellä, joka toteutettiin vuonna 1994. Tulos oli tasainen, jäsenyyttä kannatti 56,9 % ja vastusti 43,1 %. (Wikipedia: Suomen EU-kansanäänestys.) EU-jäsenyys on herättä- nyt närää suomalaisessa mediassa etenkin talouskriisin aikana. Uusin haaste EU:n politiikassa ovat olleet Venäjää vastaan kohdistetut pakot- teet, joiden avulla EU pyrkii hillitsemään Venäjän ja venäjänmielisten aseellisia toimia Ukrainan itäosissa.

Ryhdyin kehittämään tähti-ideaa eteenpäin. Halusin kokeilla yhdistää kommunistisen, Venäjään viittaavan tähden ja EU:n symbolin. Hahmottelin EU:n lipusta tutun tähtikehän, jonka oikealle puolel- le – viitaten itään ilmansuuntana – oli heitetty punainen heittotähti. Tämä kuvasti Venäjän toimien raakuutta Euroopan itäosissa. Hylkä- sin kuitenkin idean, sillä punainen tähti viittasi liian vahvasti Venä- jän edeltäjävaltioon Neuvostoliittoon, eikä punaisen tähden yhteys nyky-Venäjään ollut tarpeeksi selkeä.

Idea EU:n tähtikehästä lähti kuitenkin kehittymään. Seuraavak- si pohdiskelin tähtikehän käyttämistä pyhimyskehänä rukoilevien käsien taustalla. Visuaalisesti idea olisi ollut tehokas, mutta en keksi- nyt, miten olisin saanut yhdistettyä sen ajankohtaiseen EU:ta koske- vaan aiheeseen. Lisäksi uskonnolliset aiheet tuntuivat itselleni kaukai- silta, joten hylkäsin idean.

Tähden lisäksi hahmottelin paperille muita EU:hun liittyviä symboleja, joista parhaimmat hyödyntämismahdollisuudet tarjosi euromerkki. Kallelleen käännettynä se näytti aivan hymiön suulta – ylöspäin osoittavana iloiselta, ja alaspäin osoittavana surulliselta. Tein

luonnoksia kasvoista, joiden suu oli euromerkki ja silmät eurotähdet. Pidin ideasta, sillä se oli synkällä tavalla humoristinen ja hieman sarjakuvamainen, kuvaten kuitenkin EU:n nykytilaa maailmankartalla.



Muutamien luonnosvaiheiden jälkeen huomasin, että juliste ei ollut viestiltään tarpeeksi selkeä. Surullinen naama viittasi surulliseen mielentilaan, mutten keksinyt, miten sen olisi voinut yhdistää tarkemmin tiettyyn EU:ta koskevaan ongelmaan tai tilanteeseen. Iloinen naama taas ei viitannut oikein mihinkään, vaikka aluksi kaavailin kuvaavani sillä Euroopan tilanteen ristiriitaisuutta – Eurooppaa, joka jatkaa vain hymyilyään talouden ongelmien ja idän uhkien keskellä.

Julisteen värit, keltainen ja tummansininen, tulevat EU:n lipusta ja toimivat julisteen tunnistettavana elementtinä. Kontrastiksi valitsin punaisen värin, joka esiintyy julisteessa veren muodossa. Punainen veri hahmon oikeassa silmässä kuvaa oikealta päin – kartalta idästä päin – tulevaa vaaraa. Gradient- eli liukuvärjätty tausta tuli mukaan luonnoksiin melko alkuvaiheessa, sillä halusin luoda julisteeseen dramaattista tunnelmaa valon vaihtelulla. Lisäksi julisteen reunoilta tummempi liukuvärjäys kohdistaa katseen julisteen keskiosaan, jossa on keskeisimmillään kuvattu julisteen kuva-aihe.

Eurohymy-julisteen viestinnälliset heikkoudet saivat minut kokeilemaan muita vaihtoehtoja. Pohdin tarkemmin Ukrainan tilannetta ja EU:n sille kohdistamia pakotteita, ja kuinka voisin kuvata tulenerkkää tilannetta Euroopan itäosissa.

EU:n tunnus on sen lipussa esiintyvä tähtikehä. Tähtiä on kaksitoista, ja ne ovat Euroopan kansojen yhtenäisyyden symboli. Lipun tähtien määrä ei liity EU:n jäsenmaiden määrään. Koska tähtien

määrästä oli lipun suunnitteluvaiheessa kiistaa, päädyttiin numeroon 12, sillä luvulla ei ollut poliittisia viittauksia ja 12 nähtiin täydellisyyden symbolina. Luku 12 esiintyy muun muassa tähtimerkkien määrässä, kellon tuntimäärässä ja vuoden kuukausimäärässä. (Wikipedia: Euroopan lippu.)



Tähtikehän käyttäminen sopi erinomaisesti EU:n yhtenäisyyden loukkaamista kuvaavaan julisteeseen. Vaikka Ukraina ei olekaan EU-maa, se on valtiona osoittanut halunsa irrottautua Venäjän etupiiristä ja liittyä Euroopan Unioniin. Tietynlainen Euroopan henkinen raja lännen ja idän välillä kulkee niin Suomen kuin Ukrainankin kautta. Ukrainan kokemat rajanloukkaukset ja Krimin siirtyminen käytännössä Venäjän vallan alaiseksi ilmenevät julisteessa yhden, itäisimmän tähden haavoittumisena. Haavoittunut tähti sijaitsee lähimpänä itää, mikä viittaa Venäjään. Tähtikehän kuvaaminen julisteessa vahvistaa mielikuvaa yhteisöstä, jonka yhtä jäsentä on haavoitettu.

Kokeilin erilaisia vaihtoehtoja niin haavoittuneiden tähtien lukumäärässä kuin punaisen värin ilmenemismuodossakin. Päädyin kuitenkin kuvaamaan ainoastaan yhden tähden haavoittuneena, sillä ainakaan tämän opinnäytetyön julkaisuun mennessä ei idästä päin tuleva uhka ole konkreettisesti koskettanut Ukrainan lisäksi muita Euroopan valtioita.

Pyrin luomaan erilaisia tunnelmia erilaisilla sommitteluilla. Rajamalla lähemmäs tähtikehän oikean puolen tähtiä, pyrin luomaan dramaattisempaa tunnelmaa. Lisäksi pohdin, olisiko sittenkin turha näyttää koko tähtikehää, vai riittäisikö viitteellisempi näkymä kehästä saamaan katsojan ymmärtämään, mistä on kysymys. Tiukkaan raja-

tuissa luonnoksissa haavoittunut tähti tulee hyvin esille ja asettuu kultaisen leikkauksen tuntumaan, mutta juliste ei toimi, sillä tähtikehän muoto häviää ja julisteen viesti jää epäselväksi.



Sovelsin liukuvärjäystä myös haavoittumisen kuvaamiseen. Pohdin, näkyisikö pelkkä yhden tähden haavoittuminen tarpeeksi hyvin julistetta kaukaa katsoessa. Punainen, ”idästä päin” tuleva liukuväri tuo uhkaavaa hehkua kohti koko Euroopan tähtikehää. Vertailtuani luonnoksia toisiinsa, totesin kuitenkin, ettei punainen liukuvärjäys toimi julisteessa. Jos koko tähtikehää ei näy, liukuväri vie julisteen painoa liikaa vasemmalle ja näyttää siltä, kuin juliste loppuisi kesken.

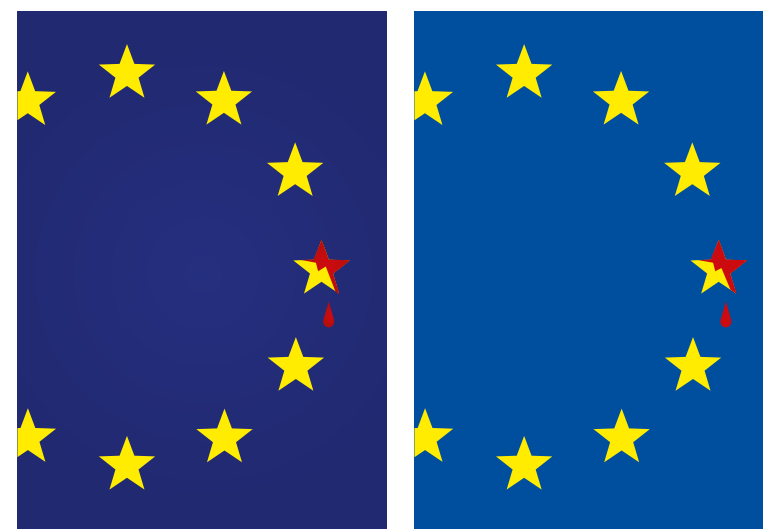


Kokeilin tähtikehän sijaan kuvata vain yhtä tähteä ja lisätä alle Ukrainan tapahtumiin viittaavan vuosiluvun 2014. Totesin viestin olevan tässä luonnoksessa todella epäselvä ja vaativan aivan liikaa taustatietoa ja pohdintaa, jotta sen ymmärtäisi. Tähti kaipasi selvästi yhteyteensä muita tähtiä, jotta sen voisi yhdistää EU:hun.

Pidin selventävän vuosiluvun 2014 julisteessa mukana, ja asemoin sen luonnoksissa klassisesti julisteen alalaitaan tai vaihtoehtoisesti lähelle haavoittunutta tähteä. Myöhemmässä vaiheessa totesin, että selventävä vuosiluku olisi turha, sillä julisteen julkaisuvuosi on viite itsessään. Ainoana tekstiä sisältävänä julisteena EU-juliste myös erotuisi liikaa julistesarjasta.

Pyrin tekemään julistesarjasta yhtenäisempää, joten poistin gradient-efektin taustasta ja haavoittuneesta tähdestä, sillä en käyttänyt efektiä muissakaan valmiissa julisteissa. Haavoittuneen tähden liukuväriä toteutetun veren korvasin graafisemmalla vaihtoehdolla eli selvärajaisella punaisella alueella, ja korostin vaikutelmaa lisäämällä tähdestä putoavan veripisaran. Veripisara on saman mallinen kuin ”Viisasten juoma”-julisteen pisara, joten sekin sitoo osaltaan julistesarjaa yhteen.

Lopulliseen julisteeseen valitsin huomattavasti luonnoksia vaaleamman taustan, sillä se sopi paremmin yhteen muiden julisteiden tummuusasteiden kanssa. Tasainen väripinta toistuu myös muiden julisteiden taustoissa. Vaaleampi sininen saa myös punaisen hehkumaan uudella tavalla.



Lopullinen julisteen sommittelu kuvaa tähtikehän oikeaa puolta, tehden väreillään selväksi, että kyseessä on EU:n tunnus. Vasemmalla tummempi tausta ennen julistesarjan yhdistämistä, oikealla vaaleampi julistesarjan yhdistämisen jälkeen.

4.6 Lopullinen toteutus

Valitsin julisteiden toteutustekniikaksi digitaalisen kuvantuottamisen. Kun luonnosteluvaiheen jälkeen mielessäni oli summittainen visuaalinen suunnitelma jokaisesta ideasta, siirryin tekemään tarkempaa luonnostelua Illustratoriin. Digitaalisen kuvan tuottamisen etuina olivat työskentelyn joustavuus ja tuttu työtapa. Valitsin tekniikan, sillä se oli minulle ennestään tuttu ja nopeaksi havaittu työtapa. Halusin myös kehittää tyyliäni ja tekniikkaani edelleen.

Työtapani Illustratorissa on jo vuosia noudattanut suunnilleen samaa kaavaa. Aluksi luon suuren tausta-alueen, jolle piirrän muutamia hahmotelmia. Kun haluan tehdä muutoksia, kopioin uuden luonnosversion edellisen luonnoksen viereen ja teen muutokset. Työskentelyvaiheessa Illustrator-tiedostossani on siis kymmeniä, ellei satoja, hieman toisistaan eroavia versioita lopullisesta työstä. Olen päätenyt tähän työtapaan, sillä kun työvaiheet ja eri variaatiot ovat helposti nähtävissä, luonnoksia voi myös kätevästi vertailla keskenään. Tällöin on myös mahdollista palata tarvittaessa työstämään vanhempaa versiota, jos sen kokee uusiksi toimivammaksi. Valmiit työt saivat lopullisen muotonsa lukemattomien korjausten, muutosten ja kokeilujen jälkeen.

Suunnittelin julisteet Erik Bruunin perinnettä noudattaen hyvin pieniksi, tulitikkuaikin kokoisiksi, jotta ne toimisivat myös kaukaa katsottuna. Illustratorissa työskennellessä en zoomannut kuvaa täysikokoiseksi, paitsi lopuksi yksityiskohtien viimeistelyvaiheessa. Pieneen kokoon suunnitellessa sain karsittua tehokkaasti pois turhia yksityiskohtia.

Julisteiden sommitelmissa pyrin pääosin keskeissommitelmaan, sillä se on tehokas katseen kiinnittäjä ja tasapainottaa kuvapintaa. (Piri 1994, 46). Halusin tuoda ilmi julisteen viestin vain muutamilla elementeillä ja yksinkertaisilla muodoilla. Julisteiden värit ovat voimakkaat ja kontrasti taustan ja elementtien välillä suuri. Osa käyttämistäni väreistä toimii vinkkeinä katsojalle julisteen aiheisiin liittyen, esimerkiksi EU:n lipun sininen ja keltainen. Voimakkailla värikontrasteilla pyrin vaikuttamaan katsojaan ja herättämään tunteita. Pääasia olisi, ettei julisteista tulisi liian levollisia tai mitäänsanomattomia.

Työstin julisteita loppuvaiheessa rinnakkain, jotta näkisin, kuin-

ka ne toimivat sarjana. Yhden julisteen värejä muokatessa muutin myös toisten julisteiden värejä, jotta koheesio värimaailmassa säilyisi. Käytin esimerkiksi samaa punaisen sävyä jokaisessa julisteessa ja pyrin tekemään julistesarjasta yhteensopivan myös julisteiden tummuusasteiden avulla. Julisteita yhdistäviä tekijöitä ovat selkeys, pelkistetty muotokieli ja selkeät, yhtenäiset väripinnat.

Toteutin julisteeni A3-koossa. Suunnittelin aluksi tulostavani julisteet suuremmiksi, mutta logististen haasteiden takia päädyin pienempään kokoon. En kokenut, että suurempi koko olisi tuonut lisäarvoa julisteille etenkin opinnäytetyöseminaarin kaltaisessa tilanteessa, jossa julisteiden katselu ja kierrättäminen yleisössä vain hankaloituisi isomman kokoisilla papereilla. Julisteeni ovat tyyliään hyvin yksinkertaisia ja selkeitä, joten ne toimivat erinomaisesti pienempinäkin tulosteina. Julisteet ovat laadultaan suuriresoluutioisia vektoritiedostoja, jotka voi mahdollista myöhempää käyttöä, esimerkiksi näyttelyä, varten tulostaa myös huomattavasti suuremmassakin koossa. Julisteet toimivat myös sähköisenä versiona esimerkiksi työnäytteenä portfolioissani tai nettisivuillani.

Julisteet on tulostettu laserprintterillä, mutta yksinkertaisten kuvaelementtien ansiosta ne voi toteuttaa myös esimerkiksi silkkipainon avulla. Tällöin julisteiden värit ja graafinen tyyli korostuvat entisestään. Lasertulostuksen käyttö oli puhtaasti ajankäytöllinen ratkaisu, mutta mielestäni järkevä ja visuaalisesti toimiva toimintatapa.



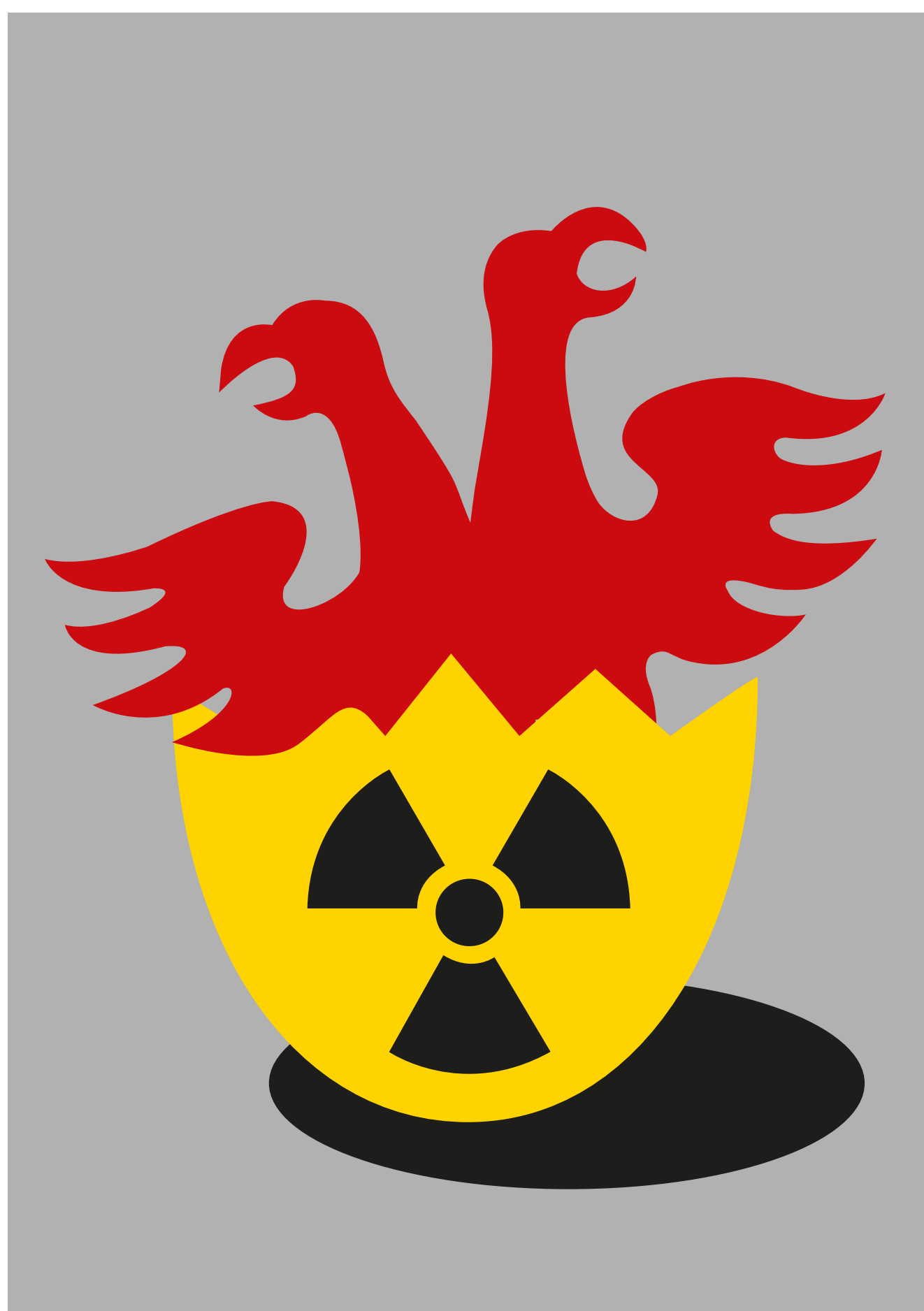
Valmis kolmiosainen julistesarja.

4.7 Valmiit julisteet

75) Kanerva Karpo. 2014. "Viisasten juoma".



76) Kanerva Karpo. 2014. "Fennovoima".





77) Kanerva Karpo. 2014. "Itäraja".

5. Arviointi ja päätelmät

5. Arviointi ja päätelmät

Työni tavoite oli toteuttaa ”graafista agitaatiota” kolmen julisteen sarjan muodossa sekä toteuttaa laaja, kuvitettu, aiheen taustoja ja käytäntöjä kuvaava tietoperustaosuus. Koen, että onnistuin tavoitteissani hyvin. Tein kolme ajankohtaista yhteiskunnallista ilmiötä käsittelevää julistetta, joiden avulla ilmaisin mielipiteeni. Onnistuin toteuttamaan kaikki kolme julistetta, mihin olen opinnäytetyöprosessin resursseilla tyytyväinen. Lisäksi ideointiprosessini tuotti suhteellisen tehokkaita ideoita, joista pystyin valitsemaan parhaat ja julistemuotoon sopivimmat.

Opinnäytetyöni aihe sopi lopullisiin julisteisiin hyvin. Koin, että tuotin julisteet, joiden aiheita ei ole näkynyt uudessa julistetaiteessa. Aiheiden ajankohtaisuus ja maantieteelliset viittaukset tekevät julisteista uniikkeja visuaalisia puheenvuoroja.

Valitsemani kolme lopullista aihetta toimivat hyvin yksittäisinä julisteina, mutta julistesarjasta olisi toisilla aiheilla ollut mahdollista tehdä vieläkin yhtenäisempi. Alkoholinkäyttöä kuvaava ”Viisasten juoma”- juliste jäi aiheeltaan hieman erilliseksi verrattuna kahteen poliittisempaan julisteeseen. Toisaalta sain sisällytettyä julistesarjaan julisteet, joissa otetaan kantaa kolmella tasolla eri aiheisiin – kansanterveydelliseen ongelmaan, kansalliseen turvallisuuteen sekä kansainväliseen turvattomuuteen.

Käyttämäni menetelmät osoittautuivat työhön sopiviksi. Illustraattorilla työskentely oli nopeaa ja muutokset oli helppo toteuttaa. Lisäksi oma työtapani, jossa teen lukuisia luonnoksia samalle pohjalle viereysten, mahdollisti luonnosten arvioimisen keskenään. Vertailemalla pääsin parhaaseen lopputulokseen niin värien kuin sommittelunkin kannalta. Tarkkailin ja työstin julisteita loppuvaiheessa sarjana, mikä lisäsi julisteiden visuaalista yhteneväisyyttä. Opin prosessin aikana taitavammaksi Illustraattorin käyttäjäksi, sillä uppouduin ohjelman käyttöön niin, että jätin aikaisemmin julisteissa hyödyntämäni Photoshopilla toteutettavat työvaiheet välistä. Samat työvaiheet onnistuivat pienellä harjoittelulla myös Illustraattorin avulla.

Lisäksi Illustraattorissa työskentely kehitti tyyliäni uuteen suuntaan. Käytin piirtovälineenä Illustraattorin Pen tool -työkalua, joka perustuu vektoriviivan piirtämiseen. Sen avulla voi piirtää sekä viivaa että

umpinaisia värialueita. Pen tool -työkalun käyttö pelkisti ilmaisuani entisestään ja toi keskiöön värien valinnan ja sommittelun tärkeyden.

Huomasin, että valitsin intuitiivisesti kirkkaampia värejä kuin olen aikaisemmin valinnut. Tietoperustaa varten tutkimani värin teoria vaikutti valintoihini esimerkiksi vastavärien käyttöön pyrkimisessä, sekä taustojen ja etualan kohteiden välisessä kontrastissa.

Ikuisena perfektionistina olisin toki voinut onnistua joissain asioissa paremminkin, etenkin julisteiden visuaalisen puolen osalta. Julisteiden viimeistelyprosessia olisi voinut jatkaa vielä pari viikkoa, jotta niistä olisi karissut kaikki turha yksityiskohtaisuus ja viesti olisi selkeytynyt. Olen tehnyt tuotannollista graafista suunnittelua ja tunnen oman suunnittelu- ja tuotantoprosessini vaiheet. Olen huomannut, että työn lopulliseen hiomiseen kuluu yllättävän monta päivää, sillä työ täytyy nähdä välillä ”uusin silmin”, jotta näkisi sen puutteet ja mahdolliset korjausta vaativat seikat. Olisin halunnut kokeilla julisteisiin useampia sommittelu- ja värivaihtoehtoja ja ehkä jopa paria muutakin ideaa, mutta tämä osoittautui ajankäytöllisesti mahdottomaksi ja deadline tuli vastaan.

Tavoitteenani oli tehdä julisteista helppolukuiset ja selkeät. Onnistuin mielestäni hiomaan lopullisista julisteista visuaalisesti selkeät ja pelkistetyt. Aiemmissa julistetöissäni olen tiedostanut, että ideani ovat välillä vähän vaikeasti aukeavia ja vaativat melko laajaa taustatietoa ja päähkäilyä ennen viestin aukenemista. Julisteen tulkinta on henkilökohtainen prosessi, joten varmasti julisteiden katselijoista löytyy niitä, jotka ymmärtävät julisteiden viestit, kuten myös niitä, joille koko julisteen aihe on vieras ja siten juliste on lukukelvoton. Julisteeni viestivät parhaiten valveutuneille ihmisille, jotka seuraavat ajankohtaisista aiheista käytyä keskustelua esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tai vaikkapa vain työpaikan kahvipöydässä.

Opinnäytetyön perimmäinen tavoitteeni oli tutustua julisteen merkitykseen nykymaailmassa ja pohtia sitä, onko juliste mediana, ja yhteiskunnallinen valveutuneisuus yleensäkin, täysin unohtunut. Laajan lähdeaineiston, tutkimuksen ja kirjoittamisen kautta sain erinomaiset pohjatiedot aiheesta, jota en ennen opinnäytetyöprojektiä tuntenut kovin tarkasti. Pääsin tutustumaan julisteen tehtävään

nykymaailmassa ja löysin kiinnostavia esimerkkejä julisteen ajankohtaisesta esiintymisestä.

Olisin toki voinut rajata aihetta alusta asti vielä enemmän, niin tutkimusosan kuin tuotannollisen osankin kannalta. Tiiviimpi ja tarkemmin rajattu aihe olisi antanut enemmän aikaa työskennellä niin tutkimuksen kuin julisteidenkin parissa, kun julisteiden aiheita olisi voinut keksiä tarkemmilla kriteereillä ja tekstiin olisi tullut rajatumminkin asiaa.

Laaja tehtävänanto, ”yhteiskunnallinen juliste”, vaikutti siihen, että tutkimusosakin paisuikin yllättävän pitkäksi. Karsin mielestäni epäolennaisia asioita pois rankalla kädellä ja pyrin tiivistämään tekstiin vain olennaisen. Tekstin pituuden syynä saattoi osaltaan olla laaja lähdekirjallisuus, mutta toisaalta opinnäytetyön tutkimusosan ja tietoperustan laajuus kuvastaa myös omia kiinnostuksenkohteitani.

Opinnäytetyöni lopputulos on eräällä tavalla luonnekuvaus. Olen aina ollut kiinnostunut erilaisista ilmiöistä, niin yhteiskunnallisista kuin historiallisistakin. Huomaan usein jääväni tutkiskelemaan tiettyjä aihealueita viikkokausiksi, etsien kaiken mahdollisen aiheesta löytyvän tiedon käsiini. Myös kokonaiskuvat ja asioiden väliset yhteydet eri näkökulmista kiehtovat minua, ja esimerkiksi ilmiöiden historialliset taustat ovat mielestäni äärimmäisen mielenkiintoisia. Opinnäytetyöni tietoperustaosuudessa pääsin vapaasti toteuttamaan sekä uteliasta mielenlaatuaani että tarvetta jäsentää ajatuksiani luettavaan muotoon.

Laaja-alainen kiinnostuneisuuteni on aiheuttanut myös päänvaivaa, kun en ole jaksanut keskittyä pelkästään graafisen suunnittelun visuaaliseen puoleen. Valmiissa opinnäytetyössä tämä tulee hyvin ilmi, sillä keskityin loppuun asti enemmän tekstin tuottamiseen, kun taas julisteet saivat jäädä vähemmälle huomiolle.

Työlläni on annettavaa graafisen suunnittelun opiskelijoille ja kaikille julistetaitteesta kiinnostuneille. Tutkimusosa ja tietoperusta toimii tiivistettynä tietopakettina aiheesta ja kenties herättelee uteliaisuuden aiheen perusteellisempaan tutkimiseen. Toivon, että työni osoittaa, ettei julisteen aika ole ohi, eikä juliste ole vielä välineenä kuollut ja kuopattu.

Tulen käyttämään työn tuotannollista osaa työnäytteenä port-

foliossa ja nettisivuillani tulevaa työnhakua silmällä pitäen. Työ on mahdollista saattaa laajempaan levitykseen esimerkiksi ilmoittamalla se julistenäyttelyyn tai -biennaleen. Myös työn jakaminen verkossa on kiinnostava ajatus, sillä julistekuvilla olisi ajan hermoon osuessaan potentiaalia levitä jakamisen kautta.

Voisi sanoa, että opinnäytetyön tekeminen on ollut eräs opiskeluaikanani opettavaisimmista kokemuksista. Opin paljon uutta ajankäytöstä ja ideointivaiheen vaikeuksista. Koen olevani siinä määrin ulkoapäin ohjautuva ihminen, että tarvitsen ulkopuolisen tahon antaman tehtävänannon ennen kuin kykenen siirtymään ideointivaiheeseen. Koska työlläni ei ollut tilaajaa ja tein sen itseäni varten, työllä ei ollut ulkopuolista tahoja, joka olisi määritellyt aiheen rajoja tai aikataulua. Tekoprosessin alkuvaiheessa tuntuikin, että itselleen briiffin antaminen oli miltei mahdoton tehtävä. Vähitellen kuitenkin opin, että tehtävänannon rajaus auttaa aiheen laajuudesta johtuvaan ahdistukseen.

Opinnäytetyöprosessin aikana vallitsevien olosuhteiden ja aikataulullisten haasteiden takia ulkopuolinen ohjaus jäi vähäiseksi, etenkin julisteiden osalta. Toisaalta itseäni varten toteutetussa työssä oli myös hyödyllistä oppia luottamaan omiin päätöksiini. Olen töitäni kohtaan kriittinen, sillä pyrin kehittymään graafisena suunnittelijana ja haluan, että työn lopputulos miellyttää tilaajaa, eli tässä tapauksessa minua itseäni.

Ihanteellisella aikataululla olisin voinut valmistua jo aikaisemmin, mutta koen, että opinnäytetyön tekeminen osui oikeaan aikaan. Olen kypsynyt vuosien aikana tekijänä ja ihmisenä, kerännyt hiljaisista tiedoista ja tiivistänyt viestiä, jonka haluan opinnäytetyössäni sanoa. Olen tyytyväinen, että pystyin toteuttamaan projektin sellaisena kuin sen halusin, olemassa olevilla puitteilla. Tulevaisuudessa aion ehdottomasti jatkaa julisteiden parissa työskentelyä. Vaikka julistetaide on haastava suunnittelun osa-alue, se on myös todella palkitseva sellainen.

Lähteet

Painetut lähteet

- Aartomaa, Ulla:** Sulka ja kynä: Erik Bruunin julisteita ja käyttögrafiikkaa. Grafia, 2007
- Dreyfuss, Henry:** Symbol sourcebook. McGraw-Hill, 1972
- Heller, Steven:** Iron fists: branding the 20th century totalitarian state. Phaidon Press, 2008
- Hovi-Wasastjerna, Päivi:** Poliitikan kasvot. P. Hovi-Wasastjerna, 1999
- McQuiston, Liz:** Graphic Agitation. Phaidon, 2004
- McQuiston, Liz:** Graphic Agitation 2 : Social and political graphics in the digital age. Phaidon, 2004
- Müller-Brockmann, Josef:** Geschichte des Plakates / Josef und Shizuko Müller-Brockmann. London : Phaidon, 2004
- Piri, Sini:** Omaehtoiseen kuvataiteen tekemiseen. Demokraattinen Sivistysliitto ry / Opintokeskus, Helsinki, 1994
- Päivinen, Pekka:** 6G-julisteita. S.I., 2009
- Rickards, Maurice:** Posters of protest and revolution. Adams & Dart, 1970
- Rossi, Leena-Maija:** Taide vallassa: politiikkakäsityksen muutoksia 1980-luvun suomalaisessa taidekeskustelussa. Taide, 1999
- Rossi, Leena-Maija:** Tarkemmin katsoen: visuaalisen kulttuurin lukukirja. Gaudeamus, 2007
- Sirkka Hirsjärvi, Pirkko Remes, Paula Sajavaara:** Tutki ja kirjoita. TAMMI Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen / Pirkko Anttila. Hamina : Akatiimi, 2006.
- Thames and Hudson:** Art as Activist, 1992
- Timmers, Margaret:** The Power of the Poster. V & A Publications, 1998
- Yanker, Gary:** Prop art. Studio Vista, 1972

Elektroniset lähteet

- Allen, Peter & Gayle, Damien** 2014. Brussels burns as more than 100,000 protesters clash with police during march against EU austerity measures. [dailymail.co.uk](http://www.dailymail.co.uk/news/article-2824057/Brussels-burns-100-000-protesters-clash-police-march-against-EU-austerity-measures.html) [viitattu 12.11.2014]
Saatavissa: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2824057/Brussels-burns-100-000-protesters-clash-police-march-against-EU-austerity-measures.html>
- Cartwright, James** 2012. Posthumously introducing the undisputed king of Japanese Graphic design, Shigeo Fukuda. [itsnicethat.com](http://www.itsnicethat.com) [viitattu 12.11.2014]
Saatavissa: <http://www.itsnicethat.com/articles/shigeo-fukuda>
- CNBC** 2013. The most controversial—and effective—ads ever? [cnbc.com](http://www.cnbc.com) [viitattu 04.11.2014]
Saatavissa: <http://www.cnbc.com/id/101963345/page/11>
- Harjula, Eerika** 2012. Julistetaide ihmisoikeuksien eettisenä sanansaattajana. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [viitattu 12.11.2014]
Saatavissa: https://www.theseus.fi/xmlui/bitstream/handle/10024/46922/Harjula_Eerika.pdf?sequence=1
- Hartwall** 2013. Erik Bruunilta Jaffa-juliste yli 50 vuoden tauon jälkeen: Graafikko osti kilon appelsiineja ja meni kotiin leikkimään. [viitattu 03.11.2014] Saatavissa: <http://deski.fi/9/erik-bruunilta-jaffa-juliste-yli-50-vuoden-tauon-jlkeen-graafikko-osti-kilon-appelsiineja-ja-meni-kotiin-leikkimn-16360>
Hämäläinen, Unto 2014. Tervetuoaa tutustumaan Suomen kansantasavaltaan! [Hs.fi](http://www.hs.fi) Kuukausiliite. [viitattu 01.11.2014]
Saatavissa: <http://www.hs.fi/kuukausiliite/a1414555952183>
- Kaannos.com, ilmainen sanakirja** 2014. [viitattu 11.11.2014]
Saatavissa: <http://kaannos.com/sanastot/haku/suomi-englanti/kantaaottava>

Kauppinen, Ina 2014. Liian hurjat julisteet? Moni seurakunta ei suostu käyttämään Yhteisvastuukeräyksen mainoksia. *ilta-sanomat.fi* Kotimaa [viitattu 01.11.2014] Saatavissa: <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288648873596.html>

Liekki, Tiina-Rakel 2014. Yle Ukrainassa: Neuvostohenkinen julistekampanja kehottaa taisteluun. *yle.fi* Ulkomaat [viitattu 03.11.2014] Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/yle_ukrainassa_neuvostohenkinen_julistekampanja_kehottaa_taisteluun/7371745

Okkonen, Katja 2014. Yläluokka tekee paluuta - ”kylmä väre hiipii selkään”. *Taloussanommat* [viitattu 28.10.2014] Saatavissa: <http://www.taloussanommat.fi/raha/2014/10/16/ylaluokka-tee-paluuta-kylma-vare-hiipi-selkaan/201414315/139>

Oksanen, Kimmo 2014. 607,60 euroa – Helsingin kaupunki ja Tavastia riitelevät julisteesta. *hs.fi* Kaupunki [viitattu 12.11.2014] Saatavissa: <http://www.hs.fi/kaupunki/a1415341300281>

Rytkönen, Anne-Pauliina 2014. Kirkon kohukuvat ilmestyivät katukuvaan. *yle.fi* Kotimaa [viitattu 01.11.2014] Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/kirkon_kohukuvat_ilmestyivat_katukuvaan/7065372

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniikka, Anna 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. [viitattu 17.10.2014] Saatavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2_2.html

Saarinen, Juhani 2014. EK:n Häkämies haluaa palkat jäihin vuosiksi. *hs.fi* Kotimaa. [viitattu 13.11.2014] Saatavissa: <http://www.hs.fi/kotimaa/a1415341235899>

Sakki, Mika 2007. Seinäkirjoittelun ja julisteiden liimailun historiaa. *anarkismi.net* [viitattu 17.10.2014] Saatavissa: <http://www.anarkismi.net/kapis/39seina.htm>

Salokorpi, Jussi 2014. Kansalaisaloitteet lässähtävät toisensa perään - Missä on syy?. *yle.fi* Kotimaa [viitattu 01.11.2014] Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/kansalaisaloitteet_lassahtavat_toinen_toisensa_peraan__missa_on_syy/7515192

Strand, Heini 2010. Juliste ei ole jokamiehen oikeus. *ylioppilaslehti.fi* [viitattu 12.11.2014] Saatavissa: <http://ylioppilaslehti.fi/2010/10/juliste-ei-ole-jokamiehenoikeus/>

Turtiainen, Suvi, 2014. Fennovoiman vähemmistöomistaja Rosatom on Putinin tiukassa ohjauksessa. *Hs.fi* Ulkomaat. [viitattu 20.10.2014] Saatavissa: <http://www.hs.fi/ulkomaat/a1410844053566>

Viljanen, Kaisa 2013. Romania-laistaiteilija piirtää Kiasman seiiniin. *HS.fi* Kulttuuri [viitattu 16.10.2014] Saatavissa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1360039051280>

Ziemann, Marcus 2014. Kekkosen kadonneet hautajaisvieraat ja Mannerheimin kiiltävä nenä – Suomessa propagandakin oli tiedottamista. *Yle.fi* Kotimaa [viitattu 16.10.2014] Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/kekkosen_kadonneet_hautajaisvieraat_ja_mannerheimin_kiiltava_nena__suomessa_propagandakin_oli_tiedottamista/7531241

Wikipedia

Allegoria: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Allegoria> [viitattu 06.11.2014]

Barack Obama ”Hope” poster: http://en.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama_%22Hope%22_poster [viitattu 03.11.2014]

Euroopan lippu: http://fi.wikipedia.org/wiki/Euroopan_lippu

Kansalaisaloite: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Kansalaisaloite> [viitattu 01.11.2014]

Kehitysmää: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Kehitysmää> [viitattu 01.11.2014]

Kollokaatio: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Kollokaatio> [viitattu 06.11.2014]

Vietnam War: http://en.wikipedia.org/wiki/Vietnam_War [viitattu 01.11.2014]

Maslow'n tarvehierarkia: http://fi.wikipedia.org/wiki/Maslow%27E2%80%99n_tarvehierarkia [viitattu 27.10.2014]

Propaganda: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Propaganda> [viitattu 17.10.2014]

Solidaarisuus (liike): [http://fi.wikipedia.org/wiki/Solidaarisuus_\(liike\)](http://fi.wikipedia.org/wiki/Solidaarisuus_(liike)) [viitattu 01.11.2014]

Suomen EU-kansanäänestys: http://fi.wikipedia.org/wiki/Suomen_EU-kansan%C3%A4%C3%A4nestys

Symboli: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Symboli> [viitattu 06.11.2014]

Valkea propaganda: http://fi.wikipedia.org/wiki/Valkea_propaganda [viitattu 17.10.2014]

Walter Benjamin: http://fi.wikipedia.org/wiki/Walter_Benjamin [viitattu 27.10.2014]

Suulliset lähteet

Rantala, R. Milonoff, T. 2013. Docventures esittää - Talouden madonluvut. Yle Areena 22.12.2013.

Kuvalähteet

1) Unusual. 2010. "Anti-Racism Festival". [viitattu 19.11.2014]

Saatavissa: <http://images.fromupnorth.com/066/520dbfe66b7f8.jpg>

2) Guerrilla Girls. 1989. Nimetön. Tate. [viitattu 03.11.2014]

Saatavissa: http://www.tate.org.uk/art/images/work/P/P78/P78793_10.jpg

3) Suffrage Atelier. 1913. "What a Woman may be, and yet not have the Vote". Puuleikkaus, Iso-Britannia. Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 108

4) James Montgomery Flagg. 1917. "I Want YOU for U.S. Army", Yhdysvallat.

Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 163

5) Saville Lumley. n. 1915. "Daddy, what did YOU do...?". Iso-Britannia. Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 111

6) Moor. 1920. "You - have you enrolled as a volunteer yet?". Venäjä. Lähde: Rickards, Maurice: Posters of protest and revolution. Adams & Dart, 1970, 20

7) El Lissitzky. 1919. "Beat the Whites with the Red Wedge". Venäjä.

Lähde: Heller, Steven: Iron fists: branding the 20th century totalitarian state. Phaidon Press, 2008, 135

8) Hans "Mjöltnir" Schweitzer. 1932. "Our las hope: HITLER". Saksa.

Lähde: Rickards, Maurice: Posters of protest and revolution. Adams & Dart, 1970, 45

9) John Heartfield. 1932. "Yli-ihminen Adolf". Fotomontaasiteos Arbeiter-Illustrierte-Zeitung -lehteen. [viitattu 03.11.2014] Saatavissa: <http://nookcollective.com/storage/hitler.jpg>

10) Pablo Picasso. 1937. "Guernica". Ranska. [viitattu 04.11.2014]

Saatavissa: http://www.museoreinasofia.es/sites/default/files/obras/DE00050_0.jpg

11) Madridin puolustusministeriö. 1937. "La Garra Del Invasor Italiano Pretende Escla-

vizarnos / Hyökkääjän orjuuttava koura tavoittelee maatamme". Espanja.

Lähde: Rickards, Maurice: Posters of protest and revolution. Adams & Dart, 1970, 29

12) Tekijä tuntematon. 1937. "To fight Fascism - join the Airforce". Espanja.

Lähde: Rickards, Maurice: Posters of protest and revolution. Adams & Dart, 1970, 1

13) Prof. P. Hampel. 1938. Mainossuunnittelijoille suunnattu tyyliopas fraktuura-kirjasintyylistä. Saksa. Lähde: Heller, Steven: Iron fists: branding the 20th century totalitarian state. Phaidon Press, 2008, 50

14) 1927. "NSDAP:n puolueohjelma". Natsien puolueohjelma. Saksa. Lähde: Heller, Steven: Iron fists: branding the 20th century totalitarian state. Phaidon Press, 2008, 49

15) Donald Zec. Ministry of Information (MOI). n.1941. "Women of Britain Come into the Factories". Iso-Britannia. Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 124

16) Abram Games. 1942. "Your Talk May Kill Your Comrades". Iso-Britannia.

Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 159

17) FHK Henrion. United States Office of War Information. 1944. Lähde: McQuiston, Liz: Graphic Agitation. Phaidon, 2004, 26

18) Gaston van den Eynde. 1950. "European Co-operation for a Higher Standard of Living with the Marshall Plan". Alankomaat. Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 4

19) Reginald Mount & Eileen Evans. Central Office of Information. 1960. "Little scraps of information can add up to a whale of a lot... and the net is wide!". Iso-Britannia.

Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 4

20) Tekijä tuntematon. 1969. "War is Good Business". Yhdysvallat. Lähde: Rickards, Maurice: Posters of protest and revolution. Adams & Dart, 1970, 224

21) United Klans of America. Robert M. Sheldon, Imperial Wizards. 1969. Yhdysvallat. Lähde: Yanker, Gary: Prop art. Studio Vista, 1972, 25

22) Christer Themptander. 1971. "We'll never forget Wounded Knee". Postikortti ja juliste. Lähde: McQuiston, Liz: Graphic Agitation. Phaidon, 2004, 120

23) Bill Stetner. 1970. Valokuva. Yhdysvallat. Lähde: Yanker, Gary: Prop art. Studio Vista, 1972, 229

24) Valokuva Ron Haerberle. Art Workers' Coalition. 1970. "Q. And babies? A. And babies.". Yhdysvallat. Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 137

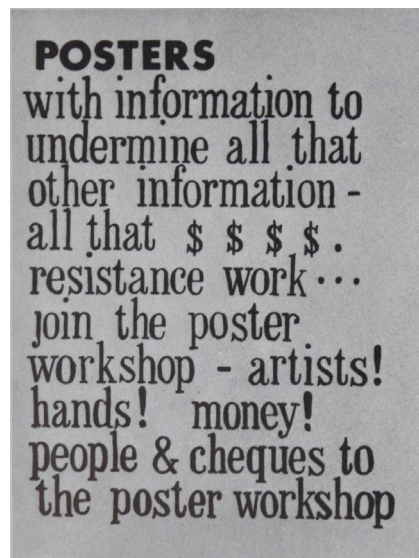
25) Tekijä tuntematon. 1971. Yhdysvallat. Lähde: Yanker, Gary: Prop art. Studio Vista, 1972, 234

26) Committee to Help Unsell the War. 1971. "I Want Out". Yhdysvallat. Lähde: Yanker, Gary: Prop art. Studio Vista, 1972, 177

27) Jan Lenica. 1960. Puola. Lähde: McQuiston, Liz: Graphic Agitation. Phaidon, 2004, 57

- 28) Alfredo Rostgaard 1969. OSPAAAL. [viitattu 19.11.2014]
Saataavissa: <http://media.creativebloq.futurecdn.net/sites/creativebloq.com/files/images/2013/02/che3.jpg>
- 29) Granger. 1960-luku. Kuuba. [viitattu 04.11.2014] Saataavissa: <http://fineartamerica.com/featured/cuban-poster-1960s-granger.html>
- 30) Jerzy Janiszewski. 1980. Solidaarisuus-liikkeen tunnus. Puola. [viitattu 02.11.2014]
Saataavissa: http://www.dw.de/image/0,,1696262_4,00.gif
- 31) Indulis Kalnins. 1989. ”Jokapäiväinen leipämme”. Guassi. Latvia. Lähde: Thames and Hudson: Art as Activist, 1992, 131
- 32) Péter Pócs. 1983. ”Onnekas Daniel”. Unkari. Lähde: McQuiston, Liz: Graphic Agitation. Phaidon, 2004, 9
- 33) Péter Pócs 1989. ”56.10.23”, 23 lokakuuta 1956. Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 167
- 34) Istvan Orosz. 1989. ”Comrades, It’s Over”. [viitattu 04.11.2014] Saataavissa: <http://kultplay.hu/media/image/2006/06/tovaris.jpg>
- 35) Shigeo Fukuda. 1975. ”Voitto 1945”. Japani. [viitattu 04.11.2014] Saataavissa: <http://designhistory2013.files.wordpress.com/2013/05/victory.jpg>
- 36) Lanny Sommese. 1980. Ihmisoikeusjuliste Amnesty Internationalille. Yhdysvallat. Lähde: McQuiston, Liz: Graphic Agitation. Phaidon, 2004, 93
- 37) Tekijä tuntematon. n. 1982. ”Pax Sovietica”. Puola. Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 6
- 38) Yellowhammer & David Bailey. Lynx. 1983. ”Dumb Animals”. [viitattu 04.11.2014] Saataavissa: http://www.respectforanimals.co.uk/images/dumb_animals_lg.jpg
- 39) Oliviero Toscani. 1996. United colours of benetton. ”Hearts”. [viitattu 04.11.2014] Saataavissa: <http://abduzeedo.com/files/originals/b/benetton08.jpg>
- 40) Barbara Kruger. 1987. Untitled (I shop therefore I am). [viitattu 04.11.2014] Saataavissa: http://www.maryboonegallery.com/artist_info/pages/kruger/detail1.html
- 41) Mamac Ogilvy & Mather Dubai. UN Women. 2013. ”The Autocomplete Truth”. [viitattu 04.11.2014] Saataavissa: <http://www.adweek.com/files/imagecache/node-blog/blogs/unwomen-hed-2013.jpg>
- 42) Yhteisvastuukeräys. 2014. ”Lahjoita hyvä kuolema”. Suomi. [viitattu 04.11.2014] Saataavissa: <http://is11.snstatic.fi/img/468/1288648871337.jpg>
- 43) Yhteisvastuukeräys. 2014. ”Lahjoita hyvä kuolema”. Suomi. [viitattu 04.11.2014] (oik) Saataavissa: <http://is11.snstatic.fi/img/468/1288648871367.jpg>
- 44) Shepard Fairey. 2008. ”Hope”. Yhdysvallat. [viitattu 04.11.2014] Saataavissa: <http://www.deepglamour.net/.a/6a00e553bc52568834010535c6a184970b-popup>
- 45) [viitattu 03.11.2014] Saataavissa: <https://twitter.com/KiritRadia/status/491907037924970496/photo/1>
- 46) [viitattu 03.11.2014] Saataavissa: <https://twitter.com/Erkanomia/status/491896229975302144/photo/1>
- 47) Ilja Klemencov. 2011. They Can Disappear. Liettua. [viitattu 20.11.2014]
Saataavissa: http://41.media.tumblr.com/c9d66b0ba1794349e829007ae13cee26/tumblr_mj3avnpRhn1qcxxnqo1_500.jpg
- 48) Dan Perjovschi. 2013. Osa teoksesta ”Unframed”. Kiasma. [viitattu 10.11.2014]
Saataavissa: http://www.domusweb.it/content/dam/domusweb/en/news/2013/04/30/dan_perjovschi_unframed/337-13-2-perjovschi03.jpg
- 49) Cesare Gobbo. ”Fascist Youth”. Lähde: Heller, Steven: Iron fists: branding the 20th century totalitarian state. Phaidon Press, 2008, 112
- 50) Meinhard Bärmich. 1985. Lähde: Müller-Brockmann, Josef: Geschichte des Plakates / Josef und Shizuko Müller-Brockmann. London : Phaidon, 2004, 152
- 51) Gerhard Bunke, Clemens Franke. 1977. Lähde: Müller-Brockmann, Josef: Geschichte des Plakates / Josef und Shizuko Müller-Brockmann. London : Phaidon, 2004
- 52) Tuntematon. ”Fascist Youth”. Lähde: Heller, Steven: Iron fists: branding the 20th century totalitarian state. Phaidon Press, 2008, 113
- 53) Shigeo Fukuda. [viitattu 20.11.2014] Saataavissa: <http://i1.wp.com/www.mydesy.com/wp-content/uploads/2012/04/three-flat13.jpg?resize=315%2C452>
- 54) Republican party - Rockefeller for President Committee. 1968. ”Nelson-Rockefeller Campaign”. Lähde: Yanker, Gary: Prop art. Studio Vista, 1972
- 55) Marcin Wladyka. 1999. ”Metabolism 88-99”. Puola. Lähde: McQuiston, Liz: Graphic Agitation 2 : Social and political graphics in the digital age. Phaidon, 2004, 108
- 56) Ferenc Baráth. 1986. ”In front of the mirror”. Jugoslavia. Lähde: Thames and Hudson: Art as Activist, 1992
- 57) 1936. ”Hyvinvointia kaikille!” Eduskuntavaalijuliste. Työväen arkisto. Lähde: Hovi-Wasastjerna, Päivi: Poliitiikan kasvot. P. Hovi-Wasastjerna, 1999, 44
- 58) Maalaisliitto, KMA. 1951. ”Vaara uhkaa! Maalaisliitto pelastaa”. Eduskuntavaalijuliste. Lähde: Hovi-Wasastjerna, Päivi: Poliitiikan kasvot. P. Hovi-Wasastjerna, 1999, 52
- 59) Julius Klinger. 1914-18. ”8 kriegsanleihe - Kahdeksas sotalainen”. Itävalta. Lähde: Timmers, Margaret: The Power of the Poster. V & A Publications, 1998, 113
- 60) Väriympyrä [viitattu 20.11.2014] Saataavissa: <http://myy.haaga-helia.fi/~vanvu/www/suunnittelu/kuvat/variympyra.gif>
- 61) Brad Honeycutt. [viitattu 20.11.2014] Saataavissa: <http://www.anopticalillusion.com/wp-content/uploads/2012/09/Color-Saturation-Illusion-300x151.jpg>
- 62) [viitattu 20.11.2014] Saataavissa: http://thebrain.mcgill.ca/flash/a/a_02/a_02_p/a_02_p_vis/a_02_p_vis_1f.jpg

- 63) Kanerva Karpo. 2011. ”Venäjän sananvapauden puolesta”.
- 64) Andrew Lewis. Man + nature. [viitattu 11.11.2014] Saatavissa: <http://www.graphicart-news.com/wp-content/uploads/2012/04/ALD.man+nature.jpg>
- 65) Andrew Lewis. Autism. [viitattu 11.11.2014] Saatavissa: http://andthebloghasarrived.files.wordpress.com/2012/01/autism_6.jpg
- 66) Andrew Lewis. Man and nature. [viitattu 11.11.2014] Saatavissa: <http://eco-poster.org/images/posters/andrew-lewis-man-and-nature-kopiya.jpg>
- 67) Shigeo Fukuda. [viitattu 19.11.2014] Saatavissa: <http://andrepopo.com/wp-content/uploads/2012/09/Kazumasa-Nagai-Poster-Design-34583485.jpg>
- 68) Shigeo Fukuda. Ympäristön saastuminen. [viitattu 19.11.2014] Saatavissa: <http://www.lazerhorse.org/wp-content/uploads/2014/09/Vintage-Japanese-political-posters-Environmental-pollution-Shigeo-Fukuda-1973-c.jpg>
- 69) Shigeo Fukuda. Ympäristön saastuminen. [viitattu 19.11.2014] Saatavissa: http://2.bp.blogspot.com/-Y8Tx8otYgNY/UiWcpT_SuCI/AAAAAAAAAC0/nBHSKE8D-U4/s1600/xsocial_poster_13.jpg.pagespeed.ic.j4OImzqJG0.jpg
- 70) Luba Lukova. Income gap. [viitattu 11.11.2014] Saatavissa: http://www.underconsideration.com/speakup/archives/social_justice_poster_03.jpg
- 71) Luba Lukova. ”Education vs. War?”. [viitattu 20.11.2014] Saatavissa: <http://www.graphicart-news.com/wp-content/uploads/2012/01/Luba-Lucova-1.jpg>
- 72) vas. YK. ”Sustainable peace”. [viitattu 12.11.2014] Saatavissa: http://www.reached-monton.ca/sites/default/files/12-08-14_620_united-nations-international-day-of-peace-2012-event-poster.jpg
- 73) Cory Switzman. Equality social poster. NARCC. [viitattu 11.11.2014] Saatavissa: <https://m1.behance.net/rendition/modules/21623291/dispatch/b2e850609dca52a0d-275df5493f90417.jpg>
- 74) oik. Li Haiping. ”Victory”. [viitattu 12.11.2014] Saatavissa: http://artthreat.net/wp-content/uploads/Li_Haiping_Victory1.jpeg
- 75) Kanerva Karpo. 2014. ”Viisasten juoma”.
- 76) Kanerva Karpo. 2014. ”Fennovoima”.
- 77) Kanerva Karpo. 2014. ”Itäraja”.
- 78) Tekijä ja vuosi tuntematon. ”Posters”. Iso-Britannia.
- Lähde: Rickards, Maurice: Posters of protest and revolution. Adams & Dart, 1970, 80



78) Tekijä ja vuosi tuntematon. "Posters".
Iso-Britannia.

Kiitokset

Opponentilleni Veera Ala-Vähälälle,
Elina Rantapuskalle, Kari Halmeelle, Eero Auliolle,
kaikille opettajilleni, GR09-ryhmälle

