

Propagandan värit

Valkoista, harmaata ja mustaa propagandaa 2020-luvulla

LAB-ammattikorkeakoulu

Kuvataide (AMK)

2023

Heidi Karanta

Tiivistelmä

Tekijä(t) Heidi Karanta	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 15	Valmistumisaika 2023
Työn nimi Propagandan värit Valkoista, harmaata ja mustaa propagandaa 2020-luvulla		
Tutkinto ja koulutusala Kuvataide (AMK)		
Tiivistelmä Tämä opinnäytetyö käsittelee propagandan värejä ja luonnetta 2020-luvulla. Teos on kolmesta akryylimaalauksesta muodostuva triptyyksi. Inspiraationa työn taustalla olivat huoli Venäjän hyökkäyssodan Ukrainassa tuottama propaganda sekä propaganda yleisesti. Tämä opinnäytetyö käsittelee eri tyyppisten propagandan muotojen luonnetta, muttei itsessään ota suoraa kantaa siihen onko propagandalla oikeutettua perustaa ja kuka sen mahdolliset kriteerit täyttäisi. Lisäksi teos itsessään sisältää rajallisesti propagandaa. Propagandataide itsessään on taidetta, jonka ensisijainen tehtävä on välittää poliittinen tai ideologinen viesti. Propagandassa ja propagandan itsensä kuvaamiseen käytetyt värit vaikuttavat tapaamme jolla se hahmotetaan. Erityyppiset propagandat eri lähteistä käyttävät erilaisia värejä viestinsä välittämiseksi. Propaganda voidaan kategorisoida sen mukaan, onko sen tekijä tiedossa ja ilmaiseeko tämä tehneensä propagandaa. Edellä mainituin perustein propaganda voidaan jaotella valkoiseen, mustaan ja harmaaseen propagandaan. Valkoinen propaganda on avointa ja lähde ilmoittaa itsensä, harmaassa tekijää ei tunneta ja musta propaganda syyttää vastustajaa luomisestaan.		
Asiasanat Propaganda, propagandataide, propagandan värit, 2020-luvun propaganda		

Abstract

Author(s) Heidi Karanta	Type of Publication Thesis, UAS	Published 2023
	Number of Pages 15	
Title of Publication Propaganda in the 2020s		
Degree, Field of Study Liberal arts (UAS)		
Abstract <p>This thesis revolves around propaganda and its nature in the 2020s. It was inspired by the concern over propaganda regarding the Russian invasion of Ukraine and the seemingly increased amount of propaganda online. This thesis differentiates between types of propaganda, without taking a coear stance as to whether there is justifiable propaganda or who might have the right to produce it. Propaganda art is art that has the primary function of sharing a political or ideological message. The colours used to describe propaganda and used in propaganda affect our perception of the propaganda itself. Different types of propaganda from different sources use different types of colours to depict the intended message. Propaganda can be categorized depending on whether or not the creator is known and if they aknowledge they have created the piece of propaganda. The aforementioned categories are balck, white and grey propaganda. White propaganda is propaganda openly, and its source is known. Grey propaganda's author is unknown and black propaganda accuses the oppositio side for its own excistence.</p>		
Keywords Propaganda, propaganda art, colors of propaganda, 2020's propaganda		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Propagandan luonne 2020-luvulla.....	3
1.1.1	Propagandan ja propagandataiteen määritelmä.....	4
1.1.2	Propagandan kategoriat sekä ero muuhun vaikuttamiseen	5
1.2	Esimerkkejä propagandasta	6
2	Propagandan värit (2023)	7
2.1	Musta, harmaa ja valkoinen propaganda	8
2.1.1	Teoksen ensimmäinen osa: valkoinen propaganda sinisellä pohjalla.....	10
2.1.2	Teoksen toinen osa: musta propaganda keltaokran värisellä pohjalla.....	11
2.1.3	Teoksen kolmas osa: harmaa propaganda punaisella pohjalla	12
2.2	Teoksen ulkoasu.....	13
	Yhteenveto ja pohdinta.....	14
	Lähteet.....	16

Liite 1. Tilastokuva

1 Johdanto

Propagandataide on taidetta, jonka ensisijainen tehtävä on välittää poliittinen tai ideologinen viesti (Tieteen Termipankki, 2016 & literaryterms.net, 2016)

Vastoin ajatusta siitä, että propaganda olisi jäänyt osaksi historiaa tai länsimaiden ulkopuolelle nykyään, propagandaan voi törmätä uutisia lukiessa, sosiaalisessa mediassa ja kenties arkisissa vuorovaikutustilanteissa (Jowett & O'Donnel: Propaganda and Persuasion, seitsemäs painos, s.87) Propagandaa voi olla vaikea tunnistaa varsinkin, mikäli sitä kuulee toistettavan tai sen kuulee muutoin luotetulta lähteeltä. Lisäksi jatkuva kyseenalaistaminen on haastavaa ja uuvuttavaa. Kyse ei kuitenkaan ole luottamuksen puutteesta vaan standardien ja rajojen asettamisesta. Valehtelu ja totuudenmukaisuuteen liittyvä välinpitämättömyys ovat vahingollisia.

2020-luvulla värien merkitys osana niin propagandaa kuin propagandataidetta on tietyllä tavalla korostunut, ja kuluttajien on mahdollista yhdistää niin poliittinen kuin kaupallinen propaganda tiettyihin arvoihin jo värien perusteella. Monokromaattisia ruutuja jaetaan sosiaalisessa mediassa osana (pääosin) performatiivista aktivismia. Esimerkkejä tästä ovat jaetut mustat ruudut Black Lives Matter -liikkeen kukoistaessa ja punaisten ruutujen jakaminen Roe v. Wade -lain kumouduttua Yhdysvalloissa kesäkuussa 2022. Propagandaväreihin vaikuttavat aika, paikka ja propagandan tekijä. Siinä missä punainen väri nitoutuu tyypillisesti vasemmistopuolueisiin ja vasemmistolaisiin ideologioihin, punainen on Yhdysvalloissa oikeistolaisemman republikaanipuolueen väri, kun taas muualla oikeiston väriksi mielletty sininen on maltillisemmän demokraattipuolueen väri. Punainen myös yhdistyy miellelyhtymänä vereen ja populaarikulttuurissa esimerkiksi the Handmaid's Tale – Orjattaresi -sarjaan ja -kirjaan. Värienkäyttö politisoituu ja muovautuu vauhdikkaasti sosiaalisen median ja perinteisen median salliman hektisyyden takia. Esimerkiksi lila ja pinkki olivat pitkään pois poliittisista väreistä, mutta nykyisin pinkki on Suomen vasemmistoliiton puolueväri yhdessä lilan kanssa. Puoluevärit eivät yksin ole politisoituneita, vaan eri ideologioita voidaan ilmaista värin avulla puoluekannasta riippumatta. Propaganda pyrkii muovaamaan todellisuutta (Staal, Propaganda art in the 21st century, s.2) Teoksessani yritän tehdä tästä todellisuudesta selkokielisempää.

Opinnäytetyön taiteellinen osa on kolmesta maalauksesta muodostuva teos, triptyykki. Aihe on ajankohtainen Venäjän hyökkäyssodan ja Kiinan vakoilutoiminnan aikana (New York Times, 4.3.2022.) Kaikki propaganda ei ole samanlaista, ja eri tyyppisiä ja eri tahoilta tulevia propagandan muotoja voi olla vaikea erottaa tai tunnistaa propagandaksi. Esimerkiksi käsitteinä ”vaihtoehtoiset faktat” ja ”valeutiset” voidaan mieltää propagandavälineiksi (Jowett & O’Donnel, Propaganda and Persuasion). Omat ennakoasenteet ja tietämättömyys voivat altistaa kriittisyyden ja lähdekriittisyyden puutteelle (Staal). On olennaisen tärkeää kyetä erottamaan faktapohjainen ja todistettava tieto näkemyseroista ja mielipidekysymyksistä. Oma rajallisuus ja puolueellisuus on myös tärkeä tunnistaa, eikä totuudenmukaisuutta pitäisi ajatella henkilöön menevänä tai henkilökohtaisena kysymyksenä. Itse havaitsen omaksuvani väärää tietoa helpommin saadessani sitä itselleni tärkeistä aiheista, ja kun lähteenä on henkilö tai muu taho johon luotan ja josta pidän. Olen itse havainnut propagandaa ja sen vaikutuksen sekä näiden leviämisen niin kotimaisella kuin kansainvälisellä tasolla. Tämä huolestuttaa minua. Pelkään myös usein jääneeni propagandan kynsiin sekä sitä, miten tämä voi vaikuttaa arkeeni, ihmissuhteisiini sekä esimerkiksi äänestämiskäyttäytymiseeni.

Pidän epätodennäköisenä sitä, että propagandasta voitaisiin päästä eroon tai että siitä tulisi kokonaan valkoista, sillä tuottajia on liikaa eivätkä kaikki tunnista saari tunnusta levittävänsä propagandaa. Puhutaan vaihtoehtofaktoista, kyseenalaistetaan vastapuolen intentio, luodaan valheellisia kahtiajakoja ja liioitellaan ilmiöitä. Propagandan voidaan katsoa kattavan neljä tasoa, jotka ovat tarkoituksenmukaisuus, systemaattisuus, yrittäminen ja näkemyksiin vaikuttaminen (Jowett & O’Donnel). Toki propagandaa voivat levittää myös ne, jotka eivät sitä propagandaksi tunnista. Tämä ei kuitenkaan vähennä aiheutuvaa vahinkoa, päinvastoin. Vaihtoehtouutisten ja -faktojen aikana kyky erottaa totuus epätotuudesta ja valheista vaikeutuu, samoin kyky tunnistaa ja tunnustaa oma erehtyväisyys. Vaikka propagandan määrä kasvaisi ja tehokkuus nousisi, se on mahdollista oppia tunnistamaan kriittisellä ajattelulla ja aiheeseen perehtymällä. Haluan kannustaa katsojaa perehtymään aiheeseen. Samalla kannan huolta siitä, tunnenko aihetta itse riittävän hyvin voidakseni tuottaa sen pohjalta merkityksellistä teosta.

1.1 Propagandan luonne 2020-luvulla

Propagandan määrä sosiaalisessa mediassa ja arjessa voi nykyään tuntua ylitsevuotavalta ja erinäiset sodat, ihmisoikeuskriisit ja konfliktit voivat aiheuttaa turtumisen niin itse tilanteita kuin propagandaa kohtaan. Suoraan tuotettu propaganda ei mainostuksen tapaan ole yhtä tehokasta kuin luotetulta taholta tai henkilöltä kuultu tuki sitä kohtaan (Jowett & O'Donnel, s.136-138, s.143-150.) Itselleni taide on luonnostaan keskustelua herättävää ja näyttelyvierailuilla on tapana keskustella niin näyttelystä kuin yksittäisistä teoksista. Propaganda on onnistunut kun sen sisältö hyväksytään osaksi todellisuutta (Staal). Tällöin lähdemateriaalin luotettavuus ja todenmukaisuus ovat toissijaisia, sillä hahmotettu todellisuus ei vaadi uskojalleen lisätodisteita. 2020-luvulla informaationlähteiden määrä on noussut rajusti verrattuna internetin suosiota edeltäneeseen aikaan. Propaganda voi siis tavoittaa suurimman yleisön kuin koskaan aiemmin, mutta toisaalta infokuplien määrä on yleistynyt kaiken muun tiedon lisäksi (Jowett & O'Donnel s.88-89). Erinäisten yksityisten ja puolijulkisten nettisivujen määrä ja variaatio tekee väärän tiedon kitkemisestä käytännössä mahdotonta, propagandan kitkemisestä puhumattakaan. Ristiriitaisia lähteitä on liikaa niin määrällisesti kuin laadullisesti.

Vuonna 2020 propagandaa tuotti todistettavasti 81 maata (statista.com). Määrä oli lähes kolminkertainen vuoteen 2017 verrattuna. On silti hyvä muistaa, että tilastot voivat olla harhaanjohtavia sikäli, että vahvistettavissa olevaa tietoa saattaa olla rajoitetummin tiettyinä vuosina ja tietyissä paikoissa. Voi myös olla vaikea erottaa, mikä propaganda on valtiovallan tuottamaa ja mikä muiden. Jopa todistettavuus, musta valkoisella, on kyseenalaistettavissa valheellisuuden ja deep-fake -työkalujen mahdollistaessa järjestäytyneen ja laajamittaisen valehtelun niin valtioille, yrityksille kuin radikalisoituneille väestöryhmille. Journalismin etiikkaa ei noudateta riittävästi, tästä esimerkkinä Fox News, jossa mielipidekysymyksiä esitetään faktoina ja suoranainen valehtelu ei ole poikkeuksellista. Myöskään auktoriteettiasemassa olevat tahot eivät ylläpidä tai aseta totuudenmukaisuutta itseisarvoksi. Esimerkiksi Yhdysvaltain entinen presidentti Donald Trump sai radikalisoitumista oikeistolaiset yrittämään vallankaappausta tammikuun kuudes päivä 2021.

1.1.1 Propagandan ja propagandataiteen määritelmä

Propagandataide on taidetta, joka välittää poliittisen tai poliittisideologisen viestin. Sen tavoitteena voi olla nostattaa aatteen tai ideologian kannatusta tai hämmentää tai syyllistää niitä, jotka sitä vastustavat. Propagandataide saatetaan mieltää valtioiden tai poliittisten puolueiden määräämäksi tai sponsoroimaksi taiteeksi, tästä esimerkkinä sosialistinen realismi. Merkittäviin propagandan tuottajiin kuuluu myös Amerikan Yhdysvallat, eritoten sotien propagandataiteen ja American Scene -taiteen puolesta. American Scene syntyi vastaiskuna Euroopassa yleistyneelle ei-esittäväälle ja realismista irtautuneelle taiteelle (Dempsey, *Moderni Taide* s.163). Amerikkalaista propagandaa voidaan pitää Neuvostoliiton ja Natsi-Saksan propagandaa onnistuneempana, sillä se pysyy suosittuna ja jossain määrin uskottavampana kohdeyleisönsä sisällä ja ulkopuolella. Esimerkiksi Norman Rockwellin maalaukset kuvaavat keskiluokkaisen, vaaleaihoisen väestön elämää ilman suurta nyanssia, kenties jopa imelän imartelevasti. American Scene -taiteen tehoon vaikutti mahdollisesti kuvatus ryhmän olemassaolo. Vaikka se olikin rajallinen, yhdysvaltalainen keskiluokka oli olemassa oleva osa paikallisväestöä.

Propagandaa eivät kuitenkaan tuota vain valtiot tai poliittiset puolueet, vaan myös esimerkiksi yritykset, trollit, jotkin uskonnolliset tahot sekä terroristit ja muut radikalisoituneet tahot. Propaganda voi mustamaalata vastustajaa, maalittaa vastustavaa ryhmää, olla rasistista, ksenofobista, se voi rajoittaa tiedonsaantia, peitellä tarkoitusperäänsä, pyrkiä hallitsemaan julkista ja yleisön mielipidettä sekä pyrkiä vaikuttamaan näiden käyttäytymiseen. Koska propaganda on onnistunut, kun se hyväksytään osaksi todellisuutta, normeihin sitoutumista on suotavaa tarkastella kriittisesti ja marginalisoituja ryhmiä kuullen. Propagandaa käytetään luomaan turhia vastakkainasetteluja ja ylläpitämään epäoikeudenmukaisia valtarakenteita. On tärkeä muistaa, että propaganda on väline, ei oma entiteettinsä. Vastustajana on ihmisiä ja luotuja ajatuksia ja ideoita, ei murtamattomia valheita tai epätotuuksia. On myös harjoitettava riittävää itsekriittisyyttä erottaa omat mielipiteet ja näkemykset faktoista. Tekopyhyys ei itsessään tarkoita että ihminen olisi väärässä, mutta tekopyhyys syö sekä ihmisen että tämän argumentin uskottavuutta.

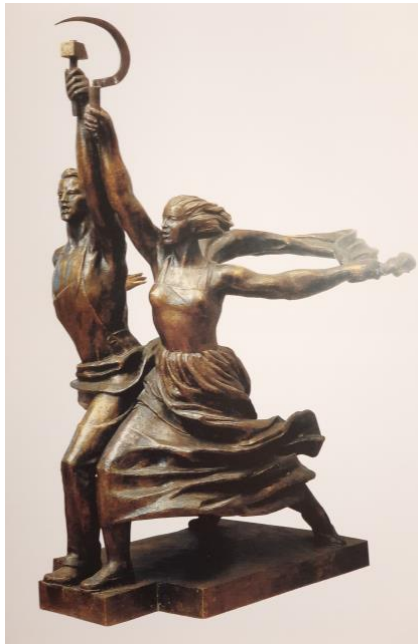
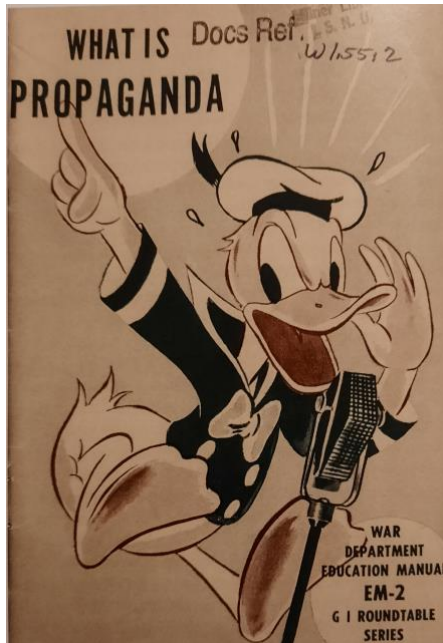
1.1.2 Propagandan kategoriat sekä ero muuhun vaikuttamiseen

Propaganda voidaan jaotella valkeaksi, harmaaksi ja mustaksi (Jowett & O'Donnel, s.17-26). Valkean propagandan kriteeri on, että tekijä ilmoittaa itsensä ja että tämä lisäksi kertoo propagandassa olevan propagandaa. Mustassa propagandassa tekijä väittää vastustajansa tehneen propagandakappaleen, esimerkiksi julisteen, julkaisun tai kirjoituksen. Harmaalla propagandalla ei ole tunnettua tekijää. Harmaan propagandan on helppo levitä netissä, jossa ristiriitaista ja tarkistamatonta tietoa löytyy runsaasti. Propagandaa tuotettaessa kohdeyleisö on tärkeä: valkoisen propagandan on usein tarkoitus vedota omiin kannattajiin, samoin mustan, mutta toisista syistä. Harmaa propaganda taas luo yleisesti hämmennystä, mikä salakavalasti tekee totuudenmukaisen tiedon tunnistamisesta ja levittämisestä vaikeampaa.

Propagandaa ja vaikuttamista ja kohdeyleisön vakuuttelua käytetään ajoittain synonyyminomaisesti. Propagandan ero muuhun vaikuttamiseen kuitenkin piilee siinä, että sen tarkoitusperä on säilyttää hallinta ja välittää ideologisesti latautunut viesti samankaltaisen tavoitteen tai tarkoitusperän omaavalle kohdeyleisölle, kun taas vaikuttaminen voi olla puhtaan totuudenperäistä ja -hakuista, eikä se aina ole lähteelleen eduksi, toisin kuin propagandan kohdalla. Vaikuttamisessa totuudenmukaisuus on prioriteetti, kun taas propaganda voi hyödyntää totuuden ohella puolittotuuksia ja rajallista totuutta. Viimeisimpien ero on siinä, että puolittotuus on vain osittain totta mutta potentiaalisesti osittain paikkansapitämätöntä, kun taas rajallinen totuus tarkoituksenmukaisesti jättää olennaista tietoa pois. Huomattavaa ja huomioitavaa on, että propagandan tarkoitus ei usein ole vahingon aiheuttaminen, vaan oman hyödyn tavoittelu. Tämä on havaittavissa esimerkiksi valheellisen mainonnan kautta: vaikka tuote tai palvelu ei vastaisi kuvausta tai odotuksia, sen tarkoituksena ei ole kuluttajan vahingoittaminen tai hyväksikäyttäminen näiden itsensä takia, vaan voitontavoittelun tähden ilman, että kuluttajan hyvinvointi tai oikeudenmukaisuus välttämättä otetaan huomioon. Esimerkiksi ”hyvinvointibrändi” Goop ei tarjoa todistettavan tiedon pohjalta tehtyjä tuotteita, vaan potentiaalinen hyvinvointi syntyy pitkälti lumevaikutuksen takia. On toki kiisteltävissä, onko taloudellista hyötyä tavoittelevien tahojen edes mahdollista pitää hyvinvointia tai ehdotonta totuudenmukaisuutta prioriteetteina.

1.2 Esimerkkejä propagandasta

Valkoisen propagandan kriteeri on, että tekijä on tiedossa ja teosten luonne propagandana on propagandakappaleessa tai -teoksessa ilmeinen. Alla olevat kuvat ovat esimerkkejä selkeästä propagandasta, joskin vain Aku Ankkaa kuvaava esimerkki täyttää aukotta valkoisen propagandan tunnusmerkistön.



Liitteet lähteistä:

Staal, Jonas: Propaganda Art in the 21st century, s 34 (vas), sekä Dempsey, Amy: Moderni Taide, s.169 (oik)

2 Propagandan värit (2023)

Propagandataide on tavallisesti politisoitunutta tai sidoksissa tiettyyn hetkeen tai ilmiöön. Ilmiön ajankohtaisuus voi olla valtaileiselle hyvin lyhytkestoinen, eikä teosten ole esteettisesti tai narratiivisesti tarkoitus pysyä ajankohtaisina tai vaikuttaa yksittäisteoksina taidehistoriaan. Esimerkiksi Black Lives Matter -liike sai pontta amerikkalaisen George Floydin kuolemasta, ja tästä tehtiin sosiaaliseen mediaan ja julkisille paikoille paljon taidetta. On otettava huomioon, että tämän taiteen funktio on ensisijaisesti ideologisen viestin välittäminen, ei esteettinen. Kaikki tämäntyyppisen taiteen tekijät eivät myöskään ole ammattitaiteilijoita, eikä yksittäisten teosten markkina-arvo tai taiteellinen hyveellisyys ole olennaista. Toisaalta kaiken taiteen voidaan katsoa olevan propagandaa (Staal, s.8) Ammattitaiteilijoiden taiteellinen identiteetti taas voi olla epäpoliittinen tai voimakkaasti politisoitunut myös markkinoinnin kannalta. Kantaa ei voi olla loputtomiin ottamatta, mutta taiteilijoilla on muiden tapaan vapaus valita mihin asioihin he kantaa ottavat. Taiteilija on aina osa yhteisöään ja yhteiskuntaa, mistä johtuen kannanotot ja asenteet ovat sidoksissa aikaansa ja paikkaansa sekä taiteilijan omaan identiteettiin. Värit ovat olennainen osa taiteellista ilmaisua, ja niihin yhdistyvät assosiaatiot voivat olla olennaisia osia tuotantoa. Eri puolueiden ja yhteisöjen suosimat värit muovaavat taiteilijan imagoa ja brändiä. Propagandataiteessa näitä voi käyttää propagandan kohteen puolesta tai sitä vastaan riippuen intentiosta, tekotavasta ja siitä, tietääkö tekijä mitä tekee.

Minimalistista, värien vaikutukseen nojaavaa taidetta on tiedettävästi tehty 1900-luvulta lähtien. Merkittäviä minimalistisen taiteen tekijöitä ovat muun muassa Ellsworth Kelly, Helen Frankenthaler ja Barnett Newman. Tyyli vaikutti aikanaan eritoten Amerikan Yhdysvalloissa, jossa kaikki yllämainitut taiteilijat toimivat. Toinen, kenties selkeämmin havaittava tyyli on tyylisuunta jonka teoksista voi erottaa, on abstrakti ekspressionismi, jonka edelläkävijöiden joukkoon kuuluivat Mark Rothko, Willem de Kooning ja Arshile Gorky. Erityisesti Rothkon työskentelytapa on havaittavissa teoksen punaharmaassa maalauksessa.

Alla: teoskuva



2.1 Musta, harmaa ja valkoinen propaganda

Opinnäytetyöni taiteellinen osa muodostuu kolmesta akryylimaalauksesta, joista kukin leveys on 100cm ja korkeus 150cm. Maalaukset on toteutettu kokonaan akryyliväreillä ja satiinipintaisella ja kiiltävällä mediumilla. Maalaukset omaavat kukin oman perusvärisen taustavärinsä: valkoisen propagandan taustaväri on tummansininen, mustan keltaokra ja harmaan syvä, murrettu punainen. Kukin taustaväri on maalattu vastavärinsä päälle. Vastaväri tarkoittaa värejä, joita sekoittamalla yhteen saadaan aikaan niin kutsuttua vastaväriharmaata, tai jotka väriympyrään sijoitettuna ovat toisiaan vastapäätä. Vastavärejä ovat sininen ja oranssi, keltainen ja violetti (tai lila) ja punainen ja vihreä. Taustavärit eivät ole politisoituneita: sininen ja punainen eivät viittaa oikeisto-vasemmisto -jakaumaan. Valkoinen propagandamaalaus ei myöskään omaa sinistä taustaa suorana viittauksena Suomen sinivalkoiseen lippuun. Sini- ja punataustaisilla maalauksilla on tiettyä impressionisminomaista maisemallisuutta, mutta ne eivät itsessään suoraan kuvaa luontoa tai sen silmällä havaittavia ilmiöitä.

Luvun 2 alaluvuissa listatut maalaukset ovat yksi kokonainen, kolmiosainen teos eli triptyykki. Maalausten muodostaman kokonaisuuden voi lukea länsimaisittain vasemmalta oikealle, vasemmanpuoleisen maalauksen vasemmasta yläreunasta oikeanpuoleisen maalauksen oikeaan alakulmaan. Toisaalta maalaukset voi lukea arvottaen propagandan eri tyypit moralisoivalla tavalla; valkea propaganda on keskellä, musta vasemmalla ja harmaa oikealla. Tämä taas voidaan tulkita viittaukseksi palkintopallille, jossa ensimmäiseksi sijoittunut on keskellä, toiseksi ja kolmanneksi tulleen välissä. Valkoisen

propagandan voidaan myös katsoa jäävän puristuksiin muiden propagandan tyyppien väliin. Musta ja harmaa propaganda eivät sinällään ole uusi ilmiö, mutta niiden määrä ja vaikutus korostuvat valkoisen propagandan ja totuudenmukaisuuden kustannuksella. On silti huomioitava, että myös valkoinen propaganda on propagandaa, eikä sen olemassaolo ole arvollisesti oikeutetumpaa. Kenties sitä voi pitää kolmesta pahasta pienimpänä.

Kaikki teoksen osat ovat visuaalisesti erilaisia, mutta jatkumoksi voidaan katsoa tasaisesti katoava terävyys, nelikulmioiden ja nelikulmiomaisten muotojen läsnäolo sekä maalaus pohjien muoto. Lisäksi perusvärit muodostavat värioppia tunteville itsessään visuaalisen jatkumon. Teososien keskinäinen vuoropuhelu on olennainen, sillä teoksen merkitys muuttuisi maalausten keskinäistä järjestystä muuttamalla. Pohjavärien järjestys on intentionaalisen hajanainen; vasemmalla olevaa keltaokraa seuraa sininen ja tätä punainen. Käytetyistä taustaväreistä punaista voidaan pitää lämpimämpänä, okraa toiseksi lämpimämpänä ja sinistä kylmimpänä. Värit on siis sijoitettu keskenään eri lailla kuin vaikkapa perusvärit omaavalla vesiväripaletilla, jossa reunalla ovat keltainen ja sininen, punaisen ollessa keskellä. Tähän katsoja ei välttämättä tule kiinnittäneeksi huomiota, varsinkaan mikäli tämä ei käytä merkittävää määrää aikaa taiteen tekemisen parissa.

Mikäli teokseen haluaa liittää etäisyyden tunteen, musta propaganda on terävänä lähimpänä, valkea häilyy vedenpinnan lailla, kun taas harmaa muistuttaa pilviä. Tämä muistuttaa intuitiivisesta tavastani ajatella propagandaa: musta propaganda on täällä, siihen voi törmätä, valkeaan voi vajota ilman että se osoittaa suoraa uhkaa, kun taas harmaa propaganda on abstraktio, ”jossain tuolla.” Eri tyyppiset propagandat siis aiheuttavat erilaista vahinkoa ja eri menetelmillä. Valkoisen, harmaan ja mustan käyttäminen propagandan tyyppien kuvaamiseen on luontevaa, mutta tietyssä mielessä arvottavaa: miksi valkoinen on mustaa (kiisteltävästi) harmittomampaa, miksi harmaa on epäselvin? Onko kategorioita kolme, vai onko jotain olennaista jätetty huomioimatta esimerkiksi niin, että jokin alakategoria ansaitsisi olla kategoria itsessään? Toisaalta politisoituneessa maailmassa politisoituneita värejä (punainen, sininen, keltainen, vihreä jne.) olisi riskaabelia käyttää kuvaamaan propagandaa, sillä värien mukainen propaganda tulisi väistämättä yhdistetyksi niitä käyttäviin puolueisiin vasemmisto-oikeisto- ja konservatiivi-liberaali -akseleilla. Tämä olisi jopa mustavalkoista kuvaustapaa harhaanjohtavampaa.

2.1.1 Teoksen ensimmäinen osa: valkoinen propaganda sinisellä pohjalla

Teoksen ensimmäinen osa on taustaväritään sininen. Oranssi pohjaväri on peitetty lähes sinisellä vaaleanlilalla. Mediumilla ohennettu, päällepäin näkyvä taustaväri on saatu sekoittamalla preussinsinistä ja magentanpunaista kiiltävään, juoksevaan akryylimediumiin. Väri on levitetty kankaalle leveällä pensselillä pystysuunnassa. Toinen pohjaväri kuuktaa paikoittain alta. Pystysuuntaiset vedot kuvaavat nousua ja pudotusta, ja erottavat taustan visuaalisesti kahdesta muusta maalauksesta. Sinisen taustaväriin päälle on maalattu valkoinen, noin 55cm leveä valkoinen alue 18cm etäisyydellä kanvaasin yläreunaan. Valkoinen hälvenee maalauksen alareunaa kohden, ja sen päälle on laveerattu kiiltävällä akryylimediumilla ohennettua magentaa, ultramariinia, preussinsinistä, okraa, kadmiuminkeltaista ja näiden värien sekoituksia. Valkoinen väri on maalauksessa ohennettu kiiltävällä ja juoksevalla akryylimediumilla, ja levitetty taustaa kapeammalla, kuitenkin litteällä siveltimellä ja lyhyemmillä vedoilla. Vedot kulkevat vaihtelevasti, mutta pääsääntöisesti horisontaalisesti verrattuna taustaan. Laveerauksessa on käytetty pääosin samaa sivellintä kuin valkoisen kohdalla, mutta väri on kauttaaltaan kuultavampaa, ajoittain miltei huomaamatonta ja siveltimen vedot ovat kaikki horisontaalisia. Ne ovat pidempiä kuin valkoisen maalin vedot mutta lyhyempiä kuin taustaväriin sivellinvedot. Laveeraus osoittaa, että vaikeaa propagandaa tuottavat useat tahot, ja valkoisen hälveneminen sitä, että määrä tuntuu vähenevän ja varmuus tekijästä muuttuu vaikeammaksi saavuttaa. Valkoisen ainoa häilyvä raja on alaosassa: sivuilta ja ylhäältä värialueen raja on siisti, terävä ja tasainen. Laveeraukset kuvastavat eri tahojen tuottamaa propagandaa ja lähteiden moninaisuutta.

Laveeratut siveltimenvedot kuvastavat valkoista propagandaa tuottavia tahoja: vaikka ne olisivat toistensa vastaisia ja toiset on muita helpompi erottaa, kaikki ovat rehellisesti omia itsejään. Valkoinen häipyä teoksen alaosaan tultaessa, värit muuttuvat ensin intensiivisemmiksi ja lopulta katoavat, samaan tapaan kuin valkoista propagandaa näkee yhä vähemmän.

2.1.2 Teoksen toinen osa: musta propaganda keltaokran värisellä pohjalla

Teoksen toinen osa on taustavärieltään keltaokran värinen. Okra peittää purppuran pohjavärin ilman suurta kuultavuutta tai sävyvaihtelua, sillä maaliin on sekoitettu sinistä pohjaa vähemmän juoksevaa mediumia, ja käytetty medium on satiinpintaista verrattuna kiiltävään. Käytetty sivellin on leveä, mutta toisin kuin sinisessä pohjassa, vedot ovat sekalaisia, kaarevia ja pituudeltaan vaihtelevia. Maalauksen alaosassa on musta, laatikkomainen ja teräväreunainen suorakaide. Sen etäisyys kumpaankin sivuun on n. 17 cm ja alareunaan hiukan vähemmän. Suorakaide itsessään on leveydeltään 66cm ja korkeudeltaan 47cm. Etäisyys maalauksen yläreunaan on noin 85cm. Suorakaiteen sisällä mustat siveltimenvedot ovat orgaanisia, kierteleviä ja kaartelevia sekä leveitä, joskaan eivät samassa määrin kuin taustalla. Päälle on laveerattu ultramariinia, preussinsinistä, magentaa ja okraa. Laveeratut värit erottuvat heikosti tekstuureina mustan maalin ja kiiltävän akryylimediumin alta. Tämä viittaa totuuden ja vastustajan oikeiden tarkoituserien peittelyyn. Vaikka tekijöitä siinä missä värejäkin on pinnan alla useita, niitä ei voi erottaa toisistaan. Kaikki pinnalta erottuvat värit ovat vain heijastuksia ympäristöstä. Ei ole paikkaa, jossa mustalle propagandalle ei altistuisi. Musta alue sijaitsee maalauksen alaosassa, sillä se lisää painon tuntua, mutta myös siksi että muiden lavastaminen propagandan levittämisestä on mielestäni alhaista.

Okran heittelevät siveltimenvedot muistuttavat tuulista peltoa viittauksena olkinukkeargumenttivrheeseen. Kyseinen argumenttivrhe tarkoittaa, että vastustajansa argumenttia ei huomioida sen aidoilla meriiteillä, vaan siitä tehdään eräänlainen helpommin hyökättävä pilakuva. Tämä luo yhteyden mustan laatikon ja taustan välille sikäli, että molemmat ovat luonteeltaan erheellisiä tai jopa valheellisia. Maalaus ei kuitenkaan ole ensisilmäyksellä levottoman näköinen, vaan se herää eloon ja tuottaa tarkoitetun vaikutuksen vasta pitkän, intensiivisen tarkastelun jälkeen, vaikka kontrasti vaaleahkon keltaokran ja synkän, kiiltävän mustan värialueen välillä on suuri. Musta alue dominoi maalausta, muttei tukahduta sitä samaan tapaan kuin teoksen kolmannen osan harmaa alue. Tätä teoksen osaa voidaan pitää yksinkertaisuudestaan huolimatta triptyykin äänekkäimpänä sen terävyydestä ja voimakkaasta kontrastista johtuen.

Mustaa propagandaa kuvaava musta alue kuvaa paitsi sen vakavuutta, myös sen olemusta. Vastustaja lokeroidaan yhtenäiseen laatikkoon helppona ratkaisuna potentiaalisesti merkittävistä vastanäkemyksistä, -argumenteista ja vastustajien välisistä eroavaisuuksista piittaamatta. Tiettyjä näkemyksiä vastustavat tahot eivät silti ole useinkaan monoliitti, jonka voisi sulloa näkemysten tai olemuksen perusteella yhteen lokeroon. Mustalle propagandalle on luonteenomaista luoda olkinukkeargumentteja ja määritelmän mukaisesti syyttää

vastapuolta asioista joita tämä ei ole tehnyt. Ääni tulee siis paitsi mustan propagandan levittämiseen syyllistyneeltä, myös niiltä, jotka sen kohteeksi ovat joutuneet. Tämä ei kuitenkaan ole yhteistyöhaluista, totuudenhakuista vuoropuhelua vaan mustan propagandan luojan omaneduntavoittelua. Kenties oljet jonain päivänä peittävät mustan laatikon alleen.

2.1.3 Teoksen kolmas osa: harmaa propaganda punaisella pohjalla

Kolmas ja viimeinen teoksen osa on taustaväriältään tumma, murrettu punainen. Väri on sekoitettu magentasta, keltaokrasta ja mustasta. Pohjaväri on okrasta ja preussinsinisestä sekoitettu vihreä. Pohjaväri on levitetty pystysuunnassa, kun taas taustaväri on levitetty leveyssuunnassa. Taustaväri on jokseenkin tasainen ja kiiltävä, sillä siinä on kiiltävää, juoksevaa akryylimediumia, kuitenkin vähemmän kuin teoksen ensimmäisessä osassa. Punainen väri ei itsessään ole räikeä tai häiritsevä. Punaista käytetään varoituskylteissä ja huomiovärinä, ja se yhdistetään mielessä usein vereen. Maalauksen väri muistuttaa hiukan hyytymään alkanutta verta. Väri ja sen murtaminen yhdistyvät harmaan propagandan salakavaluuteen. Harmaa alue on kokonaisuudessaan häilyvä ja utuinen, eikä sillä ole teräviä reunoja kuten teoksen aiemmissä osissa. Harmaa alue on kutakuinkin samalla etäisyydellä kaikkiin teoksen reunoihin.

Harmaan alueen tummuus vaihtelee, siveltimenvedot vaihtelevat mutta ovat lyhyitä ja hajanaisia. Harmaan päälle ei ole laveerattu värejä, vaan harmaaseen maaliin on eri alueilla sekoitettu okraa, ultramariinia ja magentaa. Nämä värit on vaikea erottaa eivätkä ne välity selkeästi teoskuvin. Harmaata maalia on havaittavissa leveyssuunnassa n.14cm etäisyydeltä maalauksen laitaan, ja peittävä harmaa alkaa tästä n. 4cm keskemällä. Vain taivas on rajana sille, mitä harmaa propaganda voi aiheuttaa, ja tämä näkyy maalauksen myrskypilvimäisessä ulkoasussa. Harmaa on maalattu punaisen päälle, mutta sen voi myös nähdä ikään kuin repeytyvän punaisen alta, sumun lailla. Harmaa on maalauksen yläosassa alaosa tummempi: kaikki myrskyt laantuvat joskus. Uusia myrskyjä kuitenkin tulee vaikka sää selvenisikin välissä. Samoin tavat tuottaa ja levittää propagandaa muuttuvat ja muovautuvat tekijän tarpeiden mukaan.

2.2 Teoksen ulkoasu

Minimalistisen ulkoasu voi ajan kuluessa jättää suuren vaikutuksen. Tyyllille on luontaista laskea paljon käytettyjen värien varaan. Ilman tuntemusta värisymboliikkaa tai tietoisia ja assosiaatioita (eli miellelyhtymiä) minimalistisen teoksen tulkinta voi olla haastavaa. Minimalistisista teoksista ei välttämättä pidä, vaikka kumpikin edellä mainittu asia olisikin katsojan tuntemuksen alaisena. Katsojaa ei voi syyttää tämän mieltymyksistä tai kielteisistä reaktioista teosta kohtaan, olemmehan kaikki oikeutettuja omiin taiteellisiin mieltymyksiimme. Koska teos ei itsessään ole esimerkki tietyn tahon propagandasta, esittävien elementtien lisääminen tekisi sen merkitykselle hallaa. Lisäksi minimalismi itsessään syntyi osittain vastaiskuna sosiaaliselle realismille, mikä nitoutuu yhteen teoksen taustalla vaikuttaneeseen huoleen Venäjän hyökkäyssotaa koskien. Minimalistiset teokset voi toisinaan olla vaikea muistaa tai erottaa toisistaan, mikä sekin liittyy propagandan luonteeseen: saamaamme tietoon on haasteellista suhtautua tasaisen kriittisesti. Tämä voi johtaa vaikeuteen erottaa saamaamme faktapohjaista tietoa mielipiteistä ja suoranaisesta misinformaatiosta. Teoksen visuaalinen unohdettavuus viittaa täten myös haasteeseen erottaa aito tieto samaan tapaan kuin minimalistinen teos on vaikea erottaa toisesta. Koska minimalistiset maalaukset edellyttävät visuaalisen kikkailun poisjättämistä, myös tekijät voivat varsinkin kokemattomalle katsojalle olla haastavia erottaa toisistaan. Samaan tapaan todistettavasti oikeaa tietoa tarjoavat lähteet voi olla vaikea erottaa erheellisistä tai suoranaisten valheellisesta.

Taustaväreinä olevat perusvärit tuovat esille perusasioita värioppiin liittyen, samaan tapaan kuin musta, harmaa ja valkoinen propagandan jaotteluun liittyen jakavat sen perusosiin. Taustavärien alla olevat pohjavärit paitsi elävöittävät visuaalista lopputulosta, myös muistuttavat etteivät perusasiatkaan usein riitä monimutkaisten asioiden syvälliseen ymmärtämiseen tai analyysiin. Musta ja valkoinen propaganda voi olla vaikea erottaa toisistaan, mikäli asianosaiset tahot ovat yleisesti epäluotettavia, ja harmaata propagandaa voi olla vaikea tunnistaa propagandaksi ilman asianmukaista lähdekriittisyyttä, lähteen puuttuessa. Tiedonhankintaan ja lähdekriittisyyteen liittyvä avoimuus ja sen tarve ovat teoksessa ja sen analysoinnissa läsnä sikäli, että teoksen merkitystä ei voi määrittellä ilman tietoa teoksen nimestä tai taustatietoa liittyen mustaan, valkoiseen ja harmaaseen propagandaan. Katsojan siis täytyy nähdä jossakin määrin vaivaa jotta teos voi avata merkityksensä, samaan tapaan kuin totuuden löytämiseksi ja sen mukaisena pysymiseksi on nähtävä aikaa ja vaivaa. Teoksen ensisijainen tehtävä ei kuitenkaan ole saarnata katsojalle, vaan muistuttaa tätä olemassa olevasta tiedosta ja houkuttaa tätä selvittämään totuudenmukaisia asioita lähdekriittisesti.

Yhteenveto ja pohdinta

On luultavaa, että 2020-luvulla propaganda tulee muuttumaan yhä harmaammaksi ja että sen määrä lisääntyy ja tunnistettavuus vaikeutuu. Esimerkiksi Tiktok-sovellus ja Google myös tuovat kuluttajille näiden suosimaa tietoa, paikkansapitävyydestä riippumatta. Propaganda levinnee ensisijaisesti internetissä ja kaikki sitä levittävät eivät välttämättä ymmärrä välittävänsä propagandaa todistettavan ja oikeellisen tiedon sijaan. Propagandan luonnetta käsittelevän opinnäytetyön tekeminen oli ristiriitainen kokemus, sillä aiheesta voi puhua paljon, mutta asiasisällön visuaalinen ilmaisu ja siihen liittyvien ajatusten välittäminen katsojalle on haastavaa. Minimalistisen kaltainen kuvaustapa laskee paljon teoksen värien varaan. Lisäksi se, että propaganda on ajankohtainen aihe on sekä siunaus että kirous. Toisaalta ajankohtaisuus voi herättää kiinnostusta, toisaalta katsoja saattaa tarvita taustatietoa oivaltaakseen teoksen merkityksen, jolloin taiteellinen integriteetti voidaan kyseenalaistaa teoksen taiteellisen itseisarvon kannalta.

Minimalistiseen, tai sitä muistuttavaan työskentelytapaan voidaan suhtautua toisinaan halveksuen, mikä kävi ilmi esimerkiksi opinnäytetyönäyttelyn avajaisissa. Kuulin sivukorvalla kommentteja siitä kuinka ”sama maalaus on tullut nähtyä jo miljoona kertaa.” Tämä on aihe, josta voidaan kiistellä loputtomiin: onko teos sama jos sen tekijä tai intentio muuttuvat? Itse uskon, että niin tekijä kuin intentio, tarkoitusperä, vaikuttavat olennaisesti niin teoksen varsinaiseen ulkoasuun kuin merkitykseen. Mieliala ja työskentelyn aikana tapahtuva ajattelu niin suunnittelutyössä kuin toteutuksessa vaikuttavat poikkeuksetta omaan työpöydäni. Myös makuasiat, henkilökohtaiset mieltymykset, vaikuttavat niin tapaan tehdä kuin hahmottaa taidetta. Propagandaa on haasteellista toteuttaa ilmeisellä tavalla minimalistisella tyyllillä, sillä tyyli ominaisesti jättää valtavan merkityksen väreille sekä tarpeen harkitulle värienkäytölle. Toisaalta teosten merkitystä ei ole hyvä pureskella katsojalle valmiiksi, toisaalta merkityksen ei pitäisi olla niin vaikeaselkoinen, että tulkinta on puuduttavaa tai turhauttavaa. Vaikka mieliala ja intentio vaikuttavat työpöydäni, niiden tarkka luonne ei automaattisesti välity katsojalle. Tämä on samalla sekä siunaus että potentiaalinen ongelma. Toisilla on suuremmat edellytykset ymmärtää minua taiteilijana sekä taiteellisia tarkoitusperiäni kuin toisilla, mutta taidetta ei usein pitäisi joutua selittämään.

Näyttelytilassa ja näyttelyä pystytettäessä täytyi tehdä kompromisseja, eikä teosta voinut tarkastella sopivalta etäisyydeltä. Koska kyseessä on yksi kokonainen teos, sitä on tärkeä katsoa vähintään kolmen metrin, mieluiten vähintään viiden metrin etäisyydeltä, ja kulkea lähemmäs kun kokonaisuus on hahmotettu. Tämä ei valitettavasti toteutunut. Toisaalta näyttelytilasta on hyödytöntä valittaa teoksen rajoitteiden takia. Lisäksi kuulin, että teos varmaan myy hyvin. Kaupallisuus tai myytävyys ei ollut osa teoksen tai sen toteutustavan tarkoitusperiä. Katsojaa on kuitenkin turha syyllistää teoksen visuaalista rajoitteista ja rajoista. Tiettyssä määrin tulkinnanvaraa on hyvä jättää, mutta mikäli teos ei puhu puolestaan tai se pitää kerta toisensa jälkeen selittää, jotta se toimisi, on taiteilija epäonnistunut tehtävässään. Visuaalisen median ja taiteen arvo on ensisijaisesti esteettinen, vaikkei teos olisikaan sanalla sanoen kaunis. Uskon voivani kehittyä taiteilijana tähän suuntaan loputtomasti, ja teokset voivat kenties toimia rautalankamallina tuleviin projekteihin.

Tietoa voi sen määrästä johtuen olla vaikea jaotella totuudenmukaiseksi ja ei-totuudenmukaiseksi. Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja internetissä suosituksi nouseva tieto ei välttämättä ole paikkansapitävää. Teoksen yksi agenda on tulla kyseenalaistetuksi: onko värit suhteutettu toisiinsa oikealla tavalla, ovatko erityyppiset propagandat oikeilla pohjaväreillä, toimisivatko maalaukset paremmin toisella kompositiolla tai eri järjestyksellä? Vastaukset ovat kiisteltävissä, ja teoksen visuaalinen toimivuus ja uskottavuus riippuvat paitsi taiteilijan harkintakyvystä ja asiantuntijuudesta, myös yleisön uskosta ja luottamuksesta. Näistä syistä yksinkertaiset ja yksioikoiset vastaukset ovat teoksen sisäisen arvomaailman vastaisia. Vastauksia on luonnollisestikin olemassa, myös oikeat vastaukset, mutta olennaisempaa on kyky kyseenalaistaa itseämme ja omaa harkintaamme. Kaikki ovat erehtyväisiä, eikä ole heikkoutta myöntää tätä sen enempää kuin tunnustaa olleensa väärässä tai ettei tiedä jotain. Oma tietämystä tai mahdollista asiantuntijuutta ei silti kannata vähätellä, sillä yhtäläinen oikeus eriäviin mielipiteisiin ei tee kaikista mielipiteistä yhdenvertaisia.

Lähteet

Kirjallisuus:

Gareth S. & O'Donnel, Victoria: Propaganda and Persuasion (seitsemäs painos) s.3, 6-13.87-89, 136-138, 143-150

Staal: Propaganda art in the 21st century, s.1-24, s.53

Dempsey, Amy: Moderni Taide, s.163-165 s.168-169, s.188-191

Nettisivut

Tieteen Termipankki, 2016

<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Nimitys:propagandataide>

Literary terms, 2015

<https://literaryterms.net/propaganda/>

Museum of Modern Art (2023)

<https://www.moma.org/artists/3048#works> (Ellsworth Kelly)

<https://www.moma.org/collection/terms/propaganda>

<https://www.moma.org/artists/4285#works> (Barnett Newman)

<https://www.moma.org/artists/1974#publications> (Helen Frankenthaler)

New York Times, 4.3.2022

<https://www.nytimes.com/2022/03/04/business/china-russia-ukraine-disinformation.html>

UVM, 2016

<https://www.uvm.edu/~jleonard/AGRI183/propoaganda.html>

Nabb Research Center, 2016

<https://libapps.salisbury.edu/nabb-online/exhibits/show/propaganda/what-is-propaganda-the-colors-of-propaganda>

Helen Frankenthaler Flundation,

<https://www.frankenthalerfoundation.org/helen/biography>

O'Guinn, International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2001

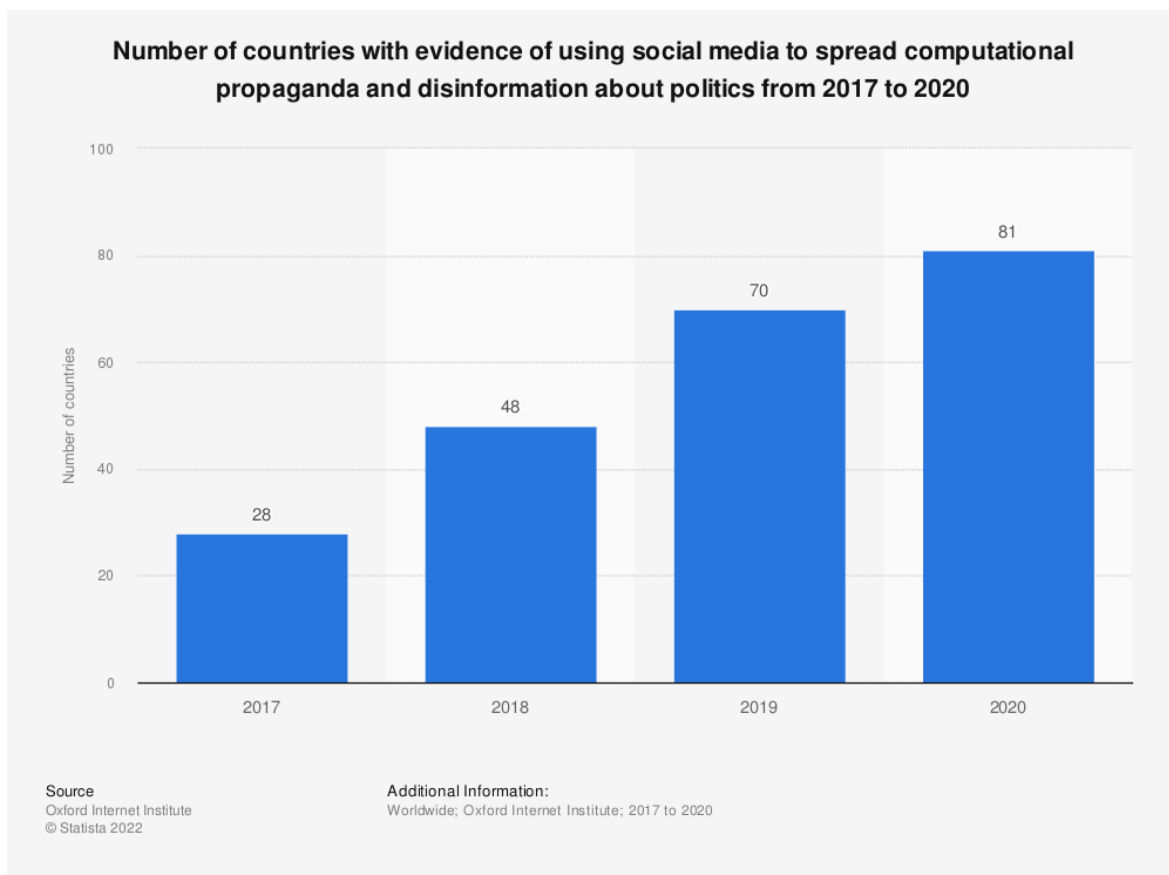
<https://www.sciencedirect.com/topics/economics-econometrics-and-finance/advertising-effects>

Artikkelit ja tilastot:

<https://www.statista.com/graphic/1/1023881/organized-social-media-manipulation-campaigns-worldwide.jpg>

<https://www.bbc.com/culture/article/20130703-can-propaganda-be-great-art>

<https://thepropagandaproject.wordpress.com/types-of-propaganda/>

Liite 1. Tilastokuva

Yllä: tilasto maiden määrästä, jotka todistettavasti käyttivät sosiaalista mediaa propagandan ja disinformaation levittämiseen v. 2017-2020

