

Opinnäytetyö (AMK)  
Kuvataiteen koulutus  
2018

Jone Mutka

# SÖPÖ

– Antiikin sulottarista japanilaisiin koulutyttöihin

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Kuvataiteen koulutus

2018 | 35 sivua

Jone Mutka

# SÖPÖ

– Antiikin sulottarista japanilaisiin koulutyttöihin

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan söpöyden käsitettä. Sanalla söpö viitataan yleensä johonkin meitä visuaalisesti miellyttävään tai hyvää oloa herättävään. Yleismaailmallisesti söpöksi mielletään esimerkiksi kissanpennut ja ihmisvauvat.

Opinnäytetyössä tarkastellaan söpöyttä tieteen, populaarikulttuurin ja taiteen kautta. Näiden lisäksi aihetta pohditaan subjektiivisten kokemusten avulla. Käsitteenä söpöys muovautuu kulttuurin, ajan ja yksilön mukaan. Kulttuurivertailun kohteina toimivat länsimaat ja Itä-Aasia.

Söpöys tuo ihmisille mielihyvää. Se on kepeä ilmaisu arjessa. Termin sisältöä ei yleensä jäädä kyseenalaistamaan.

Söpöyteen mielletävien myönteisten käsitysten lisäksi termiin kytkeytyy myös kielteisiä ilmiöitä. Ne liittyvät sukupuoleen, seksuaalisuuteen ja kaupallisuuteen. Söpöydellä pystytään ohjailemaan kuluttajaa tai sitä voidaan käyttää vallan välineenä.

Kokonaisuudessaan söpöys on niin kompleksinen ja muovautuva käsite, että sitä tuskin koskaan pystyy asettamaan valmiiseen viitekehykseen.

ASIASANAT:

söpö, suloinen, kaunis, kuvataide, Japani

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme of fine arts

2018 | 35 pages

Jone Mutka

## CUTE

– From Three Graces to Japanese school girls

This Bachelor's thesis examines the concept of cuteness. The word cute usually refers to something visually appealing or emotionally comforting. Universally for example kittens or babies are seen as cute.

In this thesis cuteness is examined through science, popular culture and fine art. The subject is also pondered by means of subjective experiences. Cuteness is constructed by culture, time and individuals. Cultures compared in this theses are western and east asian culture.

Cuteness brings joy to humans. It is used as light expression in daily life. The meaning of the expressions is rarely doubted.

Cuteness seems to have mostly positive perceptions but there are exceptions. Cuteness can be seen negative trough gender, sexuality or consumerism. Cuteness can trick consumers or it can be used to show authority.

All in all cuteness is so complex and adaptive a concept that it can probably never be fully defined.

### KEYWORDS:

cute, pretty, beautiful, fine art, Japan

# SISÄLTÖ

<b>1 MITÄ ON SÖPÖYS?</b>	<b>5</b>
<b>2 SULOTTARET JA KISSANPENNUT</b>	<b>7</b>
2.1 Kissavideoita	7
2.2 Kaikista suloisimmat	8
2.3 Vastarintaa söpöyden keinoilla itseään vastaan	11
2.4 Nainen tytön vaatteissa	14
<b>3 KAWAIIN KONSEPTI</b>	<b>16</b>
3.1 Olemassa olemattoman rakastaminen	16
3.2 Kulutusmyönteisyys	21
3.3 Maskottimaniaa	22
3.4 Kun söpöys valloitti japanilaisen nykytaiteen	26
<b>4 LIIAN LYHYEN HAMEEN ALTA</b>	<b>29</b>
<b>5 LOPUKSI</b>	<b>33</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>34</b>

## KUVAT

Kuva 1. Antonio Canovan Kolme sulotarta, 1813. (State Hermitage museum 2018.)

Kuva 2. Katja Tukiaisen I have a cat. She would really like to meet you. 2010. (Katjanet 2018.)

Kuva 3. Katja Tukiaisen If you want to be a girl, be! 2016. (Finivast 2017.)

Kuva 4. Stiina Saariston Tyttöjen välisestä ystävydestä III (Splatter). 2003. (Heino 2018.)

Kuva 5. You Watanabe animaatiisarjasta Love Live School Idol Project. (Zerochan 2018.)

Kuva 6. Kumamoto-prefektuurin maskotti Kumamon. (Mainichi 2016.)

Kuva 7. Takashi Murakamin Flowers Blooming in This World and the Land of Nirvana 4, 2013. (Kumi contemporary 2018.)

Kuva 8. Jone Mutkan Kultatyttö. 2017. Kuva: Julius Töyrylä

## 1 MITÄ ON SÖPÖYS?

*Seison Tokiossa, Shibuyan valtavassa risteyksessä odottaen liikennevalojen aloittavan söpöjen pikkulintujen ääntä mukailevan piipityksen merkiksi siitä, että on jalankulkijan vuoro liikkua. Kattojen yllä jättimäiset, kirkkaat valotaulut piirtyvät verkkokalvoilleni pimeässä illassa. Niissä on hymyileviä eläinhahmoja, suloisia piirrostyttöjä ja tunnettuja aasialaisia täydellisen ihmisen kaltaisia pop-tähtiä. Ennen valojen vaihtumista katsahdan puhelintani. Sitä suojaa värikäs Tehotyöt-suojakuori, josta roikkuu toinen toistaan söpömpiä leluautomaatista saatuja kännykkäkoruja. Havahdun liikennevalojen piipitykseen ja vastaan vyöryvään ihmismassaan. Vastaan vaeltavilla ihmisillä roikkuu puhelimissa, repuissa ja sateenvarjoissa yhtä söpöjä maskotteja. Niitä löytyy lähes jokaiselta riippumatta sukupuolesta, iästä tai sosiaalisesta statuksesta. Lähden ylittämään tietä miettien meidän olevan söpöyden uhreja.*

Söpöys ympäröi meitä arjessa. Ilmaisuna, kuvauksena asialle, esineelle tai henkilölle söpö on helppo, kepeä ja yleisesti myönteinen. Harvoin sen merkitystä jää miettimään ilmaistessaan toiselle tuntevansa jonkin olevan söpöä.

Söpöys on abstrakti, lähes rajaton käsite, joka liitetään positiivisia tuntemuksia herättävään ulkomuotoon. Miksi ulkoisia piirteitä, värejä, muotoja tai asentoja koetaan suloi-siksi? Kissanpennut, vauvat, vaaleanpunainen väri ja piirroshahmot ovat esimerkkejä, jotka yleisesti täyttävät söpöyden vaatimukset. Vaatimukset, joita ei ole kirjattu mihinkään. Ei ole lakia, ohjetta määrittämään, mikä on söpöä. Henkilökohtaiset mieltymykset muovaavat tulkintaamme söpöydestä, mutta tuntuu, että tietyt asiat mielletään söpöiksi toistuvasti.

Käsite sitoutuu vahvasti kulttuuriin. Länsimainen tulkinta söpöydestä on pidättäytynyt, rajatumpi verrattuna Itä-Aasiaan. Japanissa, Kiinassa ja Koreassa söpöyttä on kaikkialla. Mainonta, viihde ja taide hallitsevat suloisuuden käytön ja vaikuttavat kuluttajaan häpeilemättä. Söpöys voi olla kauneuden tavoin valtaa, kapitalismin omima lieveilmiö. Kokonaisudessa termin määrittäminen on hankalaa juuri sen monialaisuuden, sekä kulttuuriin ja kontekstiin muovautumiskykynsä takia.

Tässä opinnäytetyössä pyrin löytämään vastauksia söpöyden sisimmästä. Mistä se juontuu, kauanko käsite on ollut läsnä ihmisten kommunikaatiossa ja ilmaisussa? Miten söpöys näkyy eri kulttuureissa ja taiteessa? Kirjoittaessani käytän söpöyttä ja suloisuutta synonyymeinä, vaikka ne molemmat sisältävätkin erilaisia miellelyhtymiä. Kirjoja

aiheesta on vielä niukasti, joten hyödynnän painettujen julkaisujen lisäksi useita artikkeleita internetistä. Käytän opinnäytetyössäni apuna kirjallisten lähteiden lisäksi omakohtaisia kokemuksia ja huomioita Japanissa viettämästäni vaihtovuodesta.

Käsittelen aluksi söpöyttä tieteen ja ihmisen biologian kautta, josta jatkan länsimaissa vakiintuneempiin tulkintoihin siitä. Tämän jälkeen siirryn tutkimaan *kawaii*a, japanilaisten vastinetta söpöydelle, jonka vaikutus on nähtävillä selkeästi ympäri Itä-Aasiaa, mutta nykyään myös länsimaissa. Tutkin myös eri kuvataiteilijoiden tulkintoja termistä. Lopuksi haen söpöydestä yhtymäkohtia omaan taiteelliseen työskentelyyni.

## 2 SULOTTARET JA KISSANPENNUT

Englanninkielen söpöä tarkoittava sana *cute* juontaa itsensä 1700-luvun sanasta *acute*, joka tarkoittaa tarkkaa tai terävää. Sanalla viitattiin huomiota herättävään, mieleenpainuvaan objektiin. 1830-luvun lopulla yhdysvaltalaiset opiskelijat omaksuivat sanan *cute* slangiinsa alkaen viitata sillä silmää ja mieltä miellyttäviin piirteisiin, kuten pyöreät muodot, suuret silmät tai viattomuus (Dale 2017, 2).

Nuoruus ja haavoittuvaisuus ovat teemoina olleet kirjoituksissa ja taiteessa läsnä jo antiikista lähtien. Nuorukaiset sekä sulottaret on tarkasteltu puhki taidehistoriallisesta näkökulmasta, mutta eivät söpöyden. Tulevassa luvussa käsittelen Antonia Canovan versioita kolmesta sulottaresta tästä näkökulmasta. Tieteentekijöillä on tapana väittää, että söpöyden kokeminen on kokonaan biologiaan perustuvaa (Kringelbach, Stein & Stark 2016), mutta mielestäni se on nykyisin vahvasti kulttuuriin sidoksissa oleva käsitys. Nykyihmisen ei tarvitse elää vaistojaan varassa. Vaistot on korvattu halulla katsoa, tuntea tai kokea jotain miellyttävää, ehkä jopa söpöä.

### 2.1 Kissavideoita

Eläinten pennut vaikuttavat olevan vakiintuneen söpöyskäsitteen kiteytymä. Pienet, hauraat, isopäiset, ulkoisille uhkille alttiina olevat keskenkasvuiset hallitsevat suloisuuden itse sitä tajuamattaan. Biologisesti se on valtaa. Aikuisten eläinten aivot on luotu reagoimaan pentujen vääristyneisiin mittasuhteisiin, korostuneisiin piirteisiin ja avuttomuuteen myötätuntoisesti. Ne eivät herätä pelkoa, saati uhkaa. (Angier 2006).

Eläinmaailman söpöys on luontaisesti myös rakennettu sisälle ihmiseen. Tutkitusti ihmismieli reagoi siihen muita eläimiä huomattavasti herkemmin (Angier 2006). Samat söpöyttä huokuvat piirteet stimuloivat ihmisen mieltä. Asiantuntijoiden mukaan sievien vauvojen ja maskottien katselu vapauttaa aivoissa samalla tavoin dopamiinia, mielihyvää aiheuttavaa ja tunteita säätelevää hormonia, kuin hyvän aterian nauttiminen tai piristävät huumeet (Steinberg 2016).

Tässä saattaa piillä yksi syy internetin valloittaneiden kissavideoiden suosiossa. Internetin yleistymisen myötä ihmisillä on pääsy kissavideoiden rentouttavaan maailmaan lähes

missä ja milloin tahansa. Jopa itse *world wide webin* keksijä on kertonut kyseisten videoiden olevan ainoa asia, joka ei ärsytä tai kaduta häntä internetissä (Dale 2017, 9). Kissanpentua katsoessa on vaikea olla tuntematta iloa; sydän saattaa jopa pamppailla ja voi tuntea piristyväänsä. Vaikka kyseiset tuntemukset liitetään kiihtyneeseen dopamiinin tuotantoon, en usko söpöyden aiheuttamien reaktioiden ja tuntemusten olevan mahdollista selittää vain hormoneilla ja tieteellä.

## 2.2 Kaikista suloisimmat

*”Kaunis” – samoin kuin ”suloinen” on adjektiivi, jota käytämme usein jostakin meitä miellyttävästä. Näyttää siltä, että tässä mielessä kaunis vastaa hyvää. Monina historian aikakausina kauniin ja hyvän välillä on ollutkin läheinen yhteys. – Umberto Eco (Eco 2008, 11)*

Kolme sulotarta on ollut toistuva taiteilijoita inspiroiva aihe antiikista nykypäivään. Antiikista puhuttaessa kaunis ja suloinen ovat synonyymeja. Silloin ajateltiin, että kaunis viehättää aisteja muodollaan, mutta myös aineettomalla luonteella ja sielulla (Eco 2008, 45, 73). Tämä käsitys on vahvasti ristiriidassa nykypäivän ajatteluun esteettisyyden ollessa usein vain ulkoisesti tarkasteltavaa.

Vaikka antiikin taiteen aiheet kumpuavat usein mytologiasta, kuvataan tarujen jumalolentoja ihmiskehon kautta. Antonio Canovan Kolme sulotarta, 1813 (ks. kuva 1), heijastelee ihanteita ja täydellisyyttä, kauneutta. Uusklassismin tapaan Canova ihailee antiikkia tekemänsä kautta. Hän on kuitenkin irrottanut teoksensa ajasta ja kontekstista antaen katsojalle tulkinnan varaa. Aikalaiset kuvailivat veistosta kauniimmaksi kuin kauneus itse (State Hermitage museum 2018).

Sulottarien kuvaus edustaa suurelta määrin nykyisen kauneuskäsityksen perustaa: iloa, kauneutta ja hienostuneisuutta. Nykypäivänä kauneus määritellään nopeasti ja usein pelkin ulkoisin perustein. Hymyilevää ihmistä pidetään kauniina, mutta kuvaillessaan häntä suurin osa kutsuisi hänen hymyään kauniiksi, eikä iloisuutta, josta hymy on reaktio. Tuntuu kuin nykyihminen olisi etääntynyt kauneuden käsityksestä. Syyksi tähän uskon olevan suurelta osin sosiaalisen median ja verkkokalvoilla jatkuvasti vilisevän kuvatulvan, joka määrittelee yhteiskuntaamme nopeammin kuin mikään koskaan aikaisemmin. On helppo perustaa mielipiteensä jatkuvasti havaitsemaansa, itseään toistavaan kuvavirtaan ja pitää sitä määrittelevänä tekijänä kauneudelle. Taidokkaasti aikakautensa



ihanteita mukailevat vartalot veistoksessa eivät edusta enää kauneusihannetta, vaikeivat sulottaret fyysisesti rumia olekaan. Sulottarien vartalot eivät täytä nykypäivän mainoskuvaston tai Instagramin fitness-mallien piirteitä. Treenattu, kiinteä nainen vaikuttaa-kin olevan nykypäivän sulotar. Sulottaret ovat pehmeän sopusuhtaisia. Veistoksen muodot vaikuttavat muovautuvan lihan ja rasvan täydellisestä harmoniasta. Mitään ei ole liikaa tai liian vähän. Se ei kuitenkaan enää riitä.

Nykypäivänä turhamaisuuden keskellä sisarellisesti toisiaan syleilevät, ujosti katseensa pois päin kääntäneet sulottaret vaikuttavat erittäin viattomilta. Sosiaalisen median, itsensä korostamisen ja markkinoinnin aikana sulottaret eivät pääse kiinni nykyajan kauneuteen. Itsensä kauppaaminen kuin tavaramerkkinä seuraajien ja rahan toivossa on nykypäivää. Tämä tavoite tuntuu vaativan kauneutta saavutettavakseen. Nykyinen kauneusihanne on kärjistetyksi sanottuna aktiivista, urheilullista, kosmeettisella kirurgialla tai kuvanmuokkauksella kohennettua. Passiiviset ujohtajat sulottaret muistuttavat enemmän vieraan ihmisen kohtaavia pieniä lapsia. He viihtyvät omassa piirissään, jonka veistos luo sulottarien keskelle. Hahmot eivät ole nälkäisiä katseille tai tykkäyksille. Veistokseen pätee Platonin ajatus kauneuden autonomiasta, sattumanvaraisuudesta, jonka mukaan kauneus on kaikkialla, eikä sidottuna pelkästään fyysiseen (Eco 2008, 50). Mielestäni sulottarien kauneus on muuttunut söpödeksi kauneuden käsityksen ja standardien päivittyessä sosiaalisen median aikakaudelle. Nykyihminen yrittää kaikin keinoin pyrkiä kauneuteen ja saada hyväksyntää tai statusta sen avulla. Canovan sulottaret eivät yritä mitään. Ne ovat suloisia kauniissa staattisuudessaan. Veistosta on mielekästä katsoa ja ihaila melkein kuin kissanpentuja huippumalleja kuhisevan internetin seassa.

Luin söpöyttä tutkiessani lauseen ”kaunis halutaan nostaa jalustalle, mutta söpö syliin” (Angier 2006). Kauneuteen liitetty himo on saattanut aikojen saatossa kadota sulottarista, vaikka he poseeraavatkin teoksessa lähes alasti. Avuttoman oloiset sulottaret täyttävät kuitenkin nykyään kaikki söpöyden kriteerit pehmeistä muodoista seesteisyyteen. Voi olla, ettei Canova itse kokenut sulottaria söpöiksi. Nykypäivänä söpöys on läsnä lähes kaikkialla ja se on teemana ajankohtaisempi kuin koskaan.



Kuva 1. Antonio Canovan Kolme sulotarta, 1813.  
( State Hermitage museum 2018.)

### 2.3 Vastarintaa söpöyden keinoilla itseään vastaan

Pyöreät piirteet, pienuus, viattomuus muuttuvat helposti aikuisten maailmassa seksistiseksi ilmaisuiksi, jopa valta-asemaa määritteleviksi tekijöiksi. Aikuisen kutsuessa lasta tai lemmikkiä söpöksi, se on usein viaton tapa ilmaista läsnäolijoille mieltymyksestään kohdetta kohtaan. Kuitenkin aikuisten keskinäisessä vuorovaikutuksessa ilmaistaessa toisen olevan söpö voidaan se mieltää negatiivisesti, jopa alentavasti. Yksi yleisimmistä tällaisista tapauksista on miesten käyttämä naiseen kohdistuva ”tytöttely”. Se on söpöyden pehmentämä tapa alentaa naista, hänen asemaansa tai osaamistaan.

Suomalaisessa nykytaiteessa söpöyden teemat ovat yleistyneet. Söpöyttä ja sen yhteiskunnan rakenteisiin piilotettuja epäkohtia on käsitelty Suomessa etenkin maalauksen keinoin. Söpöyden tuoma valta sekä sen käyttötavat hyvässä ja pahassa ovat Katja Tukiaisen maalaustaiteen kuvastossa vahvoja teemoja. Tukiaisen maalaukset ovat kuin söpöystykillä kankaalle ammuttuja kirjavia ilon julistuksia. Maalauksien aiheina toimivat toistuvasti tytöt, eläinmaskotit ja leikkimäisyys. Miehiä ei kuvastossa juurikaan näy. Tytöt ovat aktiivisia tekijöitä maalauksissa. Hattara-filtterin alla teosten tytöt ovat saaneet tarpeekseen alistamisesta. Söpöys ei määritä tyttöjä tai heidän asemaansa, vaan tytöt ovat kääntäneet sen edukseen, aseekseen. Heidän kehonkielessään yhdistyy viehkaus ja asenne. Tyttöjen pukeutuminen ja oletettu ikä toi mieleeni väistämättä termin lolita. Se vakiintui länsimaihin terminä Vladimir Nabokovin saman nimisestä romaanista, jossa mies kokee seksuaalista himoa alaikäiseen tyttöön. Söpön ja seksuaalisten tuntemusten välillä on selvästi yhtymäkohtia. Samankaltaisia ongelmia söpöys on tuonut mukanaan Itä-Aasiassa.

Tukiaisen maalauksiin kaunokirjaimilla kirjoitetut lauseet, kuten ”I have a cat. She would really like to meet you.” (kissani haluaisi tavata sinut.)(ks. kuva 2), sekä ”If you want to be a girl, be!” (jos haluat olla tyttö, ole!)(ks. kuva 3), ohjaavat katsojan tulkintaa naisten vahvuuteen, itsenäisyyteen. Riippumatta sukupuolesta jokainen voi olla heikko, vahva, ovela tai seksuaalinen.

Teoksissaan Tukiaisen tytöt vaikuttavat olevan taiteilijasta etäänntyneitä. Jää epäselväksi, käsitteleekö hän teoksillaan omakohtaisia vai yleisesti länsimaisen naiseuden ongelmia. Kuvasto on niin vahvasti kytköksissä lapsuuteen, että katsoja peilaa niissä väistämättä omia muistojaan. Helposti pureskeltava populaarikuvasto kuitenkin muistuttaa meitä nuoruuden iloista, suruista ja kehityksestä kohti aikuisuutta. Ihmisen mukanaan

kantamat muistot ja traumat heijastuvat katsojalle maalausten kautta (Zamudio, Tauriainen & Tukiainen 2013, 142).

Tyttöjen lisäksi Tukiaisen kuvastossa eläimien rooli on olennainen. Maalauksissa irtoripset korostavat peurahahmojen viattomuutta, yksisarviset säteilevät magiaa ja kissat kiehnäävät tyttöjä vasten. Kuvasto on kuin Disneyn piirretyistä pakomatalla. Eläinhahmot ovat joutuneet taianomaisesta maailmasta pinkkiin piiloutuneeseen karuun todellisuuteen. Sakkinen käyttää Tukiaisen teoksista kertoessaan termiä *bambiefekti*. Kohtelemme suurisilmäisiä ja pehmoisia eläimiä paremmin. Emme salli kissojen ja koirien tappamista, mutta vähät välitämme lihateollisuudessa tapetuista possuista tai lehmistä. Koko Tukiaisen tuotanto käy keskustelua tällaisesta kaksinaismoralismista (Sakkinen, Tauriainen & Tukiainen 2013, 10).

Vaikka kaikki tässä pohtimani synkkyys söpöyden ympärillä olisikin Tukiaisen maalauksissa totta, toteaa hän itse: *"Maailma, jossa elämme on täynnä pelkoa, kipua, surua ja huolta, mutta maailmaan kuuluvat myös kauniit, lumoavat ja sykehdyttävät hetket. Nämä hetket löytyvät yllättäen ja etsimällä."* (Taurinen & Tukiainen 2013, 186). Yhdyn hänen toteamukseensa. Kaikki käsittelemäni negatiivisuus maalauksissa on kuitenkin yhteiskunnan tuotetta, eikä Tukiaisen. Söpöyttä varjostaa ihminen, eikä varjoa taida päästä koskaan karkuun. Lopuksi Tukiainen toteaa: "Yksi asia on kuitenkin varma. Teosteni tyttöarmeija on hyvän puolella." (Taurinen & Tukiainen 2013, 186).

Mielestäni Tukiainen on onnistunut työssään, vaikka suuren tuotannon takia kriittisyys tematiikkaa kohtaan on itselleni väistämätöntä. Samat teemat toistuvat teoksissa usein, mutta tuntuu se olevan Tukiaisella tarkoituksen omainen tehokeino. Henkilöhahmot teoksissa vaikuttavat yksilöiltä, jotka yhdessä laajana tyttöarmeijana saavat vietyä viestin naiseuteen liittyvistä ongelmista perille. Katsellessani pinkkiä kuvamassaa voi sieltä apatian ja epäkohtien keskeltä todella löytää hauskoja, lumoavia hetkiä, jotka saavat hymähtämään. Vakavia teemoja voi esittää kevyin keinoin vakuuttavasti. Siitä Katja Tukiainen on malliesimerkki.



Kuva 2. Katja Tukiaisen I have a cat. She would really like to meet you. 2010. (Katjanet 2018.)

Kuva 3. Katja Tukiaisen If you want to be a girl, be! 2016. (Finivast 2017.)

## 2.4 Nainen tytön vaatteissa

Tukiaisen tapaan suomalainen taidemaalari ja piirtäjä Stiina Saaristo sivuaa söpöyden teemoja käsitellessään naisellisuutta teoksissaan. Rujot kyllästyneet aikuiset naiset söpöissä mekoissa ovat kuin hautautuneet kitsch-tavaramereen. Hänen kuvastonsa koostuu suurelta osin pikkuleluista, kukista, eläimistä ja paikalleen jämähtäneistä arvoesineistä.

Teoksessa Tyttöjen välisestä ystävydestä III (Splatter) (ks. kuva 4.) hän on tehnyt valokuvarealistisen kuvauksen absurdista tilanteesta, jossa hahmo muistuttaa paljolti taiteilijaa itseään. Voi olettaa, että kyseessä on omakuvallinen teos. Teos on kuin omakuvan ja still lifen yhdistelmä, joka on kuvaus meidän olemassa olevasta maailmastamme, mutta jokin on vialla. Puuvärikynäpiirustuksessa lapsuuden söpöt lempilelut Barbiesta My little ponyihin ovat kääntyneet kuvan naista vastaan. Lelut ampuvat, kuristavat, viiltelevät ja puukottavat mekkoon sonnustautunutta kärsivää Saaristoa.

Söpöistä väreistä ja hahmoista koostuvalla kuvastolla Saaristo kapinoi aikanaan saamaansa kasvatusta vastaan, jossa ei sallittu prinsessamaailmaa osaksi nuoren tytön elämää (Hirvi-Ijäs 2014, 142). Lapsuuden haavekuva on kääntynyt taiteilijaa vastaan hänen omakuvissaan. Hahmo kuvassa ei vaikuta onnelliselta, vaikka onkin vihdoinkin saavuttanut söpöyden haaveensa. Haaveiden tavoittelu tuntuu olevan ihmismielelle yksi suurimmista syistä elää. Saaristo kuitenkin paljastaa teoksissaan karun totuuden haaveiden ja unelmien takaa. Liian myöhään saavutettu haave tuntuu olevan enää pelkkä muisto lapsuuden ankeudesta. Muisto tunteesta, kun ei saa mitä haluaa. Söpöt lelut ovat muuttuneet pelkiksi muistoesineiksi harmaasta lapsuudesta.





### 3 KAWAIIN KONSEPTI

*Katson huoneeni sängyltä kirjahyllyäni. Se on omaksunut alttarimaisia piirteitä muotokie-  
lensä, asettelunsa ja sisältönsä takia. Hennon pölykerroksen peittelemänä hyllyä koris-  
taa suosikkiahmoni eräästä koulutyttöanimesta. Kirkkaat, iloa täynnä olevat silmäparit  
katsovat lasittuneena kohti minua. Hyllyssä on valehtelematta toistakymmentä figuuria,  
avaimenperää, sekä koristetta koulutyttömielitetystäni. Tyttö ei herätä minussa himoa  
arveluttavan paljastavista vaatteistaan huolimatta. Watanabe You (ks. Kuva 5), tutummin  
You-chan on söpöyspakkomielteeni uusin kultivoituma. En halua olla hän, en halua hä-  
nen olevan minun, haluan vain hänen piristävän päivääni suloisuudellaan. Kun itse en  
jaksaa hymyillä You-chan hyllyssä jaksaa.*

Länsimaihinkin rantautunut Itä-Aasian maissa valloillaan olevan söpöysbuumin uskotaan  
lähteneen Japanista. Termi *kawaii* on vuosituhaten vaihteen jälkeen vakiintunut sosi-  
aalisisessä mediassa ja tullut länsimaissakin tunnetuksi japaninkieliseksi sanaksi, jonka  
sisällön valtavirta pystyy tunnistamaan. Se on vakiintunut japanilaisen populaarikulttuu-  
rin kontekstista viralliseksi kuvaukseksi söpöydelle. Sana vakiintui käyttöön japanilaisen  
animaation kautta. Sen etymologia liittyy sanaan *kawaiso*, joka viittaa sääliä tai  
avuttomaan. Vaikuttaa siltä, että söpöyden alkuperä Japanissa ja länsimaissa on saman-  
kaltainen. Avuton vetoaa ihmismieleen jälleen auttamisreaktion kautta söpöytenä.

Populaarikulttuurista mainontaan, taiteeseen ja arkipäivään levinnyt ”kawaii-estetiikka”  
näkyä Japanissa lähes kaikkialla. Halpatavarakaupat, kolikkoleluautomaatit ja ”kirpputo-  
rit” pursuavat toinen toistaan söpömpää muovitavaraa. Länsimaissa kaiken sen voisi hel-  
posti mieltää krääsäksi vanhojen Kinder-yllätysten joukkoon kirpputoreille pölyttymään,  
Japanissa asia on toisin.

#### 3.1 Olemassa olemattoman rakastaminen

*Moé. Se on syy elää. Jos se otettaisiin pois, monet ihmiset eivät enää selviäisi – Maeda  
Jun (Galbraith 2014, 106).*

Kawaii-termi ei yksinään selitä kokonaisvaltaista söpöyden ihannointia saati sen laajaa  
leviämistä populaarikulttuurin kautta ympäri maailmaa. Toisen maailmansodan jälkeen  
Japanissa laajalti yleistynyt animen ja mangan kulutus on ollut avainasemassa söpöys-  
markkinoiden puhkeamisessa. Sodan aikana alettiin tuottaa lisää kulttuuria sarjakuvien



ja animaation muodossa tavoitteena nostattaa kansallisidentiteettiä sekä taloutta. Japania runnelleet Hiroshiman ja Nagasakin pommitukset poikivat jonkinlaisen vastareaktion. Ihan kuin söpöydellä olisi alettu hakea lohtua ja helpotusta suuren surun ja järkytyksen keskellä. Monet sodan jälkeiset sarjakuvateokset sisälsivät vahvaa kritiikkiä teknologiaa ja sotaa kohtaan, joko suoraan tai viitteellisesti. Teoksissa kuvattiin usein monimutkaisia koneistoja tai ihmiseltä näyttäviä robotteja. Nykypäivänä sodan kauheudet ovat painuneet osaksi historiaa, mutta söpöys on pysynyt edelleen vahvasti osana Japania.

Aiemmin japanilaiset sarjakuvahahmot olivat lähempänä länsimaissa omaksuttua tyyliä, mutta pikkuhiljaa aikuismaiset muodot alkoivat piirroshahmoissa muuttua pyöreiksi ja pehmeiksi, jotka oltiin aiemmin omaksuttu vain pienille tytöille kohdennetussa sarjakuvassa missä söpöys oli hyväksyttävämpää (Galbraith 2014, 16). Söpöjen hahmojen ja pyöreiden muotojen koetaan aina linkittyvän vahvasti japanilaiseen sarjakuvaan, mutta on länsimaissa esimerkiksi Mikki Hiiri kokenut samanlaisen muodonmuutoksen. Karu, jopa ilkeä Mikki on muuttunut pahasta pojaksi pyöreän pehmeäksi kikattavaksi hiirulaiseksi (Gould 2008). Söpöä sarjakuvaa kuvataan Japanissa nykyään sanalla *moé*, joka kirjaimellisesti tarkoittaa kasvavaa versoa, mutta on populaarikulttuurissa vertauskuva söpöjen kaksiulotteisten hahmojen ihannoinnin ja rakastamisen kukkimiselle. Kaksiulotteisen rakastaminen on helpompaa, koska piirretyltä tytöiltä ei voi saada kielteistä vastausta osoittamaansa rakkauteen, hänen kanssaan ei voi ajautua riitaan. Välittäminen ja rakkaus ei lopu ennen kuin ihannoija itse löytää uuden vielä söpömmän piirrostyön itselleen. Ensimmäinen ajatus on ajatella tällaisia miehiä sääliävinä, mutta heidän pakkomielleeseensä ja rakkauden nälkäänsä löytyy selitys.

Fiktiivisiä hahmoja rakastavia kutsutaan yleisesti *otakuiksi*. Sana kuvailee henkilöä, jolla on ”pakkomielle” jostain tietystä asiasta kohtaan. Nykyisin etenkin länsimaissa sana mielletään animea ja mangaa harrastavaan henkilöön, mutta voi äärimmäisen kiinnostuksen kohteena Japanissa olla mikä vain kissoista luotijuniin. Rakkautensa myöntäminen julkisesti fiktiivistä hahmoa kohtaan ei ole aina ollut helppoa. (Momoi & Galbraith 2014, 75). Vanhempi sukupolvi Japanissa vaikuttaa edelleen suurelta osin paheksuvan japanilaisen populaarikulttuurin avoimia suurkuluttajia, koska ilmiön alkuvaiheessa se liitettiin osaksi negatiivisia ilmiöitä. Sana ei ole aluksi ollut positiivissävytteinen, kevyt tai arkinen ilmaus intohimoiselle rakkaudelle jostain ilmiöstä kohtaan. Koska sana tarkoittaa kirjaimellisesti pakkomielleistä käytettiin sitä uutisoinnissa negatiivisesti, kun vuonna 1989 japanilainen Miyazaki Tsutomu murhasi neljä nuorta naista. Poliisiraportissa korostettiin murhaajan kiinnostusta söpöihin sarjakuviin. Media uutisoi kansalaisille murhien syyinä

olleen sarjakuvien kulutuksesta johtuneen todellisuuden ja fiktion rajojen hämärtyminen (Eiji & Galbraith 2014, 42). Nykypäivänä termi on kuitenkin kokenut puhdistuksen. Söpödestä ja sarjakuvasta on tullut yksi Japanin suurimmista vientituotteista ulkomaille. Japanilainen populaarikulttuuri on valloittanut ihmisten sydämiä ympäri maailma, eikä termi otaku kannata enää mukanaan niin suurta stigmaa.

Miesten suuri kiinnostus söpöjä piirroshahmoja kohtaan ei ole aina suoraan seksuaalista himoa, vaikka tietynlainen seksuaalinen turhautuminen tuntuu kulkevan ihannoinnin kanssa käsikädessä. Populaarikulttuurin kulutuksessa on mukana läheisyyden kaipuuta, mutta se on myös puhtaasti viihteestä nauttimista. Söpöjen kaksiulotteisten tyttöjen ihannoiti alkoi yleistymään, kun Japanin nykyinen sosiaalinen rakenne alkoi vakiintumaan osaksi yhteiskuntaa. Miehellä asetettu rooli yhteiskunnassa menestyksekkäänä liikemiehenä ja rahakkaana tulevana perheenisänä ei ole mahdollinen tavoite jokaiselle toteuttaa. Sukupuolten roolit ovat jämähtäneet vahvasti paikoilleen, eikä moni nainen halua ottaa kumppanikseen miestä, joka ei pysty elättämään häntä. Syy ei ole naisten julmuudessa tai ahneudessa vaan yksinkertaisesti siinä, että naisen rooli yhteiskunnassa on edelleen saada lapsia ja olla kotiäitinä. Japanilainen nainen ei välttämättä pääse urallaan eteenpäin pätevydestään huolimatta, ellei hän ole naimisissa. Naisen kykyjä aletaan arvostaa vasta, kun hän on osoittanut yhteiskunnalle olevansa haluttu elämäkumppani (Toru & Galbraith 2014, 122). Nykynuorisossa on mielestäni nähtävissä onneksi kapinaa vanhoillisia yhteiskuntarakenteita vastaan. Nuoret rakastavat ketä haluavat ja nauttivat ajastaan korkeakoulussa ennen julmaan työelämään siirtymistä. Ongelmana kuitenkin on, että vanhoilliset käytänteet elävät työmaailmassa edelleen. Maailmaa ei tunnetusti muuteta päivässä. Voi olla, että japanilaisnuoret joutuvat alistumaan heille valmiiksi luotuun muottiin yhä uudestaan ja uudestaan.

Piirrostyöistä on tullut yksinäisten miesten pelastus. Oikean rakkauden nälkä on etäännytetty itsestään nauttimalla viihdeteollisuuden luomista täydellisyyttä hipovista kaksiulotteisista korvikkeista. Söpöissä piirroshahmoissa piilee sama taika kuin eläinten poikasissa. Pehmeiden silmää miellyttävien piirteiden lisäksi tuntuu, että avuttomat piirroshahmot kaipaavat katsojan apua ja pelastusta (Toru & Galbraith 2014, 199-122). Piirroshahmoa rakastava mies voi tuntea itsensä tarpeelliseksi itse luomansa fantasian kautta.

Moé ja kawaii ovat termeinä kaikkien japanilaista sarjakuvaa ja animaatiota harrastavien omaksumia, eikä ole syytä liittää niitä pelkästään seksuaalisesti turhautuneisiin yksinäisiin miehiin. Söpöt hahmot ja heidän tarinansa tuovat iloa kaikille japanilaista sarjakuvaa

harrastaville iästä ja sukupuolesta riippumatta. Söpöyden kuluttaminen viihteenä rentouttaa ja antaa levähdystauon arjesta. Todellisuudessa ainakin itselleni se on usein niin paljon arkea mielekkäämpää, että arki alkaa muuttua synkäksi pilveksi söpöydyntäytyisen fantasian ylle. Voisin uppoutua söpöjen tyttöjen maailmaan vaikka ikuisiksi ajoiksi.



Kuva 5. You Watanabe animaattiosarjasta Love Live School Idol Project. (Zerochan 2018.)

### 3.2 Kulutusmyönteisyys

Japanissa lähes jokaisen repussa, laukussa tai puhelimessa roikkuu suloinen maskotti. *Hello Kitty*, *Gudetama* tai *Rilakkuma* ovat vain muutamia esimerkkejä tunnetuista söpöyttä huokuvista tuotemerkeistä. Jokainen tekee maskotin valinnan mieltymystensä mukaan. Halusi laukkuunsa roikkumaan söpön kissan tai apaattisen kananmunankeltaisen, pursuavat japanilaisten tavaratalojen hyllyt mahdollisista vaihtoehdoista. Hektinen elämäntapa on normaalia arkea japanilaiselle. On sanottu söpöjen asioiden lieventävän stressiä, mutta myös etäännyttävän harmaasta, suorituskeskeisestä arjesta (Steinberg 2016).

Keräilykulttuuri vaikuttaa japanilaisille ominaiselta. Lähes jokainen iästä tai sukupuolesta riippumatta keräilee jotain. Oli se sitten sarjakuvia, hyönteisiä tai pieniä muovisia figuureja. Ulkomaillakin ikonisiksi tulleista kapseliautomaateista voi parilla kolikolla ostaa mitä ihmeellisempiä leluja. Suomen kapseliautomaattien sisältö rajautuu purukumipalloihin tai limalötköihin. Japanissa niiden valikoima on loputon. Pokemoneja, tyttöidoleita ja jopa juomapulloa somistavia pikkuhousuja. Automaattien valikoima vaihtuu sesonkien mukaan kesäisistä jäätelöavaimenperistä joulupukkeihin. Uhkapelitelementti ostamisen yhteydessä kiehtoo ja koukuttaa. Esitekuvista on helppo valita mieluinen tavara toivoen saavansa sen samalla, kun jännityksen vallassa tunkee sadan jenin kolikoita pimeyttä ammottavaan nälkäiseen automaattiin. Usein kapselin kolahtaessa ulos automaatista luvassa on karvas pettymys. Ostaja voi joko tyytyä kohtaloonsa tai käydä hakemassa lisää vaihtorahaa, jotta jännitysnäytelmän voi aloittaa alusta. Satojen automaattien seasta kuulee silloin tällöin riemukkaita kiljahduksia, kun onnetar on suosinut söpöyden uhreja lahjallaan.

Koti on usein japanilaisten aarreaitta ja alttari. Ulkoa siisti huoliteltu japanilainen työssä tai koulussa käyvä saattaa elää tavarameren keskellä. Kotona ei töiltä ole aikaa siivota, mutta mikään esine sotkun keskellä ei vaikuta turhalta. Söpöt tavarat somistavat hyllyjä. Ne ovat tärkeitä ja niihin kiinnytään. Maskotit ja kirjat ovat usein hallittuja osioita mahdollisen kaaoksen keskellä. Hauskana esimerkkinä kiintymyksestä itselläni tulee mieleen, kun Japanissa vaihdossa ollessani keskivahvan maanjäristyksen jälkeen kysyin tekstiviestillä, onko japanilainen ystäväni kunnossa. Hän kertoi vastauksessa voivansa itse hyvin, mutta pitävän vielä kiinni kirjahyllystään jälkijäristysten varalta, jotta hänen pienet söpöt lasiesineet olisivat turvassa vaaralliselta luonnonilmiöltä. Uskon hänen kuitenkin luovuttaneen jossain vaiheessa, koska jälkijäristysten uhka kestää noin viikon.

Keräilytavaroiden tarkoitus vaikuttaa olevan puhtaasti tuoda kuluttajalle itselleen iloa ja nautintoa. Esineiden ei ole tarpeen olla yleisesti haluttuja tai muodikkaita.

Muovin kulutusta ei kritisoida Japanissa lähes yhtään. Muovitavaran kuluttaminen on arkista. Muovin kierrätys on toimivaa, joten valtaosa väestöstä uskoo muovin kierrätyksen riittävän vastareaktioksi sen jättimäiselle tuottamiselle. Lähes kaikki elintarvikkeet kärkeistä mansikoihin on yksiöpakattu muovikerroksen suojiin. Tätä usein perustellaan suurella pilaantumisriskillä korkean ilmankosteuden takia, mutta todellisuudessa syy yksiöpakkauksille vaikuttaa piilevän japanilaisille tärkeässä esteettisyydessä. Yksittäispakattu esine voi olla pienilahja ystävälle ojennettaessa. Japanilaisessa kulttuurissa toisten kunnioittaminen ja muistaminen, vaikkapa pienellä sievästi paketoitulla karamellilla on olennaista. Pienet eleet merkitsevät ja ne muistetaan. Tällainen vastavuoroisuus ystävyys- tai työsuhteissa on tärkeää. Muovikääre mukailee lahjapaperia, mutta on myös hygieeninen. Pakkaukset ja käärepaperit ovat usein värikkäitä, ja niissä esiintyy suloisia eläinhahmoja. Söpöys ilmenee arjen designissa vahvasti. Tuotemerkit ja hahmot saavat kuluttajan itsensä ostamaan tavaran helposti, mutta tietää kuluttaja myös söpöjen asioiden olevan nopeita lahjoja tilanteen tullen. Esimerkiksi aiemmin listaamani maskotit voivat siis markkinoida lähes mitä tahansa tuotteita saaden kuluttajan tarttumaan söpöyden syöttiin.

### 3.3 Maskottimaniaa

Nykypäivänä söpö-termin yleistyttyä on siitä osittain pystytty sivuuttamaan sisäänrakennettu ehdollistuminen pitää ainoastaan avuttomia vauvoja tai pentuja suloisina. Samoja piirteitä omaava tyylitelty iäkäsikin piirroshahmo voi täyttää söpöyden kriteerit kuluttajalle. Söpöys ei piirrettyssä maailmassa ole sidoksissa ikään. Mielikuvia pystyy luomaan vapaasti, koska oikean elämän rajoitteet väistyvät tieltä. Mainosala ympäri maailmaa on huomannut suloisuuden myyvän tuotetta kuin tuotetta paremmin.

Söpöyden kaupallistuminen on ollut väistämätöntä. Rahanahneet firmat ovat alkaneet lypsää rahaa söpöydellä. Mielihyvän tehdään kauppaa. Japanissa tällainen markkinointi on ollut jo pitkään arkipäivää. Kapitalismia vastaan taisteleva tuotemerkki *Kumamon* (ks. kuva 6) laukaisee minussakin väistämättömän ”pakko ostaa”-reaktion.

Kumamon eroaa Hello Kittystä ja muista rahallista voittoa tavoittelevista tuotemerkeistä sillä, että se ei suoranaisesti markkinoi tavaraa tai symboloi kapitalistisia aikeita

häikäilemättömästi. Kumamon luotiin paikallisen hallituksen toimesta. markkinoimaan Kumamoton prefektuuria japanilaisille ja kiihdyttämään turismia uuden junaradan avatessa paremmat yhteydet Kumamotoon. Söpön karhun valloittaessa japanilaisten sydämet, alkoi prefektuurille tulvia kyselyitä oikeudesta käyttää maskottia omissa tuotteissaan. Kumamoton hallitus päätti tuotemerkin lainaamiseen selkeän linjan. Jokainen yritys, joka haluaa Kumamonin mainostavan heidän tuotteitaan täytyy lahjoittaa elintarvikkeita, luonnonvaroja tai osaamistaan prefektuurin hyväksi (Angier 2006). Prefektuuri on onnistunut hyödyntämään brändäämänsä maskottinallena tavoin, joka hyödyttää suurta osaa asukkaista, eikä vain jäämään rikkaiden, rahan ahneuden bisnesmiehien iloksi.

Eurooppalaisessa tuotedesignissa elävöitetty hahmot tai ruokakauppojen maskotit ovat kaukana söpöstä. Mammuttimarkkinoiden mammutin tarkoitus on kuvastaa jättimäisiä tarjouksia ja islantilaisen halparuokakauppaketju Bonuksen harottava silmäinen pinkkisäästöpossu ilmentää kömpelyydellään ketjun halpoja hintoja. Islantilainen tuttavani kertoi kyseisen kauppaketjun liikkeen kerran muuttaneen liian hienoon kiinteistöön, joten heidän täytyä remontoida tila näyttämään halvemmalla ja askeettiselta, jotta imago halpuudesta välittyisi asiakkaille helpommin.

Japanissa halvankin tuotteen täytyy näyttää kalliilta. Suomessa kuluttaja on usein myöntänyt oman sosiaalisen statuksensa kaupassa ja ostaa markettimerkkien omia halpatuotemerkkejä. Suomessa halpojen tuotteiden täytyy myös näyttää graafiselta ilmeeltään halvoilta, ettei kuluttajalle jää epäselväksi onko kyseessä edullinen tuote vai ei. Halpatavaramerkkien design on yksinkertaista, pelkistettyä, jopa kömpelöä tarkoituksenaan erottua hyllystä helpommin. Tuotteita ei myydä mielikuvilla söpöstä tai luksuksesta. Söpöille hahmoille ja kuvioille ei ole tilaa halpuuden vallitessa suunnittelua.

Japanilainen kuluttaja on suomalaista keskimäärin vaativampi. Halvan tuotteen täytyy täyttää suurin osa kalliimmankin tuotteen kriteereistä. Halpatavaramerkkien tuotteita saattaa koristaa tutut sarjakuvahahmot. Söpöt hahmot ja tuotteistaminen vakuuttavat ostajan halpuudestaan huolimatta. Tuote herättää kuluttajassa luottamusta tutun kuvastonsa vuoksi.

Länsimaiden yksi tunnetuimmista sarjakuvahahmoista, Mikki Hiiri, koristaa useita erilaisia halpatavarakauppojen tuotteita. Disneyn kaltainen suuryritys on uskaltanut luovuttaa tuotemerkinsä halpatavarakauppojen käyttöön. Piratismi on tarkoin valvottua Japanissa, joten kaupassa Mikki Hiiren nähdessään voi olla varma tuotteen aitoudesta ja laadusta. Tuotteiden tarkan laadunvalvonnan takia brändien on helppo luottaa valmistajiin

ja jakaa sangen huolettomasti tuotemerkkiään sinne tänne antaen halvalle tavaralle pienen söpöyden vivahteen. Vaikka tuote olisi halpa täytyy sen silti olla toimiva ja kestävä. Halpuus näkyy japanilaisissa halpatavaraliikkeissä vain hinnassa. Laadun on oltava lähellä priimaa.





Kuva 6. Kumamoto-prefektuurin maskotti Kumamon. (Mainichi 2016.)

### 3.4 Kun söpöys valloitti japanilaisen nykytaiteen

*On typerää väittää, että manga on osa korkeakulttuuria. Sehän on vain mangaa, eikä siinä ole mitään vikaa. – Otsuka Eiji (Galbraith 2014, 43)*

Kawaii on integroitunut japanilaiseen nykytaiteeseen vaivattomasti. Sen ottaen aiemmin haltuunsa jo monet muut visuaaliset mediat, kuten sarjakuvan, elokuvan ja mainonnan on sen siirtyminen taiteeseen tapahtunut luonnollisesti. Taiteessa kawaii tuntuu usein pelkältä esteettiseltä keinonalta, toki poikkeuksiakin löytyy. Japanilainen nykytaide on usein esittävää. Syynä voi osalta olla japanin kielen konkreettisuus. Lähes kaikki sanat (kanji-merkit) tarkoittavat jotain fyysistä, olemassa olevaa abstraktien käsitteiden sijaan. Söpöyttä tuntuu yleisesti olevan vaikea liittää mihinkään ei esittävään. Esimerkiksi sanalla taika ei ole olemassa vakiintunutta kanjia japanin kielessä, koska taika itsessään lienee liian abstraktia edes käsittää kielen avulla. Monien japanilaisten nykytaiteilijoiden teoksista on tullut populaarikulttuurissa sensaatioita ja taiteilijoiden teoksia löytyy postikorttien lisäksi kaikkialta avaimenperistä merkkivaatteisiin. Taide sivuaa Japanissa luontevasti kulutusta ja kaupallisuutta.

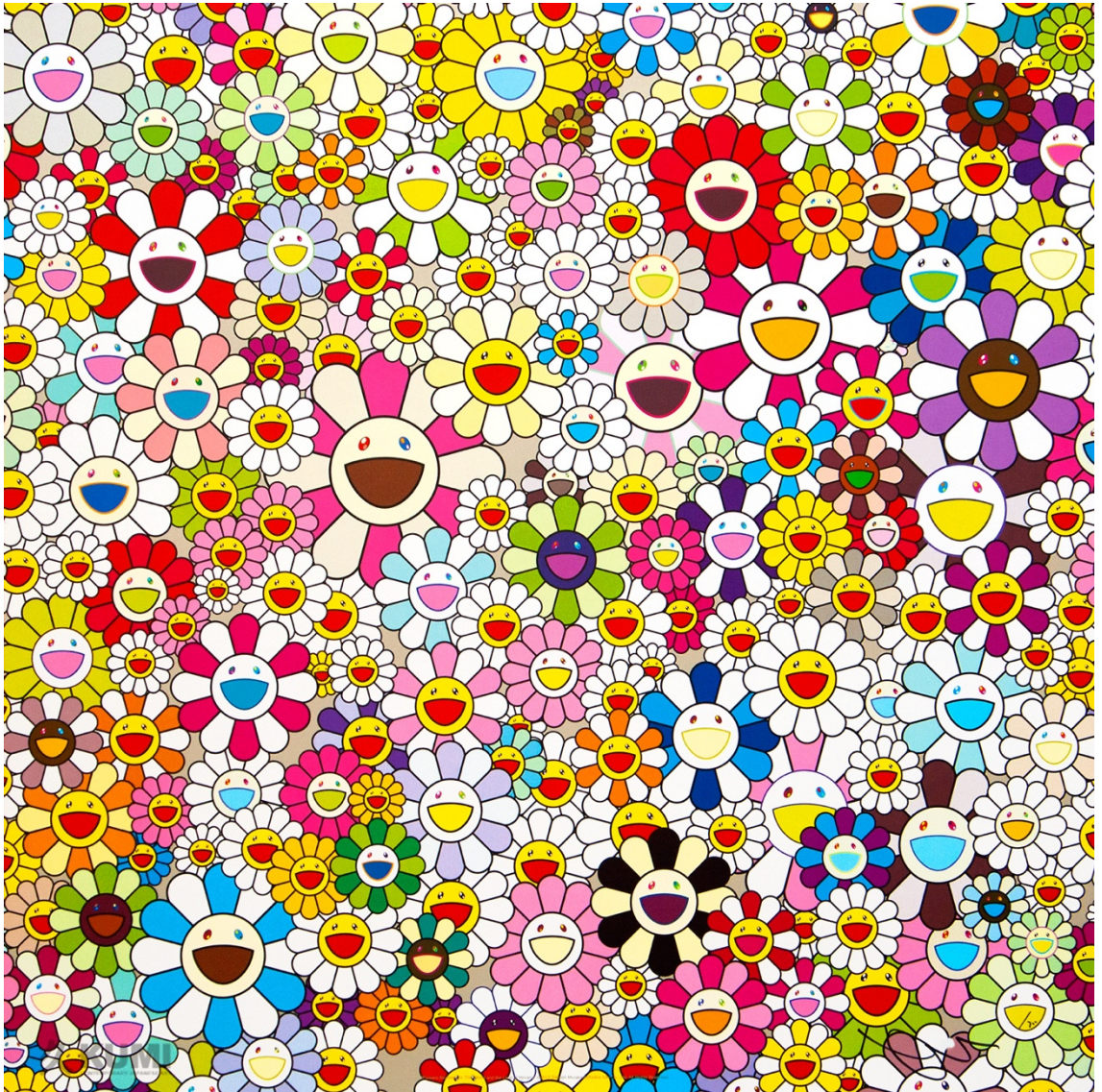
Japanilainen nykytaiteilija Takashi Murakami löi läpi nykytaiteen kentällä maanisesti hymyilevillä kukkamaalauksillaan (ks. kuva 7). Maalauksien lisäksi häneltä löytyy kattava kokoelma veistoksia ja installaatioita. Värikkäät psykedeeliset kuvat ja hahmot on kuin varastettu japanilaisen animaation maailmasta. Samalla taiteilija käyttää hyväkseen japanilaista taidehistoriaa liittäen sen pop-taiteeseen (Murakami & Schneider 2018). Länsimaissa olemme tottuneet näkemään nykytaiteen kentällä länsimaista taidetta viittamassa omaan historiaansa jo vuosisatoja. Itselleni on virkistävää nähdä nykytaiteen viittauksia muidenkin maiden kulttuurihistoriaan. Japanilaisille historiallisesti tuttu kuvasto on riistetty paikaltaan ja uudistettu taiteen kentälle, jossa se esitetään kaikille katsojille ympäri maailmaa. Populaari- ja korkeakulttuuri sekoittuvat teoksissa kokonaan uudeksi.

Murakamin tyyli on ehtinyt vaihtua ja päivittyä vuosien saatossa, mutta hänen tavaramerkiksi muodostuneet animen täyhteiset maalaukset ovat edelleen söpöysbuumin alun heijastumia. Pop-taiteelle ominaisesti myös Murakamin teokset voivat aluksi vaikuttaa turhamaisilta ja pinnallisilta. Myös maalausten toistuvuus ja toisiinsa viittaaminen vaikuttaa aluksi tukahduttavalta kuvavirralla. Teosten runsaus ja tehdasmainen tuottaminen assistenttien avulla mukailee söpöjen halpatavaroiden tuottamista. Animesta tutun maailman tuominen korkea kattoisiin valkoisiin taidegallerioihin, joissa korkeakulttuurin

kuuluisi kukoistaa on se raju interventio. Vaikuttaa, että Murakami ei halunnut pelkästään tehdä taidetta siitä mitä rakastaa, söpöystä ja animesta, mutta rikkoa taiteen kirjoittamattomia sääntöjä söpöllä sarjakuvamaailmallaan.

Aiemmin mainitsemani kaupallisuuden omaksumisesta osaksi nykytaidetta on Murakami siitä erinomainen esimerkki. Hän tehtailee taidetta Andy Warholin ja Damien Hirstin tapaan assistenttien avulla. Kun edellinen satsi on myyty, uusi on jo valmiina. Murakamin intentiot ”factory” tyyllisen työskentelyn taustalla eivät ole selkeät. Järkevin selitys olisi aasialaisen nykytaidemarkkinan kehkeytyminen miljoonabisnekseksi viime vuosien saatossa.

Teosten iloisuus vaikuttaa toistonsa ja kirkkaiden väriensä puolesta lähes maaniselta. Jokaisen kukan ulkomuoto on tismalleen sama, mutta väriskaala ja koko vaihtelee harmitun tasaisesti luoden kukkamassasta kauniin tapetin. Teoksen kukat saattavat olla Murakamin keino kuvata japanilaisista sarjakuvista pakkomielleisesti nauttavia otakuja, joihin hän itsekin lukeutuu. Söpöjen sarjakuvien rakastajille niiden tuoma nautinto on vailla vertaa. Ehkä teoksen nimenkin mukaan jopa lähellä Nirvanaa.



Kuva 7. Takashi Murakami Flowers Blooming in This World and the Land of Nirvana 4, 2013. (Kumicontemporary 2018.)

#### 4 LIIAN LYHYEN HAMEEN ALTA

*” Tutkin japanilaisen lähikaupan lehtitarjontaa. Sieltä löytyy muoti- ja lifestyle-lehtiä vähintään yhtä paljon kuin Suomessakin. Seuraava lehtihyllykkö pursuaa sarjakuvia, jotka ovat toinen toistaan villimpiä ilmaisultaan. Kuitenkin sarjakuvien jälkeen hyllykkö on rajattu ohuella pahvilla molemmin puolin. Pahvi ei todellisuudessa peitä mitään. Se vaikuttaa enemmänkin henkiseltä rajalta eri maailmojen välillä. Kiinnostus herää itselläni ihmiselle luontaisesti kun jotain peitellään tai piilotellaan. Harppaan askelen eteenpäin ja nään jotain mitä suomalaisessa lähimarketeissa ei ole näkynyt vuosiin. Pahvimuurit ovat yrittäneet piilotella pornolehtiä. Lehdet ovat siististi suljettu teipillä, jottei niitä pääse selaamaan ennen ostamista. Pakotan lehden sivuja auki kiinnostukseni vallassa, koska kannessa poseeraavat isorintaiset piirretyt tytöt tai tyttöä näyttävät naiset ovat sangen viattomia. Lehden sisällä näkyy enemmän, mutta ei kuitenkaan. Kaikki genitaalialueet on sensuroitu, joko kuvasta pois leikkaamalla, poliisitelevisiomaisella sumennuksella tai mustalla viivamerellä. Menen kassalle lehden kanssa varmoin askelin. Myyjän ilme ei värähdä. Otan vastaan vaihtorahan ja katoan lehden kanssa öiseen Kiotoon. En enää ikinä kehdannut vierailla samassa lähikaupassa. ”*

Japanilaisesta pornografiasta on käännettyä tutkivaa kirjallisuutta nähtävästi vielä sangen niukasti. Tämän luvun tieto ja tulkinta on muodostunut suurilta osin oman japanilaisen populaarikulttuurin pitkäaikaisen harrastamisen kautta ja aiheesta japanilaisten tuttavieni kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta.

Japanissa pornografian kulutus on edelleen valtavaa. Nimenomaan painetun tai taltioidun pornon. Länsimaissa digitaalisuuden myötä pornoteollisuus on kokenut todellisen inflaation, koska sitä on saatavilla internetissä ilmaiseksi. Japanissa monissa kirjakaupoissa on oma osastonsa pornolle, joka on selkeästi rajattu verhoilla tai aidoilla, sekä kymmenillä sisältövaroituslapuilla. Kun pujahtaa verhojen taakse siellä odottaa toinen maailma. Söpöyden lait pätevät myös verhojen tällä puolen. Suloiset isosilmäiset toinen toistaan nuoremman näköiset tytöt poseeraavat koulupuvuissa, uimapuvuissa tai alasti kirjojen kansissa.

Japanilaisessa pornossa hahmojen tärkeimpänä määrittäjänä vaikuttaa olevan ikä. Söpöys ja nuoruus kulkevat rinnakkain. Vanhempia naisia tuntuu näkyvän vain marginaalisesti näkemieni kirjojen ja lehtien kansissa. Nuoria naisia ja tyttöjä sen sijaan tuntuu kei- mailevan lähes jokaisen julkaisun sivuilla. Valehtelematta osa tytöistä piirretyissä

sarjakuvissa on alaikäisiä. Naiselliset piirteet ovat havaittavissa kasvoissa, muttei kehossa. Aikuiset miehet lääppivät alastomia pieniä tyttölapsia, joiden vartalossa ei näy vielä aikuisuuden piirteitä. Toistuvana teema sarjakuvissa on näkyvissä nuoret koulutyöt.

Japanilaisessa koulussa on koulupukupakko, joka saattaa alkaa jo esikoulusta, mutta ala- ja yläkouluikäisillä koulupuku on osa jokaista nuorta. Koulupuku on tunnistettava useasti havaittava näky japanilaisessa katukuvassa. Tyttöjen koulupukuun kuuluu housujen sijasta edelleen pakolla hame. Koulupuku itsessään on sangen säädyllinen, mutta liittyy siihen paljon populaarikulttuurin korostamia olettamuksia ja stigmoja. Koulupukuun liittyy usein kasvavalla nuorella teinillä kompleksisuutta. On sitä pidettävä päivittäin, vaikkei siitä tykkäisi. Se estää itseilmaisua ja koulupukua täytyy pitää päällä ohjeiden mukaan, sitä muokkaamatta tai koristelematta. Koulupuvulla halutaan viestiä jokaisen oppilaan olevan tasa-arvoinen. Koulupäivän päätyttyä tyttöjen oleillessa kaupungilla kääntää moni koulupukunsa hameen yläresoria pari kertaa rullalle, jotta hameen helma nousisi ylemmäs. Vaikuttaa kyseessä olevan lievää kapinaa koulupukuinstituutiota vastaan, mutta myös orastavaa seksuaalisuuden heräämistä.

Itselleni on mahdotonta ulkopuolisena sanoa mistä koulupukujen fetisointi on oikeasti saanut alkunsa. On myös hyvä tiedostaa, että seksi ja seksuaalisuus on edelleen Japanissa suuri tabu. Siitä ei tunnuta puhuvan läheskään niin avoimesti, kuin länsimaissa. Uskon siinä piilevän syyn koulutyttöjen seksualisoinnin kaltaisten fetissien kulutuksen kasvamiselle. Seksuaalisuutta padotaan sisään ja siitä syntyy rankkoja lieveilmiöitä kaiken turhautumisen keskellä. Populaarikulttuuri kuitenkin teki koulupuvuista ikonisia. Koulunkäynti on niin iso osa jokaisen japanilaisen elämää, joten jokaisella liittyy siihen muistoja ja samaistumisen hetkiä.

Erityistä keskustelua länsimaissakin on herättänyt japanilaisen sarjakuvan alalaji nimeltä *lolita complex*. Siinä lapsiin kohdistuu seksiä, usein aikuisen miehen kanssa. Lisäksi toistuvia teemoja ovat väkivalta tai jopa inesti. Sarjakuvassa esiintyvät piirrostyöt ovat toinen toistaan söpömpiä. Lapsiporno kiellettiin Japanissa sangen myöhään. Laki astui voimaan vasta 2014. Sen kulutus kuitenkin jatkuu piirretyissä muodossa. Sitä ei luokitella lapsipornoksi, joten se ei ole laitonta. Perusteena toimii ajatus siitä, että piirretyllä hahmolla ei ole tunteita ja siten heitä ei voi satuttaa tai loukata (Varley 2018). Lolita complexiin liittyy erittäin ristiriitaisia kysymyksiä. Onko parempi, että pedofiileillä on sarjakuvan kaltaisia korvikkeita vai ruokkiiko materiaalia heidän halujaan. Toisaalta Japanissa moé-käsityksen tapaan voi hyvinkin olla, että miehet, jotka kiihottuvat piirretyistä pikkutyöistä,

eivät koe samanlaisia tuntemuksia oikean elämän lapsiin. Kaksiulotteisessa sarjakuva-maailmassa on tilaa villeille fantasioille kissankorvista ja keijukaisista, mutta eivät ne voi koskaan tulla osaksi todellista maailmaa.

Pakollisesta, söpönä näyttäytyvästä koulupuvusta on muodostunut lapsipornon ja fetis-sien kultivoituma. Jokainen japanilainen koulutyttö joutuu osaksi tätä suurempaa mutki-kasta ongelmaa koulupukupakkonsa vuoksi halusi hän sitä tai ei. Kaupungilla vastaan tulevat tytöt koulupuvuissa eivät vaikuta surullisilta tai pelokkailta, mutta on puvun kanssa kannettava taakka varmasti raskas.

Kultatyttö (ks. kuva 8) teokseni tekeminen laukaisi mielessäni suuremman kiinnostuksen tarkastella söpöyden teemoja erilaisista näkökulmista ja kriittisemmin. Tämän luvun alussa olevassa muistelmassa ostamani pornolehti toimi teoksen lähtökohtana.

Lehti on täynnä nuoria koulutyttöjä esittäviä naisia. Lehdessä työiksi pukeutuneet naiset poseeraavat koulupuvuissa paljastaen heidän alushousunsa. Sensuellit poseeraukset ja kamerakulmat luovat seksuaalisen ilmapiirin, vaikeivat naiset paljasta rintoja tai geni-taalialueitaan. Keneltäkään naisista ei näy kasvoja, jotta lehden lukijaa voidaan pitää lähempänä fantasiaa alaikäisistä koulutyttöistä.

Lehden tytöt kuin piilottelevat omaa seksuaalisuuttaan alushousujensa takana. Tämä ajatus oli mielestäni lähellä samaa ajatusta siitä miten japanilaiset piilottelevat ja jopa häpeävät omaa kukoistavaansa pornokulttuuria. Porno on tarjolla lähes jokaisessa kioskissa ja moni kerroksiset pornokaupat ovat täynnä japanilaisten itsensä tekemää pornoa. Teoksessa peitin valitsemani kuvan tytön alushousut lehtikullalla. Serigrafialla pornolehden sivuilta kopioima tyttö ei symboloi teoksessa enää vain himoa vaan japani-laisten itsensä kokemaa suurta kompleksisuutta pornoteollisuuttaan kohtaan. Tytön kim-meltelevät kultaiset alushousut ovat piilottaneet taakseen kaiken saman minkä japanilai-set piilottavat itse itseltään arjessa jättäessään keskustelematta pornosta ja sen tuotta-mista ongelmista yhteiskunnassa.

Esittelin tekemäni teoksen vaihdossa olleeni japanilaisyliopiston kritiikissä. *Senseini* eli opettajani kysyivät minulta, miksi tein tällaisen teoksen ja miksi käytin siinä pornografiaa. Selitin heille teokseni lähtökohdat ja ajatuksen kullatuista alushousuista. Olin saattanut opettajani epä mukavuuden kynnykselle. Nostin esille tabun, josta ei puhuta julkisesti, mutta nyt se valloitti koko luokkahuoneen. Vaivaannuin myös itse. Kritiikki päättyi osal-tani siihen, kun opettajani pyysi minulta anteeksi. En ole täysin varma pahoitteliko hän vaivaantuneisuutta vai esille tuomieni epäkohtien olemassa oloa.





Kuva 8. Jone Mutkan Kultatyttö. 2017. Kuva: Julius Töyrylä



## 5 LOPUKSI

Taiteellisessa opinnäytetyössäni en tule suoranaisesti käsittelemään söpöyden teemoja. Tämä kirjallinen opinnäytetyö on kuitenkin avartanut käsitystäni söpöydestä osana yhteiskuntaa. Tulevaisuudessa aion hyödyntää taiteessani tämän opinnäytetyön sisältöjä söpöydestä ja sitä ympäröivistä ilmiöistä.

Tämä opinnäytetyö on vain pintaraapaisu söpöyteen. Alati muuttuvassa yhteiskunnassa söpöys tuntuu ottavan uusia muotoja nopeasti. Sitä voi tuskin koskaan määritellä kokonaan mukautumiskykynsä ja laajuutensa vuoksi. Vaikka tiede väittäisi asioiden söpönä pitämisen olevan pelkästään biologista ei kaikkea tässä käsittelemääni pysty selittämään pelkästään sillä. Tieteen termejä on etenkin hankala peilata kaksikulotteiseen kuvien maailmaan, jossa söpöydellä ei ole määrittäviä rajoja vaan se voi esiintyä millaisessa muodossa tahansa.

Kun aloitin kirjoittamaan aiheesta, ajattelin sen olevan liian suppea. Lopulta se osoittautuikin niin laajaksi, ettei kaikkea siihen liittyvää ollut mahdollista sisällyttää opinnäytetyön pituuteen. Siihen aluksi liittämäni mustavalkoinen ja yksipuolinen ajattelu aiheen suppeudesta ja ilmiselvyydestä on muuttunut kiinnostukseksi tutkia syvemmin laajaa aihetta.

Ymmärsin, että kepeän positiiviseen termiin liittyy myös negatiivisia ilmentymiä, joita ei jää arjessa pohtimaan. Söpöyden ylimalkainen ihannoiti tai sen avulla toisten alentaminen. Tuntuu, että ihmisellä on väistämätön pakko pilata lopulta kaikki, joka tuottaa aluksi suurta iloa ja intohimoa. Käsite, jolla on aluksi kuvattu kokemiaan tuntemuksiaan kissanpentuja kohtaan, on saattanut muuttua pakkomielleeksi tai hierarkkiseksi aseeksi.

Loppujen lopuksi söpöys on niin kompleksinen käsitys, että pystyin tässä opinnäytetyössä vain raottamaan kaikkia siihen nivoutuvia käsitteitä ja ajatusmalleja. Omaan tulkintaani sekoittuu vahvasti japanilaisesta populaarikulttuurista nuoresta asti saamani vaikutteet ja ajatusmallit. Söpöyden keskiössä vaikuttaa siis väistämättä olevan yksilö ja söpöyden peilaaminen itsensä kautta.

Aiheen käsittelyn ja havaitsemieni epäkohtienkin jälkeen olen kuitenkin vain söpöydestä nauttiva yksilö. Tulen kaikesta huolimatta ihannoimaan jatkossakin noita suloisia piirroksittöjä, vaikka samalla osallistun söpöyteen liittyvien epäkohtien ylläpitämiseen ja vahvistamiseen.

## LÄHTEET

Angier, N. 2006. The Cute Factor. The New York Times. 20.10.2018. <https://www.ny-times.com/2006/01/03/science/the-cute-factor.html>

Dale, J. 2016. The Aesthetics and Affects of Cuteness. New York: Routledge.

Eco, U. 2004. Kauneuden historia. 2008. Helsinki: WSOY.

Finivast. Katja Tukiaisen If you want to be a girl, be! 2016. Viitattu 27.10.2018. <http://www.finivast.se/wp-content/uploads/2017/02/katja-tukiainen-2016-if-you-want-to-be-a-girl-be-1022x1024.jpg>

Galbraith, P. 2014. The Moé Manifesto. Singapore: TUTTLE PUBLISHING.

Gould, S. 2008. A biological homage to Mickey Mouse. Viitattu 30.10.2018. <https://faculty.uca.edu/benw/biol4415/papers/Mickey.pdf>

Heino. Stiina Saariston Tyttöjen välisestä ystävydestä III (Splatter). 2003. Viitattu 30.10.2018. [http://www.galleriaheino.fi/uploadkuvat/saaristo/tyttjen\\_vlinen3.jpg](http://www.galleriaheino.fi/uploadkuvat/saaristo/tyttjen_vlinen3.jpg)

Hirvi-Ijäs, M. 2014. 22 tapaa. Helsinki: PARVS Publishing.

Katjanet. Katja Tukiaisen I have a cat. She would really like to meet you. 2010. (Katjanet 2018.) Viitattu 27.10.2018. <http://www.katjat.net/obje/pard/katjatukiainen10discot-hequepickuplines3.jpg>

Kringelbach, M.; Stein, A. & Stark E. 2016. How cute things hijack our brains and drive behavior. The conversation. Viitattu 14.10.2018. <https://theconversation.com/how-cute-things-hijack-our-brains-and-drive-behaviour-61942>

Kumi contemporary. Takashi Murakami Flowers Blooming in This World and the Land of Nirvana 4, 2013. Viitattu 21.10.2018. [https://www.kumicontemporary.com/art-images/takashi-murakami/takashi\\_murakami\\_flowers\\_blooming\\_in\\_this\\_world\\_and\\_the\\_land\\_of\\_nirvana\\_4.jpg](https://www.kumicontemporary.com/art-images/takashi-murakami/takashi_murakami_flowers_blooming_in_this_world_and_the_land_of_nirvana_4.jpg)

Mainichi. Kumamoto-prefektuurin maskotti Kumamon. Viitattu 17.10.2018. <https://mainichi.jp/english/articles/20160420/p2a/00m/0na/009000c>

Scheinder D. 2018. Beyond Daisies and Kitsch. Artnet news. Viitattu 27.10.2018. <https://news.artnet.com/art-world/takashi-murakami-interview-1276460>

State Hermitage museum. 2018. Three graces. Viitattu 18.10.2018. <https://www.hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/digital-collection/06.+Sculpture/56538/?lng=>

Steinberg, N. 2016. The New Science of Cute. The Guardian. Viitattu 20.10.2018. <https://www.theguardian.com/world/2016/jul/19/kumamon-the-new-science-of-cute>

Taurinen, T & Tukiainen, K. 2013. Katja Tukiainen works part 2. Helsinki: PARVS Publishing.

Varley, C. 2018. Is Japan turning blind eye to paedophilia? BBC. 28.10.2018. <https://www.bbc.co.uk/bbcthree/article/57eaaf23-0cef-48c8-961f-41f2563b38aa>

Zerochan. You Watanabe animaationsarjasta Love Live School Idol Project. Viitattu 13.10.2018.  
<https://static.zerochan.net/Watanabe.You.full.2157389.png>