

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

2019

Tony Vesalainen

LONG LIVE VAPORWAVE!

– kapitalismi- ja yhteiskuntakritiikki
vaporwave-estetiikassa

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Media-alan koulutus

2019 | 55 sivua, 1 liitesivu

Tony Vesalainen

LONG LIVE VAPORWAVE!

– kapitalismi- ja yhteiskuntakritiikki vaporwave-estetiikassa

Opinnäytetyöni pureutuu maailmanlaajuisen vaporwave-ilmion estetiikkaan, joka on usein kapitalismi- ja yhteiskuntakriittistä. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mistä genrelle ominainen kritiikki johtuu, mitkä seikat ovat vaikuttaneet tiettyjen aiheiden päätymiseen albumien kansiin ja mitä estetiikalla halutaan viestiä.

Esittelen työssäni lyhyesti vaporwave-genren ja -estetiikan, jotta lukija saa riittävän käsityksen, mistä ilmiössä on kyse. Tämän jälkeen tutkin pala kerrallaan, miten WTC-iskut, kapitalismi ja yhteiskunta ovat vaikuttaneet vaporwave-kuvastoon. Vaporwave-albumien kannet peilaavat lukujen sisältöä kuvittaen samalla opinnäytetyötäni.

Käytin opinnäytetyöni lähteinä muun muassa vaporwave- ja yhteiskuntakirjallisuutta sekä verkkomateriaalia. Lisäksi haastattelin työtäni varten kahta vaporwave-artistia (猫 シ Corp. ja Ursula's Cartridges), jotka kertoivat omat näkemyksensä genrestä ja siihen erottamattomasti kytkeytyvästä estetiikasta.

Vaporwave-kuvaston tulkintaa vaikeuttaa erityisesti se, että kuvasto näyttäytyy enemmän kapitalismia kiihdyttävänä kuin sitä kyseenalaistavana. Kyseessä on kaksijakoinen genre, jonka kritiikki edellyttää muuttumista kritiikkinsä kohteeksi eli vaporwaven muuttumista kapitalistiseksi musiikiksi ja kuvastoksi. Tutkimukseni avulla sain kuitenkin selville, että osa vaporwave-estetiikasta on yhteiskunta- ja kapitalismikriittistä, sillä albumikansien aiheet esitetään sellaisina kuin ne yhteiskunnassamme näyttäytyvät.

Opinnäytetyöni tuoteosana kirjoitin esittelevän vaporwave-artikkelin, joka julkaistaan Turun ylioppilaslehdessä toukokuussa 2019.

ASIASANAT:

ilmiö, musiikki, vaporwave, kapitalismi, yhteiskuntakritiikki, yhteiskunta

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree Programme in Film and Media

2019 | 55 pages, 1 page in appendices

Tony Vesalainen

LONG LIVE VAPORWAVE!

– capitalist and social criticism in vaporwave aesthetics

My Bachelor's thesis examines the aesthetics of a worldwide phenomenon called vaporwave which often contains capitalist and social criticism. The goal of my study was to discover the reasons behind the criticism intrinsic to the genre and also to find out which factors have influenced the selection of certain topics to vaporwave album covers and what the aesthetics is meant to communicate.

First, I briefly introduce the vaporwave genre and the aesthetics it entails to give the reader an understanding what the phenomenon is about. Next, I examine piece by piece how 9/11, capitalism and society have influenced vaporwave imagery. The vaporwave album covers I chose reflect the content of the sections while simultaneously illustrating the thesis.

As the sources for my thesis, I used, for example, vaporwave and social literature as well as online material. Furthermore, I interviewed two vaporwave artists (猫 シ Corp. and Ursula's Cartridges) who shared their views on the genre and the aesthetics that is inseparable from the music itself.

The interpretation of vaporwave imagery is difficult especially because the imagery appears to be accelerating capitalism rather than questioning it. Vaporwave is an ambivalent genre whose criticism requires turning into the object of the criticism, i.e. vaporwave turning into capitalist music and imagery. Through my study, I succeeded in discovering that a part of vaporwave aesthetics contains social and capitalist criticism, as the topics of vaporwave album covers are presented as they appear in our society.

As the product part of my thesis, I wrote an introductory vaporwave article that will be published in the Turun ylioppilaslehti in May 2019.

KEYWORDS:

phenomenon, music, vaporwave, capitalism, social criticism, society

SISÄLTÖ

KÄYTETTY SANASTO	6
1 JOHDANTO	7
1.1 Tutkimuksen lähtökohta	7
1.2 Vaporwaven peruspilarit	8
1.3 A e s t h e t i c s	10
2 VAPORWAVE ILMIÖNÄ	13
2.1 Suosion nousu	13
2.2 Digitaalisen aikakauden punk-ilmio	14
2.3 Poptaide ja vaporwave	15
3 VAPORWAVE-ESTETIIKKA	18
3.1 Vaporwave-estetiikka kritisoi salakavalasti	18
3.2 Hauntologian lyhyt oppimäärä – miten haamut kutsutaan?	20
3.3 Vaporwaven ristiriitaisuus peilaa eri aikoja	24
4 PÄIVÄ, JONA TRAUMA JA VALVONTALAITTEET ASENNETTIIN	27
4.1 Terrorismin uhka muuttuu kansalaisten valvomiseksi	28
4.2 Digitalisaatio osana valvontayhteiskuntaa	30
4.3 Pako todellisuudesta ja anonymiteetti	31
4.4 WTC-iskut osuivat syvälle yhteiskuntaan	33
5 KAPITALISMI HALLITSEE IHMISTÄ DIGITALISAATION JA TEKOÄLYN AVULLA	35
5.1 Ihmiset kulutusyhteiskunnan pelinappuloina	35
5.2 Digitalisaatio kahlitsee henkisesti	39
5.3 Käärme, joka syö omaa häntäänsä	40
6 KAIKKI KIINTEÄ HAIHTUU ILMAAN	42
6.1 Tulevaisuuden hämärtyminen ja mielenterveysongelmat	42
6.2 Ilmastonmuutos ja katastrofit	46
6.3 Kukaan ei ajattele tulevaisuutta	48
7 VAPORWAVE ON KUOLLUT	51

LIITTEET

Liite 1. Vaporwave-albumit

KÄYTETTY SANASTO

Future funk	Vaporwaven alagenre, jossa esimerkiksi 70-luvun funk- ja diskomusiikkia samplataan; samplattuun lopputulokseen lisätään 2010-luvun tanssi- ja klubimusiikille ominainen bassoinen, tanssittava yleissoundi.
Hauntologia	Hauntologia on oppi poissaolosta läsnäolossa ja läsnäolosta poissaolossa – kun mikä tahansa kuviteltavissa oleva tulevaisuus häämöttää haamuna mielessä. Hauntologia-termi tulee Jacques Derridan kirjasta Spectres of Marx.
Hypnagogic pop	Popmusiikkia tai psykedeelistä musiikkia, joka tutkiskelee nostalgiaa ja vanhaa kulttuuria ammentamalla vaikutteensa 80-luvun popista ja saman aikakauden nauhoitustekniikoista. Genren estetiikalle on ominaista 80-luvun kuvasto. Hypnagogic pop yhdistetään toisinaan vaporwaveen.
Kapitalistinen realismi	Tapa kuvata nykyistä teollisuusyhteiskuntaa juuri sellaisena kuin se on. Kapitalistinen realismi on etenkin taiteessa erittäin kriittinen tapa kuvata kapitalistista yhteiskuntaa. Kapitalistinen realismi voi myös tarkoittaa, että kapitalismi nähdään ainoana yhteiskunnallisena vaihtoehtona.
Mallsoft	Vaporwaven alagenre, jossa musiikki pyritään saamaan kuulostamaan siltä, että se soi esimerkiksi ostoskeskuksen äänentoistolaitteista. Ostoskeskuskuvasto liittyy vahvasti mallsoftiin.
Meemi	Netti-ilmiö, joka voi olla esimerkiksi kuva. Meemit ovat usein huumorisävytteisiä.
Samplaus	Samplaus tai samplaaminen on nauhoitettujen äänten tai toisen esittäjän kappaleen osien käyttämistä omassa musiikissa.
Tubettaja	Henkilö, joka tuottaa videosisältöä YouTubeen.
Tägi	Sosiaalisessa mediassa käytetty tunniste, jonka avulla voidaan luokitella esimerkiksi kuva- ja videosisältöä eri luokkiin. Tämä helpottaa aiheiden löytämistä sosiaalisen median virrasta.
Underground-musiikki	Valtavirrasta poikkeava musiikki. Underground-musiikki on yleensä provosoivaa, ja siihen liittyy tee-se-itse-asette.
Weather channel	Vaporwaven alagenre, jossa samplaamisen ja efektoinnin avulla tavoitellaan sää- ja uutiskanaville tyypillistä äänimaailmaa. Estetiikassa käytetään esimerkiksi säätiedotuskarttojen ja katastrofiuutisten kuvastoa.

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen lähtökohta

Opinnäytetyöni pureutuu vaporwave-ilmion estetiikkaan, joka on vahvasti kapitalismi- ja yhteiskuntakriittistä. Vaporwave-artistit kritisoivat musiikissaan ja kansitaiteissaan muun muassa länsimaista kertakäyttökulttuuria, suurten korporaatioiden hallitsemaa maailmaa sekä yksityisyydensuojan heikkenemistä.

Tutkimukseni tavoite on selvittää, mistä vaporwave-estetiikalle tyypillinen yhteiskuntakriittikki johtuu. Mitkä seikat ovat vaikuttaneet tiettyjen aiheiden päätymiseen albumien kansisiin? Mitä vaporwave-artistit haluavat estetiikallaan viestiä?

Tutkin vaporwave-estetiikkaa albumikansien avulla peilaamalla niitä yhteiskunnallisiin aiheisiin. Valitut julkaisut ovat esimerkiksi olleet merkittäviä ja/tai tunnettuja tai vieneet tyyliä uuteen suuntaan – muutamat ovat jopa kehittäneet uuden alagenren. Albumikansien tulkinnat ovat omiani, ja ne edustavat vain omaa näkemystäni siitä, mitä kannet voivat merkitä. On hyvä huomata, etteivät kaikki vaporwave-albumien kannet ole kriittisiä.

Aihe on erittäin merkittävä, sillä vaporwavesta on kirjoitettu Suomessa todella vähän. Syystä tai toisesta myös esimerkiksi ulkomainen musiikkijournalismi on väistellyt genreä, vähätellyt sitä ja jopa julistanut sen kuolleeksi.

Vaporwave on kuollut, sillä genre syntyi suoraan verkkoon. Genre ei sallisi itselleen kaupallista suosiota, sillä se kritisoi kaupallisuutta. Vaporwave oli ensimmäinen musiikkityyli, joka syntyi ja eli koko elämänsä verkossa. Kukaan ei koskaan menisi vaporwave-keikalle, vaan sitä kuunnellaan nappikuulokkeista. (Beuchamp 2016.)

Beuchampin kirjoitus on saanut melkoisen käänteeseen, sillä vaporwavea on alettu esittää livenä. Lisäksi on käsinkosketeltavan ironista, että vaporwave-julkaisut myyvät tavalla, joka tekisi monet pienemmät levy-yhtiöt kateellisiksi. Tunnetuimpien artistien vinyyljulkaisut myydään parhaimmillaan loppuun päivässä, jopa minuuteissa. Julkaisujen koot vaihtelevat yleensä muutamasta sadasta yli tuhanteen kappaleeseen.

Vaporwavea on tutkittu maailmalla syvällisemmin pääosin lyhyehköjen nettikirjoitusten muodossa. Vaporwave-musiikille tyypillistä yhteiskuntakritiikkiä on

puolestaan tutkittu paljon. Jacques Derridan hauntologia-käsite on erittäin sopiva työkalu vaporwaven yhteiskuntakritiikin syiden selvittämiseen.

Käytän tässä opinnäytetyössäni aineistonani muun muassa vaporwave-aihetta käsittelevää kirjallisuutta (esim. Tanner) ja verkosta löytyvää materiaalia (esim. Harper). Hyödynnän myös yhteiskuntaa ja kulttuuria käsitteleviä teoksia (esim. Fisher, Klein & Reynolds). Lisäksi olen käyttänyt opinnäytetyössäni kahden vaporwave-artistin haastatteluja sekä tubettajien videoita vaporwavesta.

Haastattelujen suhteen on hyvä muistaa, että haastateltavien vastaukset ovat yksittäisten henkilöiden mielipiteitä ja ne edustavat subjektiivista kokemusta. Haastateltaviksi on valittu sellaiset henkilöt, jotka ovat olleet pitkään vuorovaikutuksessa vaporwave-genren kanssa. Tämän ansiosta heillä on siis todennäköisesti kokonaisvaltainen kokemus siitä, missä vaporwave-musiikissa ja -estetiikassa mennään tällä hetkellä.

Aiheen harvinaisuuden vuoksi on lukijan kannalta tärkeää käydä ensin läpi genren perusasiat. Esittelen aluksi vaporwaven historian ja sen, mitä vaporwave oikeastaan on. Tämän jälkeen kerron yleisesti vaporwave-musiikin rinnalla kulkevasta estetiikasta.

Vaporwaven perusasioiden esittelyn myötä siirryn WTC-iskuihin, jotka ovat vaikuttaneet merkittävästi sekä vaporwave-genreen että nykyiseen yhteiskuntaamme. WTC-iskujen jälkeen käyn läpi, miten kapitalismi ja yhteiskunta ovat alkaneet hallita ihmistä työn ja työpaikkojen muuttumisen sekä digitaalisen valvonnan myötä. Viimeisessä varsinaisessa käsittelyluvussa pohdin, mihin kapitalistisen yhteiskunnan vaikutukset ovat johtaneet – sekä mitä niistä voi pahimmillaan seurata. Kunkin luvun lopussa kertaan lyhyesti luvussa käsiteltyjen asioiden pääkohdat. Lopussa vedän yhteen, miten kaikki mainitut asiat ovat osaltaan vaikuttaneet siihen, miksi vaporwave-estetiikka on muovautunut sellaiseksi kuin se juuri tällä hetkellä näyttää.

1.2 Vaporwaven peruspilarit

Vaporwave on elektronisen musiikin mikrogenre, joka kehittyi 2010-luvun alussa eri verkoyhteisöissä, kuten Reddit, 4chan ja Bandcamp. Tyyli kehittyi varsinaiseksi musiikin alagenreksi, kun vaporwave-artistit alkoivat samplata ja manipuloida muun muassa 70–90-luvun musiikkia sekä mainos- ja hissimusiikkia.

Vaporwave-termi tulee sanasta vaporware, joka tarkoittaa esimerkiksi futuristista tietokonelaitetta tai -ohjelmaa, joka *julkistetaan* mutta jota ei koskaan *julkaista*. Sana wave tarkoittaa tässä yhteydessä jonkin aineetonta luonnetta. Terminä vaporwave viittaa amerikkalaistyyliin ja kertakäyttöiseen kulutusyhteiskuntaan. (Sonnenberg 2017.)

Vaporwave ja julkaisujen kansitaide mielletään hyvin usein yhteiskunta- ja kapitalismikriittiksi. Yhteiskuntakriittiset teemat ovatkin osa genren omintakeista kuvastoa, jonka esitelen hieman tarkemmin seuraavassa luvussa.

Klassinen vaporwave-soundi rakentuu tyypillisesti hidastetun ääniraidan tai -raitojen vaaraan. Raitoja käsitellään esimerkiksi rankasti samplaamalla ja lisäämällä useita efektejä, kuten delaytä ja reverbiä. Genrelle tunnusomaisia piirteitä ovat häiritsevä ja epätodellinen tunnelma sekä jopa puuduttava musiikillinen toisteisuus.

Genre on tekijänoikeuksiensa osalta hyvin ongelmallinen, sillä vaporwaven perusajatus on käyttää musiikin tekemiseen toisten musiikintekijöiden tuottamaa materiaalia – useimmiten materiaalin omistaa suuri levy-yhtiö. Osittain tämän vuoksi suurin osa vaporwave-artisteista toimii nimettömänä eli anonyymina. Anonymiteetti liittyykin erittäin vahvasti kaikkeen, mitä genren sisällä tapahtuu.

Genren tärkeimpinä julkaisuina pidetään seuraavia levyjä: Chuck Person – Eccojams Vol. 1 (2010), James Ferraro – Far Side Virtual (2011) ja Macintosh Plus – Floral Shoppe (2011). Julkaisut määrittivät kehykset vaporwavelle, minkä jälkeen tyyli on saanut jatkokseen lukuisia uusia alagenrejä. Uusia suuntauksia ovat muun muassa mallsoft ja future funk (kuvaukset sanastossa).

Edellä mainittujen artistien lisäksi tunnettuja vaporwave-artisteja ovat esimerkiksi 猫 シ Corp., Death's Dynamic Shroud.wmv, Saint Pepsi ja Luxury Elite. Suomessa vaporwavea tuottaa tietävästi vain Ursula's Cartridges.

On äärimmäisen tärkeä muistaa, että vaikka vaporwave on myös nettimeemi, *vaporwave-musiikki* on kaikkea muuta kuin vitsi. Kuten kaikenlaisen musiikin kohdalla, jotkut tekevät vaporwavea huumorimelessä, mutta on hyvä oppia erottamaan humoristiset julkaisut aidosta vaporwavesta.

1.3 A e s t h e t i c s

Vaporwave-musiikkiin liittyy vahvasti estetiikka, josta käytetään genren sisällä nimitystä *A e s t h e t i c s*, ja se on useimmiten muotoiltu kirjainten suurella välistyksellä. Tämä estetiikka kytkeytyy erottamattomasti vaporwave-tyyliin muodostaen musiikin rinnalle vähintään yhtä tärkeän osan kokonaisuutta.

Estetiikassa kuvataan esimerkiksi kapitalismia, juppikulttuuria, teknologiaa, vanhoja mainoksia ja 80–90-lukujen kuvastoa. Kuvasto näyttää ensisilmäyksellä romantisoivan nostalgiselta, ja siihen liittyy monesti vahva melankolia sekä pakonomaiselta vaikuttava menneen ajan tavoittelu.

Osa kuvastosta on säilyttänyt asemansa osana estetiikkaa koko genren historian ajan. Estetiikassa esiintyvät toistuvasti muun muassa kapitalistiset aiheet, huippuelektronikka, videopelit, japanilainen kulttuuri, trooppiset maisemat, 80–90-lukujen mainoskuvasto ja roomalainen arkkitehtuuri (esim. patsaat, pilarit ja suihkulähteet).

Tietynlainen kuvasto tuli osaksi vaporwavea luonnollisesti ja säilyttää asemansa osana sitä, mutta genren kuvasto kehittyi jatkuvasti.

Jokainen genre etsii omaa tyyliään. 80- ja 90-lukujen kuvat liitettiin nopeasti osaksi vaporwavea, sillä genressä käytetyt samplit olivat monesti samalta ajalta. Vaporwave on mennyt enemmän futuristiseen suuntaan esimerkiksi cyberpunk-kuvastolla. Myös ostoskeskuskuvasto on lisääntynyt. (猫 シ Corp. 2019.)

Vaporwave-estetiikalle erittäin tunnusomaisia piirteitä ovat myös kämäisyys ja viimeistelemättömyys. Monet kansitaiteet on esimerkiksi kasattu leikkaa-liimaa-tyylisellä tekniikalla, kuvien värit on poltettu puhki, ja fontit ovat ensimmäisten kaupallisten tietokoneiden oletusfontteja. Monien vaporwave-albumien huolittelematon ja provosoiva estetiikka on vaikuttanut osaltaan siihen, että ensikertalaiselle vaporwave näyttäytyy usein vitsinä.

Vaporwaven estetiikka keskittyy räikeisiin teemoihin, kuten väreihin ja eksoottisuuteen. Vaporwavessa muinaisroomalainen patsastaide, aasialainen sekä japanilainen kulttuuri ja vanha teknologia ovat genressä suuressa suosiossa. Siinä pyritään tähtäämään sivistyneisyyteen ja hienostuneisuuteen. Genren kehittyessä näistä elementeistä on kuitenkin tullut suoranaisten klisee, jonka takia ihmiset eivät välttämättä enää osaa päätellä, onko kyseessä samojen asioiden toistoa vai onko muukaan sittenkin saatu ujutettua jotain uutta. Genrenä osa ihmisistä on saanut käsityksen, että vaporwave olisikin pääomaisesti jonkin sortin vitsi, villitys tai internet-meemi. (Lavia/Ursula's Cartridges 2019.)

Estetiikalle ominainen huolittelemattomuus on suurimmassa osassa tapauksia harkittua. Hyvä esimerkki tästä on Macintosh Plusin takana toimiva artisti Ramona Andra Xavier,

Kuva 1. Macintosh Plus – Floral Shoppe -kansi (2011), joka on surrealistinen ja unenomainen. Pikselinen pilvenpiirtäjämaisema on uhkaava. Helios-patsaalla on tyhjä, jopa kauhistunut ilme shakkiruutulattialla, joka tuo mieleen Twin Peaks -sarjan.



joka on graafinen suunnittelija, vaikkei sitä levyn kantta katsomalla välttämättä uskoisi-kaan. Joissakin tapauksissa kansien estetiikan huolittelemattomuus liittyy esimerkiksi huumorijulkaisuihin, joissa kansitaiteet alittavat riman tahattomasti.

Kansien estetiikan huolimattomat kuvanmuokkaukset ovat jo itsessään kannanotto, sillä vaporwave tekee katsojalle saman, minkä kapitalisti tekee kuluttajalle myymällä tälle vaikkapa tuliterän pesukoneen, jonka epäilyttävän lyhyt käyttöikä tulee yllätyksenä korkeintaan ostajalle itselleen.

Vaporwave-estetiikka on usein yhtä kertakäyttöistä ja hädin tuskin laatuvaatimukset täyttävää kuin kertakäyttöinen kulutusyhteiskuntakin. Yksi kuvaston tavoitteista onkin syöttää kuulijalle halpoja massakulutustuotteita kuvien ja musiikin muodossa samaan tapaan kuin suuret yritysketjut suoltavat huonolaatuisia tuotteitaan.

Aiheen monitahoisuuden vuoksi tein vaporwave-ilmioitä avaavan taulukon, joka on seuraavalla sivulla. Taulukossa ilmiö on jaettu kolmeen osaan: musiikki, vaporwave-scene ja estetiikka. Musiikki- ja scene-osien alle on lueteltu asioita, joiden varaan nämä yläot-sikot rakentuvat. Jaoin estetiikan vielä kolmeen alaryhmään (yhteiskuntakritiikki, nostalgia/retro ja glitch art), joiden tarkoituksena on havainnollistaa, miten estetiikan osasia voisi esimerkiksi luokitella. Keräsin jokaisen estetiikka-alaryhmän alle myös muutamia aiheita, jotka ovat tunnusomaisia kullekin alaryhmälle.

Vaporwave-ilmio

Musiikki

- muzak
- smooth jazz
- 80-luvun voimaballadit
- mainosmusiikki
- taustamusiiikki
- samplaamaton vaporwave

Scene

- muusikot
- kuuntelijat
- vaporwave-levy-yhtiöt
- sosiaalinen media (Twitter, Instagram, Facebook, foorumit)
- estetiikkataiteilijat

Estetiikka

Aiheita: 90-luvun tietokonekuvasto, vanhat digitaaliset grafiikat ja fontit, pastellivärit, öiset kaupunkimaisemat, ostoskeskukset, futuristinen Japani, palmut, roomalaiset patsaat

Yhteiskuntakritiikki

Aiheita: kapitalismi- ja ympäristökritiikki, sosiaalisen median ja internetin vaikutus yhteiskuntaan

Nostalgia/retro

Aiheita: 80- ja 90-lukujen estetiikka, mainoskuvasto, retropelit, vanhat tietokoneet ja fontit

Glitch art

Aiheita: häiriöefektit kuvissa, VHS- ja putkitv-aiheet, kuvien pirstaloiminen, futurismi

Aiheet menevät usein ristiin keskenään esim. yhteiskuntakritiikki ja retro.

2 VAPORWAVE ILMIÖNÄ

2.1 Suosion nousu

Internet on mahdollistanut sen, että kuka tahansa voi julkaista musiikkiaan ilmaiseksi muun muassa Bandcampissa ja SoundCloudissa. Musiikin verkkojulkaiseminen on vaikuttanut osaltaan siihen, että yksittäisellä artistilla ja kokonaisilla genreillä on mahdollisuus nousta suuremman yleisön tietoisuuteen. Netissä ei myöskään ole maantieteellisiä rajoja. Toisaalta verkon avaamat mahdollisuudet lisäävät kilpailua, jolloin oma näkyvyys saattaa jämähtää muutamien satojen kuuntelukertojen tasolle.

Vaporwave kuitenkin heräsi keskiyönä hämärästä makuuhuoneestaan 2010-luvun kuluessa, katsoi ulos sateisen suurkaupungin hämärään ja näki vaporwave-mainoskylttien syttyvän pilvenpiirtäjien katoille. Vaporwave oli ylittänyt merkittävän rajapyykin. Se oli Bandcamp-musiikkipalvelun suosituin genretägi vuonna 2016; tögättyjä albumeja oli yhteensä 7 710 (Bandcamp Daily 2016).

Suosiopiikki esimerkiksi Bandcampissa on yleensä vain hetken huumaa, sillä erilaisia musiikin mikrogenrejä on ollut ennen vaporwaveakin netin musiikkipalveluissa. Mikro-genret katoavat monesti yhtä nopeasti kuin ne ilmestyvät. Vaporwave kuitenkin eroaa muista nettigenreistä siten, että se on saanut osakseen suuren suosion ja näkyvyyden.

Tietoisuus genrestä on levinnyt laajalle ja herättänyt keskustelua verkkofoorumeilla sekä journalistisissa ja akateemisissa piireissä. Vaporwave on siitä poikkeuksellinen verkossa esiintyvä genre, että se on säilyttänyt suosionsa ja kasvanut entisestään. Genren synnyn jälkeen vaporwave on kasvanut ja synnyttänyt useita alagenrejä. Julkaisut ovat olleet arvostelumenestyksiä, ja genre on saanut tämän johdosta entistä enemmän näkyvyyttä. (Nowak & Whelan 2018, 453.)

Lavian mukaan sosiaalinen media on ollut merkityksellinen paikka nostalgian kanavoimiseen, mikä on puolestaan vaikuttanut vaporwaven suosioon.

Lapsuuden muistot ja nostalgia ovat olleet vaporwavessa tärkeitä elementtejä genren kehityksessä, ja sosiaalisen median ansiosta ihmiset ympäri maailmaa ovat räjähdysmäisesti päässeet vaikuttamaan kyseisen genren syntymiseen ja laajentamiseen. (Lavia/Ursula's Cartridges 2019.)

2.2 Digitaalisen aikakauden punk-ilmio

Vaporwaven on sanottu olevan digitaalinen punk-ilmio ja ensimmäinen *post-music-scene*-genre, jossa artistit pysyttelevät tuntemattomina, musiikki on pääsääntöisesti saatavilla ilmaiseksi eikä mainoksia tai kampanjoita ole (Tanner 2016, 45). Tämä pitää nykyään vain osittain paikkansa, sillä monet artistit ovat sittemmin toimineet omalla nimellään. Lisäksi on alettu järjestää esimerkiksi vaporwave-konsertteja ja vaporwave-artistit esiintyvät suurissakin tapahtumissa, mutta nämä seikat koskettavat lähinnä suosituimpia artisteja ja yhtyeitä.

Harper (2014) mainitsee verkko-underground- ja punk-musiikkia vertailevassa kirjoituksessaan kolme yhteistä nimittäjää näiden ilmiöiden välillä:

1. *itse julkaisemisen kulttuuri*
2. *provosoiva estetiikka*
3. *uuden sukupolven nousu*

Harperin kuvaus sopii vaporwave-ilmioon erittäin hyvin, ja se selittää osaltaan, miksi vaporwave näyttäytyy 70-luvun lopulla alkaneen punk-aallon tavoin itsetietoisena, kriittisenä ja uhmakkaana genrenä.

Punk-ilmioille tunnusomainen yhteisöllisyys sekä suvaitsevaisuus ovat merkittävä osa vaporwavea, mikä selittää genren suosion nousua. Vaporwave-yhteisöön on helppo hypätä mukaan, sillä se ottaa avosylin vastaan jokaisen siitä kiinnostuneen internetin tutkimusmatkailijan. Tanner (2016, 46) mainitseekin, että vaporwave on yhtä paljon yhteisö kuin se on genre ja sen juuret ovat DIY-asenteessa.

Tannerin mainitsema DIY-asetenne (Do It Yourself) huokuu vaporwave-genrestä esimerkiksi siten, että artistit julkaisevat kasetteja ja vinyylejä itse, mikä on verrattavissa edelleen punkin julkaisutapoihin. Julkaisemisen lisäksi artistit suunnittelevat ja toteuttavat julkaisujen kansitaiteet pääsääntöisesti itse.

Vaporwavea julkaistaan erittäin paljon c-kasetteina, mitä pidetään edullisimpana tapana julkaista omaa musiikkia; kasettien monistaminen ja kansien painatus onnistuvat myös oman makuuhuoneen suojista. Tämä on vaikuttanut yhdessä verkon suoratoistopalveluiden kanssa siihen, että vaporwave on genrenä levinnyt ympäri maailmaa. Lisäksi kasetit mahtuvat pieneen tilaan, joten niiden postittaminenkin on edullista.

Kasetti on yliverlainen DIY-formaatti, sillä sitä voidaan tehtailla kysynnän mukaan kotoon. Vinyyli puolestaan vaatii huomattavasti enemmän pääomaa. Kasetin alhaisen hinnan vuoksi artistit voivat julkaista nopeammin. Kyse on myös haamuformaattista, joka on populaarikulttuurin näkökulmasta kuollut ja nolo formaatti. (Reynolds 2012, 349–350.)

Miksi vaporwave-artistit sitten tukeutuvat tällaiseen saattohoitoiseen ja noloon julkaisumuotoon? Kasetilla julkaiseminen vahvistaa samplattua lähdemateriaalia, joka on usein 80-luvulta, jolloin kasetit olivat kuuma julkaisumuoto. Vaporwave-kasetti on kuin kirpputorin poistohyllystä pelastettu 80-luvun irvikuva, jonka musiikki ja kansien estetiikka ovat kymmenien vuosien aikana vääristyneet.

Vaporwave on kuitenkin musiikin osalta peilikuva punkista, sillä vaporwavessa samplattut kappaleet ovat esimerkiksi 80-luvun voimaballadeja sekä tausta- ja mainosmusiikkia. Samplaus on jo itsessään kannanotto, sillä etenkin genren alkuaikoina vaporwave-artistit latasivat esimerkiksi tunnetun 80-luvun artistin kappaleen sekä efektoivat ja samplasivat sen uuteen uskoon. Tämän perusteella kuka tahansa voi tehdä makuuhuoneensa suojissa vaporwavea; toimintatapa muistuttaa huomattavasti punk- ja DIY-asennetta.

Kaikki, jotka ajattelevat underground-musiikin olevan pölyistä ja tehdyntuntuista, todennäköisesti vihaavat vaporwavea. Vaporwave tekee kuitenkin samaa, mitä underground-piireissä tehtiin 80-luvulla, ja se on saanut osakseen samoja reaktioita. Vaporwavesta on tullut itsetietoinen genre, jonka DIY-asenteeseen nojaava kasettijulkaiseminen on vastareaktio musiikkiteollisuudelle. (Harper 2014.)

2.3 Poptaide ja vaporwave

Musiikin ja DIY-asenteen lisäksi vaporwaveen liittyy erottamattomasti omaleimainen estetiikka, jonka jakamiseen sosiaalisen median kanavat ovat omiaan. Kirjoitin Instagramin kuvahakuun vaporwave, minkä lopputuloksena löysin 5,9 miljoonaa kuvaa, jotka oli tágätty sanalla vaporwave. Virrasta on lähes mahdotonta erottaa, mutta genren artistit ja taiteilijat ovatkin pysytelleet pääosin nimettöminä. Tarkoitus on enemmän olla samaa estetiikkamassaa kuin erottaa joukosta – ainakaan omalla nimellä.

Vaporwave-estetiikka muistuttaa vahvasti poptaidetta, jonka estetiikassa käytetään esimerkiksi populaari- ja massakulttuurikuvastoa. Tällaiset aiheet on aikoinaan mielletty taidepiireissä tylsiksi tai jopa roskataiteeksi, sillä monet ovat kokeneet poptaidekuvat arkipäiväisiksi ja pinnallisiksi.

Estetiikassa toistuvat jatkuvasti nostalgiset ja tutut aiheet lähimenneisyydestä, mutta nämä tutut elementit on sijoitettu vaporwave-estetiikassa usein outoon ympäristöön. Tästä syntynyt ristiriita selittää osaltaan vaporwaven suosiota, ja valtavan kuvamäärän vuoksi ihmiset törmäävät todennäköisesti ensin estetiikkaan ja sitten vasta musiikkiin.

Vaporwaven poptaidepiirteet näkyvät esimerkiksi populaari- ja massakulttuurin estetiikan valjastamisena osaksi vaporwave-kuvastoa. Tämän ansiosta vaporwave-estetiikka vetoaa suuriin massoihin, sillä kuvaston nostalgia ja outous viehättää ihmisiä, joille vaporwavessa käytetyt nostalgiset aiheet ovat tuttuja. Miten tietyt aiheet sitten valikoituvat osaksi estetiikkaa?

Tästä voinee kiittää mediaa ja sen aikaista nerokasta ja tehokasta markkinointia, joilla houkuteltiin kiinnittämään ihmisten huomio. Nintendo ja Sega hallitsivat videopelialaa, Turtlesit ja Barbiet päätyivät lasten lelulaatikoihin ja Music Television soitatti uusia musiikkivideoita ympäri päivää. Jokaisella on varmasti jonkinlainen muistikuva omasta lapsuudestaan ja sen aikaisista asioista, joihin nykyhetkenä ei välttämättä enää törmää. Retroilua toki esiintyy usein muodissa ja trendeissä, mutta niiden estetiikka ei välttämättä pysty täysin imitoimaan alkuperäistä estetiikkaa, vaan mukana on aina jonkinlaista modernisuutta. (Lavia/Ursula's Cartridges 2019.)

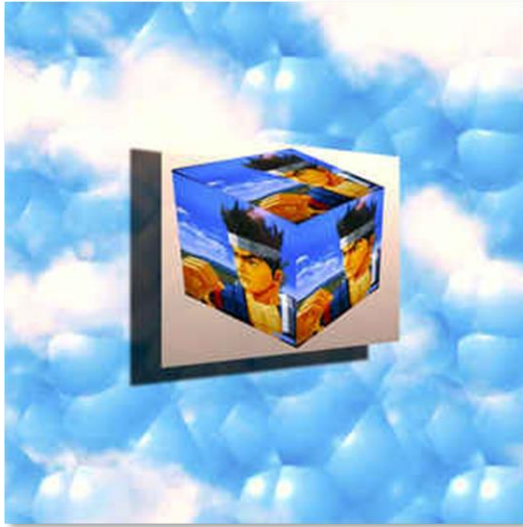
Populaari- ja mainoskuvaston käyttäminen on näennäisesti ironista, sillä teoriassa vaporwave mainostaa tätä kuvastoa käyttämällä sitä osana estetiikkaa. Mitä vaporwave-kuvastolla sitten halutaan viestiä?

Vaporwavesta on tullut genre, jossa on hallitseva kerronnallinen aspekti, joka on vain ohuesti laminoitu musiikkiin (Nowak & Whelan 2018, 460). Kerronnallisella aspektilla tarkoitetaan sitä, mitä kuvastoa käytetään ja mitä vaporwave-kuvastolla halutaan viestiä. Kerronta tekee vaporwavesta genren, joka kertoo kapitalismista ja kritisoi sitä; tällä kerronnan tavalla – hyväksytään se tai ei – on ollut merkittävä vaikutus genreen ja sen kehitykseen (Nowak & Whelan 2018, 460).

Estetiikka saattaa aluksi vaikuttaa jopa ihannoivan kapitalismia ja kertakäyttöistä kulusyhteiskuntaa tai olevan vain pelkkä vitsi. Vallitsevan yhteiskunnan rappioituminen on yksi vaporwaven merkittävimmistä kritiikin kohteista musiikissa ja kansitaiteessa.

Vaporwave on kriittinen nykyaikaista yhteiskuntaa kohtaan. Artistit kyseenalaistavat kapitalistisen lupauksen, jonka pitäisi vapauttaa meidät tavaroiden ostoa vastaan. Genre kyseenalaistaa myös nyky-yhteiskunnan pakonomaisen nostalgianälän. (Tanner 2016, xi.)

Tästä syystä on mielestäni tärkeää tutkia juuri estetiikkaa. Vaporwave-musiikin lähde-
materiaali (kapitalistinen musiikki) ja musiikissa välähtelevät efektit myös vahvistavat es-
tetiikan synnyttämiä mielikuvia, jolloin estetiikka ja musiikki kietoutuvat yhä tiiviimmin yh-
teen. Tämän vuoksi viittaan tutkimuksessani ajoittain myös vaporwave-musiikkiin.



Kuva 2 ja 3. Esprit 空想 – Virtua.zip -kannen (2014) kuvankäsittely muistuttaa este-
tiikaltaan paljon 90-luvun pelikuvastoa. Kuution sisällä on Virtual Fighter -pelin
Akira Yugi, joka on kuin pakattu kuution sisään WinZip-tietokoneohjelmalla, mihin
levyn nimi Virtua.zip voisi viitata. Blank Banshee – Blank Banshee 0 -kannessa
(2012) on 3D-malli Tomb Raider -pelisarjan Lara Croftista – tai oikeastaan vain
pelkkä ilmeetön kuori hahmosta. Muun muassa VISA ja SEAT ovat käyttäneet Lara
Croftia omissa mainoksissaan.

3 VAPORWAVE-ESTETIIKKA

Tuottaako jokainen sukupolvi oman hauntologisen vastineensa? Miltä näyttäisi amerikkalainen vastine hauntologialle? Genre, joka olisi itsetietoinen ja tunteiden suhteen ristiinomainen nostalgian muoto, joka käsittelisi lapsuuden haamuja. Yksi ehdokas voisi olla genre, joka tunnetaan muun muassa nimillä chillwave ja hypnagogic pop. (Reynolds 2012, 343–345.)

Hypnagogic pop -termille ei ole suomenkielistä vastinetta, mutta genrestä voisi käyttää nimitystä valveunipop (hypnagogic = nukahtamiseen liittyvä), sillä musiikki on unenomaisen psykedeelistä ja kuvasto 80-luvun nostalgiaa. Genren musiikin taltiointiin käytetään vanhoja nauhoitustekniikoita, kuten kelalle tai kasetille nauhoittamista.

Hypnagogic pop ja vaporwave ovat genreinä lähisukulaisia, sillä ne muistuttavat musiikiltaan ja estetiikaltaan toisiaan. Vaporwave poikkeaa hypnagogic popista siinä, että vaporwave-kappaleet ovat yleensä huomattavasti lyhyempiä, niissä käytetään usein sampleja ja kuvasto nojaa useimmiten 90-luvun alun tietokonekuvastoon tai jopa futuristiseen ja utopistiseen kuvastoon (Harper 2014).

Reynoldsin Retromania-kirja on julkaistu vuonna 2011, jolloin vaporwave oli jo ottanut ensi askeleensa. Uusia artisteja alkoi ilmestyä ympäri maailmaa, ja genre laajeni entisestään. Uskon, että Reynolds olisi käyttänyt luvun alun esimerkissään hypnagogic popin sijaan vaporwavea, ellei se olisi jäänyt häneltä tuolloin genren tuoreuden vuoksi huomaamatta.

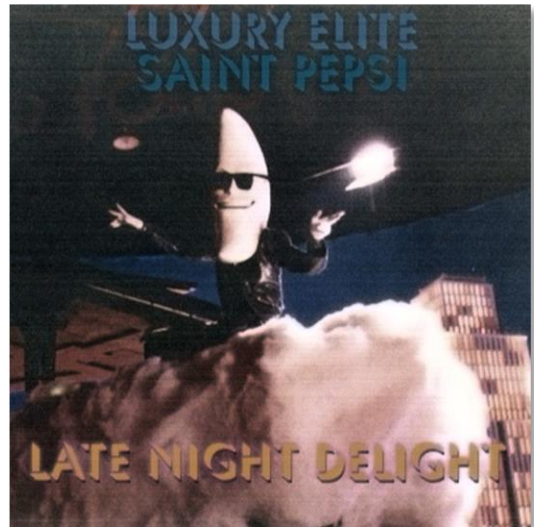
Vaporwave-estetiikkaa on erittäin hankala eritellä vain esimerkiksi musiikin tai estetiikan osalta, sillä genren musiikki saa täysin uuden merkityksen kuvaston kautta ja päinvastoin. Tämän vuoksi viittaan vaporwave-musiikkiin tekstin edetessä, jotta lukija saisi mahdollisimman hyvän käsityksen estetiikasta.

3.1 Vaporwave-estetiikka kritisoi salakavalasti

Samalla, kun vaporwave on esittävä, nykyaikainen musiikin verkkogenre, se on myös tapa kritisoida kapitalismia, kulutusyhteiskuntaa ja korporaatiokulttuurin yksipuolisuutta siten, että näistä aiheista tehdään näkyviä, kuuluvia ja koettavia. (Nowak & Whelan 2018, 461.)

Kuva 4. Luxury Elite/Saint Pepsi – Late Night Delight (2013)

Juuri Nowakin ja Whelanin kuvailema esineellistäminen on vaporwave-estetiikan kannalta merkittävää. Tällä tavoin abstraktit aiheet, kuten kapitalismi ja massakuluttaminen, muutetaan eri aistein koettaviksi. Kuvaestetiikan ja musiikin avulla yritetään hivuttaa kapitalistinen kuvasto pelkän ajatuksen tasolta käsin kosketeltavammaksi.

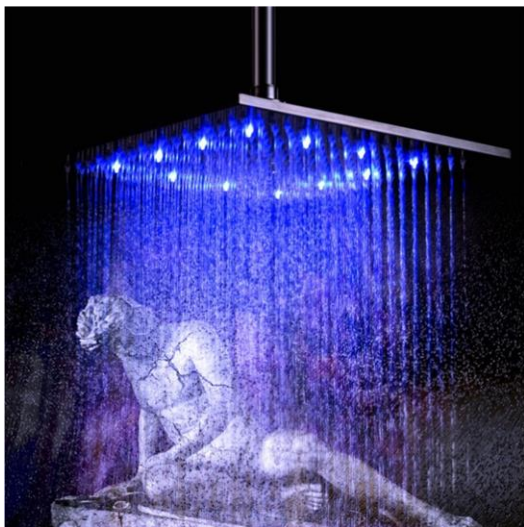


Estetiikka siis nimenomaan kuvittaa ja syventää musiikin luomaa tunnelmaa käsitellyistä aiheista samalla kritisoiden niitä. Tämä saattaa kuulostaa musiikkikuvaston kannalta itsestään selvältä, mutta estetiikan merkitys korostuu vaporwavessa enemmän kuin perinteisemmissä musiikkityyleissä. Vaporwave-kuvastossa esitetään etenkin nostalgisia aiheita.

Vaporwave-estetiikassa tunnelma luodaan käyttämällä hyvinkin triviaaleja elementtejä. Hyvä esimerkki tästä on Luxury Elite/Saint Pepsi – Late Night Delight -yhteislevyn kansi, jossa öiseen kaupunkinäkömään on yhdistetty McDonald'sin 80-luvun lopun Mac Tonight -mainoskampanjassa esiintynyt Moon Man. Kuva on jopa humoristinen pilven päällä ratsastavan hahmon ja vasemmalla olevan flyygelin vuoksi. Vaikutelmaa korostaa kuvan yläosan musta alue, joka näyttää valoineen lentävältä lautaselta.

Kuvastoon liitetty huumori ja ironia selittävät osaltaan sitä, miksi vaporwave-estetiikka on levinnyt laajalle ja osa pitää genreä meeminä. Kuvastolla on aivan toinen tarkoitus, vaikka se vaikuttaisikin aluksi vitsiltä tai pelkältä nostalgialta.

Vaporwave on postmodernia pastissitaidetta, joka perustuu toisten tyylien matkimiseen. Postmoderni taide ammentaa useista eri ajoista ja paikoista, ja siitä puuttuu huumori. Tätä taiteen muotoa pidetään myös poliittisen taiteen harjoittamisena, sillä se kyseenalaistaa katsojan käsityksen taiteesta, kielestä ja kulttuurista. Tämä tyyli heijastaa kulttuurin kaupallistavaa vaikutusta kuitenkin kritisoimatta sitä avoimesti. (Tanner 2016, 31–33.)



Kuva 5. Sandtimer – Vaporwave Is Dead -kannessa (2015) patsas kylpee futuristisen laitteen suihkussa. Patsas on kuin säälinhakuisesti raahautunut suihkun alle; pimeässä ympäristössä patsasta tuskin muuten näkisi. Kuvassa vaporwave kylpee itse rakentamassaan paradoksissa, jossa se genenä kritisoi kapitalismia samalla sortuen itse siihen. Mielestäni kansi kuvaa hienosti sitä, miten vaporwave on kapitalistista metaa.

Ihmisen puuttuminen on yksi estetiikan merkittävimmistä piirteistä; jos kuvastossa on ihmishahmoja, ne ovat virtuaalitodellisuuden malleja, roomalaisia patsaita tai osana eri laitteita.

Tällaisia laitteita ovat muun muassa televisio ja tietokone. Kuvasto pohtii tällä tavalla ihmisten ja elektronisten laitteiden suhdetta sekä sitä, mitä yhteiskunta on tehnyt ihmiselle.

Vaporwave pyrkii muokkaamaan suhdettamme elektroniseen mediaan pakottamalla meidät huomaamaan, ettemme tajua laitteiden olevan kaikkialla läsnä – olipa tämä läsnäolo ääniraidan skippaamisesta, VHS-nauhan värinää tai radion kohinaa. Nämä puutteet pettävät ja ärsyttävät ihmisiä, sillä laitteet käyttäytyvät kuin ne toimisivat mainiosti ilman ihmisiäkin. (Tanner 2016, 10–11.)

3.2 Hauntologian lyhyt oppimäärä – miten haamut kutsutaan?

”The time is out of joint. – Aika on sijoiltaan.” – Hamlet

Hauntologia-käsitteen ymmärtäminen on erittäin tärkeä osa vaporwave-estetiikan tulkin-
taa, sillä muuten kuvasto sekoitetaan hyvin usein pelkkään nostalgiaan. Osa vapor-
wave-kuvastosta on puhtaasti nostalgista, mutta esimerkiksi monet kansitaiteet ovat pal-
jon muutakin.

Hauntologia-termi tulee Jacques Derridan kirjasta *Spectres of Marx* (1994), joka käsitte-
lee muun muassa sitä, miten Marxin haamu vaikuttaa osaltaan siihen, miten käsitämme
oman maailmamme nykyään. Esimerkiksi Neuvostoliiton hajoaminen vaikuttaa siihen,
miten koemme ja käsitämme länsimaisen yhteiskuntamme tänään. Tuntuisi utopistiselta

palata Neuvostoliiton aikaiseen yhteiskuntaan, sillä olemme tottuneet nykyiseen malliin, jolle on erittäin hankala löytää korvaajaa.

Nykyistä kapitalismirealistista aikaa – aikaa, jona kapitalismille ei nähdä muita vaihtoehtoja – ei varjosta kommunismi, vaan kommunismin katoaminen ja poissaolo (Fisher 2014, 19).

Suomalaisen AAVE Festivalin verkkosivujen kirjoitus kiteyttää hyvin sen, miten menneet ajat ja tapahtumat vaikuttavat nykyhetkeen:

Hauntologia on oppi poissaolosta läsnäolossa ja läsnäolosta poissaolossa. Hauntologisessa todellisuuskäsityksessä asioiden olemassaolo liittyy aina poissaoloihin, jotka edeltävät ja ympäröivät sitä. ”Tapahtuu kuin kielessä, jossa sanat saavat merkityksensä niitä edeltävistä ja ympäröivistä sanoista”, Fisher muistuttaa. (AAVE Festival 2018.)

Suuri osa vaporwave-estetiikan tulkinnasta pohjautuu nimenomaan edellä mainittuun ajatukseen; kuvastossa viitataan jatkuvasti menneeseen, minkä lisäksi mennyt kytetään osaksi tulevaisuutta. Tietty tulevaisuus *voisi* olla olemassa, mikäli ihmiskunta *olisi* valinnut toisin.

Hauntologia muistuttaa paljon nostalgiaa, surua ja menetystä. Siihen liittyy myös kauan kadoksissa olleiden asioiden esiintulo tai nostalgia tulevaisuutta kohtaan. Sosiaalisen median eristävä vaikutus älylaitteineen on sekoittanut fyysisen todellisuuden osaksi digitaalista todellisuutta. (AAVE Festival 2018.)

Hauntologista kuvastoa voi siis pitää tietoisempänä versiona nostalgiasta. Nostalgia keskittyy lähinnä haikailemaan menneiden aikojen perään, kun hauntologia puolestaan on kuin kaukoputki, jolla tähystetään samaan aikaan menneisyyteen ja tulevaisuuteen, jotta katselija ymmärtäisi omaa aikaansa kokonaisvaltaisemmin.

Vaporwavessa hauntologia näyttäytyy esimerkiksi 90-luvun teknologiakuvaston käyttämisenä, futuristisen kuvaston liittämisenä 80-luvun musiikkiin tai kuvitteellisten – jopa menetettyjen – tulevaisuuksien maalailuna.

Sen lisäksi, että vaporwave on nostalginen aaveiden genre, se on myös ulkomaailman elottomien asioiden ääntä – elektroniikka ja digitaaliset palvelut, massakulutustuotteet ja ei-paikat (eräänlaiset odotustilat: ostoskeskus, aula ja lentokenttä). Vaporwave-estetiikka on osittain elotonta symboliikkaa, josta puuttuu ihminen. (Tanner 2016, 36.)



Kuva 6 ja 7. Death's Dynamic Shroud.wmv – I'll Try Living Like This -kannen (2015) nainen on oman kuplansa sisällä sulautunut osaksi öistä kaupunkimaisemaa puhki palaneiden värien keskellä. Windows 96 – cccrpeddreams // -kannen (2014) patsaat on leikely kuvankäsittelyohjelmalla palasiksi, mikä on vaporwave-estetiikassa tyypillistä. Tällä tavoin voidaan esimerkiksi jäljitellä eri laitteiden häiriöefektejä.

Tätä elotonta symboliikkaa vahvistetaan esimerkiksi hidastamalla samplattavaa ääniraitaa tai muuttamalla sen sävelkorkeutta. Samaa lauluosuutta saatetaan toistaa koko kappaleen ajan ja ääniraitaan voidaan lisätä kohinaa, kaikua ja rikkinäisen cd- tai vinyylilevyn skippaamista (hyppimistä) jäljitteleviä efektejä. Tällainen käsittely saa vaporwave-kappaleet kuulostamaan oudoilta tai jopa kiusallisilta, mikä on genrelle ominaista.

Hauntologiseen musiikkiin liittyvät vahvasti televisiot, vinyylit ja kasettinauhut sekä näiden teknologioiden hajoaminen. Esimerkiksi vinyylin napsuminen ja pintarahina eivät anna meidän vaipua nykyhetken illuusion. (Fisher 2014, 21.)

Kuvastossa toistuu kerta toisensa jälkeen kaksi elementtiä, jotka vahvistavat elottoman symboliikan ja äänen käsittelyn kiusallisia vaikutuksia:

1. aiemmin mainitsemani ihmisen puuttuminen

2. elektroniikkalaitteiden häiriöefektit (esimerkiksi VHS-nauhan häiriöt tai cd- ja vinyylilevyn skippaaminen)

Käytän tästä eteenpäin näistä häiriöefekteistä nimitystä *glitch*. Glitchit romuttavat käsityksemme siitä, että koneiden pitäisi tehdä jotakin *meidän vuoksemme* eikä *ilman meitä*

(Tanner 2016, 11). Nämä glitch-efektit luovat pelottavankin mielikuvan siitä, että laitteilla on oma tahto – aivan kuin ne olisivat tietoisia omasta toiminnastaan.

Televisio, radio ja nykyään sosiaalinen media ovat rinnastettavissa välineiksi, joiden avulla lähimenneisyyden haamut voivat ilmestyä. Tämä johtuu siitä, että esimerkiksi televisiossa esitetty ohjelma on yleensä aiemmin kuvattu, jolloin ohjelmassa esiintyvät ihmiset ovat lähimenneisyyden heijastuksia eli haamutallenteita näistä ihmisistä sinä hetkenä, kun ohjelma taltioitiin. Vaikka kyseessä olisikin suora lähetys, se tulee katsojien televisioruuduille lyhyellä viiveellä.

Sosiaalinen media on puolestaan tuore digitaalinen maailma, joka on käyttäjälleen hyvin todentuntuinen. Osalle voi olla jopa miellyttävämpää elää tässä virtuaalisessa todellisuudessa, joka on vain haamuheijastus oikeasta maailmastamme. Tätä tukee se, että sosiaalisen median todellisuus on yleensä vääristynyt, sillä käyttäjät lisäävät sinne pääosin positiivissävytteistä sisältöä itsestään tai sisältöä, joka kiinnostaa heitä itseään. Sosiaalisessa mediassa myös ajan ja paikan rajat hämärtyvät, sillä sinne voidaan lisätä kuvia kaikista ajoista ja paikoista, mikä on tyypillistä hauntologisessa kuvastossa.

Hauntologialle on ominaista, että eri ajat ja paikat voivat sekoittua keskenään. Vaporwave-artistit voivat tätä hyväksi käyttäen kommentoida estetiikassaan nykyhetkeä menneisyyden kautta. Vaporwave-estetiikassa Tannerin mainitsemat ei-paikat – ostoskeskukset, aulat ja lentokentät – ovat niitä paikkoja, joissa vaporwave-musiikkiin tai -estetiikkaan voisi kuvitella törmäävänsä. Näiden ei-paikkojen esittäminen estetiikassa liittyy vaporwaven kriittiseen luonteeseen.

Ei ole sattumaa, että ostoskeskus on monen vaporwave-artistin käyttämä symboli paikasta, jossa heidän musiikkiaan voisi kuulla. Vaporwave on genre, joka ei kuulu aikaan tai paikkaan, sillä se on skeptinen sen suhteen, mitä kulutusyhteiskunta on tehnyt ajalle ja paikalle. Suurin osa vaporwavesta on yhteiskuntakriittistä, mikä kuuluu musiikissa ja näkyy kuvastossa. (Tanner 2016, 39.)

Minkälainen nykyinen kulutusyhteiskuntamme on? Kaupunkien julkisivut ovat brändien mainosten polttamat. Alennusmyyntien räikeät ilmoitukset huutavat kuluttajia ostamaan huonolaatuisia tuotteita, joita kukaan ei ennen tarvinnut – nyt niistä tapellaan. Kun on vihdoinkin aika levätä, kirkas mainosmeri valaisee öisen suurkaupungin. Juuri, kun olet nuhahtamassa, älylaitteesi näytölle ponnahtaa se kenkäpari, jonka aiemmin googlasit.

Hauntologia on taiteen tapa oivaltaa menneisyydessä luvatus tulevaisuuden epäonnistuminen. Se riisuu määritteet menneestä, nykyhetkestä ja tulevaisuudesta ja on todellakin poliittinen kritisoidessaan kapitalismia. Hauntologisessa taiteessa aika ja tila pyyhittään pois. Menneisyys esitetään niin, että se vainoaa (engl. haunt) jatkuvasti muistuttaen tulevaisuuden epäonnistumisesta. (Tanner 2016, 35–36.)

3.3 Vaporwaven ristiriitaisuus peilaa eri aikoja

Monelle meistä vaporwave-kuvasto ja -musiikki ovat ennestään tuttuja, vaikka emme olisi varsinaisesti tähän genreen törmänneetkään. Tämä johtuu siitä, että vaporwave muistuttaa meitä samaan aikaan kaikesta ja ei mistään. Vaporwave on kuin veli, joka lähti vuosia sitten sotaan muttei koskaan palannut. Joku koputtaa yllättäen ulko-oveesi, ja kun avaat oven, tunnistat koputtajan nopeasti. Oven takana seisova veljesi on kuitenkin aikojen saatossa muuttunut ulkonäöltään ja ääneltään.

Genren estetiikassa yhdistellään eri aikojen kuvastoa, jolloin lopputuloksena syntyy vaihtehtoisia menneisyyksiä ja tulevaisuuksia – tai vain pelkkää utopiaa, jonka tarkoituksena on keinuttaa meidät oman aikamme unohdukseen.



Kuva 8 ja 9. Aokigahara Online – Aokigahara Online -kansi (2015) on parodia America Online -brändistä. Aokigahara on Japanissa sijaitseva metsä, joka on tunnettu siitä, että ihmiset menevät sinne tekemään itsemurhan. James Ferraro – Far Side Virtualin (2011) kansitaide esittää tablettikasvoisen virtuaalihahmon navigoimassa ruuhkaisessa kaupungissa. Tabletti näyttää aidommalta kuin taustan kaupunki.



Kuva 10. Giant Claw – Soft Channel -kansi (2017) muistuttaa jäljempänä mainittua historian peiliä. Nainen seisoo hämmentyneenä kuvan keskiosan vaalealla rajalla, joka erottaa sinisen ja punaisen alueen toisistaan. Vasemmalla on kylmä menneisyys, joka muistuttaa nostalgiakaipuuta. Oikealla leijuva savimöykkyä muistuttava pää on kuin tulevaisuus, joka muovautuu nykyhetken valintojen mukaan.

Vaporwave-estetiikka on toteutuksensa puolesta usein hutaistun ja halvan näköistä, mikä saa esimerkiksi julkaisujen

kansitaiteet näyttämään päinvastaiselta kuin mitä kapitalistinen toteutus olisi. Yksi kapitalistisista tarkoituksista on nimenomaan myydä tuotteita ja palveluja eikä työntää asiakkaita pois – kapitalisti pyrkii ainakin täyttämään vähimmäisvaatimukset siten, että tuotteen julkaisua voi edes etäisesti harkita.

Tämän vuoksi vaporwave-estetiikan voikin mieltää enemmän jonakin aivan muuna kuin kapitalismin äänitorvena.

Vaporwave voidaan kuulla kaksijakoisesti nyky-yhteiskunnan rappiota dramatisoivana toimintana aivan kuin se itsessään kiihdyttäisi tätä rappiota. Se on selkeä kannanotto siihen, *miten asiat ovat*. Vaporwaven viesti on huomaamaton, vaporwave on verkon underground-tyyli, joka katsoo historian peiliin. (Harper 2014.)

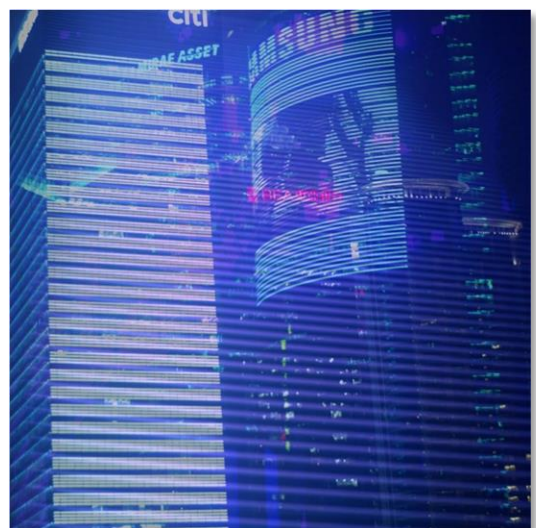
Harperin luonnehdinnan perusteella voidaan siis ajatella, että musiikin lisäksi myös genren estetiikka voidaan nähdä nyky-yhteiskunnan rappiota dramatisoivana kuvastona, sillä vaporwave-musiikki ja -estetiikka ovat hyvin tiiviisti kytköksissä toisiinsa. Tanner (2016, 49) toteaaakin, että vaporwave sylkee nykyisen kapitalismin kasvoille ja pilkkaa jokaista käytettyä tapaa myydä meille tuotteita, joita emme tarvitse; samalla se kyseenalaistaa oman käsityksemme historiasta.

Tämän perusteella vaporwave-estetiikkaa voidaan vain näennäisesti pitää kapitalistisena kuvastona olematta kuitenkaan sitä. Nowak ja Whelan (2018, 457) toteavatkin vaporwaven olevan metaa, jota on lähes mahdotonta ymmärtää ilman mainosmusiikin (ja vaporwave-estetiikan) käyttämistä. Vaporwave hiipii nykymuotoisen kapitalismin taakse vetäen omat housunsa ja kapitalistin housut nilkkoihin. Genre on ironisesti kapitalistinen

tuote ja samaan aikaan ei lainkaan sitä. Sen tehtävänä on horjuttaa kapitalistisia rakenteita nakertamalla pilvenpiirtäjän massiivisia teräsrakenteita pala kerrallaan.

Näiden rakenteiden horjuttaminen onnistuu entistä tehokkaammin vaporwave-genressä vallalla olevan DIY-asenteen ansiosta. Vaporwave-musiikki ja -kuvasto leviävät kasettien sekä netin suoratoistopalveluiden välityksellä tappavan tehokkaasti. Estetiikan poptaidemaisuus tekee estetiikasta kiehtovaa mutta samalla outoa, ristiriitaista ja huvittavaa.

Tulevaisuus ei ole saapunut, mutta se ei myöskään tunnu enää mahdolliselta. Silti samaan aikaan kieltäydytään luovuttamasta tulevaisuuden suhteen. Tämä kieltäytyminen antaa melankolialle poliittisen ulottuvuuden, sillä se on verrattavissa epäonnistumiseen sopeutua kapitalistiseen yhteiskuntaan. (Fisher 2014, 21.)



Kuva 11 ja 12. Air Japan – Tokyo Audio 3000 (2014, vas.) ja Future_Teller_ – Lonely_Towers_ (2016, oik.) levyjen kansissa toistuvat vaporwave-estetiikalle ominaiset öiset suurkaupunkimaisemat.

4 PÄIVÄ, JONA TRAUMA JA VALVONTALAITTEET ASENETTIIN

Vaporwave-estetiikassa viitataan usein 11.9.2001 Yhdysvalloissa tapahtuneisiin terrori-iskuihin ja iskujen vaikutuksiin maailmalla, joita ovat esimerkiksi hallituksen ja yksityisten suuryritysten välisen rajan hämärtyminen sekä yksityisyyden suojan heikentyminen. Tämä on yleistä etenkin alkupään vaporwave- ja weather channel -kuvastossa.

Vaikka vaporwave-estetiikasta puuttuisivatkin suoranaiset 9/11-viittaukset tai iskuja kommentoiva kuvasto, tuon päivän tapahtumat ovat vaikuttaneet voimakkaasti genreen. Suuri osa koko vaporwave-yhteisöstä on syntynyt 80–90-lukujen aikana, joten 9/11-tapahtumat ovat vaikuttaneet heihin merkittävästi – jopa traumaattisesti, jos heillä on henkilökohtaisia kokemuksia WTC-iskuista.

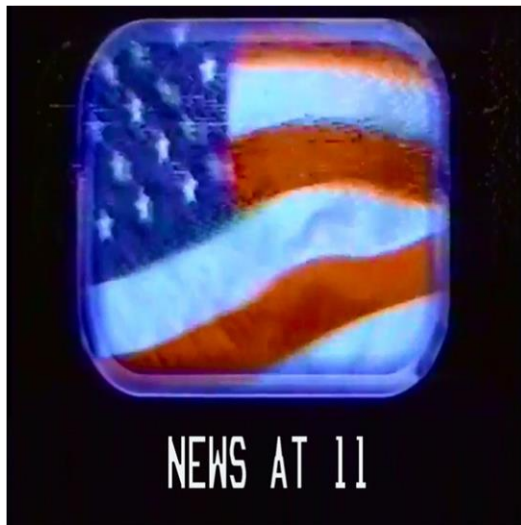
Pad Chennington -niminen käyttäjä on merkittävä vaporwave-tubettaja, jonka sukulainen menehtyi 9/11-iskuissa. Hän kuvailee eräällä videollaan muistojensa ja 猫 シ Corp – News At 11 -albumin suhdetta toisiinsa.

9/11-iskut muuttivat tapaa nähdä maailma. Aina, kun ajattelen romantisoituja lapsuusmuistoja, ne häviävät mielestäni heti, kun muistan 9/11-iskut. Ennen iskuja lapsuusaikanani kaikkialla oli kirkkaita värejä, iskujen jälkeen kaikki katosi. News at 11 -albumi toisintaa 9/11-päivän äänet, tunteet ja nostalgian hienosti. (Pad Chennington 2017.)

Vaporwave-musiikki kuvastoineen ja yhteisöineen ovat terapiaa, jonka avulla pyritään käsittelemään traumaa, joka istutettiin syvälle etenkin amerikkalaiseen yhteiskuntaan. Tämä vaikutti erityisesti lapsiin ja nuoriin, jotka eivät osanneet tai pystyneet käsittelemään asiaa tuolloin. Iskut selittävät osaltaan sitä, miksi vaporwave-artistit suosivat kuvastossaan esimerkiksi nostalgisia aiheita.

Uskon, että vaporwave-estetiikka on nostalgiakaipuuta ja kaipuuta vanhaan aikaan. Se on myös palaamista aikaan, jolloin kaikki oli yksinkertaista: ei kännyköitä tai nettiä. Aikaan ennen 9/11-iskuja. Haluamme vain olla rauhassa ja elää lapsuutemme uudestaan aikuisina. Sanoisin myös, että suurin osa artisteista on syntynyt 80–90-luvuilla, jotkut jopa 2000-luvulla. (猫 シ Corp. 2019.)

9/11-tapahtumat ovat vaikuttaneet siihen, mitä käsittelen seuraavissa alaluvuissa. Tuon päivän ja sen jälkeiset tapahtumat näkyvät ja kuuluvat vaporwave-artistien estetiikassa ja musiikissa. WTC-iskut ovat muovanneet osaltaan kapitalistista maailmaamme sellaiseksi kuin se on nykyään.



Kuva 13. 猫シ Corp – News At 11 -kansi (2016) muistuttaa vanhaa televisioruutua. Kansi luo vaikutelman siitä, että ihmiset ympäri maailmaa ovat linnoittautuneet televisioidensa ääreen seuraamaan historian merkittävimpiin katastrofeihin liittyvää lähetystä. Ruutu täyttyy yhdestä nykyajan mullistavimmista uutisista – amerikkalaisten kokemasta kauhusta. Levyn nimen kaksi ykköstä ovat kuin kaksi WTC-tornia ja samalla myös iskujen päivämäärä. Levyn musiikki on kuitenkin ristiriidassa kuvaston kanssa: musiikki on seesteistä 80-lukua, ja 9/11-kauhuista ei ole tietoakaan.

Palataan ajassa taaksepäin syyskuun 11. päivään, avataan kuvaputkitelevisio ja tarkkaillaan lasittunein silmin yhtä 2000-luvun merkittävintä kriisiä. Ei kuitenkaan suljeta vastaanotinta tornien luhistumisen jälkeen, vaan jätetään televisio päälle seurataksemme, mitä Yhdysvaltojen tappavan tehokas kapitalismikoneisto alkaa operoida iskujen varjolla.

4.1 Terrorismin uhka muuttuu kansalaisten valvomiseksi

Naomi Kleinin kirja *The shock doctrine: the rise of disaster capitalism* käsittelee muun muassa sitä, miten korkeassa asemassa olevat päättäjät ja heihin kytköksissä olevat suuryritykset pystyvät hyötymään taloudellisesti WTC-iskujen kaltaisista katastrofeista. Nämä hyödyt saavutetaan esimerkiksi sodan ja oman kansan valvomisen avulla – siis muiden kärsimyksen ja pelon kustannuksella.

Klein kutsuu tätä 9/11-iskujen jälkeen Yhdysvalloissa syntynyttä toimintatapaa termillä *disaster capitalism*, jonka voisi suomentaa tuhokapitalismiksi. Tuhokapitalismin perimmäinen tarkoitus on tuottaa järjettömiä voittoja sodan, kansalaisten valvomisen ja luonnonkatastrofien varjolla. Osuva esimerkki tästä on 9/11-iskujen jälkeen alkanut sota terrorismia vastaan.

Iskujen jälkeen kaikki alkoi ikään kuin nollasta, sillä kaikki aiempi voitiin kuitata 9/11-jälkeisenä ajatteluna. George W. Bushin hallinto pystyi nyt tekemään sen, mistä se oli



**Kuva 14. PZA – Capital customer -kan-
nen (2015) pääkallo on kuin kuluttaja,
joka on kapitalistisen yhteiskunnan
vanki, aivan kuten huonekasvi on
oman ruukkunsa vanki. Pääkalloa ympäröivä metallikehikko muistuttaa Kleinin kuvailemaa tuhokapitalistista verkostoa, joka pitää tavallisia ihmisiä otteessaan esimerkiksi kohdennetun mainonnan ja valvonnan avulla.**

aiemmin voinut vain unelmoida: ryhtyä yksityistettyyn sotaan ulkomailla ja alkaa rakentaa monimutkaista, yhtiötettyä turvallisuusyhteiskuntaa Yhdysvalloissa. Näin

niin sanottu sokkioppi toimii: katastrofi saa koko kansakunnan sokkitilaan, jolloin sokissa oleva yhteiskunta luopuu aiemmista arvoista, joita se muuten puolustaisi raivokkaasti. (Klein 2007, 16–17.)

Minkälaisiin toimiin Yhdysvalloissa sitten ryhdyttiin yhteiskuntaa koetelleen sokkikatastrofin jälkeen? Yhdysvalloissa alettiin järjestelmällisesti valvoa oman maan kansalaisia uskottelemalla, että nämä valvontatoimet suoritetaan kansalaisten turvaamiseksi, sillä olivathan maata juuri kohdanneet terroristien toteuttamat WTC-iskut.

Yksi ensimmäisistä turvallisuusbuumeista oli valvontakameroiden asentaminen; 4,2 miljoonaa kameraa asennettiin Isoon-Britanniaan ja 30 miljoonaa Yhdysvaltoihin. Kameran tallentavat noin 4 miljardia tuntia materiaalia vuodessa. Datan määrä synnytti uuden alan, joka keskittyi tallenteiden analysointiin. Tämä puolestaan synnytti alan, joka keskittyi digitaalisen kuvan paranteluun, sillä ihmisen henkilöllisyys voitiin aiemmin tunnistaa vain, jos tämä seisoj keskellä kuvaa kameran edessä. (Klein 2007, 302.)

Jotta edellä mainittua videomateriaalin määrää voisi käsittää edes etäisesti paremmin, muutetaan se vuosiksi. Neljä miljardia tuntia valvontakameramateriaalia vastaisi elokuvaa, joka kestäisi yli 456 000 vuotta.

Terrorismin uhalla siis perusteltiin sitä, että oman maan kansalaisia voitiin tarkkailla. Kuka tahansa saattoi tämän jälkeen päätyä kuvamateriaalin kautta eri tietokantoihin, joiden kaikkia käyttötarkoituksia voidaan vain arvailla.

Kansalaisten valvonta turvakameroiden avulla on kuitenkin muuttunut digitalisaation myötä paljon kokonaisvaltaisemmaksi ja salakavalamaksi kuin pelkkä

valvontakameroiden välityksellä tapahtunut seuranta. Nykyään netin hakukoneiden ja sosiaalisen median algoritmien avulla yksittäisten henkilöiden klikkailut ja hakukoneiden tulokset jättävät jälkeensä loputtoman määrän tietoa. Näitä tietoja voidaan hyödyntää esimerkiksi kohdennetussa mainonnassa valjastamalla tekoäly purkamaan jokaisen verkkokäyttäytymistä.

Amerikan turvallisuusala räjähti 9/11-iskujen jälkeen sellaisiin mittasuhteisiin muutaman vuoden aikana, että ala on nyt suurempi kuin Hollywood tai musiikkibisnes. Hätkähdyttävintä on, miten vähän tuota turvallisuusboomia on tutkittu ja miten vähän siitä on keskusteltu taloudellisesta näkökulmasta. Ala lähentää ennennäkemättömällä tavalla kapitalismin ja poliisivoimat – ostoskeskuksen ja näkymättömän, salaisen vankilan. (Klein 2007, 306.)

Kleinin mainitsema salainen vankila pitää sisällään kaiken tavallisista ihmisistä kerätyn tiedon ja ostokäyttäytymisen, joita voidaan käyttää esimerkiksi näiden henkilöiden tarkkailuun sekä ostokäyttäytymisen seuraamiseen.

4.2 Digitalisaatio osana valvontayhteiskuntaa

Valvontateknologia on käännetty palvelemaan päinvastaista tarkoitusta, vaikka sen alun perin piti lisätä turvallisuutta keskittymällä esimerkiksi terrorismin ehkäisyyn. Huipputeknologiayritykset ovat yhdistäneet turvallisuus- ja kaupan alat keskenään. Esimerkiksi henkilöiden tunnistusmenetelmien kehittämisen, verkkoseurannan ja datalouhinnan avulla voidaan rakentaa yksityiskohtaisia kuluttajaprofiileja. (Klein 2007, 302–303.)

Nämä kuluttajaprofiilit, jotka sisältävät yksityiskohtaista tietoa tavallisten ihmisten käyttäytymisestä, voidaan myydä eteenpäin esimerkiksi kaupan alan yrityksille. Kuluttajaprofiilin avulla meistä tulee kuin koe-eläimiä, joista kerätään tietoa, jotta meille voidaan netin ja sosiaalisen median maailmassa tarjota erittäin tarkasti kohdennettuja mainoksia. Profiileja on tehty jo ennen WTC-iskujakin, mutta iskujen myötä niiden käyttäminen tuntui hyväksyttävämmältä.

Valvontayhteiskunnan ja kuluttajaprofiilien haitat tyrmistyttivät aluksi amerikkalaisia kauppiaita ja jälleenmyyjiä. Syyskuun iskujen jälkeen terrorismipelosta tuli kuitenkin yhtäkkiä pahempi vaihtoehto kuin eläminen valvontayhteiskunnassa. Tämän seurauksena esimerkiksi samat luottokorttitiedot voidaan myydä elintarvikeketjulle, matkatoimistolle ja FBI:n turvallisuustietokantaan. (Klein 2007, 303.)



Kuva 15. Mirror Kisses – Heartbeats -kannen (2013) pariskunnan intiimi hetki on häiriintynyt, sillä se on tallennut video- tai valvontakameralle. Kansi luo vaikutelman, ettei mikään ole enää yksityistä, vaan tarvittaessa jokainen hetki voidaan pysäyttää ja sitä voidaan tarkastella omien tarpeiden mukaan. Vertauskuvallisesti parin sydämen sykkeet (intiimi hetki) ovat myös julkisia – levyn nimi on Heartbeats, sydämen sykkeet.

Jokainen selailukerta netissä jättää jälkiä, joiden perusteella tekoäly alkaa muodostaa omia käsityksiään esimerkiksi yksittäisen henkilön verkkoajelehtimisestä. Tekoäly oppii verkkokäyttäytymisemme avulla, mitkä aiheet ja sisällöt meitä kiinnostavat.

Tämä johtaa lopulta siihen, että näemme verkossa vain sen, minkä haluammekin nähdä. Tykkäykset, jaot ja mainosten klikkaukset sulkevat jokaisen omaan kuplaansa, sillä näiden perusteella tekoäly tarjoaa vain meitä kiinnostavia mainoksia ja sisältöjä. Lopulta kuvittelemme, että yksilöllä on digitaalisessa maailmassa oma tahto, vaikka todellisuudessa jokainen valitsee *omista* mieluisista vaihtoehdoistaan vain parhaat.

4.3 Pako todellisuudesta ja anonymiteetti

9/11-iskujen vaikutus amerikkalaiseen kulttuuriin ajoi ihmiset koteihinsa, joissa he pakenivat todellisuutta nettiin ja sosiaaliseen mediaan. Myös retromania eli retrovillitys alkoi iskujen jälkeen, mikä on kaikkein haitallisinta kulttuurillemme. (Tanner 2016, 53–54.)

Tannerin kuvailema retromania voidaan nähdä haitallisena kulttuurillemme, sillä nettiin pakenemisen vuoksi emme pysty kohtaamaan todellisuutta, vaan pakenemme sosiaalisen median tarjoamaan tykkäyksien maailmaan. Piileskelemme tässä digitaalisessa haamutodellisuudessa, jossa suuri osa jaetuista sisällöistä on kiillotettuja versioita netin ulkopuolisesta todellisuudesta.

Todellisuuspakoilu estää myös osaltaan sen, että alkaisimme tehdä valintoja ja päätöksiä nykyhetkessä, jotta tulevaisuus voisi olla parempi. Sosiaaliseen mediaan on kuitenkin

liian helppo eksyä itselleen sopivien aiheiden ja ihmisten pariin. Lisäksi retroiluun turvaututaan herkemmin, sillä netin kautta voi vaivattomasti palata kaikkiin menneisiin aikoihin. Taloudellisen hyödyn tavoittelun suhteen nostalgia on helppo rahastuskeino, sillä nostalgialla ratsastaminen ei vaadi minkään uuden kehittämistä.

Nyky-yhteiskunnan merkittävimmät muutokset ovat tapahtuneet tiedonkäsittelyssä ja tietoliikenteessä, jotka ovat tunkeutuneet arkielämäämme. Mitä me teemme tällä uudella teknologialla? Dokumentoimme pakkomielteisesti elämäämme ja chattailemme ystäviemme kanssa verkossa. Tämä ei ole mitenkään uutta tai merkityksellistä. (Reynolds 2012, 364.)

9/11-iskujen jälkeen villiintynyt tietotekniikan kehitys on edennyt niin nopeasti, että tavallisen ihmisen on jopa mahdotonta pysyä kehityksen tahdissa. Tämä on saattanut vaikuttaa siihen, miksi uutta tekniikkaa käytetään Reynoldsin kuvailemalla tavalla. Oman elämän dokumentointi on kuin lohtusyömistä, johon sosiaalinen media on luontevin väylä. Sillä paikataan sitä tyhjiötä, jonka digitalisoituva yhteiskunta jätti tavalliseen ihmiseen heittämällä tämän kehityksen kyydistä.

Sen lisäksi, että teemme itse omasta elämästämme julkista omille seuraajillemme esimerkiksi Snapchatissa, Instagramissa tai Facebookissa, kaikki netissä surffaileminen kuvineen ja paikkatietoineen päätty todennäköisesti kohdennetun markkinoinnin materiaaliksi.

Vaporwave-artistit ovat anonyymeja, sillä nykymaailmassa mikään ei ole yksityistä (wosX - 2015).

Anonymiteetti itsessään on kannanotto nykyisen sosiaalisen median hallitsemassa maailmassa, jossa monen tavallisen ihmisen elämä on julkisesti esillä. Viattomalta tuntuva nettisurffailu jättää jälkiä digitaalisten palveluiden tietokantoihin, joiden perusteella tekoäly vetää nettikäyskentelystämme omat kaupalliset johtopäätöksensä.

Pääsemme nykyään netin kautta käsiksi valtavaan tietomäärään milloin tahansa, mutta silti paknemme sosiaaliseen mediaan tykkäysten ja hashtagien maailmaan. Jaamme elämämme lähes tuntemattomienkin kanssa. Kaikesta huolimatta olemme sosiaalisessa mediassa surffailun jälkeen lopulta yksin. (Tanner 2016, 51–55.)



Kuva 16. Bbrainz – Internet Lust -kannessa (2014) on kolmipäinen patsas. Vasemmanpuoleiselta päältä puuttuvat silmät, keskimmäiseltä korvat ja oikeanpuoleiselta suu. Yhdistän tämän kuvan heti kolmeen viisaaseen apinaan, joihin liittyy sanonta *See no evil, hear no evil, speak no evil*. Samat apinat ovat käytössä sosiaalisessa mediassa hymiöinä.

4.4 WTC-iskut osuivat syvälle yhteiskuntaan

9/11-iskut ovat trauma, joka särki illuusiomme kapitalistisesta lupauksesta, jonka mukaan voimme elää loputonta nousukautta huolettomassa kulutusyhteiskunnassa. Kapitalisti kuitenkin keräsi särkyneen illusion palaset kaksoistornien raunioista ja muutti ne terrorismipeloksi, jonka turvin oman maan kansalaisia voitiin alkaa valvoa niin oikeassa kuin digitaalisessa maailmassa.

Terrori-iskujen jälkeen syntyi uusia bisneksen muotoja, jotka keskittyivät esimerkiksi ihmisten tarkkailuun netissä. Yhdysvaltain hallitus laati mittavia turvallisuushankkeita ja aloitti sodan Irakissa samalla, kun hallitukseen kytköksissä olevat yksityiset suuryritykset alkoivat takoa rahaa näillä keinoilla. Nämä peliliikkeet saavutettiin terrorismiuhkaa hyväksikäyttäen, kun Kleinin kuvailema sokissa oleva kansa hylkäsi aiemmat arvonsa.

WTC-iskujen jälkeen toden teolla muotoutuneet tuhokapitalistiset päämäärät ovat vaikuttaneet osaltaan siihen, minkälaisiksi kulutusyhteiskunta ja kapitalismi muovautuivat. Terrorismiuhan varjolla tavallisia kansalaisia alettiin ensin valvoa turvakameroilla, minkä jälkeen seuranta siirtyi digitaaliseen maailmaan, jossa meistä laaditaan yksityiskohtaisia kuluttajaprofiileja. Näiden profiilien avulla yksittäiselle kuluttajalle voidaan tarjota esimerkiksi sosiaalisen median kuplassa tarkasti kohdennettuja tuotteita.

Kulutusyhteiskunta on saavuttanut pisteen, jossa tavallisille ihmisille tarjotaan täsmäiskuina henkilökohtaisesti profiloituja tuotteita ja palveluja netissä sekä sosiaalisessa mediassa. Vaporwave kommentoi estetiikassaan 9/11-tapahtumia sekä tuon päivän jälkeen

entisestään kiihtynyttä kapitalismia; genre esittää kapitalistista ja kulutusyhteiskuntaan sidoksissa olevaa kuvastoa. Estetiikka nostaa nämä aiheet tarkastelun kohteeksi, vaikkei se tekisikään tätä tietoisesti.

Genren estetiikka voidaan käsittää myös todellisuuspakona 9/11-jälkeisestä ajasta, joka on niin hektinen, että ainoa vaihtoehto on paeta nettiin etsimään nostalgista sisältöä. Osa vaporwavesta onkin täysin puhdasta todellisuuspakoilua ja retroilua, mutta monien artistien estetiikka ja musiikki ovat ristiriidassa keskenään. Seesteinen, hidastettu 80-luvun voimaballadi saa täysin uusia merkityksiä, kun se yhdistetään synkkään estetiikkaan.

Vaporwave syöttää nostalgiahakuisille ihmisille esimerkiksi 80-luvun kappaleista samp-lattuja massakulutustuotteita, joissa on jotakin tuttua mutta samalla jotakin täysin muut-tunutta ja jopa kiusallista. Genre tekee WTC-iskuja edeltäneestä maailmasta tuotteen mutta verhoaa sen usein kuvastolla, joka kertoo nykyisestä kulutusyhteiskunnasta ja ka-pitalismista.

Tämä voidaan tulkita hauntologisena ja kriittisenä tapana yhdistää eri aikakausia toi-siinsa, jolloin molemmista ajoista kerrotaan vain halutut puolet. Vaporwave-estetiikka kertoo osaltaan omista muistoista, peloista ja toiveista samalla, kun se yhdistää ne ku-vastossaan osaksi kapitalistista yhteiskuntaa. Musiikin ja kuvaston avulla genre tekee esimerkiksi kapitalismista, kuluttamisesta ja traumaattisista muistoista lähes käsinkos-keteltavia.

”Syyskuun 11. päivä muutti kaiken” -mantra naamioi tyylikkäästi korporaatioiden vapaa-seen kauppaan perustuvat suunnitelmat. Ainoa asia, joka iskujen jälkeen todella muuttui, oli näiden kunnianhimoisten suunnitelmien helpottuminen. (Klein 2007, 299.)

5 KAPITALISMI HALLITSEE IHMISTÄ DIGITALISAATION JA TEKÖÄLYN AVULLA

Tietokone- ja puhelinteknologiat alkoivat kehittyä räjähdysmäistä tahtia 2000-luvun alusta alkaen. Kehitys on jatkunut nopeana 2010-luvun aikana, jolloin etenkin älylaitteet ovat ottaneet huimia harppauksia erittäin lyhyessä ajassa. Voisi melkein kärjistetysti todeta, että kun kävelet puhelinliikkeestä ulos uusi älypuhelin kourassasi, markkinoille ilmestyy samaan aikaan uudempi malli.

Näiden teknologioiden kehityksen myötä ihmiset ovat luovuttaneet osan omasta tahdostaan sekä yrityksille että näiden palveluksessa olevalle tekoälylle. Tekoälyn avulla pahaa aavistamattomille nettisurffailijoille mainostetaan jatkuvasti jokaiselle yksilöllisesti valittuja tuotteita ja palveluja. Tekoäly ja tietotekniikka sekä ihmisen suhde näihin molempiin ovat olleet osa vaporwave-estetiikkaa alusta alkaen.

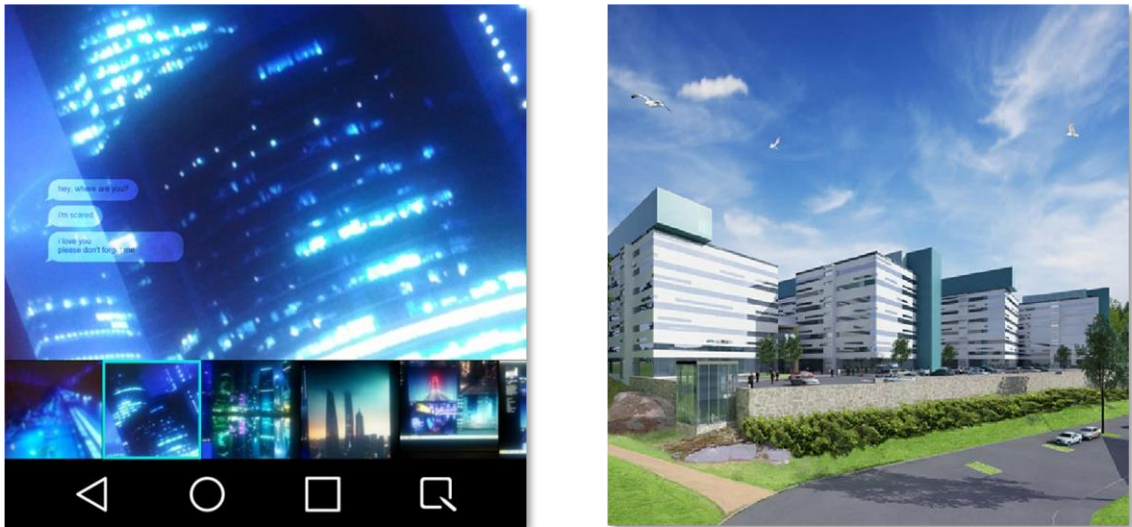
Digitalisaatio on tietokoneiden, älylaitteiden ja netin avulla muokannut myös nykyaikaista työilmapiiriä. Yritykset pitävät työntekijöitään yhä tiukemmassa otteessa, sillä kehen tahansa voi olla yhteydessä milloin tahansa ja työ seuraa tekijäänsä kotiin asti.

Tavallinen ihminen on muuttunut digitalisoituneen yhteiskunnan hallitsemien yritysten palloteltavaksi rakennuspalikaksi, jonka vapaa-aika on hankalasti erotettavissa työajasta. Yksi nykyisen yhteiskunnan lopullisista uhkakuvista on tekoälyn ja suuryritysten hallitsema maailma, jossa ihmisellä ei ole enää omaa tahtoa.

5.1 Ihmiset kulutusyhteiskunnan pelinappuloina

Tietotekniikan alat elivät nousukauttaan 2000-luvun alussa, ja monet uudet työpaikat syntyivät juuri tietokone- ja matkapuhelinaloille. Näiden alojen suosio revittiin kuitenkin yritysten työntekijöiden selkänahasta. Tietotekniikan eri osa-alueet suuryritysrakennuksineen ovat olleet suosittuja aiheita vaporwave-estetiikassa.

Ramona Andra Xavier on artisti, joka on myös vaporwaven kannalta historiallisen Macintosh Plusan takana. Xavierin käyttämä tietotekniikkaan nojaava estetiikka kumpuaa todennäköisesti hänen omasta isäsuhteestaan, sillä hänen isänsä työskenteli Microsoftille 2000-luvun alussa. Hän on kuvaillut suhdettaan isäänsä seuraavasti:



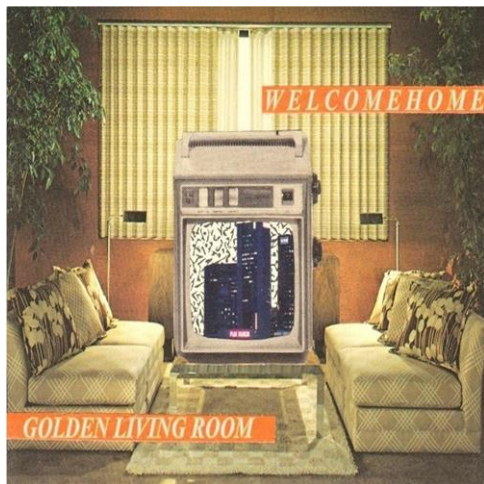
Kuva 17 ja 18. .mp3Neptune – I Love You, Saturn City (2015) ja Internet Club – Redefining The Workplace (2012) albumien kansissa on samaa henkeä, vaikka ne näyttävätkin aluksi vuorokaudenaikojen vuoksi toistensa vastakohtilta.

Kasvoin isäni kanssa, joka työskenteli Microsoftille vuosikymmenen. Kasvoin erityksissä ja näin työn ikään kuin imevän elinvoiman isästä. Nämä yritykset tuhoavat meidät yhteiskuntana, ja heidän työntekijänsä ovat vain sivutuotteita. (Tanner 2016, 47.)

Ihmiset voivat kokea, että oman elämän pilaaminen vaikkapa suuryrityksen hyväksi on ainoa vaihtoehto, sillä töitä on nykyään muutenkin hankala saada. Kannustimia ovat raha, yhteiskunnan normit sekä tunne omasta tarpeellisuudesta. Vaporwave kyseenalaistaa vallitsevat normit, ja samalla se palaa ajassa taaksepäin kritisoiden mennyttä ja paljastaen menneisyyden epäkohdat (Tanner 2016, 49).

.mp3Neptunen ja Internet Clubin kannet kuvaavat osuvasti sitä mielikuvaa, joka herää Xavierin lapsuusmuistosta sekä suuryritysten vaikutuksista tavallisiin ihmisiin nykyisessä digitalisoituneessa yhteiskunnassa.

.mp3Neptunen kannessa on öisiä pilvenpiirtäjiä kylmässä valossa. Se voi olla kuva esimerkiksi älypuhelimien näytöltä, jonka alareunassa on lisää kuvia öisistä suurkaupungeista. Vasemmalla on kolme viestikuplaa ”hey where are you?”, ”i’m scared” ja ”i love you please don’t forget me”, jotka voisivat olla Xavierin muistojen tavoin lähetetty suuryrityksessä myöhään työskentelevälle vanhemmalle.



Kuva 19. Golden Living Room – Welcome Home -kannessa (2014) on televisiota muistuttava laite, jonka ruudulla on pilvenpiirtäjä. Minua hämmensi erityisesti se, että laite on keskellä olohuoneen pöytää käännettynä poispäin sohvista. Tuntuu kuin laite olisi nostettu ihailun kohteeksi paraatipaikalle ja kuvan ulkopuolella olisi perhe ihastelemassa uutta laitehankintaa. Albumin nimi *Welcome Home – tervetuloa kotiin* voisikin olla tarkoitettu juuri kuvan laitteelle eikä millekään elolliselle.

Internet Club -kuva puolestaan on kirkas kuva suuryrityksen pihalta, jossa ihmiset ovat menossa sisään yritysrakennukseen. Lokit lentävät sinisellä taivaalla, mikä luo mielikuvan siitä, että ihmisen hallitsemassa maailmassa eläimetkin ovat meitä vapaampia.

Jos 2000-luvun alussa esimerkiksi Microsoftille työskentely kulutti ihmistä yrityksen omissa tiloissa, nykyään työt seuraavat tätä kotiin. Työntekijät ovat tavoitettavissa sosiaalisen median ja älylaitteiden välityksellä missä ja milloin tahansa. Vuorovaikutuksen merkitystä korostetaan jatkuvasti enemmän; hyvin suunniteltua sisäistä viestintää pidetään toimivan yrityksen perustana.

Nyky-yhteiskunnan vuorovaikutustapojen kehityksen myötä ihmiset työskentelevät vuorovaikutus edellä. Vuorovaikutus ja kontrolli kulkevat käsi kädessä (Fisher 2009, 34). Toisin sanoen tämä tarkoittaa, että yrityksillä on huomattavasti vahvempi henkinen ote meistä kuin esimerkiksi aikana, jolloin vain tauoilla sai kommunikoida muiden kanssa ja älylaitteet olivat idea korkeintaan Nikola Teslan päässä.

Työstä ja vapaa-ajasta tulee erottamattomat – työ tulee uniin. Oletus työstä ja vapaa-ajasta erillisinä palikoina pirstaloituu kaaokseksi. Kun tuotannon ja jakelun tavat määritellään uudelleen, sama tapahtuu myös ihmisen hermostolle. (Fisher 2009, 34.)

Kodista tulee kuin vapaaehtoisvoimin toimiva alihankintayritys tai joulupukin paja, jossa tontut tekevät puhtaasta mielihyvää ja antamisen riemusta palveluksia joulupukille yömyöhään. Koti ei ole enää koti, vaan siitä on salakavalasti tullut digitalisaation myötä

Kuva 20. 2814 – 新しい日の誕生 -kansi (2015) on hyvä esimerkki yöllisestä ja unenomaisesta suurkaupunkimaisemasta. Violettia kuvaa katsotaan ikkunalasin takaa, josta aukeaa näkymä loputtomaan, mainoskylttien valaisemaan pilvenpiirtäjien mereen. Olemme jokainen vankina omassa kuplassamme tässä sateisessa ja lohduttomassa yhteiskunnassa.



etätyöpaikka – jossa palkkaa ei makseta. Samaan aikaan työnantajat messuavat, kuinka työt ja työpaikat ovat muuttuneet erittäin joustaviksi 2010-luvulle tultaessa.

Käsitys työelämästä saa uuden käänteen, kun esimerkiksi työelämän muutoksesta luennoiva kouluttaja lopettaa puheenvuoronsa kliseeseen: ”Nyky maailmassa kukaan ei ole koskaan valmis, vaan on koulutauduttava lisää.” Tästä työelämän ajan hermolla pysymisestä tulee tavoite, joka on mahdotonta saavuttaa, sillä kukaan ei ole koskaan valmis – ainakin monen päässä tästä (kuvitteellisesta tai todellisesta) tavoitteesta tulee totta.

Tällaisen *koskaan ei ole valmis* -ajatuksen noudattaminen olisi itsessäänkin kokopäivätyö, sillä jo pelkästään työelämässä käytetty vuorovaikutukseen tarkoitettu teknologia kehittyy järjetöntä vauhtia. Tämä ajattelu on osasyllinen nyky-yhteiskunnan hektiseen ilmapiiriin.

Valtio vaatii, että näytämme aina kiireisiltä – jopa silloin, kun ei ole mitään tekemistä. Aina on olemassa mahdollisuuksia, joita voi jahdata tai luoda, mikäli uusliberaalien taanomaiseen vapaaehtoisuuteen on uskomisen. Aika on hukkaan heitettyä, jos se käytetään muuhun kuin jatkuvaan puuhasteluun. Kokonaiset kaupungit pakotetaan massiiviseen toimintasimulaatioon – kuvitteelliseen tuottamiseen, jossa oikeastaan mitään ei tuoteta. Tämä on kuuman ilman ja väljähtäneen houretilan ekonomiaa. (Fisher 2014, 187.)

5.2 Digitalisaatio kahlitsee henkisesti

Yksi teknologian kehittymisen uhkakuvista on tieteiselokuvista tuttu asetelma, jossa koneet ja tekoäly ottavat vallan, jolloin ihmiset jäävät pahasti alakynteen. Tämän seurauksena on yleensä Terminator-elokuvista tuttu post-apokalyptinen maailma, jossa jokainen päivä on selviytymistä.

Vaporwave-estetiikassa suurin uhka tuntuu olevan ennemminkin koneiden ja laitteiden henkinen kuin fyysinen orjuutus. Fisher (2009, 24) kuvaa tätä henkistä orjuuttamista sillä, etteivät esimerkiksi nuoret pysty olemaan hetkeäkään erossa sosiaalisessa mediassa viestittelystä tai sen tarjoamista sisällöistä.

Mitä jos tuo Terminatorista tuttu maailma onkin jo täällä ilman tekoälyn ohjaamia tappokoneita ja maailmanlopun jälkeistä ympäristöä? Vaporwave-estetiikassa ihminen esittää kulutusyhteiskunnan osana, josta teknologia on saanut yliotteen digitaalisessa maailmassa. Digitaalinen todellisuus tuntuukin olevan monille houkuttelevampi vaihtoehto kuin meitä ympäröivä todellisuus.

Työn ja vapaa-ajan rajan hämärtyminen tekee todellisuudesta hektistä, jolloin digitaalinen todellisuus on luontevin tapa paeta tätä maailmaa. Vaporwave-estetiikka toimii nostalgisen, unenomaisen ja yöllisen kuvastonsa ansiosta samaan tapaan: se tarjoaa yhdessä vaporwave-musiikin kanssa pakokeinon sietämättömäksi muuttuneesta yhteiskunnasta.



**Kuva 21. Vektroid – Neo Cali -kannessa (2013) leijuvan tietokoneen näytöllä on 3D-malli ihmisen kasvoista, joka syöksee valosädettä ruudun läpi aivan kuin ruudun takana oleva hahmo olisi yhtä totta kuin vallitseva todellisuus. Kuva tuo mieleen sen, miten olemme yhä enemmän teknii-
kan vankeja. On ironista, että taustan paratiisimaisema voisi olla esimerkiksi Afrikasta, josta tuotiin aikoinaan orjia.**



Kuva 22. PrismCorp Virtual Enterprises – Home™ -kansi (2013) on kuin futuristinen haavekuva kodista. Kuvan koti leijuu veden päällä sinisen taivaan alla, mikä tuo mieleen keidasmaiset aavikon kangastukset. Kodissa ei ole ihmisiä, vaan se muistuttaa enemmän tuotekuvaa kuin turvapaikkaa.

Teknologian vaikutukset heijastuvat myös oikeaan elämäämme, jossa jokainen kulkee älypuhelin kädessään. Emme edes tunnu pystyvän nauttimaan mistään ilman jatkuvaa dokumentoimista, jolloin älypu-

helin kokee kaiken paljon kokonaisvaltaisemmin kuin me itse. Kun tämä yhdistetään siihen, kuinka meihin vaikutetaan erittäin tarkasti kohdennetun mainonnan avulla, olemme jo tietyllä tapaa älypuhelin ja tekoälyn orjia.

Mitä enemmän selaamme älypuhelimme, sitä enemmän jokainen klikkaus, tykkäys ja hakukoneeseen kirjoitettu sana kertoo meistä. Tuskin kukaan tarkasti tietää, mihin kaikialle nämä tiedot ovat jo päätyneet, mutta ainakin yritykset tekevät näillä tiedoilla voittoa myymällä ne eteenpäin esimerkiksi kaupan alan yrityksille.

5.3 Käärme, joka syö omaa häntäänsä

Työ on alkanut vaania tekijäänsä kotona digitalisoitumisen myötä, mihin ovat vaikuttaneet muun muassa netti, älylaitteet ja näiden kautta koko työkuulttuurin muuttuminen. Pätkätöiden lisääntyminen on puolestaan mahdollistanut sen, ettei näistä kodin puuhaverssaalle luikertelevista töistä uskalleta kieltäytyä työpaikan menettämisen pelossa.

Älylaitteet ja netti hallitsevat elämäämme nyt 2010-luvun lopulla vielä voimakkaammin, sillä yhä vanhemmat ja nuoremmat käyttävät sosiaalista mediaa. Sosiaalinen media on täynnä mainoksia, joiden avulla yritykset ovat meihin jatkuvasti yhteydessä.

Vaporwave-estetiikassa nämä aiheet esitetään esimerkiksi korporaatorakennuksina, tietokoneteknologiana ja siloteltuina mainoskuvinä – ihminen puuttuu yleensä kuvastosta kokonaan. Estetiikassa pohditaan usein myös digitalisoituneen yhteiskunnan, tekoälyn ja ihmisen välistä suhdetta.

Kapitalismi on ajanut itsensä siihen pisteeseen, että ensin se myy meille nopealla tahdilla kehittyviä älylaitteita, minkä jälkeen sama koneisto voi jatkaa kaupallista voittokulkuaan netin kohdennetun mainonnan avulla. Digitalisoitunut yhteiskunta on pahimmillaan noidankehä, jossa työntekijä on itse tuottamassa sitä, mitä hänelle lopulta syötetään esimerkiksi sosiaalisen median kohdennettujen mainosten avulla. Meistä on hyvää vauhtia tulossa yhteiskunta, jota voittoa tavoittelevat yritykset pitävät talutusnuorassaan tekniikan, älylaitteiden ja verkkoseurannan avulla.

6 KAIKKI KIINTEÄ HAIHTUU ILMAAN

Tulevaisuus on tavoittelematon ja utopistinen etenkin nuorille, jotka yrittävät rakentaa omaa elämäänsä hektisessä nyky-yhteiskunnassa. Todellisuuden pakoileminen on nykyään helpompaa kuin tulevaisuuden suunnitteleminen. Digitaalisen todellisuuden ensiaskeleet otetaan yhä nuorempana, jolloin itsensä tuotteistaminen sosiaalisen median avulla eli henkilöbrändäys alkaa.

Digitalisoituneen yhteiskunnan ja kapitalismin seuraukset alkavat näkyä yhä nuoremmassa esimerkiksi mielenterveys- ja keskittymishäiriöinä. Aivokemioita pidetään yhä edelleen näiden häiriöiden alkulähteenä.

Kapitalismin ja kulutusyhteiskunnan seuraukset maapalloon ovat olleet jo pitkään nähtävissä: ilmasto lämpenee, luonnonvarat kulutetaan loppuun, ympäristö saastuu ja aavikoituu sekä valtameret täyttyvät muovista ja jätteistä. Mikäli kapitalismi ja kulutusyhteiskunta pysyvät samanlaisina, kenenkään ei lopulta tarvitse enää ajatella edellä mainittujen seurausten vaikutuksia.

Vaporwave esittää estetiikassaan hyvinkin suoraan kapitalistisen yhteiskunnan toiminnan seuraukset. Edustettuina ovat kaikki aiheet kuluttamisen mielipuolisesta kiihtymisestä aina ihmiskunnan tuhoutumiseen asti.

6.1 Tulevaisuuden hämärtyminen ja mielenterveysongelmat

Juuri, kun menneisyyteen pääsi jälleen käsiksi digitaalisen kulttuurin myötä, tulevaisuus menetti viehätysvoimansa. Nuoret eivät ole pätkääkään kiinnostuneita valtion tulevaisuudesta, he tuskin koskaan ajattelevat sitä. Mitäänsanomattomasta nykyhetkestä pakeneamisen tarve on vahvempi kuin koskaan, mutta se tyydytetään pakenemalla fantasian tai digitaalisen teknologian pariin. (Reynolds 2012, 425–426.)

Digitalisaatio on vaikuttanut nykyiseen työkuulttuurin muutokseen, joka puolestaan on verhonnut nuorten tulevaisuuden hämärän peittoon. Nykyhetki kiittää ohi niin nopealla vauhdilla, että tulevaisuudesta tulee tavoittamaton ja entistä abstraktimpi. Tämän lisäksi työn ”joustavuus” eli pätkätyöt ja kotona tehdyt etätyöt ovat romuttaneet käsityksen vapaaajasta, kuten aiemmassa luvussa totesin.



Kuva 23 ja 24. NxxxxxS – Fujita Scale -albumin alkuperäinen (2014) ja uudelleen-julkaistu (2019) kansi kertovat yhdessä tarinan. Vasemmanpuoleisessa kuvassa on moderni rakennus uima-altaineen ja nainen ottamassa aurinkoa. Taustalta puiden takaa lähestyy kuitenkin pyörremyrsky. Oikeanpuoleisessa kuvassa tuo pyörremyrsky on tuhonnut kaiken. Tämä muistuttaa minua ilmaston lämpenemisestä johtuvien luonnonkatastrofien yleistymisestä, mikä on osaltaan ihmisen aiheuttamaa.

Etenkin nuorista tulee helposti yritysten pelinappuloita, sillä he eivät välttämättä osaa tai uskalla kieltäytyä lisätöistä. Pätkätöitä tekevän voi olla jopa mahdotonta kuvitella kieltäytyvänsä uudesta keikkatyöstä, sillä se kirkastaa hetkeksi oman tulevaisuuden, jota ei muuten ajatella lainkaan. Jatkuva työpaikan menettämisen pelko ja tulevaisuuden hämärtyminen voivat pakottaa noidankehään, mikä puolestaan johtaa pahimmillaan erilaisiin mielenterveysongelmiin tai täydelliseen luhistumiseen.

Fisher toteaaakin, että nykyisin työssäolo- ja työttömyysaika vaihtelevat pätkätöiden lisääntyttyä. Tämä johtaa siihen, ettei tällaiseen kierteseen joutunut voi suunnitella tulevaisuuttaan. Hän myös väittää, että nuorten mielenterveys- ja keskittymisongelmat johtuvat nimenomaan kapitalistisesta yhteiskunnasta. (Fisher 2009, 34.)

Nuorten – tai miksei kaikenikäisten – henkiset ongelmat kumpuavatkin osaltaan tämän digitalisoitumisen myötä alkaneesta oman ajan ja työajan sekoittumisesta. Työpaikoilla käydään jatkuvasti keskustelua, miten samat työt voidaan tehdä mahdollisimman vähällä rahalla saavuttaen kuitenkin mahdollisimman suuret voitot. Tästä on luonnollinen siirtymä pätkä- ja vuokratöiden maailmaan.



Kuva 25. Remember – The City Is My Friend -kannen (2018) ihmishahmo tuijottaa mainoskylttien mereen, jonka seasta on mahdotonta erottaa mitään muuta. Kuvan hahmo on anonyymi toisin kuin loputtomat mainokset, jotka huutavat kutsuen kulutusyhteiskunnan pyörteisiin.

Sen lisäksi, että kliseisen yrityksen slogan voisi olla *edullinen, nopea ja luotettava*, kapitalistinen ajattelu määritteli nuo samat kuvaukset omien työntekijöidensä hyveiksi. Juuri tämän ajattelun vuoksi pätkä-

työt ovat lisääntyneet etenkin nuorten osalta merkittävästi; nykyään on aiempaa hankalampaa saada vakituinen työpaikka.

Perhearvot – velvollisuus, luotettavuus ja sitoutuminen – ovat nykyiselle kapitalismille vanhentuneita arvoja. Kapitalismi kuitenkin tarvitsee perheen, joka koostuu työntekijöistä, vaikka se kaivaakin maata näiden jalkojen alta esimerkiksi perumalla vanhempainvapaat ja aiheuttamalla sietämätöntä stressiä. Työvoima on muuttunut ”joustavaksi” kausityöntekijöiden ja työtehtävien ulkoistamisen vuoksi. (Fisher 2009, 32–33.)

Pelkkä hektinen työkuultuuri ei ole yksin syytä ihmisten ahdistukseen, vaan syytä pitää etsiä järjestelmällisesti alati muuttuvasta ja kehittyvästä yhteiskunnasta. Tämän päivän lapset ja nuoret ovat eläneet lähes koko elämänsä tässä jatkuvasti kiihtyvässä kapitalistisessa yhteiskunnassa, jossa digitalisaatio näyttelee netin ja älylaitteiden kanssa toista pääroolia. Emme todellakaan tunne tarkasti älylaitteiden ja niiden avulla kohdennettujen – tai karsittujen – sisältöjen sekä hektisen yhteiskunnan vaikutuksia ihmiseen.

Monilla teini-ikäisillä, joiden kanssa olen työskennellyt opettajana, on ollut mielenterveysongelmia tai oppimisvaikeuksia. Masennus on ominaista nuorille. On hämmästyttävää, miten monella opiskelijalla on todettu lukihäiriö. Ei ole liioittelua todeta, että teini-ikäisen elämä kapitalistisessa Isossa-Britanniassa voitaisiin nykyään melkein luokitella sairaudeksi. (Fisher 2009, 21.)

Koko yhteiskunta on jo itsessään rakentunut henkilöbrändäämiselle, jonka mukaan ihminen itsessään on tuote; tällainen itsensä brändääminen on yksi kapitalistisen yhteiskunnan räikeimmistä esimerkeistä. Omakuva vääristyy sosiaalisessa mediassa entisestään, sillä useimmiten digitaalisessa maailmassa näytetään itsestä vain parhaat puolet

– nykyään myös itsekeskeisestä ruikutuksesta on tullut muodikasta, henkistä voimakkuutta.

Uskon, että sosiaalisen median luomat suorituspaineeet, todellisuuspakoilu ja teknologian järjettömän nopea kehitys ovat osaltaan vaikuttaneet nuorten ahdinkoon. Fisherin (2009, 19) mukaan lisääntyvien mielenterveysongelmien ja uusliberaalin kapitalismin välillä onkin selvä yhteys sellaisissa maissa kuin Iso-Britannia, Yhdysvallat ja Australia.

On tarpeellista muotoilla uudelleen kapitalistisessa yhteiskunnassa kasvava ongelma, joka johtuu stressistä (ja ahdistuksesta). Meidän pitäisi kysyä: miten voi olla hyväksyttävää, että niin moni ihminen, etenkin niin moni nuori, on sairas? Kapitalistisen yhteiskunnan mielenterveysepidemia antaisi ymmärtää, että kapitalismi on luonnostaan toimimaton ja sen toimimisen hinta on hyvin korkea sen sijaan, että kapitalismi määriteltäisiin ainoaksi toimivaksi sosiaalisesti järjestelmäksi. (Fisher 2009, 19.)

Nuoret ikään kuin kasvavat seuraaviin ajatuksiin: en ole koskaan valmis, teen loputtomasti pätkätöitä enkä voi suunnitella tulevaisuuttani seuraavaa työviikkoa pidemmälle. Näiden asioiden kanssa painivien nuorten on hankala pukea ongelmia sanoiksi, sillä jos he eivät ole liian väsyneitä, he ovat eksyneet sosiaalisen median palveluihin. Nuoret myös määrittelevät itsensä sosiaalisessa mediassa saavutetun suosion – seuraajien, jalkojen ja tykkäysten – kautta. Kaikesta huolimatta yhteiskunta pesee kätensä koko sotkusta.

Nykyisen yleiskäsityksen mukaan yhteiskunta ei vaikuta mielenterveysongelmien syntymiseen. Jos ajatellaan, että mielenterveysongelmat johtuvat yksilöllisistä aivokemian häiriöistä, se hyödyttää suunnattomasti kapitalismia. Ensinnäkin yhteiskunta väittää sinulle, että olet sairas aivokemioidesi vuoksi; toiseksi siitä syntyy tuottoisa markkinarako monikansallisille lääkeyhtiöille kaupustella lääkkeitään. On sanomattakin selvää, että kaikki mielenterveysongelmat ilmenevät aivoissa, mutta tämä ei kerro varsinaista syytä. On esimerkiksi totta, että masennus johtuu alhaisista serotoniinitasoista, mutta se ei selitä, miksi tietyillä henkilöillä on alhaiset serotoniinitasot. Tähän tarvitaan yhteiskunnallinen ja poliittinen selitys. (Fisher 2009, 37.)

6.2 Ilmastonmuutos ja katastrofit

Ilmastonmuutos ja erilaiset luonnonkatastrofit liitetään vahvasti kapitalismin ja nykyisen kulutusyhteiskunnan seurauksiksi. Vaporwave-estetiikassa etenkin weather channel -kuvasto väläyttelee aiheita, kuten ilmastonmuutos, luonnonkatastrofit ja kapitalistisen yhteiskunnan seuraukset.

Yksi kapitalismin seurauksista on kulttuurin häpäiseminen. Se on järjestelmä, jota yksikään laki ei hallitse, vaan se riisuu lait ottaakseen ne takaisin käyttöön omien tarpeidensa mukaan. Kapitalismille ei voi asettaa rajoja määräyksin, vaan ne määritetään kerta toisensa jälkeen käytännönläheisesti ja improvisoiden. Kapitalismi on kuin John Carpentenin *The Thing* -elokuvan hirviömäinen olio, jolla on kyky muuntautua miksi tahansa ja sulauttaa itseensä kaikki, minkä kanssa se on kosketuksissa. (Fisher 2009, 6.)

Kapitalismi siis omaksuu kaikki sellaiset asiat ja ilmiöt, joista se kokee hyötyvänsä rahallisesti. Se toteuttaa suunnitelmansa jopa keinoja kaihtamatta, mistä annoin useita esimerkkejä tuhokapitalismia käsittelevässä luvussa. Tuottaminen ja kuluttaminen kiihtyvät kiihtymistään sitä mukaa, kun kaikki voittoa tuottavat hyödykkeet sulautuvat osaksi kapitalistista kulutusyhteiskuntaa. Näille näkymille on tuskin odotettavissa laantumista, mikäli kehitysmaat teollistuvat länsimaisen kaavan kautta.

Vaporwaveen voisi yhdistää termin, jota kapitalismifilosofit ovat käyttäneet viime aikoina: accelerationism (suom. kiihdytysoppi). Kiihdytysoppi on käsite, jonka mukaan kapitalismin muovaaman kulttuurin hajoamista ei saa vastustella eikä sitä pysty vastustelemaan. Vastustelun sijaan sitä pitäisi kiihdyttää ja kiihdyttää kohti sekoamispiistettä ja kapitalismin romahtamista, mikä on kiihdyttämisen lopputulos. Tämä voi olla lopulta vapauttava, vallankumouksellinen tai ainoa looginen ratkaisu. (Harper 2012.)



min romahtamista, mikä on kiihdyttämisen lopputulos. Tämä voi olla lopulta vapauttava, vallankumouksellinen tai ainoa looginen ratkaisu. (Harper 2012.)

Kuva 26. Surfing – Deep Fantasy -kannessa (2012) on nainen, joka on sulkenut silmänsä, mikä viittaa todennäköisesti levyn nimeen *Deep Fantasy* – syvä fantasia.

Kapitalismi toimii jo yllättävän tehokkaasti – tai tuhoisasti – omien rahallisten tavoitteidensa saavuttamiseksi. Nykyistä yhteiskuntaa voisi digitalisaation myötä verrata tehtaaseen, jossa liukuhihnoja tuotetaan liukuhihnoilla yötä päivää. Ihminen on omalla toiminnallaan vaikuttanut maapalloon muun muassa ilmastonmuutoksen ja ympäristökatastrofien osalta.

Ilmastonmuutoksen myötä erilaiset luonnonkatastrofit lisääntyvät tulevaisuudessa, valameret hukkuvat muoviin sekä maaperä ja luonto jatkavat saastumistaan. Maapallon kiertoradan täytyminen avaruusromusta on uusi merkintä ihmiskunnan siivousvuorolistaan.

Ilmastonmuutoksesta kumpuava ahdistus on siirtynyt kulttuurimme keskipisteeseen 2000-luvulla. Nyt jokaisen suuryrityksen on esitettävä itsensä ekologisena ja vihreänä, vaikka se käyttäisi tätä ideaa vain hyväkseen. (Fisher 2014, 228.)

Luonnonvarojen loppuminen johtaa äärimmäisessä tilanteessa kokonaisen kansakunnan hätään, mikä puolestaan sytyttää sotia. Kehittyneen sotateknologian ja ydinaseiden varjolla sotatilanne tarkoittaa pahimmillaan sitä, että ihmiskunta tarttuu pistooliin, lataa lippaan ja lopettaa itsensä. Lohduttavaa tai ei, Fisher (2014, 228) toteaa, että ympäristökatastrofi tarjoaa sen, mitä uusliberalismin värittämä poliittinen ymmärtämättömyys ei voi tarjota: elämän kapitalismin jälkeen.

Kapitalisti ei luultavasti ole kovin huolissaan luonnonvarojen loppumisesta – todellisuuspakoisten nuorten tavoin se tuskin koskaan ajattelee sitä. Se saattaa kaavailla avaruusteknologioiden kehittämisen lomassa siirtyvänsä maapallolta jollekin toiselle planeetalle tuhottuaan edellisen.



Kuva 27. Ursula's Cartridges – Aqua Placenta -kannessa (2018) mies surffaa jäteallon sisällä. Miehen surffilaudan kuuluisien brändien tarrat tekevät kuvasta ironisen. Aqua Placenta eli vesikohtu voi viitata veteen, josta elämä siirtyi aikoinaan maalle. Mitä olemmekaan tehneet tälle kohdulle?



Kuva 28. 新しいデラックスライフ -albumin kansikuva -levystä (2012) on sanottu, että tässä kohtaa vaporo-wave on mennyt musiikillisesti liian pitkälle lähes kuuntelukelvottomalla sisällöllä. Kannen hahmon ilme on tuskainen, ja silmistä näyttävät heijastuvan ydinpommin sienipilvet. Kansi muistuttaa minua nykyisestä maailmanpolitiikasta, jonka uhkakuvia ovat ydinsota ja ihmiskunnan tuho.

Kapitalismirealismi perustuu seuraavaan kuvitelmaan: resurssit ovat loputtomat,

maapallo on pelkkä nahka, jonka voi luoda aina uudelleen, ja markkinat voivat ratkaista jokaisen ongelman. Ympäristökatastrofi esiintyy nykyisessä kapitalistisessa kulttuurissa kuitenkin vain jonkinlaisina malleina. Sen oikeat seuraukset kapitalismille ovat liian traumaattisia sulautettaviksi järjestelmään. Kapitalismin on itse asiassa määrä tuhota koko ihmisen elinympäristö. Kapitalismin ja ympäristökatastrofin suhde ei ole sattuma eikä vahinko: yhteiskunnan jatkuva tarve laajentaa markkinoita – sen kasvufetissi – sotii kaikkea mahdollista kestävästä kehityksestä vastaan. (Fisher 2009, 18–19.)

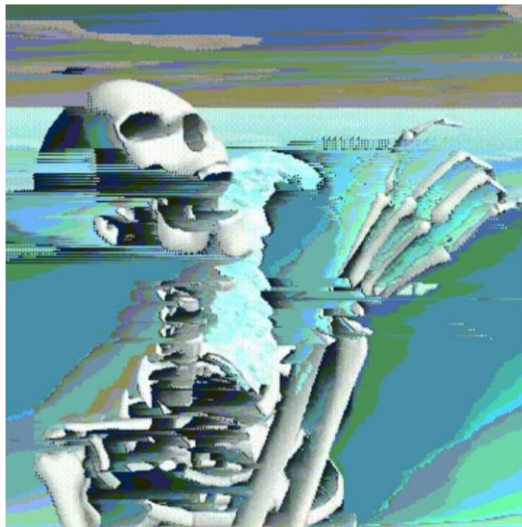
6.3 Kukaan ei ajattele tulevaisuutta

Yrityksistä on tullut työssäkävien uusi perhe, sillä ne vaativat työntekijöiltään sellaista sitoutumista, joka yleensä liitetään perheeseen. Samalla yritykset romuttavat omalta osaltaan nämä samat arvot, joita ne ehkä joskus pitivät oikeudenmukaisina ja hyveellisinä. Kaikki tämä tehdään työn tehokkuuden ja tuottavuuden nimissä. Edellä mainittuihin epäkohtiin on tuskin tulossa suuria muutoksia lähitulevaisuudessa, sillä nuoret kokevat itsensä voimattomiksi nykyisen järjestelmän edessä.

Nuorten äänestysprosentit eivät ole alhaisia sen vuoksi, että he olisivat apaattisia tai kyynisiä. He tietävät asioiden olevan huonolla tolalla, mutta kokevat, etteivät he voi tehdä mitään niiden muuttamiseksi. (Fisher 2009, 21.)

Huimin pyrähdysin eteenpäin kulkeva digitalisoitunut yhteiskunta jättää taakseen laumoittain ihmisiä, joilla on erilaisia keskittymis- ja mielenterveysongelmia – monet näistä

Kuva 29. Electric Specter 電妖怪 – Arctic Circuitry -kannen (2017) perusteella on mahdotonta päätellä, miten suuri luuranko kuvassa on. Tuntuu kuin luuranko vastaisi koko ihmiskuntaa, joka on lopulta sulautunut osaksi jääaavikkoa. Syytä ihmiskunnan tuhoon voivat olla muun muassa massiiviset luonnonkatastrofit tai maailmansota.



ovat valitettavan usein nuoria. Nuoret eivät pysty suunnittelemaan tulevaisuuttaan pitkällä aikavälillä; he eivät välttämättä edes ajattele sitä lainkaan.

Digitalisoitunut yhteiskunta on kärrännyt nuorille uudenlaisia ongelmia, jotka kumpuavat sosiaalisesta mediasta. Tässä digitaalisessa haamutodellisuudessa pärjääminen seuraajineen ja tykkäyksineen määrittää osaltaan sitä, miten nuoret kokevat itsensä ihmisinä.

Uhkana ei ole enää nostalgian houkuttelevuus vaan se, ettemme enää pääse pois menneestä. Löydät itsesi keskeltä harmaan mustaa kohinaa. Miksi täällä aina sataa? Vai onko se vain televisio, joka on käännetty tyhjälle kanavalle? (Fisher 2014, 111.)

Fisherin toteama uhka on se, ettemme enää keksi mitään uutta tai pysty kuvittelemaan uusia, toimivampia ratkaisuja huonojen tilalle. Emme kyseenalaista nykytilannetta tai käytännössä pysty keskittymään yhtään mihinkään. Haikailemme takaisin aikoihin ennen 9/11-iskuja, joita pidetään tietynlaisena rajana nykyisen yhteiskunnan ja vanhan maailman välissä. Nykyinen yhteiskunta polkee paikallaan, sillä kehitys pyyhälsi tavallisten ihmisten ohi, jolloin ainoa vaihtoehto on paeta digitaaliseen maailmaan tai romantisoida mennyttä. Nykyhetki voi tuntua jopa sietämättömältä painajaiselta.

On helpompi kuvitella maailmanloppu kuin kapitalismin loppu. Tämä iskulause kiteyttää tarkalleen sen, mitä tarkoitan kapitalismirealismilla: laajalle levinneen käsityksen, että kapitalismi on ainoa poliittinen ja taloudellinen järjestelmä, mutta nykyään on myös mahdotonta *kuvitella* mitään muuta vaihtoehtoa kapitalismille. (Fisher 2009, 2.)

Vaporwave esittää estetiikassaan näitä teemoja ja pohtii niiden välisiä syy-seuraussuhteita. Vaikka esimerkiksi albumien kansissa ei suoranaisesti vastustettaisi nykyistä kapitalistista aikaa, ne kuvittavat sitä pelottavan osuvasti.

Vaporwave-sana on kuin kuuluisa sitaatti Karl Marxin Kommunisisesta manifestista: "all that is solid melts into air" (suom. kaikki kiinteä haihtuu ilmaan), joka viittaa jatkuvaan kapitalistisen yhteiskunnan muutokseen. Tässä kontekstissa sitaatti muistuttaa lähestulkoon kiihdytysoppia sivuten vanhenemisen väistämättömyyttä. Vaporwave-artistien kritiikki kumpuaa edellä mainitusta ajatuksesta: tuotannon alituiset mullistukset, yhteiskunnallisten olosuhteiden jatkuva ja keskeyttämätön häirintä, ikuinen epävarmuus sekä levottomuus erottavat porvarillisen ajanjakson kaikista aiemmista ajanjaksoista. (Harper 2012.)

7 VAPORWAVE ON KUOLLUT

Vaporwave on elektronisen musiikin genre, joka on saanut alkunsa verkossa. Genren musiikki ja estetiikka ovat levinneet esimerkiksi ilmaisten musiikkipalveluiden (Bandcamp ja SoundCloud) ja sosiaalisen median välityksellä niin tehokkaasti, että vaporwave on netin musiikki- ja estetiikkailmiö. Leviämistä ovat kiihdyttäneet muun muassa estetiikan ja musiikin outous ja nostalgisuus.

Genre saattaa näyttäytyä aluksi useimmille vitsinä, meeminä tai kapitalismia ihanoivana ja sitä kiihdyttävänä ilmiönä, mutta nämä ovat yleisimpiä harhakäsityksiä vaporwavesta.

Punk-ilmiössä ja vaporwavessa on paljon yhtymäkohtia, ja vaporwaven onkin sanottu olevan digitaalisen ajan punk-ilmiö. Yhtymäkohtina pidetään DIY-henkisyyttä, provosoi-vaa estetiikkaa ja uuden sukupolven nousua – suuri osa vaporwave-yhteisöön kuuluvista henkilöistä on syntynyt 80–90-luvuilla. Nämä seikat selittävät myös osaltaan sitä, miksi vaporwavesta on tullut ilmiö.

Genren estetiikkaa ja musiikkia pidetään postmodernina pastissitaiteena, josta puuttuu huumori, ja se on kriittinen kapitalismia ja yhteiskuntaa kohtaan. Tämä kritiikki esitetään usein nostalgian ja hauntologian avulla, jolloin useita eri aikakausia ja paikkoja sekoitetaan keskenään. Estetiikka on ristiriitaista, mutta tällä tavalla se peilaa nykyhetkeä ja tulevaisuutta paljastaen kapitalismin vaikutukset ihmisiin ja koko yhteiskuntaan.

Vaporwave-estetiikka esittää kapitalistiset ja yhteiskunnalliset aiheet sellaisina kuin ne ovat, mutta se tekee niistä nostalgian ja hauntologian avulla käsinkosketeltavampia. Samalla vaporwave asettaa itsensä naurunalaiseksi, sillä se on taidetta, joka ottaa suuren osan vaikutteistaan ja sampleistaan kapitalismiin liittyvistä aiheista. Vaporwave on kapitalistista ja yhteiskunnallista metaa.

WTC-iskuilla on ollut merkittävä vaikutus vaporwave-artisteihin: heidän musiikkiinsa, heidän käyttämäänsä kuvastoon sekä siihen, minkälaisia ihmisiä he ovat nykyään. Vaporwave voidaan nähdä myös 9/11-päivänä istutetun trauman käsittelyinä. WTC-iskujen jälkeen maailma on valvontalaite kerrallaan luisunut kohti valvonta- ja salavaikutusyhteiskuntaa, mitä vaporwave kritisoi kuvastossaan.



Kuva 30. Disconscious – Hologram Plaza -kansi (2013) on peilikuva, jossa myös kuvan auto heijastuu peiliä muistuttavasta maasta. Artistinimi Disconscious tarkoittaa suomeksi ei-tajuissaan, mikä voi viitata yhteiskunnan tajuttomuuteen tai haavekuviin.

Nykymaailmassa mikään ei tunnu olevan yksityistä. Anonymiteetti onkin yksi vaporwave-genren vallitsevista kannanotoista nykyistä yhteiskuntaa kohtaan, jossa henkilökohtainen elämä levitetään kaikkien nähtäville. Emme edes tarkalleen tiedä,

paljonko meihin lopulta vaikutetaan tekoälyn, verkkovakoilun ja kohdennetun mainonnan avulla. Vaporwave on genren syntymästä asti pohtinut estetiikassaan teknologian, tekoälyn ja ihmisen välistä suhdetta.

Nuorten mielenterveysongelmat johtuvat osaltaan nykyisestä kapitalistisesta yhteiskunnasta, johon digitalisaatio ja sosiaalisen median luoma haamutodellisuus vaikuttavat. Yksi kapitalismin äärimmäisistä muodoista on henkilöbrändääminen, joka antaa ihmiselle kaupallisen arvon. Etenkin nuorten kokemaa ahdistusta johtuu muun muassa edellä mainituista seikoista.

Estetiikka nostaa suurennuslasin alle myös ne uhkakuvat, jotka kapitalistinen yhteiskunta jättää jälkeensä. Vaporwave-albumien kansissa toistuvat muun muassa ilmastonmuutokseen sekä luonnon- ja ympäristökatastrofeihin kytkeytyvät teemat. Estetiikka maalaa hyvin synkkiäkin uhkakuvia siitä, mitä maapallolle voi pahimmillaan tapahtua.

Vaporwave-estetiikka naamioituu nostalgian verhoon olematta pelkästään sitä. Vaikka estetiikassa esitetään usein menneiden aikojen kuvastoa, vaporwave on genrenä hyvin tiedostava. Estetiikka on vahvasti hauntologista, mitä pidetään tiedostavana ja kriittisenä tapana esittää kuvastoa. Tätä kuvaa hyvin sana *hiraeth*, jonka mukaan myös 猫シ Corp. on nimennyt samannimisen albuminsa. Hiraeth on kymrin kieltä ja tarkoittaa *ikävää sellaiseen paikkaan, johon ei voi palata. Kotiin, jota ei ehkä koskaan ollutkaan olemassa.*

Hiraeth on vaihtoehtoinen menneisyys ja/tai tulevaisuus, johon vaporwave-estetiikka johdattaa hektisestä, kapitalistisesta nykyhetkestä. Se on pakoa todellisuudesta paikkaan, jossa teknologia ja ihminen elävät sopusoinnussa paratiisissa. Se vie utopiaan, joka ei

muistuta lainkaan nykyistä todellisuutta. Estetiikka voi myös kirjaimellisesti muistuttaa meitä kertakäyttöisestä suurten korporaatioiden hallitsemasta kulutushelvetistä, jossa jokainen pelkää yksin.

Onko vaporwave kapitalismikritiikkiä vai antautumista sille? Molempia ja ei kumpaakaan. Nämä muusikot voidaan nähdä sarkastisina antikapitalisteina, jotka paljastavat modernin teknologiayhteiskunnan valheet ja hairahdukset sekä näyttävät, mitä tällainen yhteiskunta edustaa. Toisaalta vaporwave voidaan nähdä myös tämän yhteiskunnan edessä nöyryvänä apulaisena, joka värisee ihastuksesta tuottaessaan uutta musiikkia. (Harper 2012.)

Genre on siinäkin mielessä kaksijakoinen, että se on paradoksi. Se kritisoi suuryritysten hallitsemaa digitalisoitunutta yhteiskuntaa, joka pakenee sosiaalisen median ja netin syövereihin, samalla kun se on itse tuotteistanut musiikin kuvastoineen.

Vaporwave-genren sisällä kinastellaan usein siitä, onko vaporwave myynyt itsensä ja samalla sortunut ironisesti samaan, mihin vaporwave-estetiikan ja -musiikin kritiikki kohdistuu: kapitalismiin. Ajatteluun, jossa musiikki ja kuvasto ovat toissijaisia ja vain mahdollisimman monen fyysisen vaporwave-julkaisun omistaminen on merkityksellistä.

Useat vaporwave-julkaisut ovat siirtyneet luksustuotteiden joukkoon: esimerkiksi Saint Pepsi – Hit Vibes -vinyyliä myydään Discogsissa satojen eurojen hintaan. Discogs on eräänlainen netin musiikkijulkaisujen katalogi ja kauppapaikka. Moni saattaisi todeta, ettei kukaan sorru tällaiseen rahastukseen. Näitä toteutuneita satojen eurojen kauppvoja on pelkästään Discogsissa useita, ja Saint Pepsi on vain yksi lukuisista esimerkeistä.



Kuva 31. 猫シ Corp. – Hiraeth -kannessa (2014) patsas, tietokoneikkunat ja Amiga-logo sekoittuvat keskenään. Ikkunat ovat kuin toisia todellisuuksia. Kannen perusteella on hankala sanoa varmaksi, mikä kuva kuuluu mihinkin – mikä on totta, mikä ei. Taustalla on houkutteleva paratiisimaisema.

Kaikesta huolimatta vaporwave-estetiikka ja -musiikki kertovat kapitalismista ja 2010-luvun kulutusyhteiskunnasta kritisoiden niitä. Tannerin (2016, xii) mukaan vaporwave on vaihtoehto musiikkiteollisuuden tarjoamalle musiikille; se syntyi yhteisöissä, joiden tavoitteena oli tehdä uutta, kiinnostavaa musiikkia ja kuvastoa sekä verkostoitua keskenään.

Marx on kuollut, kommunismi on kuollut – hyvin kuollut – ja niin ovat sen toiveet, ajatukset, teorit ja käytännötkin. Se sanoo: kauan eläköön kapitalismi, kauan eläköön markkinat, tämä on taloudellisen ja poliittisen liberalismiin selviytymisen nimeen! (Derrida 1994, 64.)

Koska vaporwave on yhteiskunta- ja kapitalismikriittistä estetiikassaan ja musiikissaan esittäen nämä aiheet häpeilemättömästi ja käsinkosketeltavasti, edellisen julistuksen perusteella voidaan todeta, että kapitalismi on murhannut ja sulauttanut itseensä myös vaporwaven. Kapitalismi roikottaa vaporwaven giljotiinissa leikkautunutta päätä ilmassa ja lisää Derridan kapitalismikuvaukseen: ”Vaporwave is dead. Long live vaporwave! – Vaporwave on kuollut. Kauan eläköön vaporwave!”

...tai niin kapitalisti ainakin toivoo.

LÄHTEET

- AAVE Festival. 2018. Hauntology – Punseptin osuvuus: superlyhyt johdanto hauntologiaan. Viitattu 25.2.2019. <http://www.fluidi.org/aave/hauntology/>
- Bandcamp Daily. 23.12.2016. 2016: The Year in Stats. Viitattu 23.2.2019. <https://daily.bandcamp.com/2016/12/23/2016-the-year-in-stats/>
- Beuchamp, S. 1.4.2017. "Attention Online Shoppers...". The Brooklyn Rail. Viitattu 23.2.2019. <https://brooklynrail.org/2017/04/music/Attention-Online-Shoppers>
- Derrida, J. 1994. Spectres of Marx. New York: Routledge.
- Fisher, M. 2009. Capitalist Realism: Is there No Alternative? United Kingdom: Zero Books.
- Fisher, M. 2014. Ghosts of My Life. United Kingdom: Zero Books.
- Harper, A. 7.12.2012. Comment: Vaporwave and the pop-art of virtual plaza. Dummy. Viitattu 27.2.2019. <https://www.dummymag.com/news/adam-harper-vaporwave/>
- Harper, A. 22.9.2014. The online underground: A new kind of punk? Dummy. Viitattu 27.2.2019. <https://www.residentadvisor.net/features/2137>
- Klein, N. 2007. The shock doctrine: the rise of disaster capitalism. New York: Metropolitan Books.
- Nowak, R. & Whelan, A. "Vaporwave Is (Not) a Critique of Capitalism": Genre Work in An Online Music Scene. Viitattu 15.3.2019. https://www.researchgate.net/publication/329393581_Vaporwave_Is_Not_a_Critique_of_Capitalism_Genre_Work_in_An_Online_Music_Scene
- Pad Chennington. 19.10.2017. Vaporwave & 9/11: A Nostalgic Connection. Viitattu 3.3.2019. <https://www.youtube.com/watch?v=W713p9UkgZk>
- Reynolds, S. 2012. Retromania: pop culture's addiction to its own past. London: Faber and Faber.
- Sonnenberg, J. 20.3.2017. Waves of Vapor. Confluence. Viitattu 23.2.2019. <https://confluence.gallatin.nyu.edu/context/first-year-writing-seminar/waves-of-vapor>
- Tanner, G. 2016. Babbling Corpse: Vaporwave And the Commodification of Ghosts. United Kingdom: Zero Books.
- Lavia, P./Ursula's Cartridges. Henkilökohtainen tiedonanto. 7.2.2019.
- wosX-. 10.6.2015. Vaporwave: A Brief History. Viitattu 3.3.2019. <https://www.youtube.com/watch?v=PdpP0mXOIWM>
- 猫シ Corp. Henkilökohtainen tiedonanto. 5.2.2019.

Liite 1. Vaporwave-albumit

1. Macintosh Plus – Floral Shoppe (2011)
2. Esprit 空想 – Virtua.zip (2014)
3. Blank Banshee – 0 (2012)
4. Luxury Elite/Saint Pepsi – Late Night Delight (2013)
5. Sandtimer – Vaporwave Is Dead (2015)
6. Death's Dynamic Shroud.wmv – I'll Try Living Like This (2015)
7. Windows 96 – cccrpeddreams // (2014)
8. Aokigahara Online – Aokigahara Online (2015)
9. James Ferraro – Far Side Virtual (2011)
10. Giant Claw – Soft Channel (2017)
11. Air Japan – Tokyo Audio 3000 (2014)
12. Future_Teller_ – Lonely_Towers_ (2016)
13. 猫 シ Corp. – News At 11 (2016)
14. PZA – Capital Customer (2015)
15. Mirror Kisses – Heartbeats (2013)
16. Bbrainz – Internet Lust (2014)
17. .mp3Neptune – I Love You, Saturn City (2015)
18. Internet Club – Redefining The Workplace (2012)
19. Golden Living Room – Welcome Home (2014)
20. 2814 – 新しい日の誕生 (2015)
21. Vektroid – Neo Cali (2013)
22. PrismCorp Virtual Enterprises – Home™ (2013)
23. NxxxxxS – Fujita Scale (2014)
24. NxxxxxS – Fujita Scale (2019)
25. Remember – The City Is My Friend (2018)
26. Surfing – Deep Fantasy (2012)
27. Ursula's Cartridges – Aqua Placenta (2018)
28. ■■■新しいデラックスライフ■■■ – □世界から解放され□ (2012)
29. Electric Specter 電妖怪 – Arctic Circuitry (2017)
30. Disconscious – Hologram Plaza (2013)
31. 猫 シ Corp. – Hiraeth (2014)