

Elli Kivivuori

MAKEA MAAILMA

*Etnisyyden kuvaukset Osakeyhtiö Hellas Aktiebolaget Makeistehtaan
karamellikäärepapereissa vuosina 1910–1929*

Kandidaatintutkielma
Historian ja etnologian laitos
Jyväskylän yliopisto
29.2.2024

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	3
1.1 TUTKIMUSAIHE	3
1.2. TUTKIMUSMENETELMÄT	4
1.3 AIEMPI TUTKIMUSKIRJALLISUUS	4
2 ETNISYYS JA ETIKETTI	5
2.1. ETNISYYDEN KUVAUKSET	5
2.2. ETIKETTI ALUSTANA	7
3 OSAKEYHTIÖ HELLAS AKTIEBOLAGET MAKEISTEHDAS	8
3.1 OSAKEYHTIÖ	8
3.2 TUOTEKUVASTO VUOSINA 1910–1929	8
4 PÄÄTÄNTÖ	19
LÄHTEET	20
ALKUPERÄISLÄHTEET	20
TUTKIMUSKIRJALLISUUS	21
LIITTEET	22

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimusaihe

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, kuinka Hellas, suomalainen makeisteollisuuden toimija, rakensi etnisyyttä tuotekuvastollaan vuosina 1910–1929, sekä tarkastella sitä kuvaa, joka Hellaksen tuotteiden kuluttajille etnisyydestä syntyi. Tämä kuva tulee kattamaan myös mahdolliset eroavaisuudet etnisyyden kuvausten välillä, sekä kuvauksiin vaikuttaneet aatteet ja ideat. Tulen myös tarkastelemaan sitä, miten merkittävässä osassa nämä kuvaukset olivat kokonaistuotantoon suhteutettuna ja mihin laajempiin kehityskulkuihin Hellas yhtiönä asettuu. Primäärilähteinä tutkimuksessani toimivat Osakeyhtiö Hellas Aktiebolaget Makeistehtaan karamellikäärepaperit vuosilta 1910–1929. Tulen viittaamaan yhtiöön tästä lähtien nimellä *Hellas* helppolukuisemman kielen vuoksi. Sekundäärilähteinä tutkimuksessani toimivat etnisyyttä, orientalismia, rasismia ja stereotypioita, makeisteollisuutta ja käyttögrafiikkaa käsittelevä tutkimuskirjallisuus, sekä yhtiön hinnastot ja historiikit. Päädyin valitsemaan kyseisen osakeyhtiön tämän merkittävyyden takia; Hellaksen voidaan katsoa olevan Suomen vanhimman makeistehtaan (Helsingfors Nya Karamellfabrik Åbo filial) jälkeläinen, vaikka myöhemmin Fazer kasvoi suuremmaksi toimijaksi suomalaisen makeisteollisuuden saralla¹. Hellaksen voidaan myös katsoa olleen edelläkävijä suomalaisen makeisteollisuuden suunnittelutyössä, sekä pakkaussuunnittelun kehittämisessä. Näin ollen yhtiön tarkastelu on varsin hedelmällistä, eikä se kuvaa vain pientä, marginaaleissa tapahtuvaa liikehdintää suomalaisen makeisteollisuuden kentällä. Ajallisesti olen rajannut tutkimukseni vuosiin 1910–1929, jolloin suomalainen makeisteollisuus, mainonta ja markkinointi elivät merkittävää kehityskautta.² Muutoskausi tarjoaa varsin antoisan pohjan tutkimukselle. Vuosi 1929 on merkittävä ajankohta myös Hellaksen omassa historiassa, sillä kyseisenä vuonna yhtiö myytiin omaisuuksineen Makeistehdas Oy Hellas nimiselle yhtiölle ja se sai uuden toimitusjohtajan, Gustav Gardbergin³.

Tutkimuksessa on kaksi temaattista rajausta, joista ensimmäinen on rajaus Hellaksen karamellien käärepapereihin. En siis tule käsittelemään tutkimuksessani muuta yhtiön tuottamaa käyttögrafiikkaa kyseiseltä aikaväliltä, kuten karamellirasioita tai mainoksia. Itse käärepapereissa keskityn ainoastaan julkaistuihin kappaleisiin, enkä tule tarkastelemaan näiden luonnoksia kyseiseltä ajanjaksolta. Käsittelen ihmishahmoja sisältäviä kuvaruutuja, en koko makeiskääreen kuvakenttää kuviointineen.

¹ Vesikansa, 1995, 19.

² Koskimies, Kupila, Viitaharju, Dahlén & Solstrand, 2017, 13

³ Vahe J. 2000, 22.

Tulen sivuamaan sitä, kuinka karamellin nimi toimii yhdessä etnisyyden kuvauksen kanssa. Temaattinen rajaus etiketteihin syntyi niiden uniikin luonteen ja elinkaaren takia. Toisin kuin ilmoitusten kaltaiset mainoskuvat, etiketti muodostaa paikkansa arjen visuaalisessa ympäristössä. Etiketti on myös levinnyt muita mainoskuvia aiemmin maaseudulle sen uniikin formaatin takia.⁴ Voitaisiin todeta, että etiketin passiivinen toimijuus antaa sille mahdollisuuden välittää viestejä, kuten tiettyjä arvoja, varsin tehokkaasti. Näin ollen etiketin välittämä, kuvan muodossa oleva tieto, esimerkiksi etnisyydestä, ovat entistä merkittävämmässä roolissa muun muassa ajatusten, mielipiteiden ja arvojen muodostumisessa. Tätä tehokasta tiedon välitystä vahvistaa etiketin keräily. Toinen temaattinen rajaus keskittyy etnisyyteen ja tämän kuvauksiin. Etnisyyden kuvausten tarkastelu käyttögrafiikan kontekstissa voidaan nähdä varsin merkittävänä, sillä kuvituksen lisäksi se sisältää viestejä. En siis tule tarkastelemaan karamellikääreiden ulkonäköä esimerkiksi tekstin välittämien viestien kautta, vaan keskityn ainoastaan kuvastoon.

1.2. Tutkimusmenetelmät

Tulen käyttämään tutkimusmenetelmänä visuaalista analyysiä, joka on menetelmänä monitieteellinen. Visuaalisessa analyysissä on kaksi lähestymistapaa, visuaalinen semiotiikka, sekä ikonografia, joista jälkimmäistä tulen tutkimuksessani hyödyntämään. Ikonografia lähestymistapana käsittelee kysymyksiä liittyen representaatioon ja kuvan sisältämiin merkityksiin⁵. Näitä ikonografia lähestyy kolmen kuvallisen merkityksen kautta; edustavan merkityksen (*representational meaning*), ikonografisen symbolismin (*iconographical symbolism*) ja ikonologisen symbolismin (*iconological symbolism*) kautta. Edustavalla merkityksellä tarkoitetaan kuvan aiheen pääasiallista tai luonnollista sisältöä, eli yksinkertaistettuna kuvan aihetta. Ikonografinen symbolismi käsitteenä kattaa kuvan aiheen, esimerkiksi henkilön, sekä siihen tähän ideat ja konseptit. Tämä voidaan nähdä kuvan toisena aiheena. Ikonologisella symbolismilla tarkoitetaan kuvan taustalla vaikuttavia periaatteita, kuten tiettyä aikakautta.⁶

1.3 Aiempi tutkimuskirjallisuus

Tutkimusta etnisyyden merkitystä ja käytöstä tuotekuvastoissa on tehty laajasti esimerkiksi Yhdysvalloissa, jossa historian tutkimuksessa aihetta on lähestytty muun muassa Amerikan

⁴ Hovi-Wasastjerna 1995, 6–7.

⁵ Leuuwen T. v., & Jewitt, C. 2004, 2.

⁶ van Leuuwen, T. 2004, 100–101.

alkuperäisasukkaiden näkökulmasta. Tästä esimerkkinä toimii tupakkateollisuuden kuvastoa käsittelevä artikkeli *Tobacco industry misappropriation of American Indian culture and traditional tobacco* vuodelta 2018⁷. Tuote-etiketeissä esiintyviä etnisyyden kuvauksia on tutkittu myös Tanskan ja pohjoismaiden kontekstissa. Mathias Danboltin julkaisussa *Retro Racism: Colonial ignorance and racialized affective consumption in Danish public culture* tarkastellaan tanskalaisissa hyödykkeissä esiintyvää kolonialistista kuvastoa, tutkimusalana taiteen- ja kulttuurintutkimus⁸. Teos *Complying With Colonialism – Gender, Race and Ethnicity in the Nordic Region* käsittelee poikkitieteellisesti kolonialismin perintöä pohjoismaiden alueella, sisältäen myös elintarvikkeiden tuotekuvaston tarkastelua⁹. Historiantutkimuksen saralla aihepiiriä ei olla Suomen kontekstissa erityisemmin tutkittu. Tietynlaisena poikkeuksena tässä toimivat mainonnan historian näkökulmasta tehty tutkimus, joka käsittelee etikettiä tuotesuunnittelun alustana, kuten Hovi-Wasastjernan *Etiketti: Graafista suunnittelua 1920–30-luvuilla* -teos vuodelta 1995.

2 ETNISYYS JA ETIKETTI

2.1. Etnisyyden kuvaukset

Tarkastellakseni Hellaksen karamellikääreitä ja niissä esiintyviä kuvauksia etnisyydestä, tulee ensin käsitellä etnisyyttä, sekä siihen liittyviä kuvauksia mahdollisine seurauksineen. Etnisyydellä tarkoitetaan asemaa tietyssä ihmisryhmässä, joiden jäseniä yhdistää yhteinen perimä, tai kansallinen tai kulttuurinen traditio¹⁰. Stuart Hallin mukaan piirteet, jotka määrittävät ”länttä” ideana tai käsitteenä voivat toimia neljällä eri tavalla; mahdollistaen yhteiskuntien luokittelun ”läntisiin” ja ”ei-läntisiin”, toimien kuvan tai kuvien kautta representoimalla millaisia muun muassa eri kansat ja kulttuurit ovat, mahdollistaen vertailun eri yhteiskuntien välillä, sekä tuottaen tietystä aiheesta tietoa ja tähän kohdistuvia asenteita¹¹. Tämän tuloksena voi syntyä ajatus toisen tai toiseuden paremmuudesta tai huonommuudesta. Voitaisiin todeta, että kuvaukset etnisyydestä rakentavat varsin merkityksellisiä painotuksia eri ihmisryhmien välille, ja pystyvät näin muovaamaan yleisiä asenteita aihepiiriin liittyen. Stereotyypistäminen on tärkeässä osassa tässä ”Me ja muut” -asetelmassa. Tällä tarkoitetaan prosessia, jossa tietystä aiheesta muodostetaan yksipuolinen kuvaus pelkistämällä erot ja sulauttamalla erilaiset piireet yhteen, muodostaen näin stereotyypin. Stereotyyppi kytketään tiettyyn

⁷ D’Silva, J., O’Gara, E., & Villaluz, N. T., 2018.

⁸ Danbolt M. 2017.

⁹ Keskinen, S., Tuori, S., Irni, S., & Mulinari, D. 2009.

¹⁰ Oxford English Dictionary, 2023.

¹¹ Hall 1999, 79–80.

ihmisryhmään tai paikkaan, jonka seurauksena pelkistetyt piirteet muuttuvat osaksi kohteen olemusta.¹² Mikäli stereotyyppistämistä tapahtuu esimerkiksi tuotekuvaston muodossa, vaikuttaa se normien syntyyn ja näiden yleistymiseen arjen kulttuurissa. Eroilla, joilla kuvataan ja näin myös rakennetaan toiseutta, on merkitystä, sillä merkitys itsessään syntyy eroista; esimerkiksi brittiläisyys on samanaikaisesti ei-ranskalaisuutta ja ei-pakistanilaisuutta. Merkitys syntyy näin binaaristen vastakohtaparien avulla, jotka sisällyttävät kaikenlaiset erot ääripäihinsä.¹³ ”Me ja muut” -asetelma, jota Stuart Hall käsittelee, on vaikuttanut juuri tuotekuvaston, kuten karamellikäärepapereiden kautta.

Etnisyyden hyödyntäminen mainonnassa ei ilmiönä ole uusi, vaan ollut näkyvässä roolissa muun muassa 1800-luvun Isossa-Britanniassa, kun imperialismien kuvastoa ja teemoja levitettiin tupakka-askien kuvaston muodossa¹⁴. Iso-Britannian tupakka-askien lisäksi, kuvaukset etnisyydestä vaikuttivat myös Yhdysvaltojen mainosalalla, muun muassa saippuamainosten kautta¹⁵. Ilmiö ei kuitenkaan ole ollut olennainen ainoastaan näiden kahden maan kohdalla, vaan näkyy vaikutuksineen ympäri Eurooppaa, Suomi mukaan lukien. Sokerin kaltaisiin siirtomaatuotteisiin liittyvä mainonta ja tuotesuunnittelu loi liitoskohdan suomalaisten kuluttajien ja Euroopan kolonialismin historian välille. Tämä tapahtui, kun kuvaston representaatioiden kautta on tehty markkinointia sekä myyntityötä, ja näin kolonialismin kuvasto ideologioineen on kulkeutunut arkeen, ihmisten jokapäiväisiin elämiin.¹⁶ On nähtävissä, että mainonnalla on pitkät perinteet etnisyyden kuvauksien hyödyntämisessä ja tämä on näkynyt myös Suomen kontekstissa.

Orientilla tarkoitettiin 1800-luvun alusta toisen maailmansodan loppuun asti useita sekalaisia asioita, kuten Intiaa, Raamatun maita, sekä julmuuden ja aistillisuuden kaltaisia, itämaihin liitettyjä piirteitä. Kulttuurisena hankkeena orientalismin katsotaan olevan ranskalaisten ja brittiläisten perimää. Orientti on saman aikaisesti lännen kaltainen idea, joka sisältää oman historian, sanaston ja kuvaston. Orientin luomiseen liittyy myös valtasuhde, sillä idean lisäksi orientti luotiin ja orientoitettiin, jotta se voitiin tehdä itämaiseksi.¹⁷ Tätä ajatuskulkua seuraten, on orientalistin tarkoituksena, puheen ja kirjoituksen kautta, tuoda esiin hänen olemassaolonsa orientin ulkopuolella eksistentiaalisesti ja moraalisesti. Keskeisessä osassa tässä on ulkopuolisuus ja tämän representaatio tämän tärkeimpänä tuotoksena eli esitys itse orientista. Kun Said kuvailee tutkimaansa orientalistista tekstiä, painottaa

¹² Hall 1999, 122–123.

¹³ Hall 1999, 152–154.

¹⁴ Hall 1999, 162–163.

¹⁵ Keskinen, S. ym., 2009, 198.

¹⁶ Keskinen, S. ym. 2009, 197.

¹⁷ Said, E. W., & Pitkänen, K. 2011, 15–17.

hän, kuinka kyseessä ei ole aito kuvaus, vaan representaatio, sillä tämä on luotu keinotekoisesti symboliksi. Näin ollen kyseessä ei ole ”luonnollinen” kuvaus itämaista.¹⁸ Orientalismiin kuuluu myös jako itään ja länteen, sekä näiden suhteen kuvaileminen. Tätä kuvailua tehdään samankaltaisilla vastakohdilla, mitä stereotyyppistäminen sisältää, tästä esimerkkinä ajattelu vahvasta lännestä ja heikosta idästä. Vastakohta-asetelmassa idässä elävät ihmiset tyypistettiin yhdeksi maailmaksi, joka sisälsi kuitenkin tiedollisia, kulttuurisia, sekä kansallisia rajoja. Rajojen lisäksi tässä asetelmassa vallitsi myös tietynlainen sisäinen yhtenäisyys; idässä elävät ihmiset eivät kuitenkaan itse yrittäneet luoda maailmastaan yhtenäistä kokonaisuutta tai ymmärtää sitä, vaan tästä vastuussa olivat orientin tunnustaneet länsimaalaiset. Tämä prosessi luo myös osaltaan orienttia, kun tiedon kautta muodostuu kuva orientaalisesta ihmisestä ja hänen maailmastaan.¹⁹ Tätä ajatuskulkua seuraten, ne kuvastot, jotka hyödyntävät kuvauksia orientista, myös aktiivisesti rakentavat ja ylläpitävät sitä. Said toteaaakin, että orientalismin tuki ajatusta eurooppalaisen ja aasialaisen maailmanosan erosta, sekä ylläpiti olemassaoloaan näillä paineilla.²⁰

2.2. Etiketti alustana

Karamellikääre lasketaan etiketiksi, ja nämä ovat osa visuaalista kulttuuria (*visual culture*), laajaa kokonaisuutta, johon mainoskuvien lisäksi kuuluvat muun muassa propaganda ja lehdet²¹. Aikavälillä, jota tarkastelen, mainonnassa vaikutti Art deco -tyylisuunta, jolle tyypillistä on lainata piirteitä muista tyyleistä, omaksuen esimerkiksi ulkoeurooppalaisia vaikutteita. Tällaisia vaikutteita omaksuttiin muun muassa Kiinasta, Egyptistä ja intiaanikulttuureista.²² Saippuan imperialistista historiaa tutkinut Anne McClintock on käyttänyt termiä tavararasismi (*commodity racism*), joka toimi levittämällä ideologiaa kuvien kautta, ja pystyi turvautumaan 1800-luvun lopulla mainosalaan.²³ Vaikka tutkimukseni pääasiallinen fokus ei ole karamellikäärepapereihin ja samankaltaisiin hyödykkeisiin liittyvä rasismi, on tätä tärkeää sivuta etnisyyden representaatioita tarkastellessa, sillä stereotyyppioita sisältävät tuotekuvastot sopivat tavararasismi-käsitteen alle.

Karamellikääreen kuvasto on merkittävässä roolissa kuluttajan tehdessä ostopäätöstä. Kulutusyhteiskunnan muodostuessa asiakas pyrki tulkitsemaan tuotepakkauksia ja muiden mainoskuvien mukaisesti, myös etiketti hakee huomioarvoa tuotteelle kuvan muodossa. Kuvaärsyke

¹⁸ Said, E. W. ym. 2011, 31.

¹⁹ Said, E. W. ym. 2011, 46–47.

²⁰ Said, E. W., ym. 2011, 195.

²¹ Gunn, S., & Faire, L. 2012, 36.

²² Hovi-Wasastjerna 1995, 9.

²³ Keskinen ym. 2009, 198.

johtaa siihen, että tuote etiketteineen huomataan ja siten tästä tehdään ostopäätös.²⁴ Etikettinä karamellikääre on uniikki, sillä se välittyi yhteiskunnan moniin kerroksiin ja kääreet ovat olleet myös keräilyn kohteita. Keräilyn ja tämän käyttöluonteen vuoksi karamellien etikettien kuvasto toistui myös varsinaisen myynnin ja käytön jälkeen. Näin ollen myös viestit, joita karamellikääreiden kuvien kautta välitettiin, jäivät tietyllä lailla elämään, omaten pitkän elinkaaren. Yksi merkittävä syy karamellikääreiden keräilyyn oli niiden taiteellinen ulkoasu; toiseen maailmansotaan saakka suomalaiset kuluttajat pystyivät ostamaan taiteilijoiden taidonnäytteitä karamellikääreiden muodossa²⁵. Kyse oli tietynlaisesta taidekeräilystä saavutettavammassa muodossa. Suomalaisia karamellikääreitä suunnitelleita taiteilijoita olivat muun muassa Akseli Gallen-Kallela, Albert Edelfelt, Helene Schjerfbeck ja Magnus von Wright²⁶.

3 OSAKEYHTIÖ HELLAS AKTIEBOLAGET MAKEISTEHDAS

3.1 Osakeyhtiö

Vuonna 1910 Rudolf Gardberg osti tehtailija Nuchim Bondsdroffilta tämän vuonna 1890 perustaman Helsingfors Karamellfabrik -yrityksen, jonka toimintaa hän jatkoi uudella nimellä, Osakeyhtiö Hellas Aktiebolaget Makeistehdas. Aiemmin yritys oli toiminut Turussa nimellä Helsingfors Nya Karamellfabrik Åbo filial.¹ Gardbergin tavoitteena oli tehdä makeisista joka kodin herkkua, eikä vain varakkaiden yllälyystavaraa². Merkittävää on se, että Hellas oli ensimmäinen makeistehdas Suomessa, joka suunnitteli pakkaukset omassa taidetoimistossaan, aloittaen tämän jo 1920-luvun alkupuolella³. Näin ollen Hellas kuvaa tietynlaista suomalaisen makeisteollisuuden pakkaussuunnittelun taipaleen alkua, luoden sille kasvualustan, sekä tarjoten näin inspiraatiota muille makeisteollisuuden toimijoille. Karamellien käärepaperin suunnittelutyö ei ollut tietyn yksittäisen toimijan vastuulla, vaan 1920-luvulla Hellaksen karamellien käärepapereita suunnittelutyöhön osallistuivat itsenäisten taiteilijoiden lisäksi myös painotalot; Hellaksen kohdalla näihin painotaloihin kuuluivat muun muassa O.Y. F. Tilgmann A.B, sekä Turun Kivipaino O.Y.⁴

²⁴ Hovi-Wasastjerna 1995, 52.

²⁵ Kuusisto A. 2013, 17.

²⁶ Kuusisto A. 2013, 17, 19, 20, 22.

¹ Saarto, V., Puntila, L. A., & Huhtamäki-yhtymä 1980, 173–174.

² Koskimies, S. ym. 2017, 14.

³ Vahe, J. 2000, 22.

⁴ Koskimies, S. ym. 2017, 20.

Yrityksen nimi itsessään, Hellas, viittaa tiettyyn maantieteelliseen alueeseen, Kreikkaan. Nimi viittaa erityisesti antiikin Kreikkaan, sillä Hellaksen voidaan katsoa käsittävän kaikki ne alueet, jotka sisälsivät hellenistisiä poliksia¹. Syy yhtiön nimeämiseen ei ole tiedossa, mutta voidaan pohtia, haetaanko yhtiön nimellä jonkinlaista yhtymäkohtaa antiikin kulttuuriperinnön ja Suomen välille.

3.2 Tuotekuvasto vuosina 1910–1929

Karamelleja Hellaksen valikoimassa aikaväliltä 1910–1929 on 71 eri mallia, joista kuudessa etnisyys on nostettu tuotteen pääasialliseksi kuva-aiheeksi. Määrä on pieni suhteessa kokonaismäärään, mutta näistä kuudesta eri karamellista on tuotettu useampi eri grafiikan variaatio. Nämä kuusi etnisyyden kuvauksia sisältävää karamellikäärettä ovat *Hermes*, *Intiaani*, *Carmen*, *Hellas*, *Ali Baba*, ja *Mah Jongg*. Yhteensä tarkasteltavia variaatioita on 17 kappaletta.

Karamelleista ajallisesti ensimmäinen on Hermes, jonka yhteydessä on maininta, että kyseinen karamellikäärepaperi saattaa olla 1910-luvulla valmistettu, mutta se on luetteloitu vuodelle 1920. Karamellista käärepaperista on tehty vain yksi variaatio. Käärepaperin keskiössä voidaan olettaa olevan makeisen nimen mukaisesti olevan Hermes-jumala, sillä tällä on päässä höyhenkypärä². Hahmolla ei näy kuvaruudussa muuta vaatetusta höyhenpähineensä lisäksi, mutta hahmon taustalla voidaan nähdä *Caduceus*. Tämä on kreikkalaisessa mytologiassa Hermes-jumalaan liitetty sauva, jota ympäröivät kaksi käärmettä ja sen yläosassa on siipipari.³ Hermes on kuvattu sivuprofiilista ja kuvaruudussa näkyy ainoastaan hänen päänsä alue, vasemman olan yläreunasta alkaen. Katse on suunnattu eteenpäin. Hahmon iho on kuvattu valkoisena. Hermes-jumala kokonaisuutena on tyyne ja kuvaus arvokas.

¹ Hansen, M. H., Nielsen, T. H., & Thomas Heine Nielsen 2005, 150–151.

² Kts. Kuva 1.

³ Prakash, M., & Johnny, J. C. 2015, 49-50.



Kuva 1. *Hermes*-karamellin käärepapereita, 1920.

Intiaani-karamelli mainitaan Hellaksen hinnastossa vuosina 1920, 1921, 1923 ja 1928. Makeisen ensimmäinen karamellikääre on valmistettu mahdollisesti 1910-luvulla, mutta *Hermes*-makeisen tapaan, on se luetteloitu vuodelle 1920. Karamellin nimi viittaa Amerikan alkuperäiskansojen edustajaan. Karamellin käärepaperista löytyy kolme erilaista variaatiota. Näistä ensimmäinen, vuoden 1920 variaatio, esittää tummaihoisen hahmon monivärinen sulkapähine päässään⁴. Hahmon vasemmassa kädessä on jonkinlainen panta. Pähineen alta on nähtävissä tummaa hiusta ja hahmolla on käsissään pitkäpiippuinen ase, mahdollisesti kivääri. Hahmon koko vartaloa ei käärepaperissa näy, vaan kuvaruutu on leikattu hahmon keskivartalon kohdalta, ja tämä on kumartunut hieman eteenpäin, vasemman polven nousevan esiin. Ilme hahmon kasvoilla näyttää vakavalta, mutta kasvon piirteitä ei olla kuvattu tarkasti. Hahmon kuvaruudun tausta on yksinkertainen, muodostuen pelkästä keltaisesta väristä. Karamellin käärepapereista toinen on rajattu ja graafisesti paranneltu versio aiemmasta, vuoden 1920 variaatiosta⁵. Hahmon kuvauksesta on rajattu pois alavartalo ja nyt fokuksessa on ainoastaan pään alue. Tämän rajauksen tuloksena pitkäpiippuinen ase on jäänyt kuvauksesta kokonaan pois. Mieshahmolla on päässään samanlainen sulkapähine, mitä aiemmassa esimerkissä, mutta sen värit ovat tummentuneet. Ilme mieshahmon kasvoilla muistuttaa myös aiempaa variaatiota, mutta piirteet ovat tarkentuneet. Hahmon kasvoilta välittyy tietynlainen apea ilme, suupielet on suunnattu alaspäin. Tausta on myös samanlainen aiemman esimerkin kanssa, muodostuen pelkästä keltaisesta väristä. Intiaani-karamellin kolmannessa käärepaperivariaatiossa kuvataan tummaihoista

⁴ Kts. Kuva 2.

⁵ Kts. Kuva 3.

mieshahmoa sivuprofiilista, Hermes-karamellin käärepaperia muistuttavalla tavalla⁶. Mieshahmon iho on kuvattu aiemmista variaatioista poiketen selkeästi oranssiin taittavalla värillä. Päässään hahmolla on monivärinen sulkapäähine, joka on pelkistynyt aiemmista kuvauksista värien ja sulkien saralla. Ilme hahmon kasvoilla on neutraali ja tyyni. Hahmolla ei ole päällään muuta vaatetta päähineen lisäksi, tähän vaikuttaa rajaava kuvaus sivuprofiilista. Hahmon tausta eroaa kahdesta muusta variaatiosta, sillä tämä on tumma, värin taittaen mustaan tai tummansiniseen. Tämä luo kontrastia hahmoon ja erityisesti tämän vaaleaan päähineeseen. Sillä hahmon kuvausta on rajattu merkittävästi aiempiin variaatioihin verrattuna, siirtyy kuvauksen painotus hahmon ihonväriin ja sulkapäähineeseen.

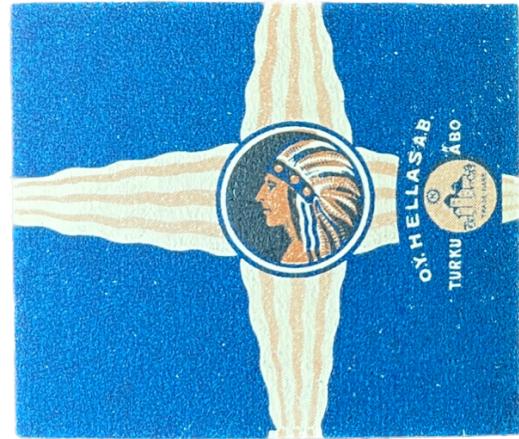
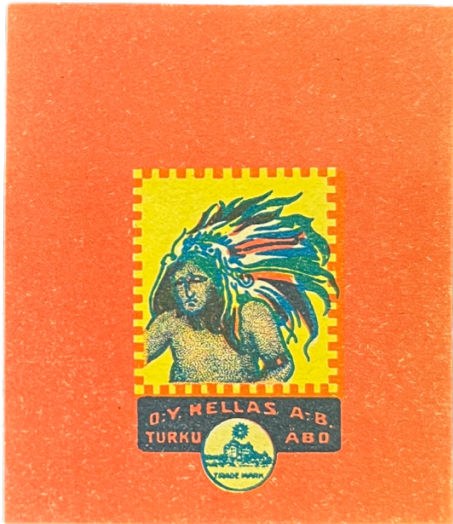


Kuva 2. *Intiaani*-karamellikääre, 1921.

Huomionarvoista on, että missään *Intiaani*-makeisen kolmessa kääreessä ei mainita tuotteen nimeä, ja käärepaperin ainoa teksti onkin Hellaksen oma nimi, joka on kirjailtu kääreen sivuun. Ikään kuin kuvaruudun aihe, Amerikan alkuperäisasukas, välittäisi nimen ilman sanoja. Kaikkia kolmea *Intiaani*-karamellin käärepapereissa esiintyviä hahmoja yhdistää sulkapäähine, sekä tumma iho. Hellaksen *Intiaani*-karamellin käärepapereissa kuvatut ihmishahmot edustavat toiseuteen liitettävissä olevia kielikuvia (vähäinen vaatetus), sekä toiseutta luovia erikoispiirteitä (sulkapäähine).⁷

⁶ Kts. Kuva 4.

⁷ Probasco N. J. 2018, 18.



Kuvat 3 ja 4. *Intiaani*-karamellikääreitä, 1920-luku.

Carmen-karamelli mainitaan Hellaksen hinnastossa vuoden 1924 kohdalla. Nimenä Carmen luetaan yleiseksi espanjalaiseksi tai portugalilaiseksi nimeksi, ja liitetään kristillisiin kultteihin ja Neitsyt Mariaan⁸. Vaikka karamellin nimestä ei voida olla täysin varmoja, luo Hellas tällä viittauksen tiettyyn ihmisryhmään. Karamellin käärepaperin keskiössä on tummaihoisen naishahmo, jolla on päällään punavalkoinen kuviollinen mekko. Hahmon hiukset ovat tummat ja lyhyet, jääden korvien tasolle⁹. Ilme hahmon kasvoilla näyttää kainolta hymyltä, sillä hampaiden valkoinen väri on nähtävissä. Kädessään tällä hahmolla näyttää olevan mekon helma, mutta kuvaus ei ole kovin yksityiskohtainen. Kuvaruutu, jossa hahmo on kuvattu, on hyvin yksinkertainen, muodostuen seinästä, naishahmon varjosta, sekä jonkinlaisesta puuesineestä tai -huonekalusta. Makeiskääreen keskiöön jää naishahmon värikäs, kuvioitu punavalkoinen mekko.

⁸ Kremer D., 2022.

⁹ Kts. Kuva 5.



Kuva 5. *Carmen*-karamellikääre, 1924.

Yhtiön nimeä kantavan karamellin kääre, Hellas, on vuodelta 1924. Tämän nimi viittaa maantieteelliseen alueeseen, Kreikkaan. Kyseessä ei ole kokovartalokuvaus, vaan kuvaruutu leikkaa hahmon keskivartalon kohdalta. Karamellin käärepaperissa kuvataan valkoihoista naishahmoa, joka pitelee käsissään jonkinlaista ohutta torvea¹⁰. Kyseinen torvi muistuttaa antiikin Kreikassa käytettyä soitinta, nimeltään *salpinx*, jota käytettiin erilaisten viestien välittämiseen erityisesti sotilaallisissa tilanteissa¹¹. Torvella oli myös joitain toimintoja arkipäiväisessä elämässä, kuten urheilukisojen ja hevosajojen lähtölaukauksena¹². Naishahmo on kuvattu sivuprofiilista, samankaltaisesti mitä Hermes-karamellin käärepaperin hahmo. Hahmon hiukset ovat lyhyet, korvien tasoon jäävät ja pääläella tällä on siro panta. Ilme naishahmon kasvoilla on tyyni ja tämä näyttää keskittyvän soittoon. Hahmon katse on suunnattu eteenpäin. Naishahmolla on päällään valkoinen, mekkoa muistuttava vaate, jonka rintamuksessa on yksityiskohtia. Hellas-karamellin kääre on ainoa, joka sisältää soittimen ja tätä soittavan hahmon. Hellas-karamellin käärepaperissa esiintyvä naishahmo on rauhallinen ja arvokkaasti kuvattu, joka käy järkeen, kun huomioon otetaan antiikin Kreikan erityisasema länsimaisessa yhteiskunnassa. Etnisyyden kuvauksia käsitellessä on tärkeää ottaa huomioon, kuinka Kreikan alueen historia on nähty osana länsimaista tai eurooppalaista historiaa, ei osana Välimeren alueen historiaa. Näin alueen historian uniikki luonne sulautettu osaksi länsimaisen yhteiskunnan kehityskulkua, eikä omaansa.¹³ Tämä on hyvä huomioida myös Hermes-karamellin kohdalla. Kreikan alue on myös nähty eurooppalaisen sivilisaation perustana, ja eurooppalaiset ovat

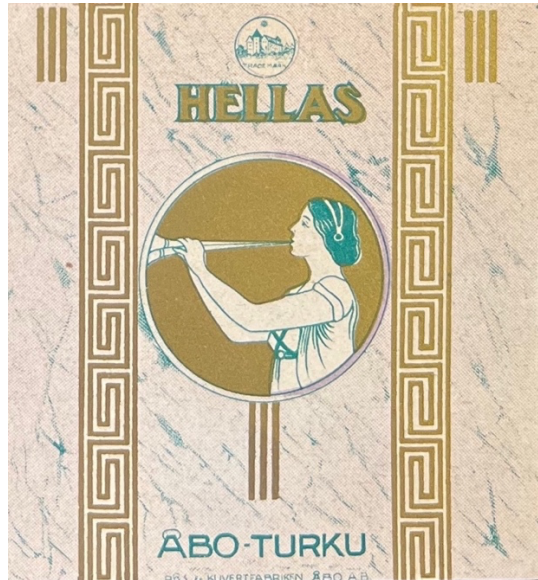
¹⁰ Kts. Kuva 6.

¹¹ Nordquist G. 1996, 241.

¹² Nordquist G. 1996, 244.

¹³ Vlassopoulos & Vlassopoulos, Kostas 2007, 2–3.

tulkinneet olevansa kreikkalaista perua. Tätä kehityskulkua hyödynnettiin myös imperialismin ja kolonialismin oikeuttamisessa, kun läntinen Eurooppa nähtiin muita ylivoimaisempana.¹⁴ Kun nämä historialliset aspektit huomioidaan, on Hellaksen päätös kuvata kyseistä kreikkalaisuutta varsin mielenkiintoinen.



Kuva 6. *Hellas*-karamellin käärepaperi, 1924.

Ali Baba -karamelli mainitaan Hellaksen hinnastossa vuosina 1924 ja 1926. Karamellin nimi, Ali Baba, on mahdollisesti saanut inspiraatiota *Tuhat ja yksi yötä* -nimisestä satukokoelmasta, jolla on katsottu olevan kytköksiä orientalismiin ja orientalistit ovat osallistuneet teoksen satujen muovaamis- ja luomisprosessiin¹⁵. Karamellin käärepaperista on viisi eri variaatiota, jotka sisältävät kaikki kuvauksen turbaanipäisestä mieshahmosta. Ensimmäisen kääreen mieshahmolla on valkoinen parta ja päässään punavalkoraidallinen turbaani, josta hahmon selkämykseen laskeutuu valkovioletti kangas. Turbaanin päällä on jonkinlainen kultainen koriste ja korvissaan hahmolla on samaa sävyä olevat korvakorut. Hahmon iho on väriltään tummanvioletti ja luo kontrastia valkoiseen partaan. Kuvaruudun tausta on väriltään oranssi. Toinen Ali Baba -karamellin kääre on hyvin samankaltainen profiilin ja tyylin kannalta. Hahmon asento eroaa kuitenkin hieman aiemmasta, sillä tämä on kääntynyt vähän eteenpäin, eikä kyseessä ole sivuprofiili. Tämän iho on kuvattu mustalla värillä, jonka takia tämän ilme ei ole nähtävissä. Mieshahmolla on valkoinen parta, päässä punainen turbaani,

¹⁴ Jezernik, B. 2007, 3.

¹⁵ Kennedy D. 2000, 319.

sekä korvissa kultaiset korvakorut.¹⁶ Turbaanin päällä on jonkinlainen korkea ja ohut kultainen koriste, joka muistuttaa sulkaa. Vaatetuksessa on punaisen, harmaan, valkoisen ja kullan sävyjä. Hahmon etumuksella on sapelia muistuttava teräase, jonka tuppi nousee kuvaruudun reunalle.



Kuvat 7 ja 8. *Ali Baba* -käärepaperi, 1924.

Kolme muuta *Ali Baba* -käärepaperin variaatiota poikkeavat tyyllillisesti kahdesta aiemmasta kuvauksesta. Piirrostyylillä on erilainen, sekä ihmishahmot on kuvattu kokovartaloprofiilista, ei ainoastaan pään aluetta kuvaten. Näistä ensimmäisessä mieshahmo on pukeutunut monivärisen ja kuvioituun turbaaniin, keltaisiin haaremihousuihin, raidalliseen kangasvyöhön, punaiseen paitaan, sekä tummiin kenkiin¹⁷. Hahmon vyötäröllä on sapelia muistuttava teräase ja tämän oikeaan olkapäähän nojaten, on pitkäpiippuinen kivääri. Tämän suu on hieman auki ja ilme näyttää jokseenkin vihaiselle. Ihonväri on kuvattu vaaleanpunaisena. Toisen variaation keskiössä on istuva mieshahmo, joka on pukeutunut punavalkoraidalliseen turbaaniin, valkoisiin haaremihousuihin, valkoiseen paitaan, valkoisiin sukkiin tai kenkiin sekä monivärisen vyötärökankaaseen¹⁸. Mieshahmo pitelee pystyssä pitkäpiippuista asetta ja tämä näyttää hymyilevän. Viimeisessä *Ali Baba* -karamellin käärepaperivariaatiossa kuvataan istuvaa mieshahmoa, jolla on päässä kuvioitu keltasininen turbaani, jalassa valkoiset haaremihousut, päällä rusehtava paita ja jaloissa tummat kengät¹⁹. Hahmo pitelee vasemmassa kädessään pitkäpiippuista asetta ja oikeassa kädessään sapelimaista miekkaa. Hahmolla

¹⁶ Kts. Kuva 8.

¹⁷ Kts. Kuva 9.

¹⁸ Kts. Kuva 10.

¹⁹ Kts. Kuva 11.

on kasvoillaan hymyilevä ilme. Kengät, jotka ovat nähtävissä kolmella viimeisellä Ali Baba -käärepaperin hahmolla, muistuttavat jalkineita nimeltä *jutti*. Nämä jalkineet ovat tohvelityyppiset ja osa perinteistä intialaista etnistä vaateetusta.²⁰ Ali Baba -karamellin kääreiden ihmishahmot jakavat keskenään monia piirteitä. Jokaisella näistä hahmoista on päässään värikäs turbaani, ja ensimmäistä variaatiota lukuunottamatta kaikilla hahmoilla on hallussaan terä- ja tuliase. Päätöstä aseiden sisällyttämisestä makeiskääreisiin on mahdotonta arvioida jälkikäteen, mutta ne lisäävät erilaisen, hieman aggressiivisen ja uhkaavan painon hahmoihin. Huomioiden karamellin nimen orientalismiin viittaavan luonteen, luovat aseita sisältävät kuvaukset myös toiseutta.



Kuvat 9, 10 ja 11. Ali Baba -käärepapereita, 1924.

Mah Jongg -karamelli mainitaan ensimmäisen kerran yhtiön hinnastossa vuonna 1926 ja siitä on suunniteltu useampi käärepaperin variaatio, yhteensä 12 kappaletta. Kuusi näistä sisältää kuvauksen

²⁰ Sana V. 2021, 74.

ihmishahmosta, neljä Mahjong-pelin laattoja ja kaksi ornamenttiikkaa. Mah Jongg -karamelli on ainoa etnisyyttä kuvaavista käärepapereista, joka sisältää sekä mies että naishahmoja. Yhtä variaatioita lukuun ottamatta, kaikki ihmishahmoja kuvaavat Mah Jongg -karamellin kääreet, kuvaavat näitä kokovartaloprofiilista. Karamellin tuotenimi itsessään viittaa Kiinaan, sillä Mahjong pelinä ilmaantui ensimmäisen kerran 1860-luvulla Ningbon kaupungissa Etelä-Kiinassa²¹. Mah Jongg -karamellin käärepapereissa esiintyvät hahmot liitetään näin lähtökohtaisesti tiettyyn maantieteelliseen sijaintiin. Ensimmäinen karamellin käärepaperivariaatioista kuvaa kimoonon pukeutunutta naishahmoa, joka pitelee oikeassa kädessä oranssia paperilyhtyä²². Hahmon hiukset on kiinnitetty ylös nutturalle jonkinlaisilla kultaisenvärisillä puikoilla. Hahmon taustalla näkyy kaksi hyvin yksinkertaisesti kuvattua puuta. Kimonon yläosa on väriltään musta, ja siinä on kultaisia yksityiskohtia. Alaosa kuvioitu ja kultainen, ja lantiolla oleva kangas oranssivalkoinen. Hahmon ihonväri on kuvattu valkoisena, hieman keltaiseen taittavana. Käärepaperivariaatioista toinen kuvaa keltaista paperilyhtyä ja punaista kukkaa kädessä pitävää mieshahmoa, joka on pukeutunut violettiin ja kuvioituun kimonotyypin vaatteeseen²³. Paperilyhdyssä on kirjailua kanji-merkeillä ja sitä ympäröi kolme oranssia perhosta. Jalassa hahmolla on puusandaalit. Hahmon hiukset ovat mustat ja lyhyet. Hahmon iho on kuvattu vaaleanpunaisena. Tämän kulmakarvat ovat hyvin kapeat ja niin myös silmät. Kolmannessa variaatioissa kuvataan valkoista kirjaa tai alustaa käsissä pitelevää ihmishahmoa sivuprofiilista. Hahmo on kuvattu niin, että tämän kasvot eivät näy, vaan nämä on väritetty kokonaan mustaksi.²⁴ Myös tämän kädet, hiukset, jalkineet, sekä yksityiskohdat vaatteessa on kuvattu samalla mustalla värillä. Värejä käyttämällä on kuvattu hahmon vaateesta ja taustaa. Hahmon hiukset ovat pitkät ja jatkuvat alaselkään asti, sekä tällä on päässä hattu. Kuvaruudun tausta on yläreunasta valkoinen ja alareunasta kirkkaankeltainen. Neljännessä Mah Jongg -karamellin käärepaperissa kuvataan kyyristynyttä kimoonon pukeutunutta mieshahmoa takaviistosta päin. Hahmon kuvaruutu on sähkönsinisen värinen. Hahmo koostuu punaisesta ja valkoisesta väristä, punaisen toimien varjostuksena ja vastapainona valkoiselle. Myös hahmon iho on kuvattu samaisella valkoisen sävyllä. Mieshahmo on pukeutunut kimonotyypin asuun ja jalassaan hänellä on puusandaalit. Kimonon yläosa sisältää hieman yksityiskohtia. Hahmon oikea käsi on ojentuneena eteenpäin ja näyttää pitelevän siinä Mahjong-pelin laattaa. Tämän kasvot ovat yksinkertaisesti kuvatut ja hiukset ovat lyhyet, kiinni pienellä jonkinlaisella poninhännällä. Mah Jongg -makeiskääreistä viides kuvaa kaarevalla sillalla seisovaa naishahmoa²⁵. Päällään tällä on kimonoa muistuttava vaate ja kädessään

²¹ Greenfield M. C. 2010, 333.

²² Ks. Kuva 12.

²³ Kts. Kuva 13.

²⁴ Kts. Kuva 14.

²⁵ Kts. Kuva 16.

kullansävyinen paperinen päivänvarjo. Hahmon hiukset ovat mustat ja ne on kiinnitetty päällele nutturalle. Tämän iho ja päällä oleva kimono on kuvattu samalla oranssin sävyllä. Kimonoon on myös tehty tekstuuria kullan ja mustan sävyillä. Hahmon silmät on kuvattu pelkinä yläviistoon suunnatuilla viivoilla ja tämän yleisilme on tyyni. Naishahmon taustalla on valkokuippuinen vuori, sininen taivas, sekä jonkinlainen havupuu. Tämä muodostaa kääreestä poikkeuksen suhteessa muihin etnisyyttä kuvaaviin etiketteihin, sillä hahmon taustalla on kokonainen maisema. Kuudes Mah Jongg-käärepapereissa kuvattu ihmishahmo on muista poikkeava siinä, että kyseessä ei ole kokovartalokuvaus, vaan ainoastaan hahmon kasvot ovat kuvattuna. Kasvojen lisäksi kuvaruudussa on kuvattu ornamentiikkaa ja Mahjong-pelin laattoja. Hahmon hiukset ovat tummat ja ne on kiinnitetty ylös jonkinlaiselle nutturalle. Iho on kuvattu valkoisella värillä ja tämä korostuu mustalla taustalla. Silmät osoittavat yläviistoon ja ovat viivamaiset, kuten muissakin karamellin variaatioissa. Suu näyttää olevan kiinni ja yleisilme on vakava, mutta tyyni.



Kuva 12 ja 13. Mah Jongg -karamellikääre, 1926.



Kuvat 14 ja 15. *Mah Jongg* -karamellikääre, 1926.

Mah Jongg -karamellien käärepaperien hahmojen välillä löytyy useita yhtäläisyyksiä. Kaikissa Mah Jongg -karamellin käärepapereissa kuvatuilla ihmishahmoilla on hyvin pelkistetyt, viivamaisessa muodossa kuvatut silmät. Tästä kuitenkin pois luetaan yksi käärepaperivariaatio, jossa kasvon piirteet eivät ole värityksen takia näkyvissä²⁶. Tämä kuvaamistapa täyttää osaltaan stereotyyppistämisen piirteet, käyttäen rasistista stereotypiaa aasialaisiin viitatessa, kuvaten heidän silmänsä vinoina (*"squinty" eyes*)²⁷. Toinen yhteinen tekijä kaikkien Mah Jongg -karamellin käärepaperien hahmoilla on heidän päällään kuvattu kimono, joka 1800-luvun lopulle saakka oli Japanissa tyypillinen vaate niin miehillä kuin naisilla.²⁸ Tässä voidaan havaita tietynlainen ristiriita, sillä karamellin nimi viittaa maantieteellisenä alueena Kiinaan, kun taas karamellin kuvasto Japaniin. Voitaisiin tulkita, että Hellas yhdistää nämä kaksi Aasian maata yhdeksi kokonaisuudeksi, massaksi, ja luo näin tietynlaisen orienttia muistuttavan yhtymäkohdan. Mah Jongg -karamellin käärepaperien hahmojen ilmeet sekä yleinen olemus ovat keskenään hyvin samankaltaisia, niin rauhallisuuden, ulkonäön, kuin vaatetuksen osalta. Aasialaisia stereotyyppistettiin 1800-luvun mittaan rasistisella kuvauksella keltaisesta ihosta, ja 1920-luvulle tultaessa länsimaat olivat sisäistäneet tämän ajatuksen itäaasialaisista²⁹. Millään Mah Jongg -karamellikääreen ihmishahmoista ei ole suoranaisesti keltaista ihoa, kaksi variaatioista lähestyy tätä kuvausta³⁰. Voidaan kuitenkin pohtia, vaikuttivatko länsimaissa vallinneet rasistiset mielikuvat ja stereotypiat aasialaisista Hellaksen päätöksissä valmistaa, sekä kuvittaa Mah Jongg -karamellia.

²⁶ Kts. Kuva 14.

²⁷ Bow L. 2019, 49.

²⁸ Valk, J. 2018, 310.

²⁹ Keevak M. 2011, 4.

³⁰ Kts. Kuvat 12 ja 16.



Kuvat 16 ja 17. *Mah Jongg* -karamellikääreitä, 1926.

4 PÄÄTÄNTÖ

Etnisyyden kuvauksia hyödyntävät makeiskääreet muodostavat vähemmistön Hellaksen karamellien kokonaisvalikoimasta vuosina 1910–1929. Voidaan kuitenkin huomata, että tämän aikavälin loppupuolella kuvauksia sisältävät kääreet saivat osakseen variaatioita kasvavissa määrin. Kuvaukset eivät siis vähentyneet, vaan päinvastoin. Karamellikääreissä kuvattiin Amerikan alkuperäiskansaa, aasialaisia, kreikkalaisia, sekä todennäköisesti ihmisiä Lähi-idästä ja espanjaa tai portugalialaisia puhuvia. Etnisyyden kuvauksissa tyyli vaihteli yksityiskohtaisesta yksinkertaiseen. Kuvauksissa voidaan nähdä vaikutteita orientalismista, Art deco -tyylisuunnasta, Anne McClintockin käyttämästä tavararasismi-käsitteestä, sekä myös suoraa rasistista stereotyyppistämistä. Edward Saidin huomiota lainaten, Hellaksen luomat ja välittämät kuvaukset eri etnisyyksistä ovat vain keinoitekoisia symboleita, eivät ”luonnollisia” kuvauksia etnisyydestä. Hellas kuitenkin rakensi ja toisti näitä etnisyyden kuvauksia karamellikääreillään suomalaisten arkipäiväiseen elämään aikakautena, jolloin makeiset olivat muuntumassa monien herkuksi. Tuote-etiketin uniikin formaatin vuoksi tämä prosessi vahvistui kääreiden pitkän elinkaaren avulla, kun niihin kohdistui myös keräilyharrastamista. Voidaan katsoa, että yhtiön graafinen tuotesuunnittelu seurasi karamellikääreiden kohdalla kansainvälisiä trendejä, ja kytkeytyy karamellikääreillään suurempiin kehityskulkuihin, toistaen imperialismin ja kolonialismin kuvastoa etnisyyden kautta. Tätä tekivät Suomen ulkopuolella muun

muassa Yhdysvallat ja Tanska. Kenties selkeimpänä esimerkkinä kuluttajalle välitetyistä viesteistä on aseiden sisällyttäminen Ali Baba- ja Intiaani -karamellien kääreisiin, sillä tämä luo kuvaukseen uhkaavan, muista eroavan ilmapiirin. Vaikka Hellaksen makeiskääreitä kyseiseltä ajanjaksolta ei olisi tietoisesti suunniteltu välittämään mitään edustavaa merkitystä enempää, liittyy kuviin ikonografisen symbolismin ulottuus; kuvat välittävät arvoja, asenteita ja konsepteja. Karamellikääreiden kuvausten kohdalla nämä välittyvät esimerkiksi ihonvärin ja asusteiden kautta. Tämä välittämisprosessi vahvistuu entisestään, kun kyseessä oli merkittävä toimija makeisteollisuuden alalla Suomessa, ja sen väittämät kuvat symboleineen omasivat todellista painoarvoa alansa kentällä.

Tulevaisuuden historiantutkimukselle makeiskääreiden, ylipäätään käyttögrafiikan, tutkiminen tarjoaa paljon mahdollisuuksia. Aihepiiriä ei ole aiemmin suomalaisessa historiantutkimuksessa laajalti tutkittu, mutta uusi tutkimus voisi tukeutua aiempaan poikkitieteelliseen tutkimukseen, sekä maailmalla tehtyyn verrattavaan tutkimukseen. Tutkimusta voitaisiin laajentaa kattamaan tietyn yhtiön koko grafiikan tuotanto, myyntiesitteet, mainokset, tuotepakkaukset sekä näiden luonnokset mukaan lukien. Näin pystyttäisiin luomaan kokonaiskuva ilmiöstä, sekä arvioimaan, kuinka tiedonvälitys tapahtui kuvien kautta eri formaateissa. Kuvan eri formaatteja voisi myös vertailla keskenään. Kuvaston tarkastelua itsessään voitaisiin myös laajentaa, esimerkiksi tarkastelemalla ihmishahmojen lisäksi muita visuaalisia elementtejä, kuten tekstin fonttia ja koristekuvioita. Hellas yhtiönä on myös tuottanut suomalaisuutta kuvaavia karamellikääreitä, joiden kuvauksia voitaisiin verrata etnisyyksiä kuvaaviin kääreisiin. Näin pystyttäisiin vertailemaan muun muassa orientalismiin liittyvää jakoa itään ja länteen.

LÄHTEET

ALKUPERÄISLÄHTEET

Arkistolähteet

Kansalliskirjaston digitaaliset aineistot.
<https://digi.kansalliskirjasto.fi> (haettu 25.3.2023)

Turun museokeskus (Valokuva-arkisto), Turku
Kuvauksen kohde/aihe: Hellas Oy:n karamellikääreet 1910–1920-luvuilta.

TUTKIMUSKIRJALLISUUS

- Bow, L. (2019). Racist Cute: Caricature, Kawaii-Style, and the Asian Thing. *American quarterly*, 71(1), 29-58. <https://doi.org/10.1353/aq.2019.0002> (käyty 13.5.2023)
- Jezernik, B. (2007). Constructing Identities on Marbles and Terracotta: Representations of Classical Heritage in Greece and Turkey. *Museum anthropology*, 30(1), 3–20. <https://doi.org/10.1525/mua.2007.30.1.3> (käyty 28.2.2024)
- Craig, R. L. (1991). Designing Ethnicity: The Ideology of Images. *Design Issues*, 7(2), 34 – 42. The MIT Press. Verkko-osoite: <https://www.jstor.org/stable/1511405> (käyty 20.11.2022)
- Danbolt, M., 2017. Retro Racism: *Colonial ignorance and racialized affective consumption in Danish public culture. Nordic Journal of Migration Research*, 7(2), 105-113. Verkko-osoite: <http://doi.org/10.1515/njmr-2017-0013> (käyty 20.11.2022)
- D’Silva, J., O’Gara, E., & Villaluz, N. T. (2018). Tobacco industry misappropriation of American Indian culture and traditional tobacco. *Tobacco control*, 27(e1), e57-e64. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2017-053950> (käyty 26.4.2023)
- Gunn, S., & Faire, L. (2012). *Research methods for history*. Edinburgh University Press.
- Greenfield, M. C. (2010). "The Game of One Hundred Intelligences": Mahjong, Materials, and the Marketing of the Asian Exotic in the 1920s. *Pacific historical review*, 79(3), 329-359. <https://doi.org/10.1525/phr.2010.79.3.329> (käyty 17.4.2023)
- Hall, S., Lehtonen, M., & Herkman, J. (1999). *Identiteetti*. Vastapaino.
- Hansen, M. H., Nielsen, T. H., & Thomas Heine Nielsen. (2005). *An Inventory of Archaic and Classical Poleis*. Oxford University Press, Incorporated.
- Hovi-Wasastjerna, P. (1995). *Etiketti: Graafista suunnittelua 1920–30-luvuilla*. [P. Hovi-Wasastjerna].
- Jezernik, B. (2007). Constructing Identities on Marbles and Terracotta: Representations of Classical Heritage in Greece and Turkey. *Museum anthropology*, 30(1), 3–20. <https://doi.org/10.1525/mua.2007.30.1.3> (käyty 28.2.2024)
- Keevak, M. (2011). *Becoming yellow: A short history of racial thinking*. Princeton University Press.
- Kennedy, D. (2000). “Captain Burton's Oriental Muck Heap”: The Book of the Thousand Nights and the Uses of Orientalism. *The Journal of British studies*, 39(3), 317-339. <https://doi.org/10.1086/386222> (käyty 25.2.2024)
- Keskinen, S., Seikkula, M., Mkwesha, F., Aghayeva, U., & Sinkkonen, A. (2021). *Rasismi, valta ja vastarinta: Rodullistaminen, valkoisuus ja koloniaalisuus Suomessa*. Gaudeamus.
- Keskinen, S., Tuori, S., Irni, S., & Mulinari, D. (Eds.). (2009). *Complying with colonialism : Gender, race and ethnicity in the nordic region*. Taylor & Francis Group. Verkko-osoite: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/detail.action?docID=438320> (käyty 20.11.2022)
- Koskimies, S., Kupila, S., Viitaharju, J., Dahlén, C., & Solstrand, S. (2017). *Hyvin pakattu – puoleksi myyty*. Turun museokeskus.
- Kremer, D. (2022-08-29). Spanish and Portuguese Family Names. In Dictionary of American Family Names. : Oxford University Press. Retrieved 25 Feb. 2024, from <https://www-oxfordreference-com.ezproxy.jyu.fi/view/10.1093/acref/9780190245115.001.0001/acref-9780190245115-e-83364>. (käyty 25.2.2024)
- Kuusisto, A. (2013). *Makein kirja: Makean ja makeiskääreiden historiaa* (1. p.). Apali.

- Merskin, D. (2001). Winnebagos, Cherokees, Apaches, and Dakotas: The Persistence of Stereotyping of American Indians in American Advertising Brands. *The Howard journal of communications*, 12(3), 159-169. <https://doi.org/10.1080/106461701753210439> (käyty 26.4.2023)
- Nordquist, G. (1996). The Salpinx in Greek Cult. *Scripta Instituti Donneriani Aboensis*, 16, 241-256. <https://doi.org/10.30674/scripta.67232> (käyty 28.2.2024)
- Oxford English Dictionary*, s.v. "ethnicity (n.), sense 2," July 2023, <https://doi.org/10.1093/OED/5152233166>. (käyty 28.2.2024)
- Prakash, M., & Johnny, J. C. (2015). Things you don't learn in medical school: Caduceus. *Journal of pharmacy & bioallied science*, 7(Suppl 1), S49-S50. <https://doi.org/10.4103/0975-7406.155794> (käyty 25.2.2024).
- Probasco, N. J. (2018). American bodies and landscapes in early English colonisation. *Studies in travel writing*, 22(1), 16-38. <https://doi.org/10.1080/13645145.2018.1458696> (käyty 25.2.2024)
- Saarto, V., Puntila, L. A., & Huhtamäki-yhtymä. (1980). *Huhtamäki-yhtymän historia*. [Huhtamäki]. Karisto.
- Said, E. W., & Pitkänen, K. (2011). *Orientalismi*. Gaudeamus University Press.
- Sana, V. (2021). Consumption and excess: South African Indian comedy and the stereotypical performance of identity in post-Apartheid South Africa. *South African theatre journal*, 34(2), 65-83. <https://doi.org/10.1080/10137548.2021.2018356> (käyty 27.5.2023)
- Vahe, J. (2000). *Vuosisata turkulaista makeisteollisuutta*. Leaf.
- Valk, J. (2018). From Duty to Fashion: The Changing Role of the Kimono in the Twenty-First Century. *Fashion theory*, 22(3), 309-340. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2017.1359946> (käyty 13.5.2023)
- van Leeuwen, T. (2004). Semiotics and iconography. In *The Handbook of Visual Analysis* (pp. 92-118). SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9780857020062> (käyty 26.3.2023)
- van Leeuwen, T., & Jewitt, C. (2004). Introduction. In *The Handbook of Visual Analysis* (pp. 1-9). SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9780857020062> (käyty 26.3.2023)
- Vesikansa, J. (1995). *Leipurinpojan perintö: Huhtamäki Oy 1920–1995*. Otava.
- Vlassopoulos & Vlassopoulos, Kostas. (2007). *Unthinking the Greek Polis: Ancient Greek History beyond Eurocentrism*. Cambridge University Press.

LIITTEET

Kuva 1. *Hermes*-karamellin käärepapereita, 1920.

Kuva 2. *Intiaani*-karamellikääre, 1921.

Kuva 3. *Intiaani*-karamellikääre, 1920-luku.

Kuva 4. *Intiaani*-karamellikääre, 1920-luku.

Kuva 5. *Carmen*-karamellikääre, 1924.

Kuva 6. *Hellas*-karamellin käärepaperi, 1924.

Kuva 7. *Ali Baba* -käärepaperi, 1924.

Kuva 8. *Ali Baba* -käärepaperi, 1924.

Kuva 9. *Ali Baba* -käärepaperi, 1924.

Kuva 10. *Ali Baba* -käärepaperi, 1924.

Kuva 11. *Ali Baba* -käärepaperi, 1924.

Kuva 12. *Mah Jongg* -karamellin käärepaperi, 1926.

Kuva 13. *Mah Jongg* -karamellin käärepaperi, 1926.

Kuva 14. *Mah Jongg* -karamellin käärepaperi, 1926.

Kuva 15. *Mah Jongg* -karamellin käärepaperi, 1926.

Kuva 16. *Mah Jongg* -karamellin käärepaperi, 1926.

Kuva 17. *Mah Jongg* -karamellin käärepaperi, 1926.