

# Visuaalisen viestinnän estetiikka ja etiikka

# Kuka minä olen?

- Graafikko
- Taidehistorian maisteri
- Toimittaja- ja taidekriitikkotausta
- Tieteen popularisointia













# Kurssin kolme pääkysymystä

## A) Graafikon identiteetti

### Onko graafikko taiteilija?

- Mikä eroa näillä kahdella on?

## B) Maku, tyyli ja moraal

### Mikä on hyvä maku? Mikä on mautonta?

- Onko maku/kauneus objektiivinen tai kulttuurinen konstruktio?
- Onko graafikolla moraalinen vastuu?

- Lukekaa teille ehdotetut tekstit, perustakaa lukupiirejä!

Kirjoittakaa 3–5 sivun esseen, jossa pohditte ja vastatte kysymyksiin.

**Deadline 22.11.sähköpostilla osoitteeseen [johanna.bruun@aalto.fi](mailto:johanna.bruun@aalto.fi), laittakaa tiedoston nimeksi, oma nimi, esim: Sukunimi\_Etunimi\_essee**

A) Mitä graafikko on?  
Mikä eroa on taiteilijan  
ja graafikon välillä?



Entäs graafikolla  
ja käsityöläisellä?

Entäs käsityöläisellä  
ja kuvittajana?

Miättikää kolme eroa taiteilijan ja graafikon välillä.

“Good Art Is Interpreted. Good Design Is Understood”

“Good Art Is a Taste. Good Design Is an Opinion.”

“Good Art Is a Talent. Good Design Is a Skill.”

“Good Art Sends a Different Message to Everyone.

“Good Design Sends the Same Message to Everyone.”

“Good Art Inspires. Good Design Motivates.”

<https://www.webdesignerdepot.com/2009/09/the-difference-between-art-and-design/>



The bottom line – the main difference between art and design – is that art asks questions, while design answers them. Design is there to fill a need. Art fills no need except its own internal need to exist and challenge the viewer.

<https://www.hongkiat.com/blog/design-vs-art/>

Onko se näin  
yksinkertaista?

JCDecaux



**TODELLISILLE  
NAUTISKELIJOILLE.**

**ingmariini**



**KERÄÄ 10 RASIAA JA  
SAAT KOMEAN  
RANTAPYYHKEEN**

Lisätiedot osoitteessa:  
[todellisillenautiskelijaille.fi](http://todellisillenautiskelijaille.fi)



PASSION IS A HUNGER ONLY A BIG ONE CAN SATISFY



*Oh Baby! Grab hold of our buns and you can feel the difference having a big one makes. Satisfied with love and affection our trademark Big Kahuna Burgers are perfection, moist with secret sauces from the Island Gods. When you hunger for a big one, only a Big Kahuna Burger will satisfy your passion.*

*Don't forget to try our new Royale With Cheese!*



**IT IS A TASTY BURGER**



No relation to people or individuals is intended. This is purely a work of fan fiction/parody and is based solely upon characters and names from Pop Culture, written by Quentin Tarantino. Any rights are those of the individual owners or their Rights holders, and no similarity is intended or intended. This is a work of fan fiction and is not intended for sale or profit. All images are copyright their respective owners and no rights are granted or implied. BackCountry and Giant Slings were giantbuns.com. The world's bestest apparel!

Big Kahuna Burger is Menu, Castle Rock, Lake Okechobee, Tropicana, Pinyon Plaza, Miami and Los Angeles.



Vuonna 1990 pidettiin iso graafisen suunnittelun näyttely I.B.M. Gallery of Science and Art New Yorkissa. Andy Grundberg kirjoitti kritiikin siitä, jossa hän pohti ja kyseenalaisti erottelu taiteen ja graafisen suunnittelun välissä NY TIMES:ssa.

“At the turn of the century, graphic design was called commercial art - a term that presumably fell out of favor because of its built-in contradictions. How could design that served the needs of commerce also be considered art? And how could art have a practical function without losing its status as art?”

Review/Graphic Design  
If It's Commercial, Is It Really Art?  
By ANDY GRUNDBERG FEB. 23, 1990

<https://www.nytimes.com/1990/02/23/arts/review-graphic-design-if-it-s-commercial-is-it-really-art.html>

“In the same way as photography, which also overlaps these boundaries, graphic design provides an intriguing and always problematic exception to the prevailing view of art as an autonomous, non-functional activity. ”

Review/Graphic Design  
If It's Commercial, Is It Really Art?  
By ANDY GRUNDBERG FEB. 23, 1990

<https://www.nytimes.com/1990/02/23/arts/review-graphic-design-if-it-s-commercial-is-it-really-art.html>

Esitän seuraavaksi kaksi eri vastausta tämän osion pääkysymykseen. Samalla esitän kaksi hyvin erilaista taidekäsitystä: yksi, jonka mukaan graafinen suunnittelu **ei voi tulkita taiteeksi** ja toinen **jonka mukaan se voi.**

Autonominen vs.  
Välineellinen  
taidekäsitys

# Autonominen taide

Modernistisen taidekäsitteksen pääfilosofi **Immanuel Kantin** mielestä välinellinen taide (esim. graafinen suunnittelu) ei missään nimessä olisi taidetta.

**Miksi? Ja mihin tämä idea johti?**

## **Immanuel Kant (1724–1804)**

Saksalaisen filosofin Immanuel Kantin kirjassa *Arvostelukyvyn kritiikki* (1790) esitetään ajatus puhtaasta taiteesta ja puhtaasta arvostelukyvystä.

Kant on länsimaisen taidekäsitteksen ehdoton gigantti. Hän kuuluu joukko filosofeihin, joita kutsutaan saksalaisiksi idealisteiksi. Kantin filosofia rakentuu kolmelle kritiikille:

*Puhtaan järjen kritiikki* – jossa hän esittää järjen rajat.

*Käytännöllisen järjen kritiikki* – jossa hän esittää etiikan perusvaatimuksen.

**Arvostelukyvyn kritiikki** – jossa hän esittää kauneuden kokemisen ehdot.



Kantin mukaan kauneus on **pyyteettömän katseen tulosta**. Kun tarkastelija antaa kohteen olla sellaisenaan, **ilman että pyrkii välineellistämään** sitä, silloin kohde on kaunis.

Estetiikassa siis intressitön ja mietiskelevä havainto on ehtona sille, että kauneudesta on mahdollista nauttia.

Tämä intressitön kokemus kauneudesta toimii Kantin mukaan ilman käsitteitä, sitä ei voida pukea sanoiksi, ei rationalisoida eikä analysoida järjen kautta. Kauneus Kantin mielestä on siis eri asia kun "miellyttävä" (järki) ja "oikein" (moraali), koska nämä kahta kategoriaa perustuivat käsitteisiin.

**HUOM: Kauneus Kantin mukaan on muutakin kun pelkkää pintaa. Kokemus kauneudesta on lähempänä hengellistä kokemusta kun pelkkää visuaalista nautintoa.**

Tämän taidekäsitteksen seuraaksena taiteesta tulee ilmiö, joka toimii ikkän kuin muiden pragmaattisten yhteiskunta-alueiden yläpuolella. **Puhutaan puhtaasta ja vapaasta taiteesta.**

Taiteen tarkoitus, ei ole Kantin näkökulmasta edistää rahallisia tai poliittisia intressejä, eikä ilmaista moraalisesti hyväksyttäviä tai miellyttäviä asioita – **taide on olemassa vain itsensä ja kauneuden takia.**

L'art pour l'art.

Mistä puhdas  
taide tulee?

LUOVASTA

NEROSTA

Koska taiteilijanero ei voi luoda mitään jo olemassa olevien käsitteiden nojaten, kaikesta tärkein asia taiteelle on Kantin mukaan **omaperäisyys**. Luovan neron luoma objekti luo uusia sääntöjä, joita muut voivat yrittää seurata.

**Omaperäisyys on vielä tänäkin päivänä määrittelevä tekijä, jopa ehto taiteilijan työlle.**



Muun muassa tekijänoikeuslaissa määritellään teosta **ihmisen luovan työ tuotoksena**.

Jotta teos nauttii tekijänoikeutta, on se yltävä ns. teoskynnyksen yli, eli olla tarpeeksi omaperäisen ja alkuperäisen.

Plagiointikeisseissä esimerkiksi, erillinen raati arvio sitä, jos kyseinen teos on tarpeeksi omaperäinen ollakseen oma teos. Jos objekti ei yltää teoskynnyksen yli on kyseessä plagioimisesta.

Estetiikan käsitteen myötä ajatus taiteen autonomiasta tuli mahdolliseksi. Kantin vaikutusvaltainen erottelu toisaalta **vapaan ja pyyteettömän** esteettisen kokemuksen, toisaalta **teoreettisen, aistillisen tai käytännöllisen** tiedon välillä avasi taiteelle uuden vapauden alueen sitä koskevassa teoreettisessa ajattelussa.

E erityisesti romantiikan ajan filosofit korostivat taidetta hengen vapaan ilmaisun alueena. **Myöhemmin 1900-luvun moderni taide perustui taiteen automian ajatukselle**, jota kuvaa yhdysvaltalaisen abstraktin ekspressionismin edustajan Ad Reinhardtin (1913–1967) lausahdus:

<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Estetiikka:autonomia>

"taide on taidetta,  
kaikki muu on  
kaikkea muuta".

– Ad Reinhardt

Creatio ex nihilo

Kantin taidekäsitys on yksilöön keskitetty. Keskiössä on yksilön luova voima: ajatellaan, että ihminen voi luoda **”jotain uutta tyhästä”**. Tämä käsitys oli ennen mahdottomuus, koska silloin ajateltiin, että vain jumala pystyy tähään.



Taiteessa autonomisuus johti abstraktin taiteen syntymiseen, esim: impressionismi, kubismi, expressionismi ja lopulta abstrakti ekspressionismi.

Koska autonominen taide on olemassa vain itsensä takia, ei tarvitse kuvata mitään jo olemassa oleva tai mitään, jota voidaan pukea sanoiksi.













Tässä kontekstissa graafikko ei voi tulkita taiteilijaksi, koska graafikon **työpanos on väline** ja se toimii nimeenomaan **käsitteillä**.

Graafinen suunnittelija välittää pääsääntöisesti **konkreettisen viestin**.

Välineellinen taide

**Karl Marxin** välineellisen ja kollektivistisen taidekäsitteksen mukaan taas graafinen suunnittelu todellakin on taidetta. Tai pikemminkin, hän näki välineellisen taiteen arvokkaampana kuin autonominen taide.

**Miksi? Ja mihin tämä idea johti?**



Kantin metafyyminen estetiikka on vahvasti kritisoitunut siitä, että se on epäjohdonmukainen, mystifioiva jopa uskonnollinen. Esim. Walter Benjamin (1892–1940) kirjoitti ”kauneuden kultista” (*The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*, 1936).

Koska Kantin mukaan taide on ei-käsitteellistä ja hän ei ikinä puhuu siitä **miltä kauneus näyttää**, kauneuden ja laadun määrittelemisen jää hankalaksi.

Käytännössä Kantin ajatus autonomisesta luovasta taiteilijanerosta johti siihen, että niillä joilla oli jo valta kulttuurialalla pystyivät määrittelemään mitä on kaunista ja mikä hyvää taidetta.

Onko neorkäsitys  
valkoisesta miehestä  
valkoiselle miehille  
keksitty konsepti?

## **Karl Marx (1818–1883)**

Karl Marx kritisoi saksalaisia idealisteja siitä, että niiden ajatukset taiteesta olivat porvarillisia ja elitistisiä eivätkä huomioineet luokkayhteiskunnallisia perspektiivejä tai ottaneet huomioon materialistinen todellisuus.

Marx harvoin puhuu taiteesta, mikä itsessään on merkki siitä, että hän ajatteli, ettei taiteella ole itsearvoa. Hän puhui sen sijaan **semi-taiteellisesta** toiminnasta ja otti usein esimerkkinä keskiajan käsityöläisistä. Marx ajatteli, että taiteilija on työläinen muiden joukossa ja että hän voi tehdä **muun muassa** taiteellista työtä.

Marx myös kritisoi **yksilön ja ihmisen fetisointia** ja otti etäisyyttä, jota hän kutsui romanttiseksi porvarilliseksi ideaksi. Taide oli Marxin mielestä luotu ihmisestä ihmiselle. Hän myös kritisoi sitä, että omistava luokka toimivat taiteen mesenaatteina.

Marx kuvasi **jakoa hengellisten ja materiaalisien** töiden välissä illuusioksi, jossa tietoisuus toimii ilman kytkös käytännölliseen todellisuuteen. Tämä kahtiajako johti Marxin mukaan siihen, että syntyi porvarillinen idea **puhtaasta filosofiasta ja taiteesta**. Marx kritisoi saksalaisia idealisteja siitä, että heidän ajatuksensa liikkuvat **"taivaasta maahan"**.

Nämä ideat otettiin lyhyesti käyttöön Venäjällä työläisvallankumouksen jälkeen (v. 1917). Erityisesti **konstruktivistit** yrittivät luoda uutta tapaa olla taiteilija ja uutta ei-porvarillista, sosialistista taidemuotoa. Uusi taide perustui modernin maailman ilmiöihin porvarillisten arvojen ja kuvaaiheiden sijaan, kuten liikettä, dynamiikkaa ja mekanisuutta.

Taiteen piti toimia työläisten ja sosialistisen yhteiskunnan palveluksessa. Yksi keino tähän oli massatuotanto, kollektiivinen luominen ja taiteellinen ilmaisu poliittisenä välineenä. Kollaasi, valokuva, Julistetaide, teollinen muotoilu ja kirjat, eli yleisesti ilmaisumuotoja, jotka ovat monistettavissa ja välineellisiä olivat konstruktivistisien taiteilijoiden luovan työn keskiössä.

Muun muassa venäläiset avantgardistit kuten Aleksandr Rodtšenko (1891-1956) ja Aleksei Gan (1887–1941) kirjoittivat vallankumouksellisia taidemanifestejä konstruktivismin nimeen.

- 1) Down with art. Long live technic.**
- 2) Religion is lie. Art is lie.**
- 3) Kill human's thinking's last remains tying it to art.**
- 4) Down with guarding the traditions of art.  
Long live the Constructivist technician.**
- 5) Down with art, which only camouflages  
the human impotence.**
- 6) The collective art of the present  
is constructive life.**

**Rodtšenkon produktivistinen manifesti, 1920**

- We declare uncompromising war on art!**
- Long live the communist expression of material constructions.**
- Art is indissolubly linked with theology, metaphysics, and mysticism.**
- Death to Art! It aroused naturally, developed naturally, disappeared naturally.**
- Marxists must work in order to elucidate its death scientifically and to formulate new phenomena of artistic labour within the new historic environment of our time. In the specific situation of our day, a gravitation toward the technical acme and social interpretation can be observed in the work of the masters of revolutionary art.**
- Constructivism is advancing—the slender child of an industrial culture. For a long time, capitalism has let it rot underground. It has been liberated—by the proletarian revolution. A new chronology begins with October 25, 1917.**

**Aleksei Gan "Konstruktivizm" 1922**



Kun poliittinen tilanne muuttui Venäjällä ja hallitus valitsi sosialistisen realismin Neuvostoliiton viralliseksi taidemuodoksi, monet konstruktivistit joko tapettiin tai he pakenivat mm. Saksaan.

Siellä he olivat mukana perustamassa ja kehittämässä **Bauhaus designkoulut**. Bauhausissa konstruktivismi muuttui ajan myötä vähemmän poliittiseksi. Kun tilanne Saksassa paheni taiteilija-suunnittelijat pakenivat taas, tällä kertalla Amerikkaan, jossa olivat sitten mukana mm. vaikuttamassa amerikan mainosmaailman syntymiseen.

Muun muassa venäläiset konstruktivistit ja Bauhaus-taiteilijat ovat modernin suunnittelijan esihahmoja.

**Graafisen suunnittelijan historiallinen esihahmo on siis (sosialistinen) taiteilija. Graafinen suunnittelija ei teoreettisesti ole käsityöläinen eikä taiteilija, vaan näiden kahden hybridi.**

Päällimmäinen syy sille, että graafikko ei nähdä taiteilijana on, että hän ei työskentelee autonomisesti vaan käyttää taitojansa välineellä.

НОВЫЙ

ЛЕВ



ГОСИЗДАТ 1928





ЛЕНГИЗ



КНИГИ

ПО ВСЕМ  
ОТРАСЛЯМ  
ЗНАНИЯ

ЛЕНГИЗ

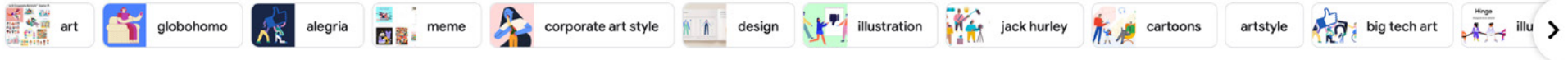


B) Mikä on hyvä tai huono maku?

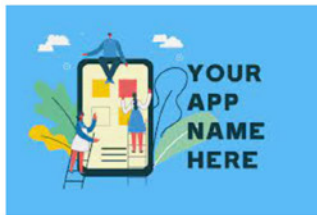
Mitä on  
trendikästä  
juuri nyt?

**Miettikää ja kirjoittakaa paperille kolme  
trendiä juuri nyt.**

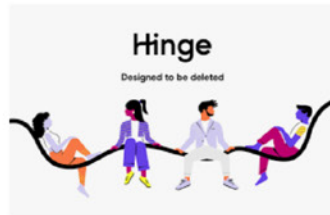




Corporate Memphis - Wikipedia en.wikipedia.org



Why does every advert look the same? Blame ... wired.co.uk



Why does every advert look the same? Blame Co... wired.co.uk



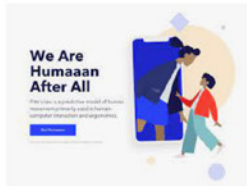
What is Corporate Memphis and Why is it Ever... t-artmagazine.com



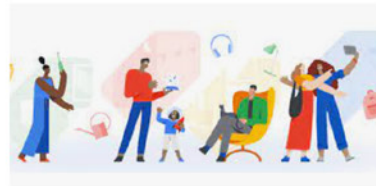
A primer on Corporate Memphis, Big Tech's ... marketplace.org



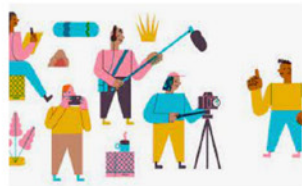
A primer on Corporate Memphis, Big Tech's ... marketplace.org



Why does every advert look the sa... wired.co.uk



Why 'Corporate Memphis' Took Over the Web | Better M... bettermarketing.pub



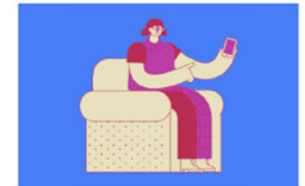
Jack Hurley on Twitter: "I'm a bit obsessed ... twitter.com



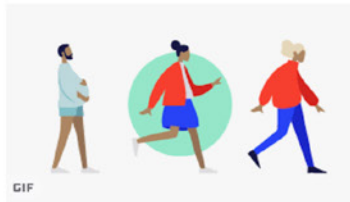
File:Corporate Memphis (2019).jpg - Wikim... commons.wikimedia.org



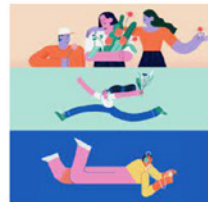
Corporate Memphis; the design style that ... shots.net



Is It Time to Move on From Big Tech's Col... eyeondesign.alga.org



Why 'Corporate Memphis' Took Over the Web | Bette... bettermarketing.pub



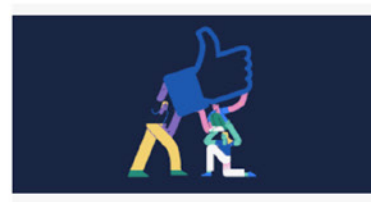
A Brief Overview of Big Tech ... anna-xing.medium.com



Will that 'big tech art style' become th... bootcamp.uxdesign.cc



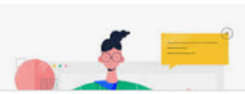
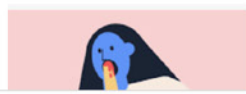
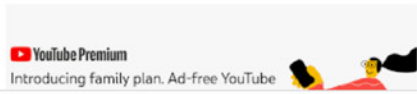
20 Corporate memphis ideas | Illustrati... pinterest.com



A Brief Overview of Big Tech Illustration: Flat Design, C... anna-xing.medium.com



Does 'Big Tech' Design Have an Authenticity Pro... beaconagency.co.uk



http://brutalistwebsites.com/

### Brutalist Websites

In its ruggedness and lack of concern to look comfortable or easy, Brutalism can be seen as a reaction by a younger generation to the lightness, optimism, and frivolity of today's web design.

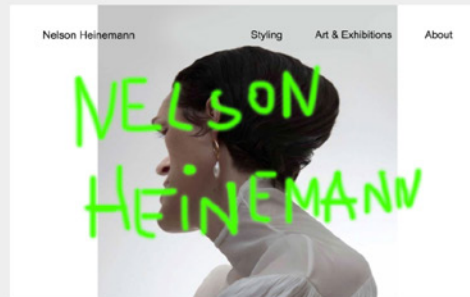
[Submit](#)



RAW Magazine by Brutalist Websites



Disslist



Nelson Heinemann



ISSN 2631-388X MIDDLEPLANE



American Millennial [Interview](#)



Take a Walk on the Wild Side



Utrecht

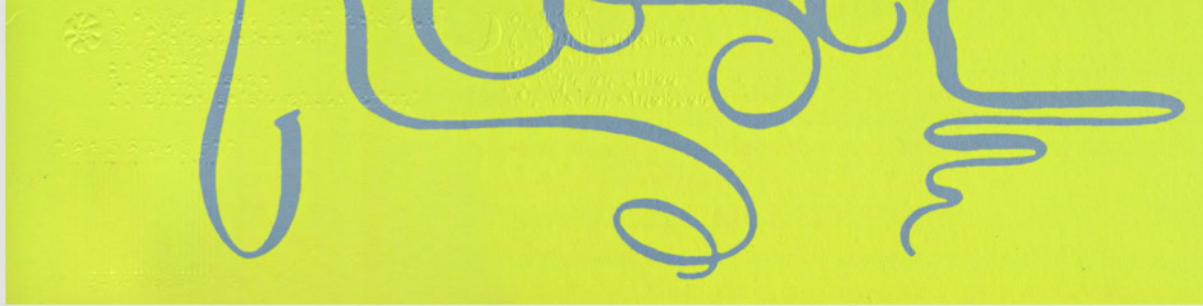
G

S

E

E

Z



**ALL CONTENT ORIGINAL**

email us: [grnxi@gmail.com](mailto:grnxi@gmail.com)  
 (We don't take interns)  
[send fan post](#)  
[archive](#)  
[Like our facebook :D](#)

Funny links:

- [NEW Glyph Drawing Club](#)
- [grnxi reading list](#)





ABC

# Architects Building for Capacity

A

## Architecture

Index 1  
Liste des projets 2-3  
Portfolio 4-16  
Territoires 17-22  
Position 23-26  
Atelier 27  
Associés 28-29  
Publications 30-31  
Manifeste 32

## Architecture

Index 1  
Projects list 2-3  
Portfolio 4-16  
Territories 17-22  
Statement 23-26  
Office 27  
Associates 28-29  
Publications 30-31  
Manifesto 32

Urban design  
Index 1  
Projects list 2-3  
Portfolio 4-16  
Territoires 17-22  
Statement 23-26  
Office 27  
Associés 28-29  
Publications 30-31  
Manifeste 32

Urbanisme  
Index 1  
Liste des projets 2-3  
Portfolio 4-16  
Territoires 17-22  
Atelier 27  
Associés 28-29  
Publications 30-31  
Manifeste 32

Architects  
Building  
for Capacity

ABC

ABC

# Architects Building for Capacity

A

## Architecture

Index 1  
Liste des projets 2-3  
Portfolio 4-16  
Territoires 17-22  
Position 23-26  
Atelier 27  
Associés 28-29  
Publications 30-31  
Manifeste 32

## Architecture

Index 1  
Projects list 2-3  
Portfolio 4-16  
Territories 17-22  
Statement 23-26  
Office 27  
Associates 28-29  
Publications 30-31  
Manifesto 32

Urban design  
Index 1  
Projects list 2-3  
Portfolio 4-16  
Territoires 17-22  
Statement 23-26  
Office 27  
Associés 28-29  
Publications 30-31  
Manifeste 32

Urbanisme  
Index 1  
Liste des projets 2-3  
Portfolio 4-16  
Territoires 17-22  
Atelier 27  
Associés 28-29  
Publications 30-31  
Manifeste 32

Architects  
Building  
for Capacity

ABC

<http://www.buildingparis.fr/#abc>

ABC

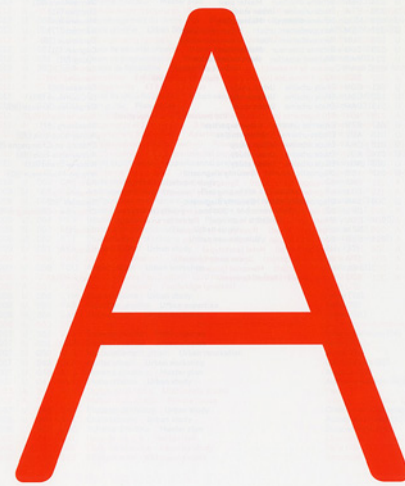
Architects  
Building  
for Capacity

11 rue Severo 75014 Paris (F)  
+33 (0) 1 40 47 09 40  
buildingforcapacity.com

Amateur 26  
Autogestion 6, 10  
Béton de bois 14  
Bois 12, 15  
Brevet 15  
Brique 6, 16  
Cheminée solaire 5  
Courette technique 15  
Évolutivité 10  
Expérimental 10  
Exposition 7  
Extension 10  
Grand ensemble 6, 7, 13, 14  
Habitants 7, 14  
Imbrication 13  
Infrastructure 25  
Inhabitants 7, 14  
Large housing  
Module 14  
Natural ventilation  
Obsolète  
Original project  
Patent 15  
Photography  
Prefabrication  
Prototype  
Recycling  
Renovation  
Responsibility  
Restructuring  
Scalability  
Security  
Self management  
Shared use  
Sobriety  
Solar chimney  
Stone 5, 10  
Sobriété 23  
Technical  
Transformation 6, 10, 11, 13, 14, 24  
Transparency 9  
Usages partagés 5  
Ventilation naturelle 5, 15  
Vulnérabilité 23

Amateur 26  
Brick 6, 16  
Canadian well 5  
Double skin walls 6  
Drainage 13  
Energetic precarity 24  
Exhibition 7  
Experimental 10  
Extension 10  
Flood risk 6  
Imbrication 13  
Infrastructure 25  
Inhabitants 7, 14  
Large housing  
Module 14  
Natural ventilation  
Obsolète  
Original project  
Patent 15  
Photography  
Prefabrication  
Prototype  
Recycling  
Renovation  
Responsibility  
Restructuring  
Scalability  
Security  
Self management  
Shared use  
Sobriety  
Solar chimney  
Stone 5, 10  
Sobriété 23  
Technical  
Transformation 6, 10, 11, 13, 14, 24  
Transparency 9  
Usages partagés 5  
Ventilation naturelle 5, 15  
Vulnérabilité 23

English	French
• Flexible housing	• Logement flexible
• LHC	• Logement collectif
• Programme	• Programme
• Recherche	• Recherche
• Cost	• Coût
• Materials	• Matériaux
• Particularities	• Particularités
• Assemblages	• Assemblages
• Location	• Location
• Strategy	• Stratégie
• Client	• Client
• Services	• Services
• Areas	• Zones
• Project team	• Équipe
• Project partners	• Partenaires
• Program	• Programme
• Delivery	• Livraison



095 PAR Cité plurielle  
à Paris  
Puriel City  
in Paris



2010  
• M&T Mouvement  
• 1071 Avenue de France  
• Paris 13<sup>e</sup> arr.  
• 2010  
• Centre culturel  
et social, ateliers,  
plateaux médicaux,  
plateaux de  
parcours, logements  
de 63 logements  
de 11, 12, 13, 14, 15  
et 16 pièces  
• 2200 m<sup>2</sup>  
• 2020000 euros HT  
• ABC  
• M. A. Clavin Corneil  
• M&T  
• Clavin

2010  
• M&T Mouvement  
• 1071 Avenue de France  
• Paris 13<sup>e</sup> arr.  
• 2010  
• Centre culturel  
et social, ateliers,  
plateaux médicaux,  
plateaux de  
parcours, logements  
de 63 logements  
de 11, 12, 13, 14, 15  
et 16 pièces  
• 2200 m<sup>2</sup>  
• 2020000 euros HT  
• ABC  
• M. A. Clavin Corneil  
• M&T  
• Clavin

093 CAS Maison individuelle  
à Castelo de Vide  
Private house  
in Castelo de Vide



2014  
• Private  
• Castelo de Vide (P)  
• 2014  
• Atelier Landauer  
• 140 m<sup>2</sup>  
• 2015

2014  
• Private  
• Castelo de Vide (P)  
• 2014  
• Atelier Landauer  
• 140 m<sup>2</sup>  
• 2015

Tässä osiossa pohditaan maun käsitettä sekä universaalina kokemuksena että sosiaalisena konstruktiona.

Mietitään myös jos maku, tyyli ja trendit ovat moraalisia käsitteitä.

Esitän seuraavaksi kaksi eri tapaa  
nähdä maun ilmiönä.

Kantin **universaali maun määrittely**  
ja Bourdieun käsitys mausta  
**sosiaalisena konstruktiona.**

Kantin mielestä on vain yksi hyvä maku, mutta sitä ei voida pukea sanoiksi.

Bourdieuun mukaan taas maku on vain väline, jolla pystytään erottamaan ihmisiä toisistaan.



**Kant kysyy:**

**Kuinka on mahdollista, että makuarvostelma on yhtä aikaa subjektiivinen ja objektiivinen?**

Kantin mukaan maukuarvostelma on subjektiivinen siinä mielessä, että se perustuu mielihyvän tai mielihänen tunteelle. **Makuarvostelma nojaa vain tuntemukseen** (Kant 1953, § 32.). Esteettiselle paremmuudelle, kauneudelle tai yleveydelle, ei ole olemassa objektiivista mittauskeinoa. Se ei perustu millekään käsitteelle, johon vertaamalla paremmuutta voitaisiin arvioida. Ei voida koota niiden ominaisuuksien listaa, jotka omaamalla jokin luonnon tai taiteen kohde on välttämättä kaunis tai ylevä. (Kant 1953, § 33.) (Kaisa Koskela, 2008)

<https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/38203/1/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201207122066.pdf>

Maku on Kantin mielestä kuitenkin yleispätevää ja universaali.  
Eli se perustuu johonkin *a priori* (jo olemassa olevaan) periaatteeseen.

**Onpas sekava meno hei, Kant!**

"Täytyy olla mahdollista otaksua a priori, että mielikuvan ja näiden arvostelukyvyn ehtojen sopusointu pätee jokaiseen. Toisin sanoen voidaan oikeutetusti vaatia jokaiselta tätä mielihyvää, eli mielikuvan subjektiivista tarkoitusperäisyyttä tietokykyjen suhteelle aistiesinettä yleensä arvioitaessa. "

(Kant 1953, § 38)

Esteettistä on siis jotain, joka yhdistää ihmisiä, mutta ei ole käsitteillä selitettävissä.

(Kaisa Koskela, 2008)

**Se, että oletamme muutkin ajattelevan, että samat asiat ovat kauniita, on siis Kantin mielestä tarpeksi selvä näyttö sille, että on olemassa joku käsitys kauneudesta joka yhdistää meidät.**

Makuarvostelmaa ei voi Kantin mukaan käsitteen avulla rajata tai ohjata, siksi ei voi myöskään sanoilla määritellä hyvää tai huonoa makua. Tällaisia eroja ihmisten mauissa on Kantin mukaan kuitenkin olemassa.

### **Miten tiedämme kenen maku on hyvä, kenen huono?**

Kantin mukaan tässä on avuksi historia. Hyvää makua on sellaista, joka osoittautuu historiassa kestäväksi, josta yhä uudet sukupolvet pitävät. (Kant 1953, § 32).

Näkemyksestä kaikuu antiikin taiteiden arvostus ja tietynlainen konservatiivisuus taiteessa. Hyvä maku voi Kantilla olla vain yhdenlainen, sellainen tilanne ei ole ajateltavissa, jossa maut olisivat täysin erilaisia, mutta silti yhtä hyviä. (Kaisa Koskela, 2008)

Kant kuitenkin ajattelee, että kauneuden kokemiseen ja hyvän maun omaksumiseen tarvitaan tietty määrä sivistystä. On oltava "treenattu" silmä ja sielu, että voi nauttia taiteen kauneudesta. Myös taiteilijaneron tarvitsee Kantin mukaan harjotella, niin että se neron luonnosta lahjoitettu potentiaali realisoituu.



Se mikä on kaunista ja hyvä maku tämän käsitteen mukaan jää kuitenkin hyvin epämääräiseksi. Kokemus taiteesta tulee miltei maagiseksi ja taiteen sosioekonomista kontekstia ei huomioida mitenkään.

**Tämä käsitys on kuitenkin vaikuttanut suuresti siihen, että taiteen katsojat usein kokevat alemuudentunetta taideteoksen edessä jos ei ymmärrä teosta. Ajatellaan, että vika on katsojassa eikä teoksessa.**

Sosiologi Pierre Bourdieun  
(1930–2002) kirjassaan  
*Distinction – a social  
Critique of the Judgement of  
Taste* (1979) Kantin käsitys  
mausta kritisoidaan  
vahvasti.

"Whereas the ideology of charisma regards taste in legitimate culture as a gift of nature, scientific observation shows that cultural needs are the product of upbringing and education: surveys establish that all cultural practices (museum visits, concert-going, reading etc. ), and preferences in literature, painting or music, are closely linked to educational level (measured by qualifications or length of schooling) and secondarily to social origin.

(Bourdieu, 1979)

Bourdieu siis kritisoi Kant & co. siitä, että he olivat luoneet idean puhtaasta taiteesta ja puhtaasta taiteen kokemuksesta, joka perustuu ideaan luonnonlahjakkaasta taiteilijanerosta.

Bourdieu ajatteli, että maku on jotain opittua ja muotoutuu kasvatuksen ja koulutuksen myötä.

Hyvä maku on siis Bourdeun mukaan **koodi**, joka pitää osata lukea - ja tähän tarvitaan ns. kulttuurista pääomaa.

"A work of art has meaning and interest only for someone who possesses the cultural competence, that is, the code, into which it is encoded.

The conscious or unconscious implementation of explicit or implicit schemes of perception and appreciation which constitutes pictorial or musical culture is the hidden condition for recognizing the styles characteristic of a period, a school or an author, and, more generally, for the familiarity with the internal logic of works that aesthetic enjoyment presupposes.

A beholder who lacks the specific code feels lost in a chaos of sounds and rhythms, colours and lines, without rhyme or reason.

(Bourdieu, 1979)

Bourdieu ajattelee, että on olemassa suorja ja epäsuoria järjestelmiä taiteen kokemiseen. Ja nämä järjestelmät, joista ei puhuta suoraan, ovat piilossa olevia ehtoja siihen, että pystyy tunnistamaan erilaisia tyylejä ja voi sanoa omaavansa hyvää makua.

Bourdieu muotoilee puhtaan kokemuksen taiteesta: "nautintona, joka on *puhdistettu* (fyysisestä) nautinnosta".

"This barbarous reintegration of aesthetic consumption into the world of ordinary consumption abolishes the opposition, which has been the basis of high aesthetics since Kant, between the 'taste of sense' and the 'taste of reflection', and between facile pleasure, pleasure reduced to a pleasure of the senses, and pure pleasure, pleasure purified of pleasure, which is predisposed to become a symbol of **moral excellence** and a measure of the capacity for sublimation which defines the truly human man.

(Bourdieu, 1979)



Bourdieuun mukaan pitäisi päästä irti ajatuksesta taiteesta erillisenä yhteiskuntaalueena, ja kumota erot "**aistien maun**" ja "**puhtaan tai kontemplatiiviseen maun**" välillä.

Bourdieuun mielestä **puhtaasta mausta** tulee symboli moraalisesta ylemmyydestä ja **mitta ihmisen kapasiteettiä sublimaatioon** (eli hegellisiin kokemuksiin). Tämä taas on Bourdieuun mielestä määritelmä ihmisestä joka on todellakin ihminen, eli hän ei ole aistien vallassa oleva "eläin".

"Taste classifies, and it classifies the classifier. Social subjects, classified by their classifications, distinguish themselves by the distinctions they make, between the beautiful and the ugly, the distinguished and the vulgar, in which their position in the objective classifications is expressed or betrayed.

(Bourdieu, 1979)

Erotut siis  
massalta, niillä  
(maku)erotteluilla  
mitä itse teet.

Maku ja tyyli ovat siis **Bourdieu**n mielestä välineitä, joilla erotetaan ihmisiä toisistaan. Maun kautta tehdään distinktiota ja luokitellaan itseämme ja muita erilaisiin sosiaalisiin lokeroihin. Maulla on myös omat säännöt ja sisäänrakennettu logikka sekä arvoja, josta harvoin osata tai haluta puhua avoimesti.

**Kant** taas ajattelee päinvastaisesti, että maku on jotain joka vain on olemassa. Se on anettu luonnosta katsojalle samalla tavalla kun neron lahjakkuus on anettu luovuutena yksilölle.

**Tämä ns. intuitiivinen makukäsitys, on vahvasti länsä vielä meidänkin ajassamme. Monet ihmiset ajattelevat, että heillä vaan jostain syystä on hyvä maku ja toisella ei.**

Maku, tyylit ja trendit ovat tärkeitä työkaluja graafiselle suunnittelijalle. Esimerkiksi markkinoinnissa graafisen suunnittelijan pitää osata lukea eri tyylejä ja kommunikoida juuri oikealla tavalla juuri oikealle yleisölle.

**On myös tärkeää havainnoida omaa makua, ja pohtia mistä se rakentuu ja mitä se kertoo sinusta. Graafikko ajattelee usein, että hän on hyvän maun ammattilainen, siksi on myös hyvä ymmärtää miten maku yhteiskuntailmiönä toimii, ja mitä kaikkea mausta, tyyleistä ja trendeistä voidaankin lukea ja päätellä.**

Maku ja moraali

Kun puhutaan graafisesta suunnittelusta ja etiikasta ja moraalista keskustellaan usein:

- Tekijänoikeudesta, plagioimisesta ja toisen työn kopioimisesta.
- Moraalisesta vastuusta työn substanssista.

Keskitytään tässä työn substanssiin ja symboliikkaan.



Unlike other professions, for example medicine, law or architecture, graphic design does not have a singular code of ethics to govern the actions of its participants.

A code of ethics would relate to employers, employees and fellow professionals, as outlined by Oliver Bothwell (n.d.) and would help to improve integrity within the profession.

### Why a code would help

Primarily a code would intend to evoke a sense of responsibility within the graphic designer. The responsibility of the graphic designer is intrinsically linked to the ethics of design.

<https://ethicsofdesign.wordpress.com/code-of-ethics/code-of-ethics/#:~:text=The%20code%20covers%20the%20designer's,public%2C%20society%20and%20the%20environment.&text=Most%20importantly%20the%20code%20again,the%20community%20and%20other%20designers.>

## AIGA Standards of professional practice

A professional designer adheres to principles of integrity that demonstrate respect for the **profession, for colleagues, for clients, for audiences or consumers, and for society as a whole.**

### The designer's responsibility to the public

6.1 A professional designer shall avoid projects that will result in harm to the public.

6.2 A professional designer shall communicate the truth in all situations and at all times; his or her work shall not make false claims nor knowingly misinform. A professional designer shall represent messages in a clear manner in all forms of communication design and avoid false, misleading and deceptive promotion.

6.3 A professional designer shall respect the dignity of all audiences and shall value individual differences even as they **avoid depicting or stereotyping** people or groups of people in a negative or **dehumanizing** way. A professional designer shall strive to be **sensitive to cultural values** and beliefs and engages in fair and balanced communication design that fosters and encourages mutual understanding.

## **The designer's responsibility to society and the environment**

7.1 A professional designer, while engaged in the practice or instruction of design, shall not knowingly do or fail to do anything that constitutes a deliberate or reckless disregard for the health and safety of the communities in which he or she lives and practices or the privacy of the individuals and businesses therein. A professional designer shall take a **responsible role in the visual portrayal of people**, the consumption of natural resources, and the protection of animals and the environment.

7.6 A professional designer shall refuse to engage in or countenance **discrimination on the basis of race, sex, age, religion, national origin, sexual orientation or disability.**

<https://www.aiga.org/standards-professional-practice/>

AIGA – The professional organization for design.

Sanotaan, että taiteen nimissä voidaan tehdä melkein mitä tahansa, mutta pitääkö tämä paikaansa? Entäs graafisessa suunnittelussa?

Miten paljon graafikon pitäisi miettiä toimintaansa moraalisesta näkökulmasta?

Esitän seuraavaksi argumenttejä sille, ettei visuaalisen ilmaisun tarvitse olla moraalisesti hyväksyttävää ja toisaalta argumentteja sille, että sen pitäisi.

Jos sanotaan, että graafinen suunnittelu on jollain tavalla taidetta, niin modernistisen taidekäsitteen mukaan, taiteen ei tarvitse olla moraalisesti hyväksyttävää.

Eli palataan vielä kolmannen kerran Kantiin.

Kantin mukaan intressitön mielihyvä tai intressitön kokemus kauneudesta toimii ilman käsitteitä, sitä ei voida pukea sanoiksi, ei rationalisoida eikä analysoida järjen kautta. **Kauneus on siis eri asia kuin "miellyttävä" (järki) ja "oikein" (moraali), koska nämä kaksi kategoriaa perustuvat käsitteisiin.**

**Tämän käsityksen mukaan kokemus taiteesta ja kauneudesta eivät siis perustuu moraaliin.**

§42

Kant kirjoittaa:

Now I am indeed quite willing to concede that an interest in the beautiful in art (in which I include the artistic use of natural beauties for our adornment, and hence for vanity's sake) provides no proof whatever that [someone's] way of thinking is attached to the morally good, or even inclined toward it.

[https://monoskop.org/images/7/77/Kant\\_Immanuel\\_Critique\\_of\\_Judgment\\_1987.pdf](https://monoskop.org/images/7/77/Kant_Immanuel_Critique_of_Judgment_1987.pdf)



Judgments of beauty are based on feeling, in particular feelings of pleasure. The pleasure, however, is of a distinctive kind: it is disinterested, which means that it does not depend on the subject's having a desire for the object, nor does it generate such a desire.

But the disinterested character of the feeling distinguishes them from other judgments based on feeling. In particular, it distinguishes them from (i) judgments of the agreeable, which are the kind of judgment expressed by saying simply that one likes something or finds it pleasing (for example, food or drink), **and (ii) judgments of the good, including judgments both about the moral goodness of something and about its goodness for particular non-moral purposes.**

<https://plato.stanford.edu/entries/kant-aesthetics/#2.1>

"taide on taidetta,  
kaikki muu on  
kaikkea muuta".

– Ad Reinhardt

Tämän käsityksen mukaan taiteilijan ei tarvitse miettiä  
moraalisia aspekteja taiteessaan.

Kantin käsitys taiteesta sopii erityisen hyvin abstraktiin taiteeseen,  
joka pyrkii sanattomaan tunteen ilmaisemiseen. Mutta entäs jos  
kyseessä onkin taidetta, jossa keskitytään johonkin muuhun kuin  
subjektiin tai joka on tarkoitettu olemaan kommunikoiava, tai  
jossa käytetään muita ihmisiä tai vaikka eläimiä hyväksi?

Esim. Teemu Mäen "kissavideo", teos nimeltään "My Way"

(1990-luvulla Eläinsuojeluyhdistys haastoi Mäkelä oikeuteen  
kissan tappamisesta. Teos löytyy nykyään Kiasman kokoelmasta,  
mutta ei saa näyttää julkisesti.)



Elämme juuri nyt yhteiskunnassa, jossa puhutaan paljon moraalista, identiteeteistä ja representaatiosta. Tämä näkyy myös taiteessa. Viime vuosina on puhuttu paljon siitä, voidaanko nauttia teoksesta mikäli tekijä on esim. raiskaaja, tappaaja, pedofiili tai muuten nähtäisi vakavasti rikkoavan yhteiskunnan moraalisia sääntöjä.

Jos katsotaan, että graafinen suunnittelu on aina jollain tavalla kommunikaatiota, moraaliset kysymykset tulevat väistämättä vastaan.

Graafisen suunnittelijan pitää tietää mitä hän kommunikoi ja miten viesti luetaan. Esimerkiksi minkälaisia arvoja viesti sisältää ja mitkä stereotyyppit hän toistaa eli vahvistaa.

Tähän liittyy yhteiskunnan valtarakenteiden tunteminen ja omien etuoikeuksien ymmärtäminen.

Yksi tärkeimmistä keskusteluista, joka koskee erityisen paljon graafikon ja suunnittelijan työtä, on kysymys **appropriaatiosta** eli **kulttuurisesta omimisesta**.



# Appropriation:

The act of taking or using things from a culture that is not your own, especially without showing that you understand or respect this culture.

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cultural-appropriation>

Cultural appropriation is the adoption of elements of a minority culture by members of the dominant culture. Because of the presence of power imbalances that are a byproduct of colonialism and oppression, cultural appropriation is distinct from equal cultural exchange. Particularly in the 21st century, cultural appropriation is often considered harmful, and to be a violation of the collective intellectual property rights of the originating, minority cultures, notably indigenous cultures and those living under colonial rule.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Cultural\\_appropriation](https://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_appropriation)

Appropriatiokysymykseen liittyy vahvasti ajatus omista privilegioista ja ihmisten välisistä valtasuhteista. Appropriatiomekanismia voidaan periaatteessa soveltaa myös vaikka sukupolveen ja luokkaan.

Perusasetelma on yksinkertaisesti se, että jos ihminen joka omaa enemmän valtaa kuin toinen käyttää symboleja, jotka ovat ominaisia sosioekonomisesti alemmilla ryhmällä, asetelma **voi olla ongelmallinen.**

Usein appropriatio esiintyy etnisessä kontekstissa. Eli valkoinen ihminen esiintyy symbolien kanssa, jotka ovat tyypillisiä rodullistetuille ihmisryhmille. Kun symboli siirtyy valkoiseen kontekstiin siitä tulee **eksoottinen dekoraatio**, vaikka sillä voi olla ihan eri tarkoitus, status tai merkitys alkuperäisessä kontekstissa.

Joidenkin mielestä appropriatiosta on kyse myös esim. kun taideopiskelija, joka tulee rikkaasta perheestä (ironisesti) käyttää crocseja – approprioiden siis työväenluokkaa.

Jotkut ajattelevat jopa että "sad boys" kulttuuri, eli miehet jotka saavat näkyvyyttä sillä, että he korostavat tunteitaan, samalla approprioi naiset.

Appropriaatio myös liittyy siihen miten trendit toimivat. Usein trendit syntyvät sillä, että (vastakulttuuriset) keskiluokkalaiset poimivat symboleja tai inspiraatiota muista kulttuureista ja usein sosieconomisesti "alemmista" ryhmistä. Tarkoituksena on usein jollain tavalla **provosoida omaa sosiaalista ympäristöä** ja tällä tavoin rakentaa omaa positiotaan.



# 12-VUOTIAAN ÄITIYSVAATTEET

by Paola Suhonen





<https://vimeo.com/44323287>





Nykyään näkee vähemmän "mokia" juuri kulttuurisen omimisen kontekstissa visuaalisessa kulttuurissa.  
Keskustelu on selkeästi toiminut.

Sen sijaan monimuotoisuus on muodissa.

Ilmiön käänttöpuoli on muu muassa  
**Pink tai green washing.**

Pinkwashing is a term used to describe the action of using gay-related issues in positive ways in order to distract attention from negative actions by an organization, country or government. In the context of LGBT rights, it is used to describe a variety of marketing and political strategies aimed at promoting products, countries, people or entities through an appeal to gay-friendliness, in order to be perceived as progressive, modern and tolerant.





# Zalando avaa Vapauden Vaatekaapin Helsingin keskustaan

SUOMI | VAIKUTTAJAT | 31 ELO 2020, 14:25



KUVA: Zalando

## **"Vaatteilla ei ole sukupuolta" kampanjoi verkkokauppa Zalando ja saa syytöksiä pinkkipesusta – Helsinki Priden yhteistyökumppani on sitoutunut muutoksiin**

Yhtiö kertoo, että sukupuolivalintaa pyritään parhaillaan poistamaan eri asiakasvaiheista, mutta muutokset eivät tapahdu yhdessä yössä.



Suomen suurimman seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen tapahtuman Helsinki Priden pääyhteistyökumppanin nettisivustot ovat herättäneet kysymyksiä pinkkipesusta.

Muodin verkkokauppa Zalando on yksi tapahtuman pääyhteistyökumppaneista, ja yhtiön keskeisen markkinointilauseen mukaan "Vaatteilla ei ole sukupuolta". Zalandon verkkosivuilta ei kuitenkaan saa tilattua edes uutiskirjettä ilman, että valitsee, onko kiinnostunut miesten vai naisten muodista.

Sateenkaarilippuja Helsinki Pride -tapahtuman kunniaksi Helsingissä 7. syyskuuta. Muotitalo Zalando avasi Senaatintorin laidalle virtuaalisesti saavutettavan tapahtuma- ja kohtaamispaikan Vapauden Vaatekaapin Pride-viikon ajaksi. Kuva: Mikko Stig / Lehtikuva

## Tasa-arvon raita

8.6.2020

*Vahvuutta olla aito ja onnellinen*

Näkemyksellinen Armi Ratia perusti Marimekon vuonna 1951. Alusta asti Armin unelmana oli antaa ihmisille voimaa olla onnellisia omana aitona itsenään. Marimekon vahvat värit ja kuviot tarjoavat yhden mahdollisuuden rohkeaan itseilmaisuun.

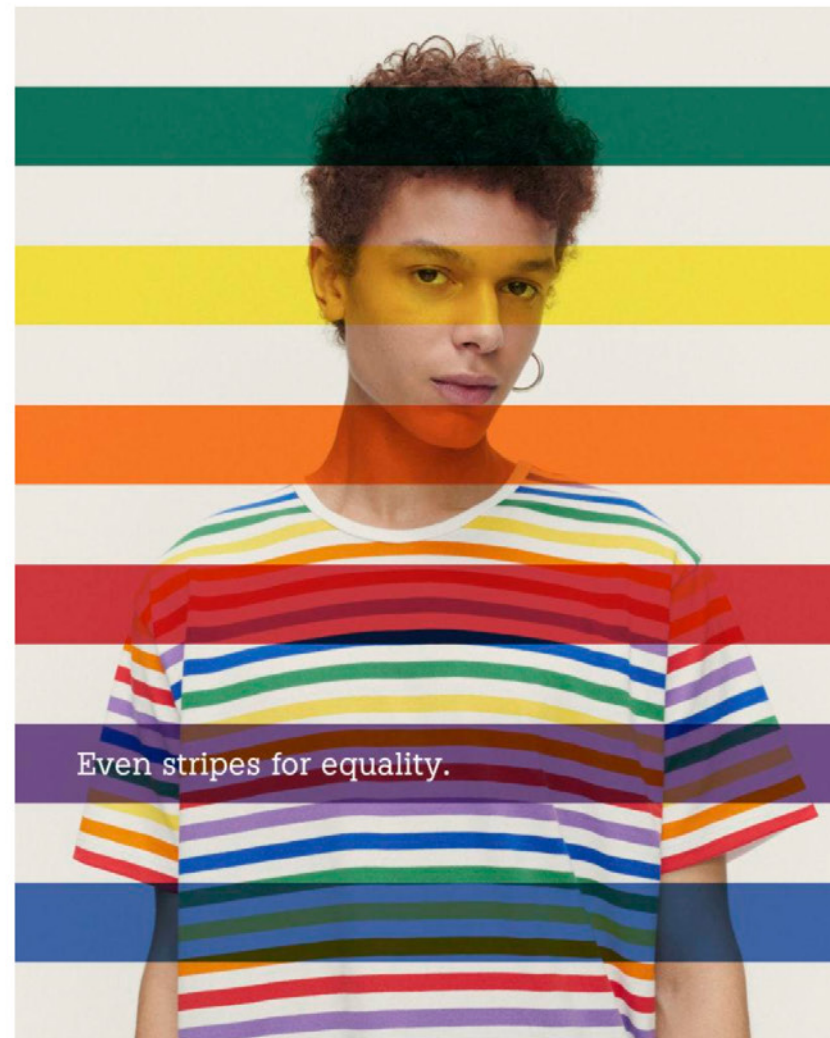
Tasaraita-kuvio syntyi vuonna 1968, kun Annika Rimala suunnitteli kokoelman trikoovaatteita, jotka sopisivat kaikille – ikään, kokoon ja sukupuoli-ilmaisuun katsomatta. Vuosien saatossa Tasaraidasta muodostui Marimekon symboli tasa-arvolle.

### Helsinki Pride – ylpeys muuttaa maailmaa

Yhdenvertaisuus ja aitous ovat aina olleet Marimekolle tärkeitä periaatteita, ja haluamme osaltamme aktiivisesti edistää tasa-arvon ympärillä käytävää keskustelua. Olemme ylpeästi kuuluneet sateenkaaren kaikissa väreissä loistavan Helsinki Priden virallisiin kumppaneihin vuodesta 2018 lähtien. Tänä vuonna Marimekko julkaisee viralliset Helsinki Pride -tuotteet.

Vuonna 2020 Pride-organisaatiot ympäri maailman yhdistävät voimansa virtuaalisessa Pride-tapahtumassa, joka järjestetään 27.6. Helsinki Pride -viikkoa puolestaan vietetään 7.–13.9.

Liity juhlimaan moninaisuutta ja tasa-arvoa kanssamme!







## LAHJOITA TAIDEYLIOPISTOLLE

Sinun tuellasi taiteella on tulevaisuus. Lahjoita Taideyliopistolle.  
Keräys on käynnissä 30.6.2022 asti.





# Case Elovēna



1925



1967



HBL / Volt 2006



# Musta Elovena-tyttö näpästi Raisiota

Turun Sanomat

---



17.9.2006 2:33

**H** *ufvudstadsbladet* luopuu mainoskampanjassaan käyttämästään kuvasta, joka esittää mustaa naista suomalaisessa kansallispuvussa. Lehti kirjoitti lauantaina, että elintarvike- ja rehukonserni *Raisio* pyysi lopettamaan kuvan käytön, koska mainos muistuttaa yhtiön Elovena-tuotemerkestä.

- Hbl katsoo, että mainos ei loukkaa Raision tuotemerkkiä. Mutta koska Raisio ilmeisesti pitää asiaa vakavana, olemme päättäneet toteuttaa heidän toiveensa. Tämän viikonlopun jälkeen käytämme mainoksissamme muita aiheita, totesi Hbl:n toimitusjohtaja Henrik Johansson lehdessä.

Lehden uuden viikkolehden mainos on näkynyt mm. Helsingin keskustassa kauppakeskus Forumin kyljessä viiden kerroksen korkuisena julisteena. Kuvassa kansallispukuinen musta nainen poseeraa pellolla viljalyhde kainalossa.

Päätoimittaja Barbro Teirin mukaan kampanjan tarkoitus on ollut antaa tuttuihin ilmiöihin uusi näkökulma ja saada lukijat pohtimaan omia arvostuksiaan.

- Voiko tummaihoisen ihminen olla aito suomalainen? Ja jos ei, niin miksi, pohdiskeli Teir.



*Rebekka, 2003, Raakel Kuukka*

## Yeboyah - Elovena, 20.12.2019

Yeboyah - Elovena (Virallinen musiikkivideo)



▶ | 🔊 1:59 / 2:51



"Mielikuvissamme elää edelleen suomalaisuuden symbolina kultakutrinen Elovenaneito. Rebekan tummahipiäinen olemus ei ole suomalaisuuden perikuva. Vai voiko Rebekka ja kansallispuuku - kuvasta tulla sellainen."



**Olette molemmat käsitelleet Elovena tai kansallisuusteemaa taiteessanne, kertokaa enemmän siitä, mitä se merkitsee teille ja miksi halusitte sitä käsitellä?**

**Raakel:** Niin, se on tämä *Rebekka ja kansallispuku*- diptyyksi.

**Rebekka:** *Elovena*-brändistä on tullut jonkinlainen symboli suomalaisuudelle. Ehkä mä koen että se kuva ei ole realistinen.

**Raakel:** Jo joskus 1900-luvun alkupuolella on luotu tämä vaaleatukkainen kansallispukuneiti kaurahiutalepaketissa...

**Rebekka:** ... ja kaurapuuro on Suomen kansallisruoka.

**Raakel:** Kaura, joka nyt on uudessa kukoistuksessaan! Tietysti teoksessani on ollut halu laajentaa sitä kuvaa että *Elovena* voi olla mitä vaan. Mutta Rebekkahan on räjäyttänyt potin tässä videossa. Se on jotenkin niin hirveän hienoa. En tiennyt etukäteen mitään koko ideasta. Siinä yhdistyvät paikka, ja nämä symbolit kuten traktori ja suomenhevonen, räsymatto joita sieltä on poimittu. Ja sitten monen näköiset ihmiset.

**Rebekka:** Videossa on oikeasti meidän frendejä ja kuvauspaikka on meidän kesämökki. Se ei ole sillä tavalla mietitty, että "miten me luomme tämän kontrastin?", vaan se on realistinen perusmusavideo, joka on kuvattu mun omista lähtökohdistani.

Räpissä on tyyppillistä leijuminen, joka tarkoittaa sitä, että räppäri on biiseissään kaikkea mitä saattaa kuvitella olevansa. Esimerkiksi **Cardi B** räppää, että "I don't dance, no – I make money moves!" Mietin omalla kohdallani, etten samastu autoihin eikä mulla ole sellaista, joten en lähde leijumaan niistä. Toisaalta en halua rajata itseltäni pois mitään, ja saatan tehdäkin joskus videoita, joissa leijun massijutuilla. Mutta tässä projektissa halusin lähteä siitä, millä leijun tällä hetkellä. Saan eniten itse kiksejä siitä kun juttelen kavereiden kanssa ja kerron, että äidillä on oma kasvima, ja tiedän mitä laitan kehooni. Punajuuria ja perunoita, joissa ei ole lisäaineita, vettä, "mitä sä syöt?". Asia, jolla haluan leijua ja jonka koen tärkeäksi, on luonnonläheisyys. Mitä jos





Instagram

20:39

lumenefinland Sponsrad

Köp nu

471 gilla-markeringar

lumenefinland Kerästä ihäsi luonnollista kauneutta

12:06

trendimag Helsingfors

UJUNI AHMED  
"OLEVA AINA TUNNETUT YKSINÄISYYTTÄ"

MIKHAEL GABRIEL  
"En ymmärtänyt itse, että olen uupunut"

40 IDEAA JUHLIIN  
näytävä meikki • kestävät kampaukset  
asut kaikkiin juhliin • kauneimmat korat

Gillas av pauliinamoi och 506 andra trendimag Juhlat-teemainen Trendi on ilmestynyt!

Ketä sinä haluaisit ilahduttaa lehdellä? Kerro kommentaissa ja voit voittaa lehden itsellesi ja ystävällesi! Kaikkien su 7.11. klo 16 mennessä

vimmacompany Sponsrad

NEW SHOP

Läs mer



Uutuus:  
Louhetar nyt myös  
hopeisena

**Kalevala**

^  
Besök webbplats

Osta itselle tai lahjaksi



SUOMALAISET KLASSIKOT

Suomalainen koruvalmistaja Kaleva Koru aloittaa helmikuussa klassikkokampanjan. Sen kasvoina toimivat Ylen toimittajat Yagmur Özberkan ja Susani Mahadura. Kalevala Korun klassikko-malliston korujen idea tai esikuva on peräisin historiallisesta korusta tai esineestä.

Kalevala Koru on ennenkin kampanjoinut monimuotoisuuden puolesta. Viime toukokuussa [se julkaisi Viivi Huuskan](#) ohjaaman videon, jossa juhlittiin naisten monimuotoista kauneutta ja vahvuutta. Kalevala Korun esimerkkiä kannattaisi muidenkin yritysten seurata.

Taiteen nähdään usein olevan eri asia kuin muu elämä. Tämän takia taiteen ei tarvitsisi noudattaa muun elämän sääntöjä. Usein sanotaan, että olisi sensuuria rajoittaa taiteellista ilmaisua moraalisiin argumentteihin.

**Jos kuitenkin näemme taiteen kommunikaationa tilanne muuttuu.**

Graafisessa suunnittelussa, joka on tavallaan kommunikaation taidetta, moraaliset kysymykset nousevat ajankohtaisemmiksi.

Nykyään käydään vilkasta keskustelua taiteesta ja moraalista. Voiko teoksesta nauttia jos tekijä on "huono" ihminen?

MAUTON  
TEHTÄVÄ

5 ryhmää / 4 opiskelijaa  
Tehkää työtä yhdessä.

Lukekaa Sonya Lindforsin ja Olga Palon teksti "Mikä on hyvää, mikä on kiinnostavaa, miksi?" Beyond bechdel julkaisusta (s. 14–22)

Löytyy tästä:

<https://beyondbechdel2018.files.wordpress.com/2018/10/beyondbechdel2.pdf?fbclid=IwAR1I3A6Zre84dBuHq9LE-GyLDlv2morvsAS1Zm4sg3FHzlryQQkp7EwHodc>

Etsikää seuraavia kuvia ja kirjoittakaa lyhyitä perusteluita (ranskalaiset viivat) siihen, miksi valitsitte juuri kyseiset kuvat.

- Mauton sisustus
- Rumat vaatteet
- Ruma fontti

- Trendikäs asu
- Kaunis koti
- Siisti juliste

Esitelkää ryhmänne lopputulos luokalle. Tehkää kuvakollaasi.

Kuvia voisi löytyä esim:

- Google kuvahaku
- Pinterest
- Vanhoja lehtiä
- Shutterstock tai vastaavia palveluita

## **Ryhmäjako:**

1. Aalo Kailu

Joonatan Koponen

Oona Piippo

Taina Meriläinen

2. Anna Miettinen

Roosa-Emilia Ronkainen

Ella Svens

Siiri Rajalin

3. Kim Tran

Samu Pitkänen

Iris Eklund

Heidi Mäkelä

Elina Äärelä

4. Emma Tahvanainen

Aurora Näsi

Jaana Sundberg

Patricia Sarkkinen

5. Annika Hellsten

Saga Roos

Emma Hansen

Justus Arvelin

Kotitehtävä



Kurssin aikana opiskelijat lukevat liitteenä olevat tekstit ja jokainen kirjoittaa 3–5 sivuisen (A4) esseen, jossa vastaa kolmeen alla olevaan kysymykseen.

Palautus s-postitse johanna.bruun@aalto.fi sekä MyCoursesin tehtävät-osion palautuslaatikkoon.

**Deadline 22.11.2021**

**HUOM. Nimeä tiedostosi omalla nimelläsi (esim. Bruun\_Johanna\_essee.pdf).**

### **1. Onko graafikko taiteilija?**

Mikä ero näillä kahdella on?

### **2. Onko graafisella suunnittelijana moraalinen vastuu?**

Pitäisikö graafikon olla tietoinen yhteiskunnan poliittisesta, moraalisesta ja taloudellisesta tilanteesta vai riittääkö, että pystyy tekemään siistin näköisiä juttuja?

### **3. Mikä on hyvää, mikä on kaunista? Maku, trendit ja maneerit.**

Onko hyvä tyyli ja maku luonnollinen ennalta päätetty asia vai sosiaalinen konstruktio?

**Esseen tuntomerkkejä ovat seuraavat:**

– Kirjoittajan ääni kuuluu. Hyvä essee sisältää kirjoittajan omia näkemyksiä, mielipiteitä ja kokemuksia.

– Persoonallinen ote näkyy myös tyyliässä, tavassa käyttää kieltä. Sananvalinnat, retoriset keinot ja kielikuvat ovat harkittuja ja tehokkaita.

– Kirjoittajan lukeneisuus näkyy. Essee saattaa sisältää viittauksia muihin (tunnettuihin) teksteihin

tai jopa lainauksia niistä.

Asiantuntemus näkyy siinä, että faktat pitävät paikkansa.

– Essee on havainnollinen. Konkreettiset, selkeät esimerkit kirkastavat kirjoittajan ajatuksia.

– Esseessä on pohtiva ote. Esseen lähtökohtana on käsiteltävän aiheen problematisointi, ja sen tehtävänä on antaa ongelmaan vastaus. Esseen viesti, kuningasajatus, on siis selkeä.

– Esseen rakenne on looginen.

## A. TÄKYJÄ eli ALOITUKSIA

1. Pääkäsitteen määrittely
2. Tapausesimerkki tai esimerkkitapauksen kuvaus
3. Taustatietojen esittely
4. Oma kokemus
5. Sitaatti tai sanonta
6. Jonkin lähteen referointi tai viittaus muihin teksteihin
7. Kuvaus
8. Vastakohta-asettelu
9. Kärkevä väite

## B. JÄSENTELYMALLEJA

### 1. Aikajärjestys

### 2. Aihepiirijärjestys (esim. jokin seuraavista)

- tärkeimmästä vähiten tärkeään
- tutusta uuteen
- lähellä olevasta kaukaiseen
- suuresta pieneen
- parhaasta huonoimpaan

### 3. Näkökulmajärjestys (esim. jokin seuraavista)

- lapsen - nuoren - aikuisen - vanhuksen näkökulma

### 4. Vertailujärjestys (esim. jokin seuraavista): esseeseen tulee kaksi isoa osaa, jotka jakautuvat kappaleisiin

- puolesta – vastaan
- ennen – nyt
- meillä – muualla
- yhteistä - erilaista

### 5. Ongelmanratkaisujärjestys

syyt – seuraukset – ratkaisut - arviointi, oma näkemys

## C. KRUUNUJA eli LOPETUKSIA

1. Tiivistelmä
2. Seuraukset
3. Johtopäätös
4. Vertailu johonkin vastaavaan tilanteeseen (analogia)
5. Viittaus tulevaisuuteen
6. Retorinen kysymys
7. Aloituksen käsittely uudella tavalla
8. Oma mielipide
9. Oman viestin korostaminen

## GRAAFIKKO/ TAITEILIJJA:

Autonomisen taiteen määritelmä: <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Estetiikka:autonomia>

Kantin taidekäsitys, Kaisa Koskela Pro gradu-tutkielma: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/38203/1/URN%3ANBN%3Afi%3Aaju-201207122066.pdf> (s.28–39)

Marxin taidekäsitys: <https://arthistoryunstuffed.com/marx-ism-art-artist/>

## MAKU JA MORAALI:

AIGA Standards of professional practice: <https://www.aiga.org/resources/aiga-standards-of-professional-practice>

Lyhyesti Kantin ajatuksesta taiteesta vapaana moraalista: <https://soundideas.pugetsound.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1015&context=psupc>

Artikkeli graafikon moraalisuudesta It's nice that lehdessä: <https://www.itsnicethat.com/features/ethics-graphic-design-essay-131016>

## Appropriaatiosta:

<https://www.interaction-design.org/literature/article/appropriation-and-design-a-tale-of-two-concepts>

<https://www.designweek.co.uk/issues/9-15-march-2020/cultural-appropriation-in-design/>

Ruskeat tytöt kirjoittavat kulttuurisesta omimisesta: <https://www.ruskeattytot.fi/valkoisia-valheita>

## MAKU JA TYYLI:

Kantin makukäsitys, Kaisa Koskela Pro gradu-tutkielma: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/38203/1/URN%3ANBN%3Afi%3Aaju-201207122066.pdf> (s.25–28)

Bourdieuun makuteoria [https://monoskop.org/images/e/e0/Pierre\\_Bourdieu\\_Distinction\\_A\\_Social\\_Critique\\_of\\_the\\_Judgement\\_of\\_Taste\\_1984.pdf](https://monoskop.org/images/e/e0/Pierre_Bourdieu_Distinction_A_Social_Critique_of_the_Judgement_of_Taste_1984.pdf) (s.1–7)

Sonya Lindforsin ja Olga Palon teksti ”Mikä on hyvää, mikä on kiinnostavaa, miksi?” Beyond bechdel julkaisusta. <https://beyondbechdel2018.files.wordpress.com/2018/10/beyondbechdel2.pdf?fbclid=IwAR1I3A6Zre84dBuHq9LE-GyLDlv2morvsAS1Zm4sg3FHHzlryQQkp7EwHodc> (s.14–21)