

**KULUTUSKRIITTISET AIHEET BARBARA KRUGERIN
1980-LUVUN KOLLAASITAITEESSA**

Osku Kylmä
Kandidaatintutkielma
Taidehistoria
Musiikin, taiteen ja kulttuu-
rin tutkimuksen laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2024

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Tekijä Osku Kylmä	
Työn nimi Kulutuskriittiset aiheet Barbara Krugerin 1980-luvun kollaasitaiteessa	
Oppiaine Taidehistoria	Työn laji Kandidaatintutkielma
Aika Kevät 2024	Sivumäärä 23
Tiivistelmä Tarkastelen kandidaatintutkielmassa kulutuskulttuurin käsitettä ja kulutuskriittistä taidetta soveltaen niihin liittyvää teoriaa Barbara Krugerin 1980-luvun kuvakollaasitaiteen tutkimiseen. Analysoin teoksia etenkin kulutukseen liittyvän yhteiskunnallisen tutkimuksen näkökulmasta ja käsitteen myös sitä, miten kollaasit liittyvät laajempaan yhteiskunnalliseen keskusteluun ja kulutuskriittisen taiteen kontekstiin. Tutkimuskysymykseni on se, miten Kruger on käsitellyt kollaasiteoksissaan kuluttamista. Tutkimusmetodinani on ikonologinen kuva-analyysi, jonka lisäksi hyödynnän teoreettisena viitekehyksenä sosiologi Mike Featherstonen postmodernia kulutuskulttuuria koskevaa teoriaa. Tutkimukseni pääväite on se, että Krugerin kollaasiteoksista ilmeneviä kuluttamiseen liittyviä teemoja ovat etenkin identiteetin kaupallistaminen ja mainonnan vaikutus kulutuskulttuurissa. Teoksissa näitä ilmiöitä ja niiden vaikutuksia kuvaillaan ja kommentoidaan kriittisesti. Kollaaseissa hyödynnetään erilaisia postmoderniin taiteeseen ja käsitetaiteeseen liittyviä keinoja, kuten ironiaa, intertekstuaalisuutta ja valmiiden kuvien jälleenkäyttämistä.	
Asiasanat Barbara Kruger, käsitetaide, postmodernismi, kuluttaminen, kollaasitaide	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

Sisällys

1	JOHDANTO	1
2	BARBARA KRUGER.....	4
3	TUTKIMUSTEORIAA.....	7
	3.1 Postmodernismi.....	7
	3.2 Mike Featherstone ja postmodernin kulutuskulttuurin teoria.....	8
4	KULUTUSKRIITTISYYS TAIDEHISTORIASSA.....	10
5	KRUGERIN KOLLAASITAIDE.....	12
	5.1 Aineisto.....	12
	5.2 <i>Untitled (You are seduced by the sex appeal of the inorganic)</i> 1982.....	14
	5.3 <i>Untitled (Buy me, I'll change your life)</i> 1984.....	16
	5.4 <i>Untitled (I shop therefore I am)</i> 1987	17
	5.5 <i>Untitled (Your body is a battleground)</i> 1989	21
6	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	23
	LÄHTEET.....	24

1 JOHDANTO

Tutkin kandidaatintutkielmassani kuluttamiseen tai niin kutsuttuun kulutuskulttuuriin liittyviä aiheita Barbara Krugerin (s. 1945) 1980-luvulla tehdyissä kuvakollaasiteoksissa. Barbara Kruger on käsitetaiteilija, jonka kollaaseissa on käsitelty erilaisia yhteiskunnallisia aiheita, kuten sukupuolinormeja, politiikkaa ja konsumerismia¹. Hänen teoksensa usein haastavat erilaisia sosiaalisia, kulttuurisia ja taloudellisia normeja ja hänen teoksissaan käsitellään muun muassa sitä, miten populaarimedia tuottaa erilaisia sosiaalisia stereotypioita². Taustaksi tutkimukselle esittelen myös sitä, miten Kruger liittyy kulutusaiheita käsittelevän taiteen jatkumoon. Tutkimuksessa on tavoitteena selvittää, millaisia kulutuskulttuuriin liittyviä teemoja Krugerin kollaasitaiteessa on ja miten hän taiteessaan myös kritisoi kuluttamista. Teoreettisena viitekehyksenäni on taidehistoriallisen tutkimuksen ohella yhteiskuntatieteellinen kuluttamista koskeva tutkimus. Tässä hyödyntämäni lähde on etenkin sosiologi Mike Featherstonen (1991) teoria postmodernistisen yhteiskunnan ja kulutuskulttuurin välisestä suhteesta³. Tutkimuskysymykseni on se, miten Barbara Kruger käsittelee kollaasitaiteessaan kuluttamista.

Aineistona käyttämäni teokset on tehty 1980-luvulla ja niistä on saatavilla valokuvia esimerkiksi Mary Boone Gallerian nettisivulla ja painetuissa kirjoissa. Yhteensä analysoin tutkielmassa neljä eri teosta. Käytän aineistona myös kirjaa *Barbara Kruger* (1999), joka on katalogityyppinen taidekirja Krugerin taidenäyttelystä Los Angelesin MOCA -museossa (Museum of Contemporary Art). Kirja sisältää kuvien lisäksi taiteilijaa käsitteleviä esseitä.

Hyödynnän tutkielmassa käsittelemieni teosten analyysimetodina Erwin Panofskyn kehittämää ikonografis-ikonologista taiteen tulkintamallia, koska olen kiinnostunut taiteilijan omista tarkoituksista ja vaikutteista teosten taustalla. Ikonologiaa on joskus pidetty pelkästään historiallisen taiteen tutkimusmetodina, mutta myöhemmät tutkimusmetodia uudistaneet

¹ Leslie, "Barbara Kruger," 24.

² Heller, "Barbara Kruger, Graphic Designer?," 109.

³ Featherstone, *Consumer culture and postmodernism*.

teoreetikot ovat katsoneet sen soveltuvan myös postmodernin ajan kuvastojen tutkimiseen. Nykyään ikonologia ymmärretään eräänlaisena ikonografian jatkeena ja katsotaan, että sen avulla pyritään tutkimaan esimerkiksi sosiaalisten ja kulttuuristen ideologioiden ja ajatusten näkyvyyttä taiteessa ja muissa visuaalisissa ilmiöissä. Panofskyn mukaan ikonologisen analyysin keskiössä on teosten ja kuvien “varsinaisen” merkityksen teoretisointi. Tutkimusmetodin tarkoituksena on pohtia muun muassa sitä, miksi ja mihin tarkoituksiin taiteilija käyttää aiheitaan tiettyssä ajassa ja paikassa. Panofskyn kolmiportainen tulkintamalli käsittää primaarisen ja sekundaarisen tason, jotka rinnastuvat ikonografian esi-ikonografisen ja ikonografisen analyysin tasoihin. Ikonologian primaarisella tasolla pyrkimys on tunnistaa teoksesta muotoja ja objekteja, joita tulkitaan tunnettujen merkitysten avulla sekundaarisella tasolla. Kolmannella tasolla mallissa tulkitaan teosten varsinaisia merkityksiä ja sisältöjä.⁴

Kruger on osa newyorkilaista naistaiteilijasukupolvea, johon ovat hänen lisäksi kuuluneet muun muassa taiteilijat Jenny Holzer, Sherrie Levine, Martha Rosler ja Cindy Sherman. Näiden taiteilijoiden työhön on liittynyt keskeisesti kielen ja kuvan yhdistäminen teoksissa ja taide, jossa on ollut tarkoituksena rikkoa korkea- ja massakulttuuri -jaottelua. Kruger ja muut hänen aikalaisensa ovat myös käsitelleet teoksissaan erilaisia postmodernin ajan diskursseja. Moni Krugerin teoksista käsittelee kapitalismia ja sen vaikutuksia tai alailmiöitä. Osa teoreetikoista katsoo, että Krugerin taiteen “kriittisenä projektina” on ollut ideologioiden haastamisen lisäksi etenkin vallitsevien representaatioiden muuttaminen.⁵ Rosalyn Deutche (1999) on kirjoittanut, että Krugerin taide paljastaa erilaisiin silminnähden neutraaleihin tiloihin liittyvää vallankäyttöä⁶. Esimerkiksi vuonna 2017 New Yorkissa metrolla matkustava saattoi huomata matkakortistaan tekstin “Who is healed? Who is housed?”, kun taiteilija oli suunnitellut matkakortin silloisen visuaalisen ilmeen⁷. On myös katsottu, että Krugerin taide oli keskeinen osa taiteen niin kutsuttua teoreettista käännettä 1980-luvulla⁸.

Craig Owens (1992) on kirjoittanut Krugerin taiteesta psykoanalyttisen taiteentutkimuksen näkökulmasta ja kuvailut Roland Barthesin käsitettä mukaillen, että Kruger käyttää tekstiä kollaaseissa paljastaakseen “kuvien retoriikkaa,” eli tuo esille sitä, miten kuvat välittävät viestejä katsojille. Owensin mukaan Kruger ymmärtää poikkeuksellisen perusteellisesti sitä

⁴ Ockenström, “Erwin Panofskyn ikonologia ja sen perintö,” 211–220.

⁵ Kamimura, “Barbara Kruger,” 40.

⁶ Deutsche, “Breaking Ground,” 77.

⁷ O’Grady, “Barbara Kruger,” 48.

⁸ Leslie, “Barbara Kruger,” 26.

valtaa, jota kuvilla on yhteiskunnassa. Owens katsoo, että stereotyyppien tarkoitus on uudelleentuottaa subjekteja, jotka ovat sulavasti liitettävissä yhteen esimerkiksi taloudellisten instituutioiden ja seksuaali- ja sukupuoliroolien kanssa. Tällöin Owensin mukaan stereotyyppit saavat merkityksen symbolisen väkivallan muotona. Stereotyyppien toiminnan kannalta on välttämätöntä, että niitä välitetään tehokkaasti ympäri yhteiskuntaa. Owens argumentoi, että Kruger pyrkii taiteessaan häiritsemään juuri tätä stereotyyppien levittämistä ja hänen tapansa hyödyntää graafisen suunnittelun tekniikkaa on tapa paljastaa, miten graafista suunnittelua saateen käyttää stereotyyppien levittämiseen. Owens on kuitenkin sitä mieltä, että Krugerin taiteella ei ole varsinaisia moralistia tai opettavaisia tavoitteita, eikä sen Owensin mukaan ole tarkoitus olla ideologiakritiikkiä tai sosiaalista kommentaaria.⁹ Vaikka Owens mainitsee myös talouden, hänen fokuksensa on etenkin siinä, miten Krugerin teoksissa käsitellään naisiin kohdistuvien stereotyyppien ja kulttuuristen myyttien mekanismeja. Hänen ajatuksiaan mukaillen voisi kuitenkin mielestäni katsoa, että Kruger kiinnittää taiteessaan huomiota myös esimerkiksi siihen stereotyyppien tuottamiseen, jota liittyy mainontaan ja laajemmin niin kutsuttuun kulkuskulttuuriin tai konsumerismiin.

⁹ Owens, "The Medusa Effect, or, The Specular Ruse*," 194–199.

2 BARBARA KRUGER

Kruger syntyi vuonna 1945 Newarkin kaupungissa New Jerseyssä. Vuonna 1964 Kruger aloitti taideopinnot Syracusen yliopistossa, mutta lopetti opinnot vain vuoden jälkeen hänen isänsä kuoltua. Vuonna 1965 Kruger aloitti opiskelemaan Parson's School of Design -korkeakoulussa. Opintojen jälkeen Kruger aloitti työt mainostoimistossa ja hakeutui pian tämän jälkeen Condé Nast -julkaisuyhtiön omistamaan *Mademoiselle*-lehteen graafikoksi. Kruger ylennettiin vuonna 1967 kyseisen lehden pääsuunnittelijaksi hänen ollessaan vasta 21-vuotias.

Kruger toimi lehden pääsuunnittelijana noin neljä vuotta, ja työn lopetettuaan hän teki freelance-suunnittelutöitä muun muassa eri aikakauslehdille. Kruger aloitti tekemään taidetta ammatikseen vuonna 1969, mutta päätti pian tästä pitää tauon. Seuraavina vuosina Kruger muun muassa opetti taiteesta eri yhdysvaltalaisissa yliopistoissa ja taidekouluissa noin neljän vuoden ajan. Ollessaan töissä Kalifornian yliopiston kampuksella Berkeleyssä Kruger myös ryhtyi valokuvaamaan rakennusten julkisivuja ja julkaisi niitä omakustanteisessa kirjassaan *Picture/Readings* (1979). Berkeleyssä Kruger myös luki esimerkiksi Roland Barthesia ja Walter Benjaminia.

Vuonna 1979 Kruger alkoi tekemään teoksia, joissa yhdistyivät eri lähteistä lainatut valokuvat ja teksti, jota Kruger lisäsi valokuvien päälle. Näihin aikoihin Kruger päätyikin hänen hyvin tunnistettavaan tyyliinsä. 1980-luvulla Krugerin taide sai uudenlaista näkyvyyttä taidemuseoissa ja esimerkiksi vuonna 1986 hän oli ensimmäinen naistaiteilija, jonka taidetta pääsi

New Yorkissa sijaitsevan Mary Boone Gallerian kokoelmiin¹⁰. Taiteentekemisen lisäksi Kruger esimerkiksi kirjoitti taidekriittikkä *Artforum*-lehdessä useamman vuoden ajan pääosin elokuvista ja televisiosta, ja hän on toiminut myös näyttelykuraattorina¹¹.

Kruger työskentelee yhä taiteilijana ja hänellä oli esimerkiksi vuoden 2024 alkupuolella näyttely Lontoon Serpentine-galleriassa. Näyttely oli nimeltään *Thinking of You. I Mean Me. I Mean You*, ja se koostui kuvataiteen lisäksi video- ja äänitaideinstallaatioista, joissa käsiteltiin muun muassa nykyajan internetkulttuuria.¹² Tämä on kuitenkin vain yksi esimerkki Krugerin 2000-luvun puolen kansainvälisistä taideprojekteista.

Etenkin Krugerin työn aikakauslehtien graafikkona katsotaan vaikuttaneen merkittävästi hänen taiteelliseen työtapaansa sekä itse taiteen sisältöön. Steven Heller (1999) on esittänyt, että Kruger on ennen kaikkea graafikko ja osa aktivistigraafikoiden jatkumoa, jotka ovat läpi 1900-luvun käyttäneet massakulttuurin työvälineitä kritisoidakseen erilaisia sosiaalisia myyntejä. Hellerin mukaan usein ajatellaan, että graafinen suunnittelu on monille taiteilijoille pelkkä välttämätön elinkeino ennen pääsyä “oikean taiteilijan” asemaan. Graafisen suunnittelun tuotteet saattoivat teoksissa olla myös parodian ja satiirin kohteena. Heller painottaa graafisen suunnittelun asemaa taiteen historiassa, ja katsoo että Krugerin taiteessa graafinen suunnittelu ei ole pelkkä tekotapa vaan osa taidetta itsessään, jolloin Kruger on osaltaan vaikuttanut paljon taidekäsitysten muutokseen ja hänen teoksiaan tulisi käsittää etenkin graafisen suunnittelun tuotteina, jotka samanaikaisesti kuitenkin ovat taide-esineitä.¹³

Taidehistorioitsija Jo Anna Isaakin (1996) mukaan Krugerin taideuran varhaisessa vaiheessa hänen teoksissaan näkyy vahvasti psykoanalyttisen teorian vaikutus. Kuitenkin etenkin myöhemmin tehty taide on keskittynyt kulutusaihepiirin käsittelyyn. Yhtenä tärkeänä teemana Krugerin taiteessa näkyy Isaakin mukaan esimerkiksi sukupuolen ja markkinoiden välisen suhteen analyysi.¹⁴

Krugerin taiteessa tärkeää on myös feministisen ajattelun konteksti, jonka voi katsoa näkyneen jo aivan hänen taiteilijanuransa alussa¹⁵. Erityisesti 1980-luvun alusta lähtien Krugerin taiteessa on nähtävissä feministisen politiikan vaikutus ja esimerkiksi väkivaltaan liittyvät teemat¹⁶.

¹⁰ Goldstein, “Bring In the World,” 25-36.

¹¹ Leslie, “Barbara Kruger,” 25.

¹² serpentinegalleries.org.

¹³ Heller, “Barbara Kruger, Graphic Designer?,” 109-111.

¹⁴ Isaak, *Feminism and Contemporary Art*, 40.

¹⁵ Leslie, “Barbara Kruger,” 25.

¹⁶ Deutsche, “Breaking Ground,” 82.

Ajan Berkeleyyn yliopistossa Kaliforniassa katsotaan osaltaan vaikuttaneen merkittävästi Krugerin taiteellisiin aiheisiin, sillä tällöin hän tutustui muun muassa Roland Barthesin semiotiikkaan ja Benjamin Walterin taide-esineiden mekaanisen reproduktion teoriaan.¹⁷ Krugerin kerrotaan saaneen ideoita myös Frankfurtin koulukuntaan kuuluneiden ajattelijoiden kirjoituksista¹⁸. Tässä ryhmässä keskeisiä teoreetikkoja olivat toisen maailmansodan jälkeen työskennelleet Theodor Adorno ja Max Horkheimer, jotka tunnetaan muun muassa ”kulttuuriteollisuutta” käsittelevästä esseestään. Adorno ja Horkheimer suhtautuivat hyvin kriittisesti massakulttuuriin ja katsoivat, että mainonta manipuloi ihmisiä ostamaan asioita ja heidän mukaansa esimerkiksi televisio ja elokuvat taas tarjoavat hetken mielihyvää, joka harhauttaa ihmisiä ja saa heidät hyväksymään huonot työolosuhteet.¹⁹

¹⁷ Leslie, ”Barbara Kruger,” 25.

¹⁸ Squiers, ”” Who Laughs Last?”,” 142.

¹⁹ Stillerman, *The sociology of consumption*, 30.

3 TUTKIMUSTEORIAA

3.1 Postmodernismi

Mike Featherstone (1991) määrittelee postmodernismin taiteilijoiden, intellektuaalien ja muiden ”kulttuuristen asiantuntijoiden” synnyttämäksi liikkeeksi. Postmodernismin käsitteen määrittely on toisaalta hankalaa, koska moni modernistisen taiteen ominaisuus yhdistetään myös postmodernismiin. Featherstonen mukaan postmodernismi-käsite tuli suosituksi etenkin 1960-luvulla New Yorkissa, jossa nuoret taiteilijat, kirjailijat ja kriitikot käyttivät sanaa kuvaamaan suuntausta, joka hylkäsi korkean modernismin taideajattelun. Modernismin epäsuosioon liittyi muun muassa se, että sen ajateltiin olleen vahvasti institutionalisoitu akateemisissa piireissä ja museoissa. Featherstone kuvaa, että myöhemmin postmodernismi-käsitteen suosion kasvaessa Euroopassa ja Yhdysvalloissa termi ikään kuin kulki edestakaisin näiden alueiden välillä ja sille kehiteltiin niissä teorioita. Näin ajatus taiteen postmodernismista alkoi liittyä laajempaan postmodernismista käytävään keskusteluun.²⁰

Featherstonen mukaan postmodernistisen taiteen piirteitä ovat muun muassa taiteen ja jokapäiväisen rajan rikkominen, korkea- ja massakulttuuri -jaon hylkääminen ja tyyllinen hajanaisuus, jolloin esitystavoissa painottuu esimerkiksi eklektisyys, parodisuus, pastissi ja ironia, ja kulttuurin ”pinnallisuuden” juhliminen. Postmodernistisessä taiteessa usein myös

²⁰ Featherstone, *Consumer culture and postmodernism*, 7.

hylätään ajatus taiteilijan neroudesta tai omaperäisyydestä ja saatetaan ajatella, että taide itsessään kykenee olemaan oikeastaan vaan entisen toistamista.

Myös Linda Hutcheonin (2002) on kirjoittanut, että postmoderniin taiteeseen liittyy etenkin ironisuus, parodia ja olemassa olevien kuvastojen appropriatio. Hutcheon oikeastaan käyttää käsitettä parodia synonyyminä intertekstuaalisuudelle, pastissille ja ironialle. Postmodernissa taiteessa parodisuus on hänen mukaansa usein vahvasti erilaisia arvoja problematisoivaa ja erilaisia presentaatioita ja niiden politiikkaa kyseenalaistavaa. Parodian avulla voidaan myös haastaa käsityksiä taiteellisesta alkuperäisyydestä ja omistusoikeudesta. Postmodernistiset taiteilijat ovat saattaneet esimerkiksi käyttää aikaisempia kuvastoja parodisella tavalla kiinnittäessään huomiota niiden representaatioihin.²¹

3.2 Mike Featherstone ja postmodernin kulutuskulttuurin teoria

Featherstone kirjoittaa, että kulutuskulttuuri on saanut alkunsa kapitalistisen hyödyketuotannon laajenemisesta, jolloin on kehittynyt uudenlainen kulutushyödykkeiden ja niiden hankkimiseen liittyvien tilojen materiaalin kulttuuri. Tämä on johtanut kasvavaan kuluttamiseen nykyajan länsimaisissa yhteiskunnissa, jonka vaikutukset käsitetään eri tavoin: osa teoreetikoista on sitä mieltä, että kuluttaminen kykenisi johtamaan tasa-arvoon ja yksilönvapauteen mutta toiset katsovat, että kulutuskulttuuri mahdollistaa uudenlaista ideologista manipulaatiota. Kulutuskulttuuria käsitellessä myös katsotaan, että ihmiset käyttävät kuluttamista sosiaalisten siteiden muodostamiseen ja myös distinktion tekemiseen. Featherstonen mukaan tärkeä osa kulutuskulttuurin teoretisointia on myös sen huomiominen, miten kuluttaminen liittyy ”emotionaalisiin nautintoihin,” niihin erilaisiin haaveisiin ja toiveisiin, joita esitetään kulutuskulttuurisissa kuvastoissa. Featherstone on myös sitä mieltä, että sosiologiassa toisaalta olisi pyrittävä hylkäämään jyrkän negatiivinen kuluttamisen tarkastelu, joka on perustunut aikaisemman sosiologian massakulttuuriteoriaan.²²

²¹ Hutcheon, *The Politics of Postmodernism*, 89.

²² Featherstone, *Consumer culture and postmodernism*, 13-14.

Kulutuskulttuurissa tavaroita ei osteta vain tarpeeseen, vaan niihin liittyy symbolisia arvoja. Tavanomaiset ja arkipäiväiset kulutustuotteet saatetaan yhdistää esimerkiksi ylellisyyteen ja kauneuteen. Kulutuskulttuurissa elävä moderni ihminen tiedostaa sen, että hän kommunikoi esimerkiksi vaatteillaan ja kodin esineillään, koska ne ovat asioita, joiden voidaan katsoa kertovan mausta (tai vaihtoehtoisesti “mauttomuudesta”).²³

Niin kutsuttu elämän estetisaatio on yksi kulutuskulttuuriin liittyvä keskeinen ilmiö. Featherstone yhdistää dadan, historiallisen avantgarden ja surrealismien taidesuuntauksien elämän estetisaatioon sen takia, koska niissä yhtenä keskeisenä tavoitteena oli tehdä taiteesta osa jokapäiväistä elämää. Featherstonen mukaan myöhemmin postmodernistisen taiteen liike 1960-luvulta lähtien rakentui etenkin tämän strategian ympärille. Tavoitteena oli haastaa ajatusta taiteen “aurasta” ja edistää ajatusta siitä, että taide voi olla mitä tahansa ja missä tahansa, jopa massakulttuurissa ja banaaleissa kulutushyödykkeissä. Toisekseen elämän estetisaatiolla tarkoitetaan tässä teoriassa myös halua tehdä jokapäiväisestä elämästä itsessään taidetta. Featherstonen käsittelyssä viimeisenä on se elämän estetisaation puoli, jolla termiä käytetään kuvaamaan postmodernin maailman merkkien ja kuvien tulvaa. Tällä kuvataan sitä, että merkitykset ja kuvat leviävät uudella tavalla ympäri jokapäiväistä elämää. Tämän prosessin teoretiisaatio perustuu Featherstonen mukaan etenkin marxilaiseen tavarafetismin teoriaan, jota on kehitetty uudelleen tähän ajatusperinteeseen nojaavien akateemikkojen toimesta. Featherstone katsoo, että juuri tämä elämän estetisaation kolmas puoli on oleellinen postmodernin kulutusyhteiskunnan synnyn kannalta. Featherstone myös mainitsee, että intellektuellien lisäksi taiteilijoilla on ollut merkittävä rooli kulutuskulttuurin tematisoinnissa ja ymmärtämisessä, ja osa heistä on myös pyrkinyt työssään ottamaan etäisyyttä kulutuskulttuuriin.²⁴

²³ Featherstone, *Consumer culture and postmodernism*, 84-86.

²⁴ Featherstone, *Consumer culture and postmodernism*, 66-68.

4 KULUTUSKRIITTISYYS TAIDEHISTORIASSA

Yhtenä kuuluisimpana kulutusaiheita käsitelleenä länsimaisena taiteilijana voi pitää Andy Warholia. Poptaiteilija Andy Warholin teokset usein käsittelivät etenkin sotienjälkeistä massatuotantoa, kulutuskulttuuria ja kuvien kaupallista reproduktiota. Esimerkiksi hänen *Marilyn Diptych* -teoksensa vuodelta 1962 kommentoi uudenvälisen teknologian mahdollisuuksia jälleentuottaa kuvia ja tehdä kuvista ja niissä esiintyvistä ihmisistä (tai tarkemmin kyseisten ihmisten ideasta) itsessään hyödykkeitä.²⁵ Taidehistorioitsija Roger Cook (2003) on argumentoinut, että samoihin aikoihin kun Andy Warhol alkoi menestyä taiteilijana käytiin myös läpi merkittävää talouspolitiikan muutosta malliin, jossa kuluttamisen uskottiin lisäävän yhteiskuntaan hyvinvointia. Tämä muutos osaltaan aiheutti massakulutuskulttuurin nousun ja myös siihen liittyvän valokuvauksen ja elektronisen median yleistymisen. Näistä aiheista tulikin tärkeä osa Warholin taiteellista työtä. Pop-taide yleisesti syntyi eräänlaisena vastauksena ja reflektiona uudenväliselle konsumerismille, jossa tuotettiin etenkin halpoja esineitä. Cookin mukaan Warholin oma luokkatausta mahdollisti sen, että hän oli aikanaan erityisen tietoinen uudesta kulttuurisesta ja yhteiskuntaluokkien muutoksesta. Warhol myös työskenteli mainoskuvittajana yli 10 vuotta ennen taiteilijaksi ryhtymistä.²⁶ Warholin ensimmäisessä soolonäyttelyssä Los Angelesin Ferus-galleriassa vuonna 1962 esiteltiin hänen maalauksiaan, joissa aiheena olivat esimerkiksi Coca-Cola-pullot ja Cambell's -keittotölkit.²⁷

²⁵ Sturken & Cartwright, *Practices of looking*, 41–42.

²⁶ Cook, “Andy Warhol, Capitalism, Culture, and Camp,” 66–67.

²⁷ Hopkins, *After modern art*, 104–105.

Featherstonen mukaan etenkin dadaistina tunnettu Marcel Duchamp ikään kuin löydettiin uudelleen 1960-luvun New Yorkin postmodernistisessä ja trans-avantgardistisessa taide-
liikkeessä. Postmodernistiseen taiteeseen liittyi muun muassa ajatus, että myös kulutustuotteet
itsessään voisivat olla taidetta. Featherstone on kirjoittanut, että kuitenkin moni Dadan, surrea-
lismien ja avantgarden tekniikoista ja strategioista on myöhemmin päätyneet kulutuskulttuurissa
mainosten ja muun populaarimedian käyttöön.²⁸ Esitellessään massatuotettuja readymade-esi-
neitä taiteena gallerioissa Duchamp'n pyrkimys oli sanoa, että galleriassa olevat taide-esineet
ovat samanlaisia kuin kaupassa olevat kulutustavarat. Duchamp'n tarkoitus oli problematisoida
taideteosten esteettisen ja rahallisen arvon välistä suhdetta.²⁹

Krugeria on joskus verrattu yhdysvaltalaiseen taiteilijaan Jenny Holzeriin, jonka
Truisms-sarja (1977–1978) koostui erilaisista lausahduksista, kuten “*An elite is inevitable*” ja
“*Any surplus is immoral*”, joita saattoi olla listattuna samaan teokseen useita. Tekstiä sisältäviä
printtejä kiinnitettiin muun muassa rakennuksiin ja yksittäisiä lauseita myös painettiin esimer-
kiksi T-paitoihin. Vuodesta 1982 alkaen Holzer myös esitti tekstitaidettaan sähköisillä mainos-
tauluilla New Yorkissa.³⁰ Holzerin ja Krugerin töissä samankaltaista onkin etenkin niiden esit-
telyalustat ja tekstin käyttäminen taiteena tai osana sitä. Toisaalta molempien taiteilijoiden töitä
voisi ehkä pitää myös tietynlaisina performansseina, koska niissä taide ei ole selkeästi (vain)
esine. David Hopkins on maininnut, että Holzerin tekstiä sisältävissä T-paidoissa niiden sa-
noma vaihtuu paidan käyttäjän sukupuolen perusteella.³¹ Voisi siis ajatella, että T-paidan (tai
minkä tahansa kulutustuotteen käyttäjät) ovat ikään kuin osa performanssia tai taiteilijan työtä.

Krugerin ja Holzerin kanssa samoihin aikoihin työskennellyt newyorkilainen
naistaiteilija Martha Rosler hyödynsi taiteessaan kollaasityyppisesti massamediaa vuonna 1965
aloitetussa sarjassaan *Body Beautiful, or Beauty Knows No Pain*. Tässä teossarjassaan Rosler
leikkasi kuvia alusvaatemainoksista ja *Playboy*-lehdistä ja yhdisteli niitä kollaasityyppisiin te-
oksiin, joilla Rosler kritisoi naisten esineellistämistä ja seksuaalisuuden kaupallistamista.³²

²⁸ Featherstone, *Consumer culture and postmodernism*, 66.

²⁹ Blanche & Jonas, *Banksy*, 32-35.

³⁰ Hopkins, *After modern art*, 194–195.

³¹ Hopkins, *After modern art*, 195.

³² Wark, “Conceptual Art and Feminism,” 44.

5 KRUGERIN KOLLAASITAIDE

5.1 Aineisto

Käsitteliäni teosten tiettyjen teknisten ja tyyllisten samankaltaisuuksien vuoksi kirjoitan tässä kappaleessa yleisesti Krugerin kollaaseiden tekniikasta ja tyylistä. Krugerin kollaaseissa käytetään valmiita (ei siis Krugerin itsensä ottamia) valokuvia, joihin hän yhdistää tekstiä antaen kuville joskus hyvinkin ironisen merkityksen.³³ Valokuvat on yleensä otettu esimerkiksi kirjoista tai aikakauslehdistä.³⁴ Kollaaseissa Kruger on usein suurentanut, rajannut ja asettellut uudelleen käyttämiään valokuvia.³⁵ Kollaasit ovat tyypillisesti otsikoitu ”*Untitled*” eli ”nimetön”, mutta aikaisemmassa tutkimuksessa ja museoiden tiedoissa on tapana viitata yksittäisiin teoksiin käyttäen suluisia kuvassa esiintyvää tekstiä.

Kollaaseissa teksti on kirjoitettu yleensä Futura Bold -fontilla, jolla on värillinen tausta.³⁶ Tämän tutkielman aineistona olevissa 1980-luvun kollaaseissa varsinkin vuosikymmenen alussa tekstiruudut ovat olleet valkoisia tai mustia, mutta uudemmissa teoksissa tekstin tausta on kirkkaanpunainen. Punainen on väri, johon yhdistyy monia osin ristiriitaisiakin mielleyhtymiä eri aikoina ja eri kulttuureissa. Punainen yhdistyy ajatuksissa usein etenkin aggressiivisuuteen, väkivaltaan ja intohimoon.³⁷

³³ Sturken & Cartwright, *Practices of looking*, 71.

³⁴ Leslie, ”Barbara Kruger,” 24; Kamimura, ”Barbara Kruger,” 40.

³⁵ Owens, ”The Medusa Effect, or, The Specular Ruse*,” 192.

³⁶ Leslie, ”Barbara Kruger,” 24.

³⁷ hintsanen, coloria.net.

Krugerin lisäämässä tekstissä usein käytetään sanoja *you* (sinä) tai *I* (minä), jolloin ne ikään kuin puhuttelevat katsojaa ja tekevät hänestä osan teosta ja sen viestiä.³⁸ On myös tullut, että kollaasien tekstissä “puhutaan” etenkin naisen näkökulmasta ja käytetyt kuvat ovat yleensä alkuperäisessä yhteydessään miesnäkökulmaisia.³⁹

Kooltaan teokset ovat usein suurikokoisia niiden ollessa joskus pituudeltaan ja leveydeltään jopa 5 metriä. Ainoana värinä muutoin mustavalkoisissa teoksissa on ollut usein kirkkaanpunaiset kehykset, joissa teokset ovat olleet esillä museossa tai galleriassa.⁴⁰ Etenkin Krugerin varhaisissa kollaasiteoksissa kuvien mustavalkoisuus on tyylin ja esteettisen ratkaisun lisäksi ollut ehkä keino tehdä teoksista sellaisia, että niistä on ollut helpompaa ja edullisempaa ottaa kopioita. Krugerin taideuran alussa hän usein saattoi ottaa satojakin kopioita teoksistaan ja levitellä niitä ympäri New Yorkia ikkunoihin ja rakennustyömaiden yhteyteen. Myöhemmin Kruger kerrotusti myös palkkasi ihmisiä liimaamaan julisteita⁴¹.

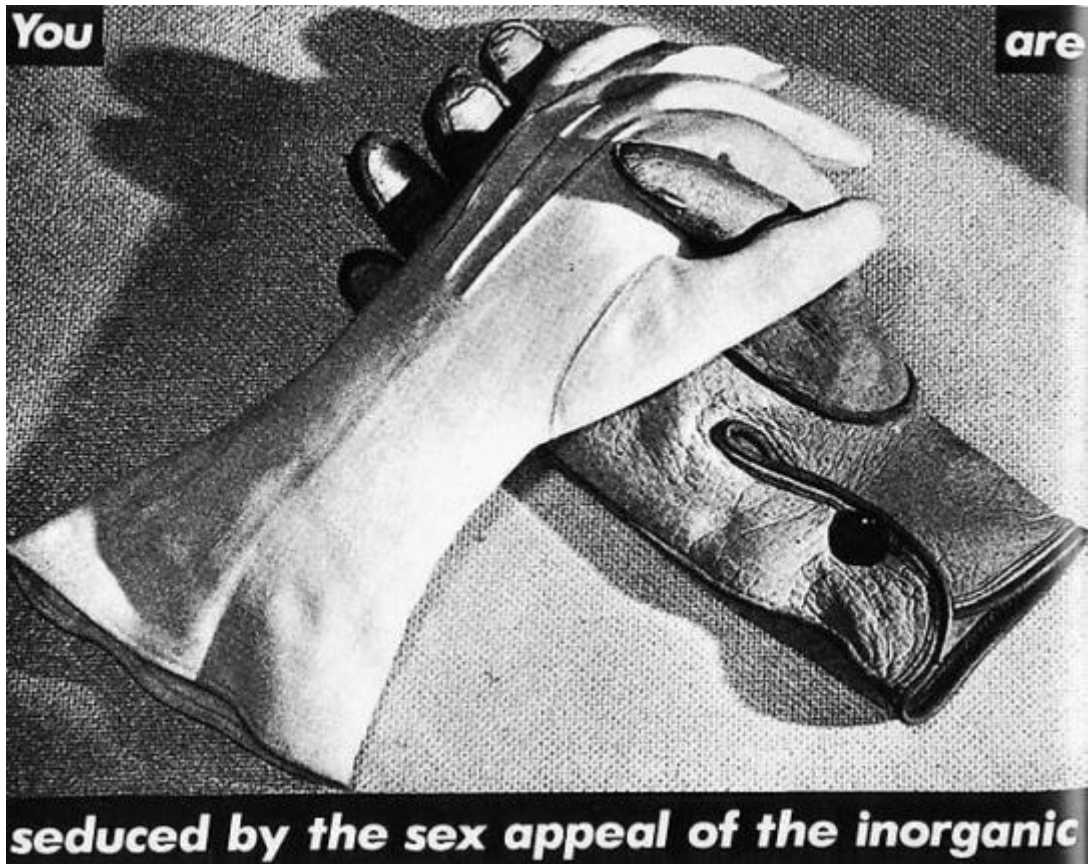
³⁸ Owens, “The Medusa Effect, or, The Specular Ruse*,” 192.

³⁹ Kamimura, “Barbara Kruger,” 40.

⁴⁰ Kamimura, “Barbara Kruger,” 40.

⁴¹ O’Grady, “Barbara Kruger,” 56.

5.2 *Untitled (You are seduced by the sex appeal of the inorganic)* 1982



Kuva 1. Barbara Kruger, *Untitled (You are seduced by the sex appeal of the inorganic)*, 1981, valokuva, 124,5 x 152, 4 cm. Kuva: Skarstedt Gallery. <https://www.skarstedt.com/artists/barbara-kruger>.

Tekoajoituksensa perusteella tämä kollaasi on niitä ensimmäisiä, joissa on nähtävissä Krugerin taiteessa 1980-luvun vaihteessa tapahtunut tyylillinen ja osittain myös aiheiden muutos. Kollaasi on kokonaan mustavalkoinen, ja teksti on aseteltu kuvan reunoille. Kollaasissa mustavalkoinen valokuva esittää kahta eriparia olevaa nahkakäsineitä. Valokuva näyttää siltä, että se olisi voinut alkuperäisessä kontekstissaan olla esimerkiksi vaateyhtiön mainos. Teoksen tekstinä on valkoisella tekstillä ja mustalla pohjalla lause “*You are seduced by the sex appeal of the inorganic,*” eli vapaasti suomennettuna ”viehätyt keinotekoisesta seksuaalisesta vetovoimasta.” Kuvassa ei ole ihmisiä, mutta päällekkäin olevat hanskat muistuttavat toisiaan pitelevistä käsistä ja hanskat näyttävät myös olevan eri paria, jolloin niiden voi kuvitella kuuluvan eri ihmisille.

Tässä teoksessa Krugerin voi ajatella puhuttelevan katsojaa ja kiinnittävän huomiota siihen, miten katsoja (ja ihmiset yleensä) mahdollisesti haluavat tavaroita ja kokevat tavarat viehättävinä. Sana “inorganic” taas viittaa siihen, että Kruger ehdottaa ihmisten ehkä korvanneen jossain määrin ihmisten väliset kiintymyssuhteet esineillä, eli “epäorgaanisella,” ja kuluttamisella. Sanalla “inorganic” voisi toisaalta myös katsoa viitattavan esimerkiksi teknologiaan, kuitenkin kuvasta itsessään ei tule sellainen vaikutelma, että teksti viittaisi nimenomaan teknologiaan. Teos myös voi viitata mainontaan ja siihen, miten mainokset kykenevät aiheuttamaan yleisöissä halua ostaa tavaroita ja Kruger ehkä katsoo niiden aiheuttaneen jonkinlaista vieraantumista ihmisten välisistä “orgaanisista” tai aidoista ihmissuhteista. Teoksessa voi katsoa olevan vaikutteita myös kriittisen teorian ajatuksista ja etenkin siitä teoriasta, että mainokset ja media ”ohjailevat” ihmisten haluja.

5.3 *Untitled (Buy me, I'll change your life)* 1984



Kuva 2. Barbara Kruger, *Untitled (Buy me I'll change your life)*, 1984, valokuva, 183 x 122 cm. Kuva: Teoksessa Barbara Kruger, toimittaneet Barbara Kruger, Ann Goldstein ja Rosalyn Deutsche. s. 140. Cambridge, Mass: MIT Press.

Tässä kollaasissa käytettynä kuvana on mustavalkoinen valokuva jonkinlaisesta nukesta, ja huomiota herättävänä tekstinä “*buy me, i'll change your life,*” eli “*osta minut, muutan elämäsi*”. Teksti puhuttelee lukijaa ikään kuin mainoksessa, ja teos voisikin eri kontekstissa olla mainos-

kuva. Lelujen voi ajatella symboloivan lapsuutta ja näin ollen olevan nostalgian tunnetta aiheuttavia esineitä. Kuitenkin teoksessa käytetyn valokuvan esittämän nuken kasvot näyttävät vääristyneiltä, mikä saa nuken näyttämään oudolta ja jopa pelottavalta. Tämän seurauksena kuvan ja lisätyn tekstin välille syntyy ristiriita, joka lisää teokseen ironisuutta ja myös huumoria.

Kollaasissa Kruger kiinnittää huomiota mainosten käyttämään kieleen ja visuaaliseen esitystapaan, joista hän on graafisena suunnittelijana hyvin tietoinen. Mainoksissa usein saatetaan vedota tunteisiin ja esittää lupauksia nimenomaan esimerkiksi elämän muuttumisesta eritavoin⁴². Teoksen voi toisaalta tulkita hyödyntävän liioittelua ja se karrikoi mainosten esitystapaa. Teksti “osta minut, muutan elämäsi” on ehkä liian suorasanainen (ainakin useimpien nykyajan) mainosten käyttämäksi, vaikka se on ehkä viesti, jonka hienovaraisemmatkin mainokset yrittävät välittää. Monet mainokset pyrkivät näyttämään joltain muulta kuin mainoksilta, ja joskus ne voivat olla lähes erottamattomissa taiteesta⁴³. Kollaasi kommentoi mainonnan ja massamedian kieltä ja visuaalista esitystapaa ja niiden vaikutuksia yksilöihin. Teoksen voi katsoa oleva Krugerin tapa kommentoida mainosten viesteihin liittyviä sisäisiä ristiriitaisuuksia. Teos myös kiinnittää huomiota siihen, miten ihmiset saattavat uskoa mainosten viestejä.

Kollaasin mainosta muistuttava luonne myös kiinnittää vahvasti huomiota siihen, miten mainokset usein sekoittuvat muihin kulttuurituotteisiin ja myös taiteeseen. Tämän teoksen kohdalla kiinnostavaa on myös se, että Krugerin kollaasiteoksia on toisaalta myös taidekriitikoiden toimesta arvosteltu nimenomaan siitä, että ne muistuttavat merkittävästi mainoskuvia.⁴⁴

5.4 *Untitled (I shop therefore I am) 1987*

⁴² Sturken & Cartwright, *Practices of Looking*, 265.

⁴³ Sturken & Cartwright, *Practices of Looking*, 265-266.

⁴⁴ Isaak, *Feminism and Contemporary Art*, 40.



Kuva 3. Barbara Kruger, *Untitled (I shop therefore I Am)*, 1987, serigrafiapaino vinyylillä, 281,94 x 287 cm. Kuva: Mary Boone Gallery. <https://www.maryboone-gallery.com/artist/barbara-kruger>.

Myös tässä kollaasissa vuodelta 1987 yhdistyy valmis mustavalkoinen valokuva tekstiin. Tähän teokseen Kruger on lisännyt tekstin taustalle punaisen värin, joka toistuu kehyksissä. Kuvasta ei selviä, mitä siinä esitetty käsi mahdollisesti pitelee tekstin peittäessä mahdollisen esineen. Teksti ”*I shop therefore I am*” (tai ”shoppailen siis olen”) on tunnistettavissa intertekstuaaliseksi viittaukseksi Descartes’n tunnettuun argumenttiin “*Cogito, ergo sum*” eli egnlanniksi ”*I think therefore I am*”. Kruger on korvannut teoksessaan tässä lauseessa ajattelun ostamisella tai shoppailulla. Descartes’n lainaus usein yhdistetään esimerkiksi valistusajan filosofiaan, jossa korostuu kriittisen ajattelun tärkeys. Teoksen voi ajatella kritisoiivan sitä roolia,

mikä kuluttamisella on ihmisten identiteetin muodostumisessa ja toisaalta myös laajemmin yhteiskunnassa. Usein ihmisistäkin puhutaan arkipuheessa nimenomaan “kuluttajina.” Krugerin teoksen teksti ehdottaa, että modernina aikana ajattelun rooli on vähentynyt ja kuluttamisesta on tullut toimintaa, joka määrittää sitä, miten ihmiset kokevat itsensä ja toiset. Teoksessa yhdistetäänkin kuluttaminen olemassaoloon.

Sukupuolinäkökulmasta teoksen analyysissä on myös huomionarvoista se, että kulttuurisesti usein etenkin naiset yhdistetään kuluttamiseen ja “shoppailuun”: naisten oletetaan tietävän, miten shoppailla ja nauttivan siitä.⁴⁵ Teoksen voi katsoa myös kommentoivan sitä, miten esimerkiksi sukupuolinormeihin mukautuminen voi edellyttää kuluttamista.

Teos on tehty 1980-luvun loppupuolella, jolloin sen voi katsoa kommentoivan syntyäkseen keskustelua kuluttamisesta ja mainonnasta. Haastattelussa Kruger on kertonut, että ennen tämän teoksen tekemistä hän luki Walter Benjaminia ja sai vaikutteita siitä, miten Benjamin käsitteli kuluttamista. Kruger myös kertoo, että hän halusi myös taiteellisessa työssään kiinnittää huomiota hänen taiteensa kaupalliseen menestykseen.⁴⁶ Tätä kollaasia voi ehkä perustellusti pitää yhtenä Krugerin tunnetuimmista teoksista, ja siitä on myöhemmin tehty uusia versioita.

Krugerin kollaaseja on usein painettu julisteisiin tai esitetty mainostauluilla, jolloin ne ovat olleet paikoissa, joissa yleisesti näkee mainoksia eikä taidetta. Teoksia on painettu myös lehtien kansiin ja niillä on usein kuvitettu erilaisia kulutustavaroita, kuten mukeja, t-paitoja, ostoskasseja. Tämä (taiteilijan itsensä hyväksymä) uudelleenpainaminen ja tavaroihin lisääminen rikkovatkin ajatusta alkuperäisestä taide-esineestä ja teoksesta. Vuonna 2002 Kruger suunnitteli julkisivumainoksia saksalaiselle Frankfurtissa sijaitsevalle Kaufhofin tavaratalolle. Mainoksissa käytettiin hänen tekstiään “*That is you, that is new, that is nothing, that is everything, you want it, you buy it, you forget it.*” Vuonna 2003 ja 2005 Kruger teki julkisivumainoksia ja mainosjulisteita Selfridges-tavarataloketjulle, joissa esiintyi teksti “*I Shop therefore I am*”. Onkin kysytty, onko Kruger ikään kuin “myynyt arvonsa”, kun hän on tehnyt taidetta kaupalliseen tarkoitukseen, vai ovatko nämä mainoskampanjaprojektit tulkittavissa ironisena.⁴⁷ Toisaalta

⁴⁵ Stillerman, *The sociology of consumption*, 36.

⁴⁶ art21.org.

⁴⁷ Leslie, “Barbara Kruger,” 28.

Kruger itse on haastattelun yhteydessä sanonut, että “ei ole olemassa mitään markkinoiden ulkopuolella.”⁴⁸ Tällöin lauseen “*I shop therefore I am,*” voi ehkä tulkita enemmänkin jonkinlaisena tosiasian ilmaisemisena, eikä esimerkiksi muihin, ”shoppailua” harrastaviin ihmisiin kohdistuvana moralisointina.

⁴⁸ O’Gready, “Barbara Kruger,” 52.

5.5 *Untitled (Your body is a battleground)* 1989



Kuva 4. Barbara Kruger. *Untitled (Your body is a battleground)*, 1987, serigrafiapaino vinyylillä, 284.48 x 284.48 cm. Kuva: The Broad. <https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground>.

Kruger teki kollaasin *Untitled (Your body is a battleground)* vuonna 1989 Washingtonin Nais-ten Marssin käyttöön, joka oli samana vuonna tapahtunut aborttioikeuden rajoittamista vastus-tava mielenosoitus.⁴⁹ Kollaasissa on mustavalkoinen valokuva naisen kasvoista, jotka on jaettu

⁴⁹ O’Gready,” Barbara Kruger,” 52.

kahtia ja toinen puoli käsitelty negatiiviksi. Naisen katse kuvassa on suoraan katsojaa kohti. Kasvojen epäsymmetrisyys herättää ajatuksen fragmentoituneesta tai kahtiajakautuneesta minuudesta tai identiteetistä. Tässä kollaasissa tekstin tausta on punainen ja osittain aseteltu valokuvan kasvojen päälle. Kuvassa näkyy myös kollaasin punaiset reunat. Teoksen tekstin *“Your body is a battleground”* voi tekokontekstissaan analysoida kiinnostavan huomiota etenkin seksuaali- ja lisääntymisoikeuksiin ja siihen, millaisia kiistoja niistä ja (etenkin) naisten ruumiillisuudesta käydään.

Teksti *“Your body”* viittaa suoraan katsojan ruumiiseen, mutta ruumiilla voidaan myös symboloida yksilön vaikutusvaltaa ja toimijuutta eikä pelkkää fyysistä olemassaoloa. Vaikka teoksen konteksti on etenkin feministinen, sen voi sen lisäksi katsoa myös kommentoivan sitä vaikutusvaltaa, mikä kuluttamisella ja kulutuskulttuurilla on yksilöihin. Kollaasin voi katsoa kritisoivan esimerkiksi sitä, miten identiteetti ja ruumiillisuus saatetaan kulutuskulttuurin teoretisoinnissa nähdä asioina, jotka ovat kaupallistettu. Toisaalta teoksen voi myös ajatella kommentoivan mainoksia, jotka tuottavat ruumiiseen ja esimerkiksi kauneuteen liittyviä normeja ja sitä, miten ne tiettyjen teorioiden mukaan kanavoivat haluja. Tässäkin kollaasissa näkyy Krugerin tapa hyödyntää mainoksille tyypillistä esitystapaa, jossa kuva ja teksti yhdistyvät huomiota herättävällä tavalla. Linda Hutceon on kirjoittanut, että mainokset ovat tyypillisesti ehkä olleet yksiä ainoita kuvia naisista, joiden kohdeyleisönä ovat muut naiset⁵⁰.

⁵⁰ Hutceon, *The Politics of Postmodernism*, 150.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Olen tutkielmassani hyödyntänyt ikonologista tutkimusmetodia neljän eri Krugerin kollaasityön analyysiin ja päätenyt johtopäätökseen, että Krugerin teoksissa kuvaillaan kriittisellä tavalla kulutuskulttuurin vaikutuksia ja sen alailmiöitä, kuten mainontaa. Teoksissa tuodaan esille identiteetin ja kuluttamisen välinen yhteys ja käsitellään sitä kyseenalaistavalla ja kriittisellä tavalla. Teoksissa myös näkyy taiteen ja kaupallisuuden välisen suhteen tietynlainen haastaminen. Krugerin tapa käsitellä kuluttamista on kollaasitaiteessa kuvailevaa ja niissä hyödynnetään esimerkiksi ironiaa yhtenä tehokeinona. Krugerin yksittäisissä teoksissa ja taiteellisessa toiminnassa yleisesti näkyy hänen yhteiskuntateoreettinen kiinnostuksensa.

Kaikissa käsittelemissäni teoksissa on monia visuaalisia samankaltaisuuksia, kuten kollaasien mustavalkoiset (muilta lainatut tai varastetut) valokuvat ja kirkkaanpunaisen värin toistuvuus myöhemmin valmistuneissa teoksissa. Kollaaseissa kuluttaminen yhdistetään etenkin ihmisten identiteettiin ja asemaan yhteiskunnassa. Kollaasien tekotapa ja tyyli myös kiinnittävät huomiota taiteen ja mainonnan väliseen rajaan. Oikeastaan jokaisessa analysoimassani teoksessa parodioidaan mainonnan visuaalista kieltä ja retoriikkaa. Teoksissa kuvataan sitä vaikutusta, mikä mainoksilla ja laajemmin kulutuskulttuurilla on yksilöihin ja siihen, miten mainonta tuottaa kulttuurisia merkityksiä.

Tutkimukseni keskittyy Krugerin 1980-luvun kollaasitaiteeseen, mutta on kuitenkin hyvä muistaa, että hänen taiteellinen uransa on kestänyt ainakin 50 vuotta tai pidempäänkin, kun käsittää myös graafisen suunnittelun yhdeksi taidemuodoksi. Vaikka Kruger on tullut tunnetuksi etenkin kollaasitaiteestaan, on myös huomionarvoista, että hänen tuotantonsa ei koostu pelkästään kollaaseista. Tämän lyhyen tutkimuksen yhteydessä jäi käsittelemättä moni muu teos, joka olisi voinut olla tutkimuskysymyksen kannalta relevantti.

LÄHTEET

Aineisto:

Kuva 1. Barbara Kruger, *Untitled (You are seduced by the sex appeal of the inorganic)*, 1981, valokuva, 124,5 cm x 152,4 cm. Kuva: Skarstedt Gallery. <https://www.skarstedt.com/artists/barbara-kruger>. Luettu 01.04.2024.

Kuva 2. Barbara Kruger, *Untitled (Buy me, I'll change your life)*, 1984, valokuva, 183 cm x 122 cm. Teoksessa *Barbara Kruger*, toimittajat Barbara Kruger, Ann Goldstein ja Rosalyn Deutsche, s. 140. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1999.

Kuva 3. Barbara Kruger, *Untitled (I shop therefore I am)*, 1987, serigrafiapaino vinyylillä, 281,94 cm x 287 cm. Kuva: Mary Boone Gallery. <https://www.maryboonegallery.com/artist/barbara-kruger>. Luettu 01.04.2024.

Kuva 4. Barbara Kruger, *Untitled (Your body is a battleground)*, 1987, serigrafiapaino vinyylillä, 284.48 cm x 284.48 cm. Kuva: The Broad Gallery. <https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground>. Luettu 01.04.2024.

Kirjallisuus:

Art21.org. 2018. "Resisting Reductivism & Breaking the Bubble." <https://art21.org/read/barbara-kruger-resisting-reductivism-breaking-the-bubble/>. Luettu 30.03.2024

Blanché, Ulrich ja Rebekah Jonah. 2016. *Banksy*. Tectum Wissenschaftsverlag. DOAB.

Cook, Roger. 2003. "Andy Warhol, Capitalism, Culture, and Camp." *Space and Culture*, 6 (1): 66-76. <https://doi.org/10.1177/1206331202238963>.

Goldstein, Ann. 1999. "Bring In the World." Teoksessa *Barbara Kruger*, toimittaneet Barbara Kruger, Ann Goldstein ja Rosalyn Deutsche, 25–36. Cambridge, Mass: MIT Press.

Heller, Steven. 1999. "Barbara Kruger, Graphic Designer?" Teoksessa *Barbara Kruger*, toimittaneet Barbara Kruger, Ann Goldstein ja Rosalyn Deutsche, 109–116. Cambridge, Mass: MIT Press.

Hintsanen, Päivi. 2000-. <https://coloria.net/varit/punainen.htm>. Luettu 01.04.2024.

Hopkins, David. *After Modern Art, 1945-2017*. Second edition. Oxford, England: Oxford University Press, 2018.

Hutcheon, Linda. 2002. *The Politics of Postmodernism*. London: Taylor & Francis Group. ProQuest Ebook Central.

Isaak, Jo Anna. 1996. *Feminism and Contemporary Art: The Revolutionary Power of Women's Laughter*. Oxford: Taylor & Francis Group. ProQuest Ebook Central.

Kamimura, Masako. 1987. "Barbara Kruger: Art of Representation." *Woman's Art Journal*, 8 (2): 40–43. <https://www.jstor.org/stable/1358339>.

Leslie, Esther. 2007. "Barbara Kruger." Teoksessa *Art: Key Contemporary Thinkers*, toimittaneet Jonathan Vickery ja Diarmuid Costello. London: Bloomsbury Publishing Plc. ProQuest Ebook Central.

Mitchell, W. J. T ja Barbara Kruger. 1991. "An Interview with Barbara Kruger." *Critical Inquiry*, 17 (2): 434–448. <http://www.jstor.org/stable/1343844>.

Nixon, Mignon. 1992. "You Thrive on Mistaken Identity." *October*, 60: 58–80. <https://www.jstor.org/stable/779035>.

Ockenström, Lauri. 2012. "Erwin Panofskyn ikonologia ja sen perintö." Teoksessa *Taidetta tutkimaan: Menetelmiä ja näkökulmia.*, toimittajat Satu Kähkönen ja Annika Waenerberg, 211–230. Jyväskylä: Kampus Kustannus.

O'Grady, Megan. 2020. "BARBARA KRUGER." *The New York Times Magazine*: 46–40. <https://www.proquest.com/magazines/barbara-kruger/docview/2454075338/se-2>.

Owens, Craig. 1992. "The Medusa Effect, or, The Specular Ruse*." Teoksessa *Beyond Recognition: Representation, Power, and Culture*, toimittaneet Craig Owens, Scott Bryson, Barbara Kruger, Lynne Tillman ja Jane Weinstock, 191–200. Berkeley: University of California Press. Ebscohost.

Rosalyn Deutsche. 1999. "Breaking Ground: Barbara Kruger's Spatial Practice." Teoksessa *Barbara Kruger*, toimittaneet Barbara Kruger, Ann Goldstein ja Rosalyn Deutsche, 77–84. Cambridge, Mass: MIT Press.

Serpentine Galleries, ei pvm. "Barbara Kruger: *Thinking of You. I Mean Me. I Mean You.*" <https://www.serpentinegalleries.org/whats-on/barbara-kruger-thinking-of-you-i-mean-me-i-mean-you/>. Luettu 30.3.2024.

Squiers, Carol. 1999. "'Who Laughs Last?': The Photographs of Barbara Kruger." Teoksessa *Barbara Kruger*, toimittaneet Barbara Kruger, Ann Goldstein ja Rosalyn Deutsche. 142–148. Cambridge, Mass: MIT Press.

Stillerman, Joel. 2015. *Sociology of consumption: a global approach*. England; Malden, Massachusetts: Polity. Ebook Central.

Sturken, Marita, ja Lisa Cartwright. 2009. *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. 2nd ed. New York: Oxford University Press.

Wark, Jayne. 2001. "Conceptual Art and Feminism: Martha Rosler, Adrian Piper, Eleanor Antin, and Martha Wilson." *Woman's Art Journal*, 22 (1): 44–50. <https://doi.org/10.2307/1358731>.

