

**TOM OF FINLANDIN MERKITYKSET FINLAYSONIN
TUOTTEISSA JA TUOTEKUVISSA**

Essi Rönkkö
Maisterintutkielma
Taidehistoria
Musiikin, taiteen ja kulttuuri-
tutkimuksen laitos
Jyväskylän yliopisto
Syksy 2023

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Tekijä Essi Rönkkö	
Työn nimi Tom of Finlandin merkitykset Finlaysonin tuotteissa ja tuotekuvissa.	
Oppiaine Taidehistoria	Työn laji Maisterintutkielma
Aika Syksy 2023.	Sivumäärä
<p>Tiivistelmä</p> <p>Touko Laaksonen, eli Tom of Finland (8.5.2017 – 7.11.1991) oli homoeroottisesta taiteestaan tunnettu suomalainen kuvataiteilija. Tom of Finlandin laajan tuotannon ja elämäntyön vaikutus niin homoseksuaaliin alakulttuuriin kuin valtavirtaiseen populaarikulttuuriin on ollut merkittävä. Kotimaassaan Tom of Finlandin taidetta ei kuitenkaan Laaksosen eläessä juurikaan tunnettu eikä Laaksonen halunnut lähipiirinsä tietävän taiteilija-aliaksestaan. Tom of Finland nousikin suurempaan suosioon ja laajemman yleisön tietoon vasta Suomessa vasta Laaksosen kuoleman jälkeen.</p> <p>Finlayson toi markkinoille ensimmäisen Tom of Finland -mallistonsa vuonna 2014, samana vuonna, kun Suomessa eduskunta äänesti tasa-arvoisen avioliittolain puolesta. Näiden Finlaysonin ensimmäisten tuotteiden ilmestymisen jälkeen Tom of Finlandin lihaksikkaat miehet ovat ilmestyneet suuren suosion saattelemina myös muihin arkipäiväisiin kulutushyödykkeisiin. Tässä tutkielmassa tarkastelen Finlaysonin Tom of Finland -kuosien, -tuotteiden ja tuotekuvien kautta Tom of Finlandin taiteen kotoistumista. Kotoistumisella viitataan tässä tutkielmassa Sanna Karkulehdon käyttämään termiin, jota Karkulehto on käyttänyt kuvaamaan naisen seksuaalisuuden kesytystä. Vertaan Finlaysonin tuotekuvia Tom of Finland Storen, Tom of Finland Foundationin verkkokaupan, käyttämiin tuotekuviin ja etsin näiden kahden toimijan Tom of Finlandille antamien merkitysten eroja.</p> <p>Tutkielma pohtii, kotoistaako eli kesyttääkö Finlayson Tom of Finlandin taidetta ja mikä merkitys tällaisella kesytyksellä on.</p>	
Asiasanat Tom of Finland, Touko Laaksonen, Finlayson, kotoistaminen	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Tom of Finlandin historiaa	3
1.2	Finlayson	5
2	AIKAISEMPI TUTKIMUS JA TEOREETTINEN VIITEKEHYS.....	7
3	AINEISTO JA MENETELMÄT.....	19
4	ANALYYSI	22
4.1	Tomin miesten aktit	23
4.2	Finlaysonin tuotteet ja kuosit	30
4.3	Tuotekuvat	36
5	PÄÄTÄNTÖ.....	47
	LÄHTEET.....	50

1 JOHDANTO

Vuonna 2015 olin erään lukion juhlasalissa katsomassa pikkuveljeni lakitusta. Huomioni kiinnittyi juhlaohjelman sijasta yleisöön ja erityisesti tuttavani, myös uuden ylioppilaan, ylpeän äidin mekkoon. Kyseisessä mekossa komeili edellisenä vuonna kohun nostanut Tom of Finland -kuosi. Otin yhteyttä kyseiseen äitiin, kiittäkseni inspiraatiosta ja pyytääkseni kuvaa mekosta, joka aloitti koko rupeaman. Mekkoja oli tähän mennessä teetetty jo kaksi, kahden lapsen lakkiaisiin ja nuorimmaisen yo-juhliin on tulossa kuulemma kolmas. Hän kertoi tilanneensa kankaat suoraan Finlaysonilta. Kohua herättäneen kuosin näkyminen todella perinteisessä tapahtumassa, lakituksessa, pienen paikkakunnan pienessä lukiossa sai minut pohtimaan, mikä merkitys Tom of Finlandilla nykypäivänä Suomessa on. Selvästi Tom of Finlandia ihailevat myös ne ihmiset, jotka eivät Tomin miesten kohderyhmään alun perin kuuluneet.



Kuva 1(vasemmalla). Lakkiasimekko Fellows-kuosilla.

Kuva 2(oikealla). Lakkiaismekko Back Street -kuosilla.

Päätin tutkielmassani keskittyä juuri Finlaysonin Tom of Finland -tuotteisiin niiden suosion ja mediassa esillä olon takia. Finlaysonin tarttuminen Tom of Finland Foundationin ehdottamaan yhteistyöhön oli myös mielenkiintoinen veto yrityksen uusilta omistajilta.

Tässä tutkielmassa keskityn tarkastelemaan Finlaysonin Tom of Finland -malliston kuosien ja näiden tuotteiden tuote- ja mainoskuvien Tom of Finlandille antamia merkityksiä. Pohdin näitä kysymyksiä arkistumisen ja kotoistamisen käsitteiden kautta. Katson niin Finlaysonin Tom of Finland -tuotteiden, kuin muunkin Tom of Finlandin tuotteistamisen tehneen Tom of Finlandista paitsi eräänlaisen kansallissankarin, myös osan arkista visuaalista ympäristöämme. Vertaan Finlaysonin tuottamaa mainoskuvastoa Tom of Finland Storen, Tom of Finland Foundationin virallisen verkkokaupan, tuottamiin tuotekuviin. Lähtöoletukseni on, että nämä eri yleisölle suunnatut kaupat lähestyvät niin tuotteita, kuin Tom of Finlandiakin eri lähtökohdista. Suomen vanhin tekstiiliyritys Finlayson on tarttunut Tom of Finlandin suomalaisuuteen, Tom of Finland Store sen sijaan on tarttunut aiheeseen humoristisesta ja eroottisesta näkökulmasta.

Tutkielman tavoitteena on ymmärtää Tom of Finlandin kuvastojen muutosta ja niiden kaupallistumisen logiikkaa Finlaysonin tuotteiden kautta. Tutkielmaa ohjaavina tutkimuskysymyksinä olen pohtinut, millaisia kuvia on valikoitu kuoseihin, kuinka tuotteet esitetään eri tahojen tuotekuvissa ja millaisia merkityksiä nämä kuvat ja yritykset Tom of Finlandille antavat.

Seuraavassa alaluvussa esittelen Touko Laaksosen henkilöhistoriaa ja Finlaysonin historiaa, sekä muita Finlaysonin kantaaottavia kampanjoita hahmottaakseni tarkastelemani ilmiön kontekstia. Toinen luku käsittelee aikaisempaa tutkimusta ja kirjallisuutta Tom of Finlandista ja Tom of Finlandin kaupallistumisesta. Muodostan tarkastelemani kirjallisuuden avulla teoriapohjaa, jonka kautta tarkastelen Tom of Finlandin kuvastojen käyttöä Finlaysonin tuotteissa. Luku kolme esittelee analyysissä käyttämäni kuva-aineiston ja lähiluvun metodin. Avaan, kuinka olen hyödyntänyt

lähilukua analyysissä. Luku neljä käsittelee aineiston analyysiä. Luku jakautuu kolmeen alalukuun, joista ensimmäisessä luokittelen Tom of Finlandin taiteesta löytyviä kuva-aiheita teoksissa tapahtuvan toiminnan mukaan. Luvussa 4.2. tarkastelen, mitkä edellisen luvun kuva-aiheista ovat päätyneet Finlaysonin Tom of Finland -kuoseihin. Luvussa 4.3. tarkastelen Finlaysonin mainoskuvia ja vertaan niitä Tom of Finland Foundationin verkkokaupan, Tom of Finland Storen Finlaysonin Tom of Finland -malliston tuotteiden tuotekuviin. Pohdin, miten kuvissa näkyy samojen tuotteiden kohdistaminen eri yleisöille, ja mitä se kertoo Finlaysonin Tom of Finlandille antamista merkityksistä. Luku viisi on päätäntö, jossa teen yhteenvetoa tutkielmani tuloksista.

1.1 Tom of Finlandin historiaa

Tässä ja seuraavassa alaluvussa taustoitan tutkielmani kaksi tekijää, Touko Laaksosen eli Tom of Finlandin henkilöhistoriaa ja Tom of Finland Foundationin historiaa, sekä Finlaysonin tämänhetkistä tilannetta yrityksenä. Näin kartoitan sitä kontekstia, jossa aineistoni on syntynyt ja jossa analyysini tapahtuu. Avaan, millaisessa yhteiskunnallisessa tilanteessa Tom of Finland -tuotesarja lanseerattiin ja millainen oli Finlaysonin tila yrityksenä tuolloin.

Tom of Finland taiteilijanimellä tunnettu Touko Laaksonen on kansainvälisesti tunnetuimpia suomalaisia taiteilijoita. 1920 syntynyt Laaksonen aloitti kansainvälisen uransa 1950-luvulla saatuaan piirroksiaan Yhdysvaltalaiseen *Physique Pictorial* -lehteen. Homoseksuaalisen toiminnan ollessa lailla kiellettyä Laaksonen oli aiemmin piirtänyt kuviaan salassa, omaksi ilokseen. Kuvissa esiintyi jo varhain univormupukuisia miehiä, joita nuori Laaksonen näki ympäristössään, esimerkiksi poliiseja ja linja-auton kuljettajia. Myöhemmin jatkosodassa sotinut Laaksonen toi teoksiinsa

palveluksessaan kohtaamia univormupukuisia sotilaita.¹ Laaksosen ennen sotia tekemiä töitä ei ole juurikaan säästynyt, eikä hän sotien aikana työskennellyt eroottisen aiheiden parissa. Sodan päätyttyä Laaksosen töissä ”kruisailivat” siviilipukuiset miehet. Laaksonen oli piirtänyt kuviaan seksin korvikkeeksi. Sota-aikana pimennetyissä kaupungeissa seksiä sai kuitenkin niin paljon, kuin halusi, joten sotien jälkeen taiteilija kaipasi jotain muuta.²

Nimimerkki Tom of Finland syntyi Laaksosen lähetettyä tukinuittajia kuvaavia piirroksiaan Bob Mizerin omistamaan *Physique Pictorial* -lehteen vuonna 1957. Laaksonen oli itse signeerannut teoksensa Tom-nimimerkillä, johon Mizer keksi liittää of Finland-päätteen³. *Physique Pictorial* oli niin kutsuttu ”beefcake magazine”, kuntoilulehdeksi naamioitu katalogi, joka esitteli miesmalleja ja jonka kautta pystyi tilaamaan itselleen kuvia kuntoiluinspiraatioksi. Nämä kuntoilulehdet olivat homopornolehtien edeltäjiä.⁴

Physique Pictorialin myötä Touko Laaksosesta tuli kansainvälinen taiteilija. Ajan saatossa Laaksosen taiteen merkitys hänen edustamissa alakulttuuripiireissä, kuten nahkahomojen keskuudessa, kasvoi. Lopulta taiteilijan suosio valtavirtaisissa kulttuuripiireissä lisääntyi ja Laaksonen alkoi saada tunnustusta kuvataiteilijana. 2000- ja 2010-luvuilla Laaksonen on huomioitu kotimaassaan erityisesti suomalaisena taiteilijana. Hänen vaikutuksensa juuri queeriin alakulttuuriin kuitenkin nosti hänet maailmanmaineeseen.

Laaksonen piirsi ultramaskuliinisia miehiä aikana, jolloin homomiehet kuvattiin lähinnä heikkoina ja naismaisina. Tomin miehet nauttivat toisistaan häpeilemättä ja puolijulkisilla paikoilla, samaan aikaan kun tosielämässä laki ja sairausluokitukset painoivat homoseksuaaleja piiloon, syvemmälle kaappiin. Ennen kaikkea Tomin miehet olivat iloisia. Heidän hymynsä ei hyytynyt edes AIDS-kriisin aikana, vaan Laaksonen valjasti miehensä turvaseksin lähettiläiksi. Kaikki se kurjuus, mitä

¹ Hooven 2012,

² Hooven 2012, 73.

³ Kalha 2012, 18.

⁴ Monteagudo 2019.

homoseksuaalien arkielämään liitettiin, häpeä, suru, rikollisuus, sairaudet, jäivät Tomin universumin ulkopuolelle.

Touko Laaksonen ja Durk Dehner perustivat Tom of Finland Foundationin, eli Tom of Finland säätiön, vuonna 1984 Laaksonen työn säilyttämiseksi. Myöhemmin säätiön toiminta laajentui myös muun eroottisen taiteen turvapaikaksi. Yksi säätiön tavoitteista on pitää Tom of Finlandia ja muuta eroottista taidetta esillä akateemisen huomion tavoittamiseksi.⁵

1.2 Finlayson

Finlayson on yksi Pohjoismaiden vanhimpia tekstiiliyrityksiä. Skotlantilainen James Finlayson perusti alun perin vuonna 1820 Tampereelle karstaus- ja kehuukoneiden valmistusta varten konepajan. Vuonna 1828 tehtaalla alkoi myös puuvillankehräys. Finlaysonin voi tulkita varhaisista vaiheistaan asti olleen mukana myös yhteiskunnallisessa vaikuttamisessa. Vuonna 1836 pääasiassa naisia työllistäneen Finlaysonin tehtaan ympärille rakennettiin muun muassa päiväkotia ja koulu. Yritys myös loi oman sosiaaliturvajärjestelmän samana vuonna. Työllistämällä naisia aikana, jona naisten kodin ulkopuolinen työssäkäynti ei ollut tavanomaista, tarjosi yritys työntekijöilleen mahdollisuuden itsenäisempään elämään.⁶

Vuonna 2014 Finlayson sai uudet omistajat. Petri Pesonen, Risto Voutilainen ja silloinen toimitusjohtaja Jukka Kurttila ostivat liikevaihdon laskusta kärsineen Finlaysonin. Uusilla omistajilla oli mainosalan taustaa, joka tuki ymmärrystä kuluttajamaailmasta.⁷ Tom of Finland -tuotesarjan lanseeraaminen otti kantaa seksuaalivähemmistöjen asemaan samana vuonna, kun eduskunnassa käytiin keskustelua tasa-arvoisesta avioliittolaista. Finlaysonin periaatteisiin kuuluu edelleen vastuullisuus ja suvaitsevaisuus, joka näkyy kuluttajille esimerkiksi julkisina

⁵ About Tom's Foundation (ei päivämäärää).

⁶ Meidän tarinamme. (ei päivämäärää).

⁷ Västilä 2017.

yhteiskunnallisina kannanottoina ja kestävämmän kehityksen mukaisiin tuotteisiin siirtymisenä.

Syksyllä 2017 yritys otti kantaa palkkaepätasa-arvoon tarjoamalla kaikille naisasiakkaille 17 prosentin alennuksen, eli jokaista euroa kohti naisasiakas maksoi 83 senttiä. 2018 Finlayson laitto vireille kansalaisaloitteen tyttöjen silpomisen kieltämiseksi. Asiantuntijakumppanina aloitteessa oli World Vision.⁸

Vuonna 2019 Finlayson oli Helsinki Priden virallinen yhteistyökumppani. Yritys lahjoitti tuolloin myyntiin Tom of Finland -tuotteita, joiden tuotot menivät lyhentämättöminä Helsinki Pridelle. Samalla Finlayson julkaisi avoimen kirjeen Tšetšenian presidentti Ramzan Kadyroville, jossa yritys tuomitsi maan homoseksuaaleihin miehiin kohdistamat vainot. Pridelle lahjoitettujen Tom of Finland -tuotteiden tuotoista 50% ohjattiin venäläisille lhbtqi-toimijoille, jotka tukivat Tšetšenian sateenkaari-ihmisiä.⁹

Kampanjoiden lisäksi Finlayson on tehnyt muutoksia myös tuotteidensa suhteen matkalla kohti vastuullisempaa liiketoimintaa. 2017 markkinoille tuotiin pellavaiset Jesus-pussilakanat, joilla on 50 vuoden takuu. Samana vuonna kaikille pussilakanoille, tyynyliinoille ja froteetuotteille annettiin 5 vuoden takuu. 2019 Finlayson siirtyi käyttämään jäljitettävää luomupuuvillaa ja luopui muovipakkauksista ja samana vuonna Finlayson toi myyntiin niin kutsutun vastuuttoman lakanan. Yritys halusi osoittaa, kuinka helppoa tällaisen tuotteen tekeminen on. Vastuuttoman lakanan rinnalla myytiin myös vastuullista Reilun kaupan lakanaa, joka kampanjan jälkeen jäi myyntiin vastuuttomien lakanoiden poistuessa valikoimasta.¹⁰

Yhteiskunnallisten kampanjoiden lisäksi Finlayson on tuonut tuotteissaan esiin Rudolf Koivun ja Jani Leinosen taidetta Tom of Finlandin lisäksi.

⁸ Seis silpomiselle 2019.

⁹ Rakkaus kuuluu kaikille 2019.

¹⁰ Meidän tarinamme (ei päivämäärää).

2 AIKAISEMPI TUTKIMUS JA TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tässä luvussa nostan esiin aiempaa Tom of Finlandia ja Touko Laaksosta käsittelevää tutkimusta ja kirjallisuutta. Pohdin näiden tekstien antia painottuen siihen, miten niissä on käsitelty Laaksosen taiteen vaiheita sekä Laaksosen taiteen kaupallistamista. Tarkastelen myös pornografian ja queer-kulttuurin arkipäiväistymistä ja kaupallistumista Sanna Karkulehdon *Seksin mediamarkkinat* teoksen kautta. Muodostan taustakirjallisuuden perusteella teoriapohjaa, johon heijastelen omaa analyysiäni.

Merja Kontinen on pro gradussaan (2011) tarkastellut Tom of Finlandin maskuliinisuuden kuvausta ja miestyyppejä. Kontinen on tyypitellyt Laaksosen kuvaamat miehet seitsemään kategoriaan, jotka ovat osittain limittäisiä keskenään. Kontisen tyyppit ovat fairy, työväki, miehet univormuissa, nahkapojat, motoristit ja Kake, dirty pictures sekä päivämiehet ja muotokuvat. Näiden lisäksi Kontisen seitsemäs luokka käsittelee klassisen taiteen vaikutuksia ja viittauksia Laaksosen teoksissa.

Fairy-kuvatyyppissä aineisto on Kontisen mukaan unelman tai unelmoinnin kaltaista. Aineistossa esiintyvät henkilöt ovat nuoria ja silokasvoisia, jotka viettävät aikaansa huvitellen, luonnon helmassa, saunoissa, rannoilla tai kylpylöissä. Henkilöt myös selvästi pitävät huolta ulkonäöstään, jopa turhamaisuuteen asti. Näissä kuvissa ei aina ole näkyvillä seksuaalisuutta.¹¹

¹¹ Kontinen 2011, 56–57.

Työväki-luokan miehistä puuttuvat edellisen fairy-kategorian hahmojen naiselliset piirteet. Työväki-kuvissa esiintyvät tukkijätkät, metsurit, maatyöläiset ja cowboyt. Hahmot on usein kuvattu luonnon keskelle realistisiin tilanteisiin. Hahmot ovat jo paljon maskuliinisempia.

Miehet univormuissa -kategoriassa henkilöillä on yllään univormuja tai univormujen osia, kuten koppalakkeja ja kokardeja. Luokkaan kuuluvat esimerkiksi sotilaat ja poliisit.

Nahkapatjat, moottoripyöräjengi ja Kake alaluvussa Kontinen tarkastelee motoristihahmojen kehitystä kohti sarjakuvasanteri Kakea sekä nahkavaatteiden merkitystä.

Kontinen esittää tutkielmassaan, että Laaksosen alkukauden työt ilmentävät homoseksuaalisuuden kaapittamista. Töissä esiintyvät nuorukaiset Kontisen huomioiden mukaan pukeutuvat sovinnaisesti, aikakauden mukaan muodikkaisiin ja siisteihin vaatteisiin. Miesten väliset aktit eivät ole yhtä pornografisia, kuin myöhemmät teokset. Myös lehdissä julkaistut työt noudattivat aikakauden sensuurilakeja.¹² Toisaalta, kuten Valentine Hooven Tom of Finlandin elämäkerrassa esittää, sodan päättyminen saattoi vaikuttaa arkisten ja realististen kohtausten esittämisen suosimiseen. Hooven kirjoittaa sotaan väsyneen Laaksosen piirtäneen sodan aikana kaipaamia asioita. Koska seksiä oli sodan aikana ollut saatavissa, piirroksissa näkyvätkin haaveet muodikkaista siviilivaatteista.¹³

Kontinen pohtii myös mahdollisuutta Tomin kuvien ”vastakarvaan” lukemiselle. Esimerkiksi heteronaisen katseen lukemana Tomin vähäpukeiset miehet tarjoavatkin vaihtelua ainaiselle naisen esineellistämiseksi.¹⁴ Kenties tämä selittää Tom of Finlandin ja Tom of Finland -tuotteiden suosiota naisten keskuudessa.

¹² Kontinen 2011, 37–38.

¹³ Hooven 2012, 73.

¹⁴ Kontinen 2011,

Harri Kalha on teoksessaan *Taidetta seksin vuoksi* (2012) jakanut Touko Laaksosen taiteellisen uran neljään tyylikauteen; vuosina 1945–1955 piirtämiseen harrasteena, eräänlaiseen varhaisklassismiin vuosina 1955–1965, täysklassismiin vuosina 1965–1975 ja vuosiin 1975–1990, vaiheeseen jossa Laaksonen Kalhan sanoin siirtyy manierismista barokkiin¹⁵.

Kalhan teos seuraa Laaksosen taiteen kehittymistä teosten aiheiden ja tekniikan kautta sijoittaen Laaksosen vaiheet laajempaan kontekstiin ja vertaillen Laaksosen tuotantoa muuhun aikakauden queer-kuvastoon. Ensimmäisen tyylikauden teokset kuvaavat erityisesti cruising-kulttuuria, homomiesten kohtaamisia puistoissa ja julki-sissa käymälöissä. Kuvatut miehet ovat niin kutsuttuja dandyjä, keikarimaisia nuoru-kaisia. Kalha vertaakin näitä 1940-luvun teoksia aikansa muoti- ja mainospiiirroksiin. Varhaisissa akvarelleissa kuvatut miehet ovat pukeutuneet trendikkäästi ja se vähäinen alastomuus, mitä on löydettävissä, koskee vain sukupuolielimiä.¹⁶ Verrattaessa Kontisen laatimaan luokitteluun tämän tyylikauden kuvaukset vastaavat tyypiltään fairyjä.

Varhaisklassismin aikakaudella kuvissa esiintyvät suomalaiset miehet luonnon-helmassa. Miehet ovat tukkijätkiä ja metsureita. Tällä aikakaudella, vuonna 1957, Laaksosen tukinuuttajia kuvaava piirros pääsee *Physique Pictorial* -lehden kansiku-vaksi ja nimimerkki Tom of Finland syntyy. Suomalaisuus näyttäytyy eksoottisena yhdysvaltalaisille lukijoille¹⁷. Kalha kuvaa Laaksosen tämän vaiheen teoksista löyty-vän pehmeää luonnosmaisuuutta. Vaikka peniksen kuvaaminen on vielä kielletty jul-kisessa levityksessä, kuvista löytyy jo vaivhkaista seksuaalisuutta. Teoksissa esiintyy jo paljaita ylävartaloita ja pullistuneita lihaksia.¹⁸

Täysklassismin, vuosien 1965–1975 aikakauden piirrostyylissä Kalhan mukaan näkyy aikaisempaa harkitumpi tarkkuus ja sävykykyys. Teoksissa korostuvat fetissit ja

¹⁵ Kalha 2012, varhaisklassismi, täysklassismi, manierismi ja barokki viittaavat tässä taidehisto-rian tyylikausiin.

¹⁶ Kalha 2012, 88.

¹⁷ Kalha 2012, 24.

¹⁸ Kalha 2012, 198.

stereotyyppiset asusteet. Yhdysvaltojen lainsäädännön muututtua myös täysialastomuus mahdollistui, joskin uudenlainen kuvapolitiikka näkyi *Physique Pictorialin* sivuilla vasta vuonna 1969. Laaksosen tyyli kehittyi valokuvan suosion myötä superrealistiseksi, josta tuli tämän tavaramerkki. Miesten hypermaskuliinisuus korostui, hahmot ovat nyt iloisia ja vahvoja. Tällä aikakaudella Laaksonen jätti mainostoimistotyön ja keskittyi omaan taiteelliseen tuotantoonsa, sekä teosten kansainväliseen levitykseen.¹⁹

1970-luvun lopulla säännöllisten Yhdysvaltojen matkojen seurauksena Laaksosen aiheet muuttuivat amerikkalaisemmiksi. Tom of Finlandin teoksia oli säännöllisesti esillä gallerioissa Yhdysvalloissa ja kuvia suunnattiin enemmän amerikkalaisille markkinoille.²⁰

Vuosina 1975–1990, manierismista barokkiin siirryttäessä, Laaksosen aihepiirit muuttuvat radikaaleimmiksi. Teoksissa esiintyy Kalhan sanoin ”peittelemättömiä cruising -kohtaamisia, orgioita, fistingiä ja jättikaluja”. Kuitenkin aiheiden rankkuus yhdistyy aikakauden teoksissa Kalhan mukaan sulokkaaseen piirrosjälkeen ja hallittuun viivarytmiin. Rajujen ryhmäseksikohtausten lisäksi Laaksonen toteutti tilauksesta hillittyjä muotokuvia ja teki teknisiä kokeiluja, esimerkiksi linokaiverruksia. Lisäksi syntyi käyttögrafiikkaa, kuten julisteita ja mainoksia. Yhdysvalloissa Laaksosen teoksia koottiin näyttelyiksi ja tuotannosta julkaistiin kuvakirja. Laaksosesta tuli vihdoin kansainvälisesti tunnettu taiteilija. Ensimmäinen kotimainen Tom of Finlandin näyttely järjestettiin Helsingissä vuonna 1992, jota Touko Laaksonen ei kuitenkaan itse ehtinyt näkemään. Laaksonen menehtyi vuonna 1991.²¹

Kalhan määrittelemän viimeisen aikakauden aikana alkoi Tom of Finlandin matka pornotaiteilijasta kohti vakavasti otettavaa taiteilijaa. Laaksosen matkaa taide maailman tunnustamaksi taiteilijaksi käsittelee Leena-Maija Rossin artikkeli vuodelta 2019.

¹⁹ Kalha 2012, 199.

²⁰ Arell 2006, 81.

²¹ Kalha 2012, 199.

”Pitkällä ja mutkaisella tiellä” kohti taidemaailmaa oli Rossin mukaan esteitä niin taidemaailman, kuin Laaksosen itsensäkin puolelta. Touko Laaksosella ei ollut virallista kuvataiteilijan koulutusta vaan hän oli opiskellut mainosalaa kirjekurssilla, sekä musiikkia Sibelius Akatemiassa. Vaikka itseoppineisuus ei ole aina ollut hidas-teenä taidemaailmaan pääsyle, oli Laaksosen taiteen pornografisuus, Laaksosen omin sanoin teostensa ”likaisuus”, esteenä, sillä perinteisesti taidemaailmassa oli tehty rajanvetoa taiteen ja pornografian välillä.²²

Länsimainen taidemaailma alkoi kuitenkin muuttua sukupuolen ja seksuaali-suuden esittämisen suhteen 1900-luvun lopulla. Esimerkiksi useat feministitaiteilijat kuvasivat töissään niin naisten kuin miestenkin seksuaalisuutta eksplisiittisesti. Robert Mapplethorpe esitti valokuvissaan homomiesten sadomasokistista alakulttuurista ja erotisoi mieskehoja, samoin kuin Tom of Finlandin piirrookset. Visuaalisesta kulttuurista tuli tärkeä työkalu AIDS-aktivisteille 1980–1990-lukujen taitteessa, mikä synnytti lisää kiinnostusta queer-representaatioihin. Mielenkiinnon suuntautuminen taidemaailmassa seksuaali-identiteetteihin sekä populaarikulttuurin ja korkean taiteen sekoittuminen lopulta mahdollistivat Tom of Finlandin pääsyn taidemaailmaan.²³

Tom of Finlandin näyttelyitä on vuodesta 1976 asti pidetty kansainvälisesti, lähinnä Euroopan maissa ja Pohjois-Amerikassa. Suomessa Tom of Finlandin ensimmäinen yksityisnäyttely pidettiin Galleria Pelinissä vasta vuonna 1992, taiteilijan kuolemaa seuranneena vuonna. Tämän jälkeen Tom of Finlandin näyttelyitä Suomessa on pidetty vuonna 1999 Jyväskylän taidemuseossa, 2006 Helsingin kaupungin taidemuseossa, 2011 Turussa Logomossa, jolloin näyttely oli osana Euroopan kulttuuripääkaupungin tapahtumia, 2014 Tampereen Postimuseossa, jossa esillä oli Touko Laaksosen kirjeenvaihtoa, 2016 Helsingin taidehallissa ja 2017 Wäinö Aaltosen museossa Turussa. Viimeisimmäksi Nykytaiteen museossa Kiasmassa avautui huhtikuussa 2023 retrospektiivinen Tom of Finland – rohkea matka -näyttely.²⁴

²² Rossi 2006, 1-2.

²³ Rossi 2006, 2-3.

²⁴ Exhibition history (ei päivämäärää).

Taidenäyttelyiden lisäksi Tom of Finlandin teoksia on nykyään nähtävillä myös arkisissa ympäristöissä, joihin tavallinen kuluttaja on saattanut viime vuosina helposti törmätä. Susanna Paasonen artikkelissa *Tom of Finland comes home, keeps on coming* (2019) tarkastellaan Touko Laaksosen taidetta hyödyntävää käyttötavaroiden tuotantoa Suomessa sekä pohditaan, millaisia paradokseja mahdollisesti kytkeytyy Laaksosen ikonografian uudelleen käytössä kansallisena, jopa nationalistisena, ylpeyden ja ilon aiheena. Artikkelin lähestyy Laaksosen työtä kulttuurisena objektina.²⁵

Kuten Paasonen artikkelista käy ilmi, Finlayson ei ole ollut ainoa yritys, joka on hyödyntänyt Tom of Finlandia tuotteissaan. Paasonen nostaa esiin esimerkiksi Postin vuonna 2014 julkaisemat Tom of Finland -postimerkit. Timo Berryn suunnitteleminen postimerkkien kysyntä kaatoi lopulta Postin verkkosivut.²⁶ Samana vuonna 2014 Finlaysonilta tuli myyntiin ensimmäinen Sami Vullin suunnittelema Tom of Finland -mallisto.²⁷ Robert Paulig Roastery toi myyntiin 2016 kaksi Tom of Finland-kahvia, tummapaahtoiset Build Bold ja Heavy Duty -kahvit. Kahvit tulivat pian myyntiin tavallisiin ruokakauppoihin ja seuraavana vuonna lanseerattiin Tom of Finland -vodka. 2017 myös Dome Karukosken ohjaama elämäkertaelokuva Laaksoesta, sekä Tom of Finland -musikaali Turun kaupunginteatterissa saivat ensi-iltansa.²⁸

Tom of Finlandin taide oli kuitenkin alun perin kaukana suomalaisista kulutus-
hyödykkeistä. Laaksonen teki taidettaan ja markkinoi sitä jo varhaisessa vaiheessa Yhdysvaltojen markkinoille. Taiteilijanimi ja muutamat kuva-aiheet tukkijätkistä kertoivat satunnaisesti taiteilijan maantieteellisestä ja kulttuurisesta taustasta. Tom of Finland -brändi oli silti kansainvälinen. Suomessa Laaksonen oli pitkään tunnettu pääsääntöisesti homomiesten alakulttuuripiireissä. Vasta 1990-luvulla Laaksonen alkoi saada huomiota laajemmin kotimaassaan. Silti Laaksonen pysyi underground hahmona vielä 2010-luvulle saakka, jolloin edellä kuvattu teosten ja nimen Tom of Finland kaupallinen käyttö toi taiteilijan varmasti kaikkien näkyville. Paasonen mukaan tämä

²⁵ Paasonen 2019.

²⁶ Berry Crative (ei päivämäärää).

²⁷ Montell 2014.

²⁸ Paasonen 2019, 3.

arkinen ja kaupallinen, erittäin julkinen Tom of Finlandin juhlistaminen ja ihailu osoitti selvästi, että pitkään hänen töihinsä liittyneeseen epämääräisyyteen suhtautumiseen tehtiin nyt eroa. Paasonen huomauttaa, että Tom of Finlandin suosion taustalla on yritys houkutella pinkkiä rahaa, eli vedota seksuaalivähemmistöjen ostovoimaan, mutta Tom of Finlandista on tullut myös haluttu ja laajasti sovellettavissa oleva brändin rakennusväline, niin yrityksille kuin suomalaisen PR-kuvan rakentamiselle.²⁹ Laaksonen ja Tom of Finland olivatkin merkittäviä teemoja Suomen 100-vuotisjuhlatuotena 2017, samana vuonna, kun Suomessa astui voimaan laki tasa-arvoisesta avioliittolaista.

Paasonen viittaa artikkelissaan näyttelijä Antti Holman *Image*-lehdessä julkaistuun esseeseen³⁰, jossa Holma pohtii samaa aihetta, Tom of Finlandin kesyttämistä. Paasonen ja Holma molemmat vertaavat Tom of Finlandin kaupallistamista toiseen suomalaiseen kulttuurin vientituotteeseen, Muumeihin. Muumit löytyvät alkuperäisten kirjojen ja sarjakuvien lisäksi mukeista, valmiista lettujauhoseoksista, vaatteista ja tietysti Finlaysonin teksteistä. Muumit ja Tom of Finland eroavat tietysti siinä, että Muumit on suunnattu lapsille ja perheille, Tom of Finland ei ole. Jotta Tom of Finlandista olisi voinut syntyä samankaltainen julkinen tuote, eksplisiittisesti seksuaaliset elementit oli poistettava.³¹ On selvää, ettei Finlaysonin lakanoissa voinut esiintyä paljaita peniksiä tai anaaliseksiä.

Laaksonen teosten siistiminen samalla kesyttää Tomin miehiä ja latistaa teosten erityisyyttä ja vetovoimaa, mitä tulee seksuaalisen nautinnon esittämiseen.³² Paasonen mukaan tuotteiden suuntaaminen homomiesten lisäksi suvaitseville ihmisille, sukupuolesta ja seksuaalisuudesta riippumatta, kääntää seksuaalisesti eksplisiittisen seksuaalisesti implisiittiseen. Seksuaalisesti uhkarohkeasta kuvastosta tulee suvaitsevaisuuden merkki. Tom of Finland -tuotteita kantava kuluttaja kertoo omista liberaaleista

²⁹ Paasonen 2019.

³⁰ Holma 2017.

³¹ Paasonen 2019, 7.

³² Holma 2017.

arvoista. Toisaalta tämä ilmiö on myös kansallista brändin ja identiteetin rakentamista.

33

Tom of Finland on Paasonen mukaan omittu Suomalaisen ylpeyden symboliksi, oikeudenmukaisuuden merkiksi, jopa arvoja tiivistäväksi ikoniksi, ja samalla pornografinen kehys Tom of Finlandista on sivuutettu. Se mittakaava, jossa Tom of Finland on Paasonen sanoin ”omaksuttu postuumisti kansalliseksi brändilähettilääksi” kertoo Laaksosen työn pornografisten ja rajoja rikkovien aiheiden taivuttamisesta riskaabeliksi huumoriksi ja kansallisen ylpeyden lähteeksi. Tämä vie huomion Tomin hauskaa pitäviin miehiin, samoin kuin taiteilijaan itseensä kunnioittaen niiden kautta suomalaista kulttuuria. Samalla kuitenkin jätetään huomiotta suomalaisen kulttuuriin homofobisuus. Hedonistisen homoseksin ilosanoma väistyy näin yksilöllisen luovuuden, menestyksen ja tyylin arvottamisen tieltä ja muuttuu edistysmielisen politiikan viestinviejäksi. Paasonen toteaa artikkelinsa lopuksi, että vaikka hän ilahtuu nähdessään Tom of Finland -kahveja lähellä homopropagandalakeja sääätäneen Venäjän rajaa, tällainen kaupallistunut tapa muistaa Touko Laaksosen ja Tom of Finlandin perintöä myös toisaalta unohtaa ja häivyttää sitä.³⁴

Kun tarkastellaan Finlaysonin Tom of Finland -mallistoja ja niiden mainontaa, on helppo huomata yhtäläisyyksiä Paasonen mainitsemien esimerkkien kanssa. Finlaysonin kotisivuilta voi lukea yrityksen kannanotoista, missä Tom of Finlandin kohdalla kerrotaan lyhyesti: ”Olemme sitä mieltä, että jokaisella on oikeus rakastaa, ketä haluaa. Finlaysonin Tom of Finland -mallisto lanseerattiin loppuvuodesta 2014 kunnianosoituksena Touko Laaksosen (1920–1991) taiteelle.”³⁵ Mallisto toimii kunnianosoituksena ja kannanottona, tosin lainauksessa ei suoraan sanota Finlaysonin tukevan seksuaalivähemmistöjen oikeuksia, vaikka siihen vahvasti viitataan. Toisaalta Finlayson on ottanut kantaa esimerkiksi Tšetšeniassa tapahtuviin homomiesten vainoihin ja toiminut Helsinki Pridein yhteistyökumppanina, joten yrityksen voi sanoa avoimesti tukevan seksuaalivähemmistöjen oikeuksia.

³³ Paasonen 2019, 7.

³⁴ Paasonen 2019, 8-9.

³⁵ Kannanottojamme vuosien varrelta (ei päivämäärää).

Finlayson lanseerasi Tom of Finland -malliston uuden johdon alaisena. Alkuperäinen idea tuli Tom of Finland Foundationilta, mutta ideaan tarttuminen kertoo Finlaysonin uudistuneesta imagosta. Toimitusjohtajan Jukka Kurttilan mukaan Tom of Finland -mallistolla tähdättiin ulkomaan markkinoille³⁶ ja verkkolehti QX:n artikkeleissa kohderyhmäksi kerrotaan globaali homoyhteisö³⁷. Ilman yrityksen vahvoja kannottoja Tom of Finland -mallisto olisi voinut jäädä pelkän pinkin rahan tavoitteluksi.

Heidi Kosonen käyttää artikkelissaan *Pyhän lapsuuden paljastama tabu: näkökulma Sami Saramäen Tom of Finland - muumeihin ja Dana Schutzin Open Casket -maalaukseen* Paasosen kuvaamasta ilmiöstä Sanna Karkulehdon termiä *kotoistaminen*.³⁸ Kotoistaminen viittaa tässä seksuaalisuuden julkiseen kesyttämiseen. Karkulehto käyttää kotoistamisen termiä kuvatakseen ilmiötä, jossa naisen seksuaalisuus kesytetään julkisesti. Teoksessa *Seksin mediamarkkinat* Karkulehto käyttää esimerkkinä *Playboy*-lehteä. Uhkana koettu naisen seksuaalisuus tuli passivoitua ja objektivoitua ja saada tämä kesyttämisen prosessi näyttämään luonnolliselta.³⁹ Karkulehto nimeää tällaisen seksuaalisuuden kesyttämisen strategioiksi kotoistamisen lisäksi objektivoinnin ja tirkistelyn sekä kompensaaion. Kotoistaminen toimii liittämällä tuttuja ja turvallisia elementtejä uhkaaviksi koettuihin elementteihin. Karkulehdon esimerkissä seksuaalisesti toimivat naiset liitettiin osaksi laadukkaaksi ja arkiseksi mainostettuun *Playboy*-lehteen, Tom of Finlandin homoseksuaalinen erotiikka sen sijaan on liitetty osaksi arkisia käyttötekstiilejä, kahvipaketteja ja muita kulutustuotteita. Objektivointi ja tirkistely perustuvat Laura Mulveyyn ajatukselle naisten jähmettämistä mediassa. Nainen objektivoituna ei omaa kuvissa aktiivista roolia, vaan toimii miehisen katseen mielihyvän lähteenä. Objektiksi jähmetetty nainen on myös helppo tirkistelyn kohde, erityisesti median tuotteissa. Karkulehto huomauttaa, että Mulveyyn ajatuksia on kritisoitu siitä, että hän unohtaa katseiden ja katsottavien moninaisuuden. Mulvey ei esimerkiksi ole ottanut huomioon homomiehen katsetta, joka katsoo naisobjektia

³⁶ Vedenpää 2014.

³⁷ Montell 2014.

³⁸ Kosonen 2017.

³⁹ Karkulehto 2011, 109.

erilaisesta näkökulmasta, kuin heteromies.⁴⁰ Tom of Finlandin taiteessa katseen kohteet ovat usein todella aktiivisia toimijoita, mutta tuotteissa aktiivinen toiminta on jäänyt sen seksuaalisen luonteen vuoksi rajatuksi, jopa kokonaan pois. Finlaysonin tuotteita tarkastellessa voidaan pohtia, ehtisikö tai pystyisikö kuluttaja edes pysähtyä katsomaan kuoseista löytyviä kuvia eroottisena taiteena, vai passivoiko tuotteiden arkipäiväisyys itse taideteokset.

Kolmas Karkulehdon esittämä kesyttämisen keino on kompensatio, joka perustuu ajatukselle siitä, että erilaisuuden uhka pienenee, kun se esitetään vain yhdellä marginaalisen identiteettikategorian alla. Esimerkiksi naisen seksuaalisuuden rajoja on turvallisempaa rikkoa mediassa, kun ei lähdetä rikkomaan intersektionaalisesti esimerkiksi etnisyyteen tai luokkaan liittyviä rajoja.⁴¹ Tom of Finlandin teoksissa esiintyy myös jonkin verran rodullistettuja hahmoja, mutta sinänsä kaikki Tomin miehet ovat kuin samasta muotista. Joissain Finlaysonin kuoseissa, esimerkiksi Back Streetissä, on käytetty Laaksosen afroamerikkalaisia miehiä esittäviä teoksia. Kompensatio tulee kenties esille Kososen artikkelin esimerkissä Sami Saramäen Tom of Finland -muumeissa, kun homoeroottinen kuvasto leikkasi paitsi lastenkulttuurin, myös eräänlaisen Suomi-kuvan symbolin kanssa. Kosonen käsittelee artikkelissaan Saramäen piirtämää *Image*-lehden kansikuvaa, jossa Saramäki oli esittänyt Muumi-hahmoja Tom of Finlandin tyyliin, mustavalkoisina, nahkavaatteissa ja eroottisina. Kansikuva aiheutti paitsi julkista keskustelua, myös tekijänoikeuskiistan.⁴² Tom of Finland on tunnustettu suomalaiseksi taiteilijaksi, mutta Tomin miehet eivät edusta suomalaista mieskuvaa, vaan homomiehen fantasiaa, joten näin vahva leikkaaminen toisaalta suomalaisuuden, toisaalta lapsuuden kanssa rikkoo kompensatian rajoja.

Kotoistamisen keinoksi voidaan laskea myös vuonna 2017 ensi-iltansa saanut, Dome Karukosken ohjaama elämäkertaelokuva Touko Laaksosesta, josta Karukoski kommentoi: "[Tom of Finlandin] kuvia katsoessaan monet näkevät vain isoja munia (...) [m]utta entä jos laitatkin käden sen kohdan päälle ja tarkastelet kuvaa uudestaan.

⁴⁰ Karkulehto 2011, 114-115.

⁴¹ Karkulehto 2011, 119-120.

⁴² Kosonen 2017, 38.

Silloin voi ymmärtää kuvien todellisen luonteen, sen mistä kuvien ihmisten elämässä on kysymys. Kyse on vapaudesta. Ja se on iso asia.” Antti Holman vastaus Karukoskelle on yksinkertainen:”Mutta niin on munakin”.⁴³ Holman essee pohtii Tom of Finlandin kesyyntymisen lisäksi toisaalta sitä, kenelle tämä kulttuurituote kuuluu, toisaalta sitä, millainen homomiesten yhteisö nykypäivänä on ja millainen sen tulisi olla. Holma nostaa esiin häpeän, jota hän ja monet muut homomiehet ovat seksuaalisuudesta ja siihen liittyvistä mielikuvista kokeneet.

Holman essee on tärkeä julkinen puheenvuoro aiheesta, koska hän tarjoaa homomiehen, Tom of Finlandin alkuperäisen kohdeyleisön, näkemyksen ja kritiikin aiheesta. Holma käsittelee Tom of Finlandin kesytyksen kautta aiheita, jotka heterokuluttajalle ei välttämättä tulisi edes mieleen. Homomiehille suunnattu porno ei toimi samanlaisena heterokuluttajille suunnattuna, varsinkin kun kyseinen aineisto on siirretty arkisten kodintekstiilien kuosiksi. Tom of Finland on ikään kuin käännetty toiselle kielelle, toiseen ympäristöön. Kuten usein käänöksissä, Tom of Finlandinkin kohdalla jotain alkuperäiskielelle oleellista jää puuttumaan. Alkuperäistä ”kieltä” osaamaton ei kenties osaa kaivata tuota puuttuvaa palasta. Juuri tätä puuttuvaa palasta Antti Holma pohtii esseessään.

Edellä esittelemäni aiemman tutkimuksen ja aihetta koskevien kirjoitusten pohjalta olen pohtinut arkistumisen käsitettä suhteessa Tom of Finlandiin. Tarkoitan tässä käsitteellä ilmiötä, jossa jokin jännittävä asia alkaa menettää shokkiarvoaan. Siinä missä Karkulehdon käsite kotoistaminen aktiivisesti kesyttää jotain uhaksi koettua, esimerkiksi naisen seksuaalisuutta tekemällä sen julkiseksi ilman naisten omaa toimintaa, arkistumisella tarkoitan enemmänkin jonkin aiheen kokemista. Esimerkiksi naisen seksuaalisuuden esittäminen pornon kautta on aktiivisesti kotoistettu ja kesytetty, näin ollen se koetaan arkisena. Kotoistamisessa Karkulehdon esimerkissä naisen seksuaalisuus on otettu haltuun, kun taas arkistuneessa Tom of Finlandissa seksuaalisuus ja seksi on sivuutettu ja huomio kiinnittyy suvaitsevaisuuteen ja kotimaisuuteen.

⁴³ Holma 2017.

Tom of Finland on aloittanut matkansa underground-pornosta, undergroundtaiteen kautta korkeaksi taiteeksi ja nyt asettunut tavallisen, työpaikan ja ruokakaupan välillä seilaavan ihmisen maailmaan. Enää Tom of Finlandia ei tarvitse ostaa huonolaatuisena kopiona tiskin alta, tai lähteä taidenäyttelyyn ihastelemaan, vaan kuluttaja voi ostaa kahvipaketin tai uudet patalaput saadaksesen Tomin miehen lähelleen. Tätä arkistumista voi toisaalta pohtia myös taiteen demokratisoitumisen kautta, sillä tuomalla taidetta osaksi arkisia tuotteita, edes osa siitä on laajemmin saapuvilla. Toisaalta Finlaysonin satiinilakanoihin tai Pauligin erikoiskahviin kaikilla ei ole varaa, joten mahdollisesti Tom of Finland -tuotteista hyötyy sama yleisö, joka olisi joka tapauksessa suunnannut Kiasman Tom of Finland -näyttelyyn.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Käyttämäni kuva-aineisto on peräisin painetuista lähteistä, sosiaalisen median sivuilta, sekä kahden verkkokaupan sivuilta. Esimerkkikuvat Touko Laaksosen alkuperäisistä teoksista olen hakenut painetuista julkaisusta, *Tom of Finland – marginaalista maailmanmaineeseen*⁴⁴, *Tom of Finland – taidetta seksin vuoksi*⁴⁵, *Tom of Finland – sarja kuvia*⁴⁶, sekä *Tom of Finland – rohkea matka*-näyttelyjulkaisusta⁴⁷. Finlaysonin tuotekuvat ja mainoskuvat olen hakenut Finlaysonin kotisivuilta sekä Finlaysonin Facebook- ja Instagram-sivuilta, ja lopuksi Tom of Finland Storen tuotekuvat ovat Tom of Finland Foundationin verkkokaupan sivuilta. Tom of Finland Store on Touko Laaksosen perintöä vaalivan Tom of Finland Foundationin virallinen verkkokauppa. Olen päätenyt tähän aineistonhankintamenetelmään käytännöllisyyden ja saavutettavuuden vuoksi. Laaksosen alkuperäisiä töitä olen jakanut viiteen luokkaan sen mukaan, millaista toimintaa niistä on löydettävissä. Näiden luokkien analysointia varten olen valinnut 1-2 esimerkkikuvaa alkuperäisteoksista yhtä luokkaa kohden.

Koska tutkimukseni koskee Finlaysonin Tom of Finlandille antamia merkityksiä, olen kiinnostunut juuri niistä kuvista, jotka ovat päätyneet julkisiksi, mahdollisten asiakkaiden nähtäville. Finlaysonin ja Tom of Finland Storen tuottamien mainos- ja

⁴⁴ Hooven 2012.

⁴⁵ Kalha 2012.

⁴⁶ Tom of Finland 2014.

⁴⁷ Haapala, Laia & Vanhala 2023.

tuotekuvia vertailemalla selvitan kahden erilaisen toimijan Tom of Finlandille antamia eroja.

Analyysini on kuvien ja käyttämäni lähdekirjallisuuden vertailevaa ristiin lukemista, jonka metodina käytän lähilukua. Pyrin etsimään, tunnistamaan ja nimeämään aineistoni eri kuvastojen välisiä eroja. Esimerkiksi Finlaysonin ja Tom of Finlandin tuotekuvista näkee, että ne ovat samoista esitellyistä tuotteista huolimatta todella erilaisia, mutta koitan mennä syvemmälle kuviin ja avata, mitä nämä erot ja kuvien merkitykset ovat. Miksi yksi pieni esine kuvassa muuttaa kuvan merkityksen? Miksi mallin läsnäolo kuvassa muuttaa kuvan tunnelman?

Lähiluku tarkoittaa aineiston yksityiskohtaista ja intensiivistä lukemista.⁴⁸ Bary Brummetin mukaan lähiluku on objektin tietoista, kurinalaista lukemista, jonka tähtäimessä on objektin merkitysten syvempi ymmärtäminen, usein kritiikin tai kriittisen analyysin muodossa.⁴⁹ Objektina voi olla esimerkiksi kirja, elokuva tai taideteos, mutta Brummet käyttää tulkinnan kohteesta termiä teksti, joten käytän tässä samaa sanaa puhuessani kuva-aineistosta.

Brummet huomauttaa, että niin historiallinen kuin tekstuaalinen konteksti vaikuttavat lukijan tulkintaan luettavasta tekstistä.⁵⁰ Olen avannut lukemisen kohteena olevien kuvien ajallista kontekstia johdannon alaluvussa 1.2. Kuvien tekstuaalisena kontekstina pidän niiden käyttötarkoitusta, siksi Tom of Finlandin alkuperäistöitä luetaan eri tavoin kuin Finlaysonin tuotekuvia. Omassa analyysissäni tämä näkyy niin, että olen ensin jaotellut kuva-aineiston kolmeen ryhmään niiden tekstuaalisen kontekstin mukaan. Alkuperäistyöt tunnistetaan eroottiseksi taiteeksi, kuosit tunnistetaan tuotteen ulkoasuksi ja mainoskuvat tunnistetaan markkinoinnin välineiksi. Näitä eri luokkien kuvia luen eri tavoin sen mukaan, mikä on tietyn kuvaluokan tehtävä. Kuosien kohdalla käytän lähilukua tunnistaakseni, mitkä kuvat teokset kuoseihin on valittu ja miten niitä on kuoseissa käytetty. Eri kuoseja vertaillen pohdin myös Tom of Finland -tuotteiden kehityskaarta. Mainoskuvien kohdalla olen jakanut aineiston

⁴⁸ Tieteen termipankki (ei päivämäärää).

⁴⁹ Brummet 2019, 10.

⁵⁰ Brummet 2019.

vielä kahteen ryhmään, Finlaysonin käyttämiin mainoskuviin ja Tom of Finland Storen käyttämiin ja tuottamiin mainoskuviin ja lähiluvun keinoin pohdin, mitä kuvat kertovat kohderyhmästään ja tuotteista.

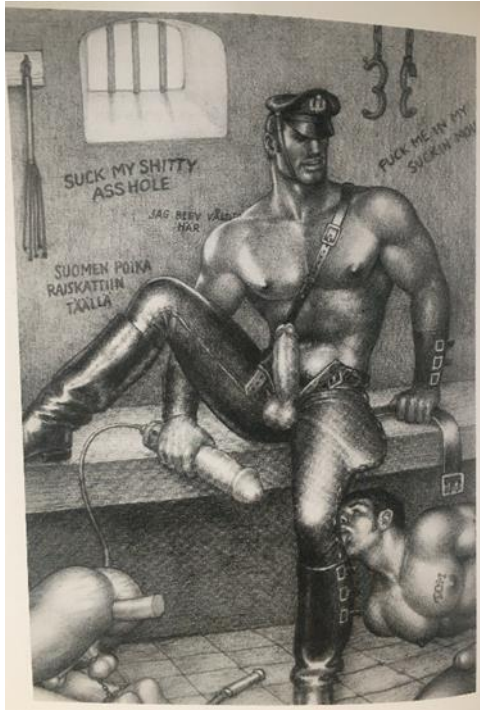
4 ANALYYSI

Aineiston analyysi jakautuu kolmeen alalukuun. Ensimmäisessä alaluvussa tarkastelen Laaksosen alkuperäisiä teoksia ja luokittelen ne kuvissa esiintyvän toiminnan mukaan. Jaan nämä teokset viiteen luokkaan: liioittelevaan fantasiapornoon, pornografiaan, eroottisiin kuviin, pin-up-kuviin ja muotokuvaan. Seuraavassa alaluvussa keskityn Finlaysonin Tom of Finland -kuoseihin. Olen valinnut tähän tutkielmaan esimerkeiksi *Fellows*, *Back-Street*, *Hook-Up*, *Cruise*, *Together* ja *Proud* -kuosit. Tarkastelen edellisen alaluvun luokkien avulla, millaisia kuvia eri kuoseihin on valittu ja pohdin kuoseista löytyviä eroja. Viimeinen alaluku tarkastelee Tom of Finland -tuotteiden mainoskuvia kahden eri toimijan esittäminä. Vertaan Finlaysonin omia mainoskuvia Tom of Finland Storen Finlaysonin tuotteita esitteleviin mainoskuviin. Lähiluvun metodilla etsin, millaisia eroja näistä kuvista löytyy ja kuinka niiden kautta voi tulkita erilaisia Tom of Finlandille annettuja merkityksiä. Alkuperäisiä teoksia luokittelemalla haluan selvittää sitä, minkälaiset teokset Finlayson on ottanut tuotteisiinsa mukaan niin sanottuun jatkojalostukseen ja mitä on jätetty pois. Tarkoitus on lopulta tarkastella, millainen kuva Tom of Finlandista Finlaysonin kautta syntyy, mitä merkityksiä Finlayson Tom of Finlandille antaa ja miten Tom of Finlandin arkistuminen ja kotoistuminen näkyy Finlaysonin tuotteissa.

4.1 Tomin miesten aktit

Tom of Finlandin teokset ovat lähtökohtaisesti eroottista taidetta, ja tämä ohjaa kuvien lukijan tekemää analyysiä ja tulkintaa. Koska Laaksosen tuotantoa läpäisee homoeroottisuus, oli kyse sitten suoran pornografisesta sarjakuvasta tai ystävän muotokuvasta, kategoriat ovat osin limittäisiä. Tässä alaluvussa luokittelen Tom of Finlandin alkuperäisteoksia niissä esiintyvän toiminnan asteen mukaan. Kontisen edellä esittelemäni jaottelu sen sijaan jakaa Tomin miehet hahmojen ulkonäön mukaan eri miestyyppeihin, kartoittaen Tom of Finlandin taiteen maskuliinisuuksia. Oma jaotteluni ei koske kuvien henkilöiden tyypittelyä, kuten Kontisella, vaan sitä, miten kuvien eri asteinen eroottisuus tai pornografisuus tulee esiin hahmojen toiminnan kautta. Karkeasti jaoteltuna Laaksosen tuotannon voi jakaa niissä esiintyvän toiminnan näkökulmasta viiteen kategoriaan: liioitteluun perustuvaan fantasiapornoon, kovaan pornografiaan, eroottisiin kuviin, flirttaileviin pin-up-kuviin sekä muotokuvaan. Käyn esimerkkikuvien avulla läpi luokkien piirteitä ja niiden keskinäisiä eroja.

Fantasiaporno kuvaa esimerkiksi sadomasokistia kohtauksia tai ryhmäseksikohtauksia, jotka olisivat fyysisesti mahdottomia. Kovan pornon kategorian määrittelen siten, että kuvassa esitetään eksplisiittinen seksiakti, yhdyntää tai esimerkiksi suuseksiä, kuitenkin niin, että tilanne voisi olla realistinen. Näiden kuvaluokkien yleistunnelmaa voi kuvailla tarkoituksella kiihottavaksi, jopa rivoksi. Fantasiaporno ja kova porno ovat toisaalta hyvin samankaltaisia luokkia. Vaikka realistista seksiaktia kuvavain teoksen voi luokitella kesymmän pornon kategoriaan, itse hahmot ovat epärealistisia ihannehahmoja.



Kuva 3 (oikealla). Tyrmä, 1960–1970-lukujen vaihe. Piirroksessa kolme miestä on tyrmässä, jonka seinältä löytyy alatyylisiä tekstejä.

Kuva 4 (vasemmalla). Nimetön, 1977. Humoristisessa joulukuvassa Tomin mies toimittaa joulukuusen jalan asemaa. Mies on kahlittuna jaloistaan lattiaan ja koristeltu kuusi on asetettu miehen peräaukkoon.

Kuvan 3 luokittelen fantasiapornon kategoriaan sen kuvaaman sadomasokismin vuoksi. Kuvassa kolme miestä on tyrmän kaltaisessa tilassa. Keskimäinen mies näyttää hallitsevan tilannetta, hänet on kuvattu istumaan penkille nahkavaatteisiin pukeutuneena kahden muun miehen ollessa lattialla, vain puoliksi kuvattuina. Oikealla alanurkassa näkyvä mies nuolee keskimäisen miehen nahkaan verhottua jalkaa. Tyrmän seinältä voi lukea alatyylisiä tekstejä, kenties terveisiä aikaisemmilta tyrmän kävijöiltä. Varsinaista miesten välistä yhdyntää kuvassa ei esitetä, mutta selvä alistaja – alistettu -asetelma, seksilelut ja fetissielementit, kuten ruoska, käsiraudat ja keskimäisen hahmon nahkavaatteet ja -asusteet, kertovat teoksen kuvaavan BDSM-tyrmää. Samoin kuva 4 kuvaa sadomasokistista tilannetta, hahmo on kahlittu lattiaan epämuokkaan asentoon ja hahmon peräaukkoon on asetettu joulukuusi. Kuvassa on joulukuusen takia myös huumoria. Näiden esimerkkikuvien kaltaiset tilanteet voivat toki

olla mahdollisia, mutta eivät niin normalisoituja, mitä kovan pornon kuvaamat aktit kenties ovat. Toki tulee muistaa, että suurin osan Tom of Finlandin taiteesta on juuri seksifantasioita, niiden realistisuudesta riippumatta.



Kuva 5 (vasemmalla). Mike-sarjakuvan loppuratkaisu. Poliisi yllättää kaksi miestä kesken seksiaktin ja pääsee itse osalliseksi.

Kuva 6 (oikealla). Nimetön, 1985. Seilori ja nahkamiehet.

Kuva 5 on viimeinen sivu Mike-sarjakuvasta, jonka tarinassa poliisi keskeyttää Miken ja toisen miehen julkisella paikalla tapahtuvan seksin harrastamisen. Lopulta poliisi kuitenkin liittyy, tai liitetään, miesten seuraan ja akti muuttuu ryhmäseksiksi. Sarjakuvissa fantasiaelementti tulee usein mukaan huumorin kautta, kun seksuaaliset aktit, vaikka muuten kesympiä, kuin liioitellun pornon kategoriassa, sijoittuvat rohkeisiin ja koomisiin ympäristöihin. Sinänsä kuvan 6 kuvaama toiminta ei ole rajuimmasta päästä, ja esimerkiksi sadomasokistinen puoli puuttuu kuvatusta seksistä. Kuva 6 ei esitä yhdyntää mutta kuvattu toiminta ei ole kevyen eroottista vaan todella suorasuukaista. Mustiin univormuihin pukeutuneiden miesten penikset ovat esillä ja etualan merimies on ensisilmäyksellä katsottuna tukalassa tilanteessa. Kuitenkin hän

pitelee toista esillä olevaa penistä ja tarkemmin katsottuna seilorin katsekaan ei näytä järkyttyneeltä, korkeintaan yllättyneeltä. Kuvan lukija voi tehdä valistuneen arvauksen siitä, millaisessa tilanteessa kuvan miehet pian ovat.

Verratessa Finlaysonin kuoseihin Camp ja Cruise, kuva 16 ja kuva 17, voi kuoseihin valituista kuvista ja kovan pornografian luokkaan kuuluvista kuvista löytää yhteisiä elementtejä. Kuoseissa kuvista tosin on rajattu kaikki eksplisiittinen pois.



Kuva 7 (vasemmalla). Nimetön. 1962. Seilori ja nahkaiseen jockstrapiin pukeutunut kaveri.

Kuva 8 (oikealla). Nimetön, 1977. Nahkavaatteisiin sonnustautuneet kaverit.

Eroottisten ja flirttailevien kuvien kategoriaan lasken kuvat, joista on selvästi tunnistettavissa flirttaileva tai kiusoitteleva tunnelma. Kuvat eroavat kuitenkin kovasta pornosta siinä, että niissä ei näy yhtä aktiivisia seksiakteja. Kuvissa on voitu esittää hellyyttä, suutelua tai seksuaalisia tekoja, mutta hahmojen välillä ei ole samanlaista rajua seksiä kuin kovassa pornossa.

Eroottisissa kuvissa voi näkyä esimerkiksi alastomia vartaloita, suutelua ja hauskanpitoa, kenties kesyä seksiä. Katson, että näitä eroottisia kuvia voi löytyä Finlaysonin kuoseista, mutta kova pornografia on jätetty pois kaupallisista tuotteista. Esimerkiksi kuva 8 löytyy sellaisenaan Finlaysonin Face to Face -kuosista.

Pin-up-kuvia voi kuvata pikkutuhmiksi. Perinteisesti pin-up-kuva on esittänyt esimerkiksi julkisuuden henkilöitä. Seksiä ja paljasta pintaa Tom of Finlandin pin up-kuvissa ei juuri näy, miehiä voi kuvailla eroottisiksi, vanhemmassa tuotannossa jopa kauniiksi. Vanhimmat, sodan jälkeen tehdyt työt lukeutuisivat suurelta osin tähän flirttailevien pin-up-kuvien kategoriaan. Toiminta rajautuu arkisiin eroottisiin kohtaamisiin. Kuva 9, Tom's Finnish Tango, guassimaalaus paperille vuodelta 1947, on hyvä esimerkki tämäntyyppisistä teoksista. Kaksi miestä, seiloriasuinen ja siviilipukuinen, tanssivat yhdessä tangoa. Mitään "rivoa" ei tapahdu, mutta miesten toisiinsa kiinni painautuneet lantiot ja katseet paljastavat, että henkilöiden välillä on muutakin kuin yhteinen tanssiharrastus.

Pin-up-kuvaksi voi lukea myös Aids-tukikeskuksen julkaiseman valistusjulisteen, jossa Tomin viiksekäs mies kehottaa käyttämään kondomia. Kuvaa käytettiin vuonna 1988 Lääkintöhallituksen julisteessa ja myöhemmin sitä on hyödynnetty Hivpointin kampanjoissa.⁵¹ Kuvassa ei näy suoraan seksiä, ei edes penistä, mutta seksuaalisiin akteihin vihjaa kuvatun miehen kädessään pitämä kondomi. Kuva on todella erilainen tunnelmaltaan kuin kuva 9, mutta juuri kuvan käyttö valistusmateriaalissa antaa sille sen pin-up kontekstin.

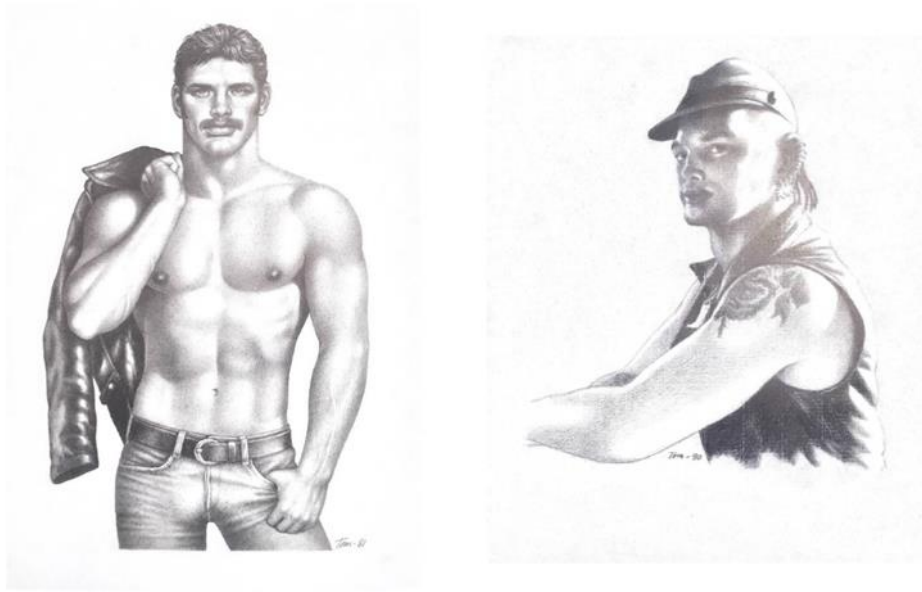
⁵¹ Heikkinen 2020.



Kuva 9. Tomin suomalainen tango. 1947. Seilori ja nuori mies tanssimassa.

Kuva 10. Aids-tukikeskuksen turvaseksijuliste. Tomin mies kondomivalistusmainoksessa. Käytä kumia.

Muotokuvilla tarkoitan kuvia, joissa ei välttämättä ole välittömästi havaittavissa eroottisuutta tai eroottisen tunnelman voi sanoa puuttuvan kokonaan. Kuvakategori-
aan lasken esimerkiksi kuvat puetuista ihmisistä, vaikka asu olisi tunnistettavissa fe-
tissiasuksi, muoto- tai kasvokuvat, sekä selvät muotokuvat, joissa kohde kuitenkin on
alasti. Muotokuvasta kohde on tunnistettavissa, kohde tai kohteet poseeraavat pai-
koillaan tai liike on hillittyä.



Kuva 11 (vasemmalla). Nimetön, 1981. Puolivartalokuva paidattomasta miehestä.

Kuva 12 (oikealla). Nimetön, 1990. Muotokuva Laaksosen ystävästä.

Muoto- ja pin-up-kuvien luokissa on päällekkäisyyttä, mutta pin-up-kuvissa eroottiseen lataukseen liittyy huumori ja flirtti. Useat Laaksosen muotokuvat, vaikka kuvaavatkin seksikkäitä miehiä, esittävät vakavia hahmoja. Muotokuvistakin löytyy Tomin miehille tyypillistä iloa, mutta kuvat eivät ilottele samoin kuin seksuaalisia akteja esittävät teokset. Muotokuviksi valitsemisiani esimerkeistä kuvaa 11 voi kuvata eroottiseksi. Kuvassa poseeraava mies on paidatta ja tiukkojen housujen haaroissa korostuu peniksen muoto. Miehellä Tomin miehille tyypilliseen tapaan viikset ja nahkatakki, jonka malli on heittänyt rennosti olalle. Kuvan mies on ruumiinrakenteeltaan lihaksikas, mutta vartaloa ei ole liioiteltu epärealistiseksi fantasiakehoksi. Huomio kiinnittyy myös mallin vakavaan ilmeeseen. Kuva 12 on muotokuva Laaksosen ystävästä. Mallin persoonallisuus tulee selkeämmin esiin kuin kuvassa 11, tai fantasiaan perustuvissa hahmoissa.

Kuten Kontinen huomauttaa, Tomin miehissä on selvä muutos 1980-luvulla kohti vanhempaa ja maskuliinisempaa miestä⁵². Finlaysonin kuosit tuntuvat suosivan

⁵² Kontinen 2011.

juuri näitä Tomin miehiä kuvituksissaan. Alkupään nuoria, herkkiä poikia ei kuoseissa näy. Tämä on ymmärrettävää, sillä juuri viiksekkäät, korostetun maskuliiniset miehet nahassa ovat tunnetuimpia Laaksosen luomia hahmoja. Ne myös herättävät huomiota eri tavalla kuin herkät akvarellit tanssivista nuorukaisista.

4.2 Finlaysonin tuotteet ja kuosit

Sami Vulli kertoo vuoden 2015 haastattelussa Ylälle Tom of Finland Foundationin ottaneen yhteyttä Finlaysoniin johdon vaihduttua yrityksessä ja ehdotti yhteistyötä. Vulli on valinnut kuoseissa käytettävät kuvat itse aineistosta ja tehnyt sommitelun.⁵³ QX-verkkolehden artikkelissa Vulli kertoo, että Tom of Finlandin tuotannosta oli vaikeaa löytää miehiä, joilla oli housut jalassa. Samassa artikkelissa malliston kohderyhmäksi kerrotaan Finlaysonin puolelta globaali homoyhteisö.⁵⁴ Tiettyjä rajoitteita kuosien suunnittelussa siis on ollut, mutta myöhemmistä kuoseista huomataan, että rohkeampien kuvien valinta tuotteisiin ei ole osoittautunut ongelmalliseksi.

Ensimmäisen Tom of Finland -malliston, Fellowsin, ilmestymisen jälkeen Finlayson on julkaissut uusia mallistoja tasaisesti. Tuotesarjaan kuuluu tällä hetkellä useita kuoseja ja tuotteita, mutta ne ovat vaihtelevasti saatavissa. Tätä kirjoittaessa Finlayson verkkokaupassa tarjolla on kevään 2023 mallistoa ja Fellows-kuosia.

⁵³ Hartikainen 2015.

⁵⁴ Montell 2014.



Kuva 13. Fellows-kuosinen kangaskassi.

Kuva 14. Back Alley -kuosinen kangaskassi.

Kuva 15. Back Street -kuosinen kangaskassi.

Ensimmäinen kuosi, Fellows, on mustavalkoinen. Kuosissa poseeraa seitsemän Tomin miestä. Hahmot eivät ole yhdestä alkuperäisestä teoksesta, vaan Sami Vulli on sommitellut kuosin useammasta teoksesta. Haastattelussaan Tom of Finland Storelle hän kertoo halunneensa ensimmäisten Tom of Finland tuotteiden olevan tunnistettavia ja korostaa Touko Laaksosen lahjakkuutta piirtää yksityiskohtaisia ihmisiä⁵⁵.

Hahmot ovat kuin yleiskatsaus Tomin tunnetuista miestyypeistä. Rivissä vierekkäin poseeraa mies pilotin nahkatakissa ja -kypärässä, hänen vierellään viiksekäs mies avoimessa mekaanikon haalarissa. Heistä seuraavana on merimies laivaston univormussa. Seuraavaksi kuosiin on kuvattu kaksi miestä, tyypillinen Tomin motoristimies mustissa nahkavaatteissa, joka nojaa rennosti paidattomaan nuorukaiseen, jolla on myös jalassaan nahkasaappaat. Edellinen mies kuvaa todennäköisesti myös ”prätäkjätäkää” mutta tuo mieleen samalla Laaksosen varhaiset tukkijätäkät. Näiden viiden miehen rivin vieressä on vielä kaksi merimiestä, toinen istumassa, toinen seisoo

⁵⁵ Karon 2018.

nojaten pylvääseen. Kuosissa ei näy täyttä alastomuutta ja vaikka hahmot ovat flirttailevan näköisiä, pornografisista kuvista ei ole kyse. Rohkeinta antia kuvissa on miesten housujen etumusten läpi piirtyvät penikset. Nämä hahmot voi Harri Kalhan aikajan perusteella luokitella täysklassismin tuotteiksi. Hahmot poseeraavat paikoillaan, korkeintaan toisiinsa nojaten. Avoimet yläosat ja haaroista tiukat housut tekevät hahmoista pikkutuhman oloisia. Luokittelen nämä kuvat pin-up-luokkaan. Kun kuosia ajattelee tuotteessa, esimerkiksi kangaskassissa tai pussilakanassa, voi pohtia kuinka selvästi hahmojen yksityiskohdat näkyvät. Kuosin näkee tuotteen pinnalla kokonaisuutena ja hahmot hukkuvat toisiinsa, varsinkin itse tuotteen aktiivisessa käytössä. Kuvien kevyt eroottisuus ei ole päällekkäystä, vaan tuote ja kuosi on otettava lähempään tarkasteluun. Kaukaa katsottuna kangaskassissa kuvatut pullottavat penikset eivät näy, mutta lähitarkastelussa kuosin kuvien eroottisuus on selvää.

Seuraavat tarkastelemani kuosit ovat 2017 julkaistuun Street Style -mallistoon kuuluvat Back Street ja Back Alley, kuvat 14 ja 15. Mallistossa mustavalkoisten Tom of Finlandin piirustusten taustalla on käytetty graffitia ja tageja. Mallistoon kuuluu Back Street- ja Back Alley -tuotteet, joissa on käytetty eri teoksia ja erilaisia värimaailmoja. Back Street -kuosissa yksi hahmo poseeraa graffitimaisin kuvioin täytetyn taustan edessä. Hahmolla on yllään pussihousut, koppalakki, hanskat, saappaat ja nahkaremmi rinnan yli. Hahmo pitää nahkatakkaa kädessään olan yli heitettynä. Koppalakin lippa peittää hahmon silmät lähes kokonaan. Back Alleyssä on kuvattu kaksi hahmoa, joista toinen on samankaltaisessa vaatetuksessa, kuin Back Streetin mies. Tällä seisovalla hahmolla on myös pussihousut, silmät peittävä koppalakki, saappaat ja rinnan leikkaava nahkaremmi. Toinen hahmo vaikuttaa olevan alasti ja hän on toinen polvi maassa seisovan miehen takana, samalla halaten ja nuollen toisen hahmon jalkaa. Tämän kuosin taustalla näkyvän graffitin hallitseva väri on vihreä, Back Streetissä punainen.

Street Style -malliston kuvataan Finlaysonin Facebook-päivityksessä luovan urbaanin, jopa bruttaalin tunnelman. Mallisto vie katsojan saman päivityksen mukaan

Tom of Finlandin taiteen klubimailmaan.⁵⁶ Kuosissa kuvattujen miesten vaatetus ja kahden hahmon asettelu Back Alley -kuosissa tuo mieleen vahvemmin nahkafetissin ja sadomasokismin kuin Fellows-kuosi. Hahmot voi luokitella jo selvästi eroottisiin kuviin, erityisesti Back Alleyn kohdalla. Back Streetin mieshahmo voisi olla myös pin-up-luokan hahmoja. Värimaailma on myös runsas, vaikka eri värejä on Street Style -mallistossa rajatusti.



Kuva 16. Camp-kuosinen pussilakana.

Kuva 17. Cruise-kuosinen pussilakana.

Seuraavat tarkastelemani kuosit ovat Camp ja Cruise, kuva 16 ja kuva 17, joissa yksivärisellä pohjalla esiintyy Tomin miesten kavalkadi kangasmerkkimäisesti kehystettyinä. Yksittäisten pikkukuvien seasta löytää jo ronskimpaa kuvastoa. Osassa kuosissa käytetyissä kuvissa rajausta on tehty niin, että alkuperäiskuvan luonne on selvää, mutta kriittisimmät paikat jäävät mielikuvituksen varaan. Esimerkiksi Cruise-kuosista löytyy mustavalkoinen merkki, jossa teksti *men at work* peittää sopivasti kuvan hahmojen lantiot ja vaeltavat kädet. Samoin Campissa merkit *Seamen do it Better* ja *Finland – land of happy camping*, alkuperäisiin teoksiin liitetyt kehykset rajaavat kuvasta mahdolliset seksuaaliset aktit, kuitenkin vihjaten siihen, mitä hahmojen välillä oikeasti tapahtuu. Cruisen kuosi ja teosvalinnat viittaavat vahvasti nahkafetisismiin,

⁵⁶ Finlayson 2017.

Campin kuvat sen sijaan kertovat ulkoilmaelämästä ja ilottelusta luonnon keskellä, molemmat toistuvia teemoja Tom of Finlandin taiteessa. Näistä kuoseista voi löytää jo kovan pornon kategoriaan kuuluvia teoksia, joskin muokattuina. Kuvat ovat eroottisempia ja humoristisempia kuin Fellowsissa tai Street Stylen kuoseissa. Visuaaliselta ilmeeltään kuosit ovat myös runsaampia.

Face to Face -kuosissa esiintyy vain kaksi miestä, nimensä mukaan vastakkain. Kuosissa tämä alkuperäispiirros toistuu säännöllisesti useaan kertaan. Tekstiiliin valitussa kuvassa tunnelma on paljon eroottisempi kuin Fellowsissa. Miehet ovat vastakkain etunojassa niin, että heidän pullottavat etumuksensa koskettavat.

Eri sisustustekstiilien lisäksi Tom of Finland -tuotesarjaan ovat kuulunut heijastimet, sukat ja uuden malliston myötä palasaippua, nestesaippua ja tuoksudiffuuseri.

Tom X Finlayson -sukat olivat myynnissä kolmen sukan pakkauksessa. Sukkien kuosi oli erilainen joka sukassa, yhdessä toistui Tom of Finlandin Flying Cock-logo, yhdessä yksivärinen kuva Tomin miehestä ja kolmannen sukan varressa luki Tom of Finland. Tämän tuotteen kuosin analyysi ei palvele tässä tutkimuskysymystä, mutta itse tuote ja sen pakkaustapa on mielenkiintoinen. Sukat oli tietysti pakattu humoristisesti muistuttamaan penistä ja kiveksiä, olihan paketissa ”sukka jokaiselle jalalle”, kuten tuote itse kertoo.

Keväällä 2023 uudet Tom of Finland tuotteet julkaistiin sosiaalisessa mediassa samana päivänä, kun Kiasmassa aukesi Tom of Finlandin taidetta esittelevä retrospektiivinen näyttely. Tuotteet olivat jo tätä ennen myynnissä Finlaysonin verkkokaupassa. Malliston tuotekuvista osa näyttäisi olevan otettu Kiasmassa.

Keväällä 2023 julkaistu uusi mallisto poikkeaa edellisistä runsaista ja värikkäistä kuoseista. Together-satiinipussilakanaa ja tyynyliinaa koristaa yksi, koko lakanan kokoinen mustavalkoinen kuva kahdesta sylikkään makaavasta miehestä. Kuosissa on käytetty lyijykynäpiirrosta ja jopa Tom-signeeraus näkyy kuosissa. Tämä kuosi muistuttaakin enemmän Rudolf Koivu -mallistoa paitsi rauhalliselta tunnelmaltaan, myös alkuperäisteoksen käsittelyltä kuosissa. Rudolf Koivu -tuotesarjassa Koivun teokset

on samalla tavalla skaalattu pussilakanan kokoon ja osa teoksessa tai teos pienem-
mässä koossa tyynyliinaan. Myös Koivun signeeraus näkyy useissa tuotteissa. Tässä
uudessa kuosissa Laaksosen teoksia ei ole käytetty kuosin rakennuspalasina, kuten
esimerkiksi Campissa, vaan tuote toimii ikään kuin teoksen esitystapana. Kuosin de-
signin suunnittelijaksi on tässä tuotteessa nimetty vain Touko Laaksonen. Myös Back
Street -tuotesarjan tuotteissa, esimerkiksi suihkuverhossa ja pussilakanassa, yksi teos
oli skaalattu isoon kokoon, mutta kuosissa yhdistettiin alkuperäisteos graffitikuosiin.
Bunch of Keys -pussilakanaa, kuva 29, taas oli myynnissä vain rajattu erikoiserä.

Toinen uusi tuote on Proud-pussilakanasetti, jossa sinisellä pohjalla toistuu
teksti ”Be together, be happy, and be proud of who you are”. Pussilakanan alakul-
massa on Tomin matruusihahmoa kuvaava kangasmerkki, samoin kuin Together-
pussilakanassa. Tässä kuosissa ei siis ole käytetty enää Tom of Finlandin piirroksia
vaan Laaksosen sitaattia. Kuosin voi kuvitella sopivan laajemmalle kuluttajaryhmälle
kuin homoeroottisia kuvia sisältävien kuosien. Sitaatin sanoma on myös yleismaail-
mallinen ja puhuttelee ihmisiä seksuaalisuuteen tai sukupuoleen katsomatta.



Kuva 18 (vasemmalla). Finlayson. 2023. Together-pussilakana ja -tyynyliina.

Kuva 19 (oikealla). Finlayson. 2023. Proud-pussilakana ja -tyynyliina.

Uusiin tuotteisiin kuuluu myös tuoksudiffuuseri, nestesaippua ja palatuoksu-saippua. Näiden tuotteiden pakkauksissa on kaikissa sama kuva kahdesta tukkijät-kästä. Palasaippuassa lukee itse tuotteessa ”drop me”, viitaten saippuan pudottami-seen suihkussa. Toiselle puolelle saippuapalaa on painettu Flying Cock -logo.

Uudella mallistolla Finlayson halusi nostaa esille Tom of Finlandin ”vapautta ja elämäniloa korostaneen sanoman”.⁵⁷

Finlayson on valinnut tuotteisiinsa toistaiseksi Tom of Finlandin ”klassisen kau-den” teoksia. Esimerkiksi varhaiset, herkätkä akvarellimaalaukset ovat jääneet tuotteiden ulkopuolelle. Supermaskuliiniset, mustavalkoiset muskelimiehet ovat tunnistet-tavimpia Laaksosen hahmoista, joten niillä on ollut loogista aloittaa uusi tuotesarja, jonka tavoitteena on ollut kunnioittaa Touko Laaksosen työtä. Finlaysonilla olisi kui-tenkin suositun tuotesarjan myötä mahdollista laajentaa kuluttajien kuvaa Tom of Fin-landin tuotannosta tuomalla vähemmän tunnettuja töitä esiin.

4.3 Tuotekuvat

Tässä alaluvussa tarkastelen Finlaysonin markkinoinnissa käyttämiä tuote- ja mainoskuvia, sekä vertaan niitä Tom of Finland Storen käyttämiin tuotekuviin Fin-laysonin tuotesarjasta. Finlaysonin Tom of Finland -tuotteita löytyy myös Tom of Fin-land Foundationin virallisesta verkkokaupasta. Verkkokaupassa on myös muiden valmistajien ja suunnittelijoiden Tom of Finland -tuotteita, mutta keskityn tässä Fin-laysonin tuotteiden mainoskuviin. Analysoin, kuinka kahden toimijan, Finlaysonin ja Tom of Finland Storen kohderyhmien ero näkyy tuotekuvissa ja pohdin, mitä se mer-kitsee. Juuri tuote- ja mainoskuvasto on tärkeä tekijä pohtimassani arkistumisen kä-sitteessä. Finlaysonin ja Tom of Finland Storen kuvia vertaamalla nähdään, miten täs-mälleen samat tuotteet saavat eri merkityksiä ympäristönsä mukaan.

⁵⁷Finlayson 2023.



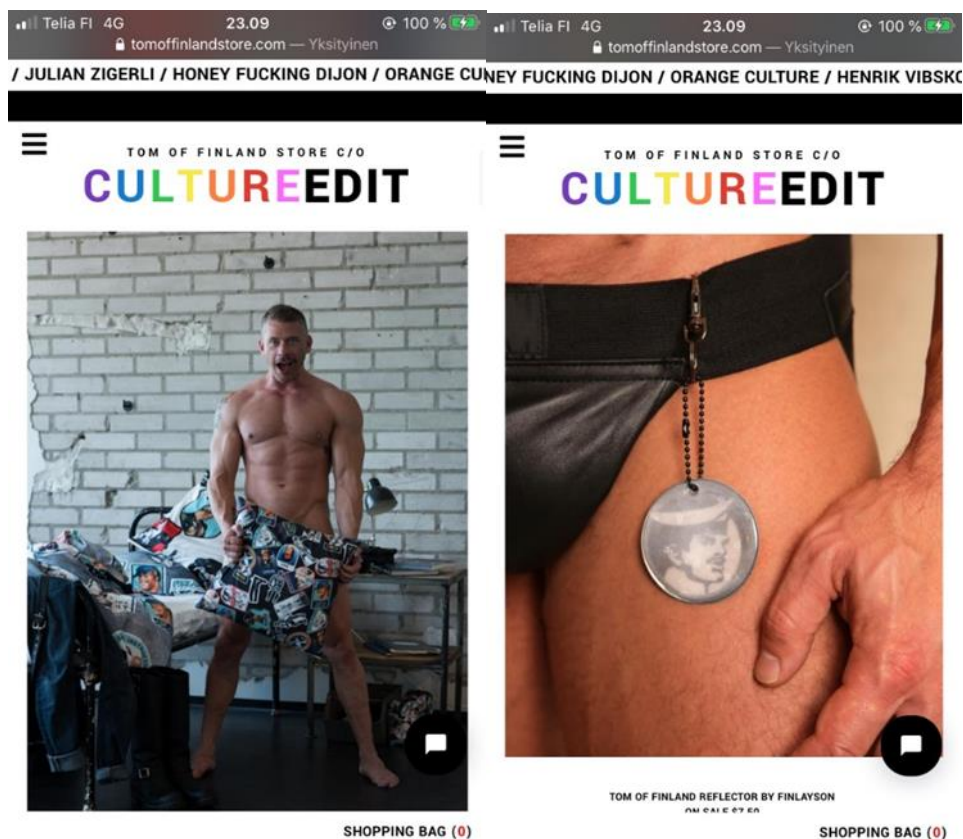
Kuva 20. Fellows-vuodevaatteilla pedattu sänky.

Kuva 21. Back Street -tuotteita esillä.

Finlaysonin käyttämissä mainoksissa ja tuotekuvissa ei juuri näy ihmisiä, lukuun ottamatta kuvan 29 Helsingin Sanomien etusivun mainosta vuodelta 2016. Useassa mainoskuvassa tuotteet on aseteltu niiden käyttöympäristön ja -kohteen mukaan, kuvassa on esimerkiksi lavastettu makuuhuone tai kylpyhuone, jonne tuotteet on aseteltu. Finlaysonin kuvissa tämä ympäristö on pääosassa, Tom of Finland Storen kuvat keskittyvät enemmän malliin. Kuvassa 20 nähdään makuuhuoneen kaltainen ympäristö, joka on niukasti sisutettu. Kuvassa on Fellows-lakanoilla sijattu sänky, pieni jääkaappi, hyvin yksinkertainen kasvi maljakossa ja tuoli sängyn vieressä. Ihmisen läsnäolosta kertoo lattialla olevat kengät, mutta ihmisiä kuvassa ei näy. Samoin kuvassa 21 ihmiset puuttuvat. Street Style -malliston tuotteiden asetelmasta tulee mieleen kylpyhuonemainen ympäristö. Esillä on suihkuverho, kaksi pientä pyyhettä ja jakkaralla on toilettipussukka. Taustan oranssi väri korostaa tuotteiden sinistä ja vihreää värimaailmaa. Tällaisissa kuvissa katsojan huomio kiinnittyy paitsi itse tuotteeseen, myös ympäristöön. Kuva voi toimia samalla inspiraationa omalle sisutukselle. Kun kuvissa

ei ole ihmisiä, katsoja voi myös helpommin itse kuvitella itsensä kuvaan, tuotteen käyttäjäksi. Tällaiset kuvat tuotteista myyvät tuotteen lisäksi mahdollista elämäntyyliä.

Kun vertaillaan Tom of Finland Storen ja Finlaysonin tuotekuvia, huomataan, kuinka erilaiselle yleisölle ne on suunnattu. Siinä missä Finlaysonin kuvat ovat rauhallisia ja yksinkertaisia, keskittyen itse tuotteeseen, Tom of Finland Storen omat tuotekuvat ovat seksikkäämpiä ja itse tuote toimii rekvisiittana kuvassa olevalle mallille. Tom of Finland Storen kuvissa huomio kiinnittyy tuotetta esittelevään malliin. Patakintaita esittelevässä kuvassa 25 ja heijastinta esittelevässä kuvassa 23 mallin kasvoja ei näy. Tärkein elementti näissä kuvissa on mallin paljas vartalo, vaikka se onkin jäänyt tuotteen taustalle.



Kuva 22. Kuvakaappaus Tom of Finland Storen tuotekuvasta. Lihaksikas miesmalli peittää haaransa Tom of Finland -tyynyillä.

Kuva 23. Tom of Finland Store. Tom of Finland -heijastin jockstrapin kuminauhassa.

Tom of Finland Storen tuotekuvissa esillä on Finlaysonin Tom of Finland -heijastin kuvassa 23, sekä Hook Up-, Cruise- ja Camp-tuotteita kuvassa 22. Kuvassa 22 sängystä löytyy Camp-lakanat, yöpöydän alla näkyy Tom-kuosinen toilettilaukku. Erona Finlaysonin kuviin on kuvan mallin lisäksi se, että sänky näyttää nukutulta. Peitto on rutussa ja kuvan malli voisi olla yllätetty omasta, tai jonkun muun, sängystä. Sängyn päädyssä roikkuu farkut ja lattialla seisoo Tomin miehille ominaiset nahkasaappaat. Malli on kuin suoraan Tomin miesten maailmasta. Malli on lihaksikas ja stereotyyppisen miehekäs, toisaalta hän poseeraa humoristisesti ja vaikuttaa iloiselta. Mallin asento ja ilme viittaavat siihen, että hänet on yllätetty tilanteesta, niin sanotusti housut kintuissa.

Heijastimen mainoskuvassa on lähikuva miehen nivusista ja mallilla on yllään todennäköisesti nahkaiset tai nahkajäljitelmä jockstrapit⁵⁸. Heijastin on kiinnitetty alusvaatteen kuminauhaan, eli paikkaan, johon heijastin ei oikeastaan kuuluisi ollenkaan. Vaikka heijastin on kuvassa keskellä, huomio kiinnittyy pian taustalla olevaan malliin. Tom of Finland Storen kohdeyleisö on kansainvälisempää ja todennäköisesti koostuu lähinnä homomiehistä. Finlaysonin asiakaskunta sen sijaan on pääsääntöisesti Suomesta, huolimatta siitä, että juuri Tom of Finland -mallistolla pyrittiin kansainvälisille markkinoille. Kuvassa oleva jalankulkijaheijastin on lähinnä suomalainen tuote, jonka käyttötarkoitus voi myös olla epäselvä Los Angelilaisen Tom of Finland Storen asiakkaille. Näin ollen tuotetta, joka suomalaisille asiakkaille on arkinen ja välttämätön turvallisuusväline, voi toisille kuluttajille näyttäytyä humoristisena asusteena.

⁵⁸ Jockstrap on alusvaate, jonka tarkoituksena on suojata ja tukea käyttäjän sukuelimiä esimerkiksi urheilun aikana.



Kuva 24 (vasemmalla). Tom of Finland Store. Mallilla yllään Fellows-esiliina ja käsien suojana Fellows-patakintaat.

Kuva 25 (oikealla). Tom of Finland Store. Mallin käsissä Fellows-patakintaat.

Fellows-kuosin patalappujen tuotekuvista valitsin lähempään tarkasteluun Tom of Finland Storen sivuilta kaksi esimerkkiä. Kuvassa 24 mallilla on käsissään Fellows-patakintaat ja yllään Fellows-esiliina. näyttää ensisilmäyksellä kepeän humoristiselta, hieman pin-up-tyyliseltä mutta täysissä pukeissa olevan mallin ansiosta kiltiltä. Kun kuvaa katsoo tarkemmin, huomataan, että pellillä, joka mallilla on käsissään, on poppers-pulloja⁵⁹. Tämän voi tulkita silmäniskuksi kohderyhmänä oleville homomiehille, joka voisi mennä Finlaysonin kohderyhmältä ohi.

Kuva 25, toinen patakintaita esittelevä kuva Tom of Finland Storen sivuilta, on rajattu kuva mallista, jolla on käsissään Fellows-patakintaat ja yllään mustat jockstar-pit. Mallin pää ja jalat reisistä alaspäin on rajattu ulos kuvasta. Malli pitää käsiään ylävartalonsa edessä. Vaikka patakintaat ovat kuvassa selvästi esillä, jälleen huomio kiinnittyy taustalle, lihaksikkaaseen miesvartaloon. Matalalle lantiolle lasketut alushousut, toisen kintaan takaa näkyvä nänni ja koko Tomin miehille tyypillinen vartalo

⁵⁹ Poppersit ovat päihteinä käytettäviä alkyylinitriittejä, joiden lyhytaikaiseen vaikutukseen kuuluvat verisuonten laajenemisen aiheuttama verenpaineen lasku ja siitä seuraava tokkuraisuus, sileän lihaksen rentoutuminen ja mahdollisesti lisääntynyt kiihottuneisuus. Surakka 2011.

rakentavat eroottisesti latautuneen kuvan tuotteelle, josta voisi kuvitella seksin olevan kaukana. Kuva saa kyseenalaistamaan suhtautumisen arkiseen tuotteeseen.



Kuva 26 (oikealla). Tom of Finland Store. Finlaysonin Tom of Finland -sukat mallin jaloissa.

Kuva 27 (vasemmalla). Finlayson. Tom of Finland -sukkia pyykkinarulla. Sukkapakkauksen humoristinen muoto näkyy selvästi.

Tom of Finland Storen tuotekuva, kuva 26, sukista on yksinkertaisuudessaan vihjaileva. Siinä, missä Finlaysonin kuvasta osataan heti tulkita sukkapaketin vihjaavan muodon, Tom of Finland Storen kuvassa jää se tärkein mielikuvituksen varaan. Avain on jälleen ihmisen läsnäolo. Kuva on lähikuva mallin jaloista, molemmissa jaloissa on sukat. Koska kuitenkin tiedossa on, että paketissa on kolme sukkaa, herää kysymys sen kolmannen sukan olinpaikasta. Finlayson viittaa humoristisesti tuotepakkauksen muodolla ja pakkauksen tekstillä penikseen, Tom of Finland Storen kuvassa voimme olla varmoja, että kolmas sukka löytyisi mallin ”kolmannesta jalasta”, mikäli kuvaa olisi rajattu ylöspäin.

Finlaysonin Facebook-sivuilla olevassa stop-motion -mainosvideossa sukat ryömivät itsekseen tuotepakkaukseen. Samassa päivityksestä kerrotaan uuden sukkainnovaation, kolmen sukan pakkauksen, puuttuvan sukkien pesukoneeseen katoamisen aiheuttamaan ongelmaan. ”Maailmalta on jäänyt huomaamatta se, että pesukone syö lähes poikkeuksetta yhden sukista. Maailma on täynnä orvoksi jääneitä sukkapoloisia, joiden puolisko on kokenut karmaisevan ja julman kohtalon. Miksi tyytyä

kahteen, jos on mahdollista saada kolme?”⁶⁰Päivityksen tekstissä ei tartuta tuotepakkauksen ulkonäköön, vaan keksitään arkisempi selitys kolmelle sukalle, mikä tekee tuotteesta vielä hauskemman.

Tom of Finland Storen kuvat kyseenalaistavat Finlaysonin tuotteiden arkistumisen. Vaikka tuotteet ovat jokapäiväisiä, ne ovat humoristisia, kuin kohtauksia sarjakuvasta. Vaikka Tom of Finland Store esittää näitä tuotteita näennäisen arkisissa ympäristöissä, kuten makuuhuoneessa ja keittiössä, tuotteiden käyttötarkoitus tuntuu olevan sivuseikka. Kertooko Tom of Finland Storen heijastimen tuotekuva jotain oleellista heijastimen käyttötavasta tai -tarkoituksesta? Ei kerro, mutta se mainostaakin Tom of Finlandia ja seksiä. Ennen kaikkea nämä tuotekuvat ovat seksikkäitä. Ne iskevät silmää katsojalle kuin kysyäkseen, mihin kaikkeen arkiset tuotteet voivat taipua ja millaiseksi arki niiden avulla muuttuisi. Tom of Finland Storen kuvat on suunnattu homomiehille ja camp-henkinen alakulttuuri näkyy kuvissa.



Kuva 28. Finlayson. ”Uusinta uutta, häkellyttävän hienoa”. Camp-malliston mainoksessa vasemalla kehoitus tutustua mallistoon, oikealla kuvattu uuden malliston petivaatteet.

Yllä olevassa Camp-kuosin mainoskuvassa yhdistyy tuotteen esittely ja viittaus vanhanaikaiseen mainosmaailmaan, Touko Laaksosen vanhaan uraan. Mainos on

⁶⁰ Finlayson 2019.

edelleen kiltti, teitittelevän suvaitsette-sanan alleviivauksen voi tulkita pienenä piruiluna niille, jotka ovat tuotesarjasta suuttuneet. Toisaalta se myös korostaa Finlaysonin tavoitteita tasa-arvon suhteen. Vasta tarkemmin kuosia tarkastellessa voi huomata kuvien olevan selvästi rohkeampia kuin Fellowsin tai Back Streetin kohdalla. Kenties minimalististen mallistojen suosion jälkeen on uskallettu lähteä kokeilemaan paitsi ulkoasultaan värikkäämpiä ja runsaampia kuoseja, myös seksikkäämpiä kuvia on valittu kuosien pohjaksi.

Tuotekuvassa on samoja elementtejä kuin edellä tarkastellussa Tom of Finland Storen vuodevaatteita esittelevässä kuvassa. Samanlainen metallirunkoinen sänky, jonka vierestä löytyy sivupöytä ja valaisin. Kummankaan kuvan vuodetta ei ole pedattu kovin siististi, tosin Finlaysonin kuvassa tuote ja sen kuosi ovat selvemmin esillä. Tom of Finland Storen kuvassa sängynpäädyllä roikkuu farkut, Finlaysonin kuvassa sängyllä on vihreä reppu. Miljöötä voisi kuvata molemmissa kuvissa urbaaniksi.

Samantyyppisiä, humoristisia mainoskuvia Finlayson on käyttänyt esimerkiksi Bunch of Keys -pussilakanoille, kuva 29, sekä Tom Time -pyyhesetille, kuva 30. Bunch of Keys -mainos puhuttelee ”oman elämänsä ylioppilaita”, Tom Time -mainoksessa lukee ”koska meillä kaikilla on jouluku”. Mainokset, ja koko tuotesarja, rohkaisee mahdollista ostajaa olemaan oma itsensä.



Kuva 29 (vasemmalla). Helsingin Sanomien kannen mainos. "Onnea oman elämänsä ylioppilaille." Mainoskuvassa Bunc of Keys -pussilakana.

Kuva 30 (oikealla). Finlayson. Tom of Finland Foundation. 2015. "Koska meillä kaikilla on joulu". Mainoskuva Tom Time -keittiöpyyhkeestä.

Koko tuotesarjasta paistaa Finlaysonin uusien omistajien mainosalan tausta. Kohutun Tom of Finland -malliston oli tarkoitus viedä perinteinen kotimainen yritys ulkomaille, mutta kansainvälinen valloitus jäi lopulta vähäiseksi. Tuotteista tuli kuitenkin suosittuja Suomessa. Erityisesti malliston julkaisu kertoi Finlaysonin roolista yhteiskunnallisena toimijana ja myöhemmin yritys onkin osallistunut julkiseen keskusteluun huomiota herättävien kampanjoiden kautta.

Marginaalin ilmiöstä on tehty humoristinen, sopivan tuhma mutta riittävän siisti kokonaisuus. Finlayson markkinoi Tom of Finland -tuotesarjan kuvilla humoristista, pikkutuhmaa kodintekstiiliä, joka sopii suvaitsevaisille nuorille, seksuaalivähemmistöille mutta myös heterokuluttajille.

Tom of Finland Storen sivuilla Finlaysonin Tom of Finland -tuotteet ovat sen sijaan samalla sivulla muiden valmistajien tuotteiden kanssa, jolloin itse Tom of Finland korostuu. Tom of Finland Store markkinoi tuotteita homomiehille, heille, joille Tom of Finlandilla on ollut kenties merkitys oman identiteetin löytämisessä ja sen juhlistamisessa. Tom of Finland Storen sivuilla Finlaysonin kotitekstiilit ovat samassa

valikossa taideprinttin, vaatteiden, lahjapaperin ja seksilelujen kanssa. Näillä sivuilla tuotteet ovat enemmän kotonaan.



Kuva 31 (vasemmalla). Finlayson. 2023. Proud- ja Together-pussilakanat Kiasmassa.

Kuva 32 (oikealla). Finlayson. 2023. Proud-petivaatteilla sijattu vuode Kiasmassa.

Kevään 2023 mallistojen tuotekuvissa tuotteet on viety nykytaiteen museo Kiasmaan, jossa mallistojen julkaisupäivänä avautui Tom of Finland – rohkea matka -näyttely. Together-pussilakana roikkuu Kiasman portaiden kaiteella, ja Proud-vuodevaatteilla sijattu peti on aseteltu museon aulaan. Tuomalla uuden malliston tuotteet nykytaiteen museoon, ympäristöön, joka on varattu taidemaailman käyttöön, korostetaan Tom of Finlandin kuulumista taidemaailman piiriin. Toisaalta näin korostetaan myös itse tuotteiden erityislaatuisuutta. Tuote itsessään on taideteos, ainakin mielikuvan tasolla.

Ylälle antamassa haastattelussaan Kiasman johtaja Leevi Haapala sanoo: ” –Tom of Finlandin kaltainen henkilö ansaitsee tulla yhdeksi kansallistaiteilijoistamme, ja hänen taidettaan voitaisiin esittää kymmenen vuoden välein suurnäyttelyissä Albert

Edelfeltin, Hugo Simbergin ja Helene Schjerfbeckin tapaan.”⁶¹Tom of Finlandin voisi sanoa viimein saavuttaneen paikkansa suomalaisen taiteen kaanonissa.

⁶¹ Mankkinen 2023.

5 PÄÄTÄNTÖ

Tulkitsen Tom of Finlandin edustavan Finlaysonille, ja suomalaisille, erityisesti suvaitsevaisuutta mutta myös huumoria. Mallistojen lanseeraus osui merkittävään kohtaan suomalaisessa sateenkaarihistoriassa, kun malliston julkaisuvuonna 2014 eduskunta hyväksyi tasa-arvoisen avioliittolain mahdollistaen samaa sukupuolta oleville pariskunnille avioliiton solmimisen. Uudella homoeroottista taiteilijaa kunnioittavalla tuotesarjalla Finlayson otti kantaa seksuaalivähemmistöjen oikeuksien puolesta. Finlaysonin tuotteissa ja kuvissa käyttämä huumori ja viittaukset ovat helposti lähestyttäviä ja myös alakulttuureihin kuulumattomien saavutettavissa. Esimerkiksi kolmen sukan pakkauksen vitsikkyyden ymmärtävät kaikki. Tom of Finland Storen patakinnaskuvan poppersien merkitys ei sen sijaan aukene, ellei tunne homomiesten alakulttuurin elementtejä. Koska en itse ole homomies, en voi väittää, että tämän kulttuurin kaikki viitteet olisivat minulle selviä, joten tiedostan tarkastelevani Tom of Finland Storen aineistoa ulkopuolisen silmin. Tiedostan myös, ettei ole yhtä homogeenistä homomiesten ryhmää. Tietyistä tämän alakulttuurin elementeistä on tullut myös osa laajemman yleisön populaarikulttuuria ja näin ollen myös minun, ulkopuolisen tarkkailijan, löydettävissä.

Finlaysonin Tom of Finland -tuotteiden myötä nekin kuluttajat, jotka eivät olisi Touko Laaksosen taiteen kohderyhmää, tietävät, mistä Tom of Finlandissa on kysymys. Finlaysonin mallistojen vaikutus Laaksosen taiteen tunnettavuuteen Suomessa on ollut merkittävä. Yhteistyö Tom of Finland Foundationin kanssa ja Tom of Finland

-tuotteiden lanseeraus on myös ollut merkittävä julkinen kannanotto tasa-arvon puolesta, jonka myötä Finlayson on uudistanut imagoaan.

Toisaalta Finlayson ei ole tuotteissaan ymmärrettävistä syistä tuonut esiin Tom of Finlandin koko tuotantoa, vaan kuoseihin on valikoitunut teoksia, jotka ovat heti tunnistettavissa Tomin ikoniseksi miehiksi ja joissa ei esiinny rajuja eroottista sisältöä. Osaa kuoseihin valikoiduista teoksista on myös rajattu kuosia varten niin, että eksplisiittinen seksuaalisuus jää kuosien ulkopuolelle ja teokset näyttävät kevyen eroottisina. Verratessa Finlaysonin tuotekuvia Tom of Finland Storen huomataan, miten erilaisia merkityksiä Tom of Finlandin taide voi saada kohdeyleisön mukaan.

Vaikka Finlaysonin tavoitteena ensimmäisellä Tom of Finland -mallistolla oli kansainvälistyminen, suuntaa yritys Tom of Finland -tuotteensa enemmän suomalaisille kuluttajille. Finlaysonin tuotekuvissa korostuu Tom of Finland -tuotteiden käyttö nimenomaan sisutustuotteina, jotka sopivat kaikille. Tom of Finland Storen Finlaysonin tuotteita esittelevissä kuvissa sen sijaan kohdeyleisönä on enemmänkin Tom of Finlandin alkuperäinen yleisö, homoseksuaalit miehet. Kuvien eroja tarkastellessa korostuu Finlaysonin tuotekuvien neutraalius, vaikka niistäkin on löydettävissä Tom of Finlandin taiteelle tyypillistä huumoria.

Toisaalta Touko Laaksosen taide Finlaysonin tuotteissa on myös osa suomalaisen kuvataiteen esittelyä. Laaksosen taiteen lisäksi Finlaysonin tuotteista löytyy Tove Janssonin Muumit, Rudolf Koivun kuvitukset ja viimeisimpänä nykytaiteilija Jani Leinosen teoksilla kuvitetut t-paidat. Tom of Finland -tuotteiden ollessa kannanotto suvaitsevaisuuden puolesta Leinosen t-paidat ottavat kantaa ”paremman maailman puolesta”. Tämä myös erottaa nämä kaksi tuotesarjaa perinteisistä Muumi-tuotteista ja Rudolf Koivun nostalgisista tuotteista. Näin Finlayson myös osaltaan liittyy Touko Laaksosen osaksi suomalaisten arvostamien taiteilijoiden ketjua. Erityisesti uusin, keväällä 2023 ilmestynyt mallisto liittyy Tom of Finlandia suomalaisten rakastamien taiteilijoiden joukkoon. Uuden malliston esittely Kiasmassa korostaa niin Tom of Finlandin kuin Finlaysonin tuotteiden asemaa taiteena.

Tom of Finlandin voi sanoa kotoistuneen, kesyyntyneen, Finlaysonin tuotteissa ja tuotekuvissa. Tomin miehet olivat alun perin objekteja, mutta erilaiselle yleisölle, Tom of Finlandin nostaminen kansalliseksi suvaitsevaisuuden symboliksi on toisaalta kunnianosoitus taiteilijan elämäntyölle ja tuen osoitus seksuaalivähemmistöille, mutta toisaalta teosten kesyttäminen ja arkistaminen jättää huomiotta teosten alkuperäisen funktion pornografiana. Tom of Finlandin kotoistaminen suomalaiselle yleisölle saattaa jättää myös varjoonsa seksuaalivähemmistöjen kokeman syrjinnän.

Tässä tutkielmassa tarkastelemani Tom of Finlandin esitys Finlaysonin tuotteiden kautta on osa laajempaa ilmiötä, jossa Tom of Finlandia on soviteltu suomalaisen suvaitsevaisuuden ja tasa-arvon keulakuvaksi, tuomalla Tom of Finlandin kuvastoa Muumien kaltaiseksi erottamattomaksi osaksi arjen visuaalista ympäristöämme. Tomin miehiä ei kuitenkaan alun perin tarkoitettu näin julkiselle jalustalle. Onko jotain Laaksosen taiteelle oleellista siis kulunut tässä lakanpyykissä pois?

LÄHTEET

Arell, Berndt, Kati Mustola, Erik Miller, Tomi Snellman ja Kari Vähäpassi. *Tom of Finland: Ennennäkemätöntä = Unforeseen*. Helsinki: Like, 2006.

Brummett, Barry. *Techniques of Close Reading (Second Edition)*. SAGE Publications, Inc, 2018.

Haapala, Leevi, João Laia, Jari-Pekka Vanhala, Silja Kudel, Harri Kalha, Markku Päkikilä ja Kaijamari Sivill. *Tom of Finland: Rohkea Matka = Bold Journey*. Helsinki: Kiasma, 2023.

Holma, Antti. "Munavangin Laulu." *Image: Elävän kulttuurin aikakauslehti* 3 (2017): s. 1, 24-31.

Hooven, Valentine F. *Tom of Finland – marginaalista maailmanmaineeseen*. Helsinki: Like, 2012.

Kalha, Harri. *Tom of Finland – taidetta seksin vuoksi*. Helsinki: SKS, 2012.

Karkulehto, Sanna. *Seksin mediamarkkinat*. Helsinki: Gaudeamus, 2011.

Kontinen, Merja. *Maskuliinisuus Tom of Finlandin teoksissa*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto, 2011.

Kosonen, Heidi S. "Pyhän Lapsuuden Paljastama Tabu: Näkökulma Sami Saramäen Tom of Finland -muumeihin Ja Dana Schutzin Open Casket -maalaukseen." *Tahiti* 7, no. 2 (2017).

Rossi, Leena-Maija. "From Arousing Drawings to Art to Behold: Tom of Finland's Long and Winding Road to the Art World." *Porn Studies* 6, no. 4 (2019): 459-463. <https://doi.org/10.1080/23268743.2019.1580450>.

Paasonen, Susanna. "Tom of Finland comes home, keeps on coming." *Porn Studies*, 6:4, (2019), 444-452, DOI: [10.1080/23268743.2019.1580448](https://doi.org/10.1080/23268743.2019.1580448)

Tom of Finland. *Sarja Kuvia*. Helsinki: Like, 2014.

SÄHKÖISET LÄHTEET

Berry Creative. "Tom of Finland -postimerkki". Viitattu 26.11.2023.

<https://www.berrycreative.fi/tyot/tom-of-finland-postimerkki/>

Finlayson. "Kannanottojamme vuosien varrelta". Viitattu 26.11.2023.

<https://www.finlayson.fi/blogs/finlayson/kannanottojamme-vuosien-varrelta>

Finlayson. "Meidän tarinamme". Viitattu 9.11.2023.

<https://www.finlayson.fi/pages/meista>

Finlayson. "Rakkaus kuuluu kaikille". 2019. Viitattu 26.11.2023.

https://www.finlayson.fi/pages/rakkaus-kuuluu-kaikille?fbclid=IwAR1hUOAVjE95SamVs-vPq45eIEjt_FqfDVw89VKWEKv6Bh_PieV1X1YGm6Y

Finlayson. "Seis silpomiselle!" 2019. Viitattu 26.11.2023.

<https://www.finlayson.fi/pages/seissilpomiselle>

Finlayson. "Suunnittelimme uudet Tom of Finland -sukat ja ajauduimme melko luonnolliseen johtopäätökseen, että paketissa pitää tietysti olla kolme sukkaa – ei kaksi." 15.5.2019. Facebook-päivitys. Viitattu 26.11.2023.

<https://www.facebook.com/FinlaysonFI/videos/326102414743688>

Finlayson. "Rakasta tai et, mutta älä sano "Ihan kiva"". 1.11.2017. Facebook-päivitys. Viitattu 25.11.2023.

<https://www.facebook.com/FinlaysonFI/posts/pfbid0m5eiE783z6GEHV35BLbwqkPFfp5Dh7fv5AMCbz-qsF2igQrE9XX7s2Ytk6wQYhc2ol>

Finlayson. "Touko Laaksonen (8.5.1920–7.11.1991), eli Tom of Finland, on yksi maailmanlaajuisesti tunnetuimmista suomalaisista kuvataiteilijoista. Lyijykynällä ja musteella Tom loi maailman, jonka viesti seksuaalitasa-arvosta..." 28.4.2023. Facebook-päivitys. Viitattu 26.11.2023.

<https://www.facebook.com/FinlaysonFI>

Hartikainen, Iira. "Sami Vulli luo Finlayson klassikoita." 26.8.2015. Yle. Viitattu 26.11.2023.

<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/08/26/sami-vulli-luo-finlayson-klassikoita>

Heikkinen, Teppo. "Tom of Finlandin syntymästä sata vuotta – Tomilla oli osuutensa myös hivin ehkäisyssä." 8.5.2020. Hiv-point. Viitattu 26.11.2023.

<https://hivpoint.fi/yleinen/tom-of-finlandin-syntymasta-100-vuotta-tomilla-oli-osuutensa-myo-s-hivin-ennaltaehkaisyssa/>

Karon, Jamison. "Sami Vulli on tolerance and bravery through textiles." 12.3.2018. Viitattu 26.11.2023.

https://cultureedit.com/blogs/glory-hole/sami-vulli-on-tolerance-and-bravery-through-textiles?_pos=1&_sid=42b35808b&_ss=r

Mankkinen, Jussi. "Kiasman Tom of Finland -jättinäyttelyssä nähdään kuumia kolleja, ja perinteinen suomalaisuuskin on kuvioissa mukana." 28.4.2023. Yle. Viitattu 26.11.2023.

<https://yle.fi/a/74-20029024>

Monteagudo, Jesse. "A (Long) History of Physique Magazines." 1.11.2019. Qnotes Carolinas. Viitattu 27.11.2023.

<https://qnotescarolinas.com/a-long-history-of-physique-magazines/>

Montell, Sami. "Finlaysonilta ToF-tekstiilit" 20.11.2014. QX. Viitattu 26.11.2023.

<https://www.qx.fi/yhteiskunta/uutisia/213102/finlaysonilta-toftekstiilit/>

Surakka, Veli-Matti. "Poppers." 4.4.2011. Päihdelinkki. Viitattu 26.11.2023

<https://paihdelinkki.fi/fi/tietopankki/tietoiskut/huumeet-ja-muut-paihdyttavat-aineet/poppers>

Tieteen termipankki. "Lähiluku." Viitattu 26.11.2023.

<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Nimitys:l%C3%A4hiluku>

Tom of Finland Foundation. "About Tom's Foundation." Viitattu 26.11.2023

<https://www.tomoffinland.org/about-the-foundation/>

Tom of Finland Foundation. "Exhibition history." Viitattu 26.11.2023

https://www.tomoffinland.org/exhibition_history/

Vedenpää, Ville. "Finlaysonilta Tom of Finland -mallisto". 17.11.2014. Yle. Viitattu 26.11.2023.

<https://yle.fi/a/3-7632874>

Västilä, Tarja. "Finlayson kuoriutui uudeksi". 3.4.2017. Op-media. Viitattu 26.11.2023.
<https://www.op-media.fi/yrittajyys/finlayson-kuoriutui-uudeksi/>

KUVALÄHTEET

Kuva 1: Lakkiaismekko Fellows-kuosilla. Kuvaaja Laurikkala Annaleena. 2023

Kuva 2: Lakkiaismekko Back Street -kuosilla. Kuvaaja Laurikkala Annaleena. 2023.

Kuva 3: Tyrmä, 1960–1970-lukujen vaihde. Piirroksessa kolme miestä on tyrmässä, jonka seinältä löytyy alatyylisiä tekstejä. Kalha 2012,
Kalha, Harri. *Tom of Finland – taidetta seksin vuoksi*. Helsinki: SKS, 2012, s.124.

Kuva 4: Nimetön, 1977. Humoristisessa joulukuvassa Tomin mies toimittaa joulukuusen jalan asemaa. Mies on kahlittuna jaloistaan lattiaan ja koristeltu kuusi on asetettu miehen peräaukkoon.

Haapala, Leevi, João Laia, Jari-Pekka Vanhala, Silja Kudel, Harri Kalha, Markku Päckilä, ja Kaijamari Sivill. *Tom of Finland: Rohkea Matka = Bold Journey*. Helsinki: Kiasma, 2023, s.105.

Kuva 5: Mike-sarjakuvan loppuratkaisu. Poliisi yllättää kaksi miestä kesken seksiaktin ja pääsee itse osalliseksi.
Tom of Finland 2014, 98. Tom of Finland. *Sarja Kuvia*. Helsinki: Like 2014, s.98.

kuva 6: Nimetön 1985. Seilori ja nahkamiehet. Haapala, Leevi, João Laia, Jari-Pekka Vanhala, Silja Kudel, Harri Kalha, Markku Päckilä, ja Kaijamari Sivill. *Tom of Finland: Rohkea Matka = Bold Journey*. Helsinki: Kiasma, 2023, s.22

Kuva 7: Nimetön. 1962. Seilori ja nahkaiseen jockstrapiin pukeutunut kaveri. Haapala, Leevi, João Laia, Jari-Pekka Vanhala, Silja Kudel, Harri Kalha, Markku Päckilä, ja Kaijamari Sivill. *Tom of Finland: Rohkea Matka = Bold Journey*. Helsinki: Kiasma, 2023, s.134.

Kuva 33: Nimetön, 1977. Nahkavaatteisiin sonnustautuneet kaverit.

Hooven, Valentine F. Tom of Finland – marginaalista maailmanmaineeseen. Helsinki: Like, 2012, s.18.

Kuva 9: Tomin suomalainen tango. 1947. Seilori ja nuori mies tanssimassa.

Hooven, Valentine F. Tom of Finland – marginaalista maailmanmaineeseen. Helsinki: Like, 2012, s.79.

Kuva 10: Aids-tukikeskuksen turvaseksijuliste. Tomin mies kondomivalistusmainoksessa. Käytä kumia.

Heikkinen, Teppo. ”Tom of Finlandin syntymästä sata vuotta – Tomilla oli osuutensa myös hivin ehkäisyssä.” 8.5.2020. Hiv-point. Viitattu 25.11.2023.

<https://hivpoint.fi/yleinen/tom-of-finlandin-syntymasta-100-vuotta-tomilla-oli-osuutensa-myos-hivin-ennaltaehkaisyssa/>

Kuva 11: Nimetön, 1981. Puolivartalokuva paidattomasta miehestä.

Haapala, Leevi, João Laia, Jari-Pekka Vanhala, Silja Kudel, Harri Kalha, Markku Päkikilä, ja Kaijamari Sivill. Tom of Finland: Rohkea Matka = Bold Journey. Helsinki: Kiasma, 2023, s.102.

Kuva 12: Nimetön, 1990. Muotokuva Laaksosen ystävästä.

Haapala, Leevi, João Laia, Jari-Pekka Vanhala, Silja Kudel, Harri Kalha, Markku Päkikilä, ja Kaijamari Sivill. Tom of Finland: Rohkea Matka = Bold Journey. Helsinki: Kiasma, 2023, s.150.

Kuva 13: Fellows-kuosinen kangaskassi.

Fellows vuoritettu kassi 45x42 cm. (ei päivämäärää) Viitattu 25.11.2023.

<https://www.finlayson.fi/products/fellows-vuoritettu-kangaskassi>

Kuva 14: Back Alley -kuosinen kangaskassi.

Tom of Finland Back Alley kangaskassi. (ei päivämäärää) Viitattu 25.11.2023.

<https://www.xn--keittikauppa24-0pb.fi/tuote/tom-of-finland-back-alley-kangaskassi/>

Kuva 15: Back Street -kuosinen kangaskassi.

Tom of Finland ”Back Street” Tote Bag (ei päivämäärää) Viitattu 25.11.2023.

<https://shop.qx.se/fi/articles/2.50.6875/tom-of-finland-back-streettote-bag>

Kuva 16: Camp-kuosinen pussilakana.

Tom of Finland Camp Blue/Grey Satin Duvet Cover 150 x 210 cm Finlayson (ei päivämäärää) Viitattu 25.11.2023. <https://www.amazon.se/-/en/Finland-Satin-Duvet-Cover-Finlayson/dp/B07R66XS16>

Kuva 17: Cruise-kuosinen pussilakana.

Tom of Finland Cruise cotton satin duvet 150 x 210 cm (ei päivämäärää) Viitattu 25.11.2023. https://www.amazon.com.be/-/en/Finland-Cruise-Cotton-Satin-Duvet/dp/B07R7S5WCX?language=en_GB

Kuva 18: Finlayson. 2023. Tom of Finland Together satiinipussilakana.

Tom of Finland Satiinipussilakanasetti 150x210 + 50x60 cm. Finlayson. Viitattu 25.11.2023.

<https://www.finlayson.fi/products/tom-of-finland-together-satiinipussilakanasetti>

Kuva 19: Finlayson. 2023. Tom of Finland Proud pussilakanasetti.

Tom of Finland Pussilakanasetti 150x210 + 50x60 cm. Finlayson. Viitattu 25.11.2023.

<https://www.finlayson.fi/products/tom-of-finland-proud-pussilakanasetti>

Kuva 20: Fellows-vuodevaatteilla pedattu sänky. Finlayson. 2023. Viitattu 27.4.2023.

<https://www.finlayson.fi/collections/tom-of-finland-x-finlayson>

Kuva 21: Back Street -tuotteita esillä.

Finlayson. (1.11.2017) " Rakasta tai et, mutta älä sano "Ihan kiva" ". [Tilapäivitys] Facebook. Viitattu 25.11.2023.

<https://www.facebook.com/FinlaysonFI/posts/pfbid0m5eiE783z6GEHV35BLbwqkPFfp5Dh7fv5AMCbz-qsF2igQrE9XX7s2Ytk6wQYhc2ol>

Kuva 22. Kuvakaappaus Tom of Finland Storen tuotekuvasta. Lihaksikas miesmalli peittää haaransa Tom of Finland -tyynyillä.

Kuvakaappaus Tom of Finland Storen verkkokaupasta. 22.4.2021. Tom of Finland Store c/o Culture Edit. Viitattu 22.4.2021.

<https://www.tomoffinlandstore.com/>

Kuva 23: Tom of Finland Store. Tom of Finland -heijastin jockstrapin kuminauhassa.

Kuvakaappaukset Tom of Finland Storen verkkokaupasta. 22.4.2021. Tom of Finland Store c/o Culture Edit. Viitattu 22.4.2021.

<https://www.tomoffinlandstore.com/>

Kuva 24: Tom of Finland Store. Mallilla yllään Fellows-esiliina ja käsien suojana Fellows-patakintaat.

Tom of Finland Store c/o Culture Edit. "Tom of Finland Fellows oven mitt by Finlayson" (ei päivämäärää) Viitattu 25.11.2023. https://cultureedit.com/products/finlayson-fellows-oven-mitt?_pos=1&_sid=4c4910c2b&_ss=r

Kuva 25: Tom of Finland Store. Mallin käsissä Fellows-patakintaat.

Tom of Finland Store c/o Culture Edit. "Tom of Finland Fellows oven mitt by Finlayson" (ei päivämäärää) Viitattu 25.11.2023. https://cultureedit.com/products/finlayson-fellows-oven-mitt?_pos=1&_sid=4c4910c2b&_ss=r

Kuva 26: Tom of Finland Store. Finlaysonin Tom of Finland -sukat mallin jaloissa.

Tom of Finland Store c/o Culture Edit. "Tom of Finland Multi Gray Socks by Finlayson." (ei päivämäärää) Viitattu 25.11.2023. <https://cultureedit.com/collections/socks/products/tom-of-finland-gray-socks-by-finlayson>

Kuva 27: Finlayson. Tom of Finland -sukkia pyykkinarulla. Sukkapakkauksen humoristinen muoto näkyy selvästi.

"Isänpäiväarvonta." 2019. Facebook. Tilapäivitys Kauppakeskus Ratinan Facebook-sivuilta. Viitattu 25.11.2023.

<https://www.facebook.com/kauppakeskusratina/posts/2866634446896460/>

Kuva 28: Finlayson. "Uusinta uutta, häkellyttävän hienoa". Camp-malliston mainoksessa vasemalla kehoitus tutustua mallistoon, oikealla kuvattu uuden malliston petivaatteet.

Finlayson. "Kannanottojamme vuosien varrelta". (ei päivämäärää) Viitattu 25.11.2023. <https://www.finlayson.fi/blogs/finlayson/kannanottojamme-vuosien-varrelta>

Kuva 29: Helsingin Sanomien kannen mainos. "Onnea oman elämänsä ylioppilaille." Mainoskuvassa Bunc of Keys -pussilakana.

"Mainos, joka toivoo hyvää tulevaisuutta." 26.5.2015. ranneliike.net. Viitattu 25.11.2023. <https://ranneliike.net/nakokulmat/11779/mainos-joka-toivoo-hyvaa-tulevaisuutta>

Kuva 30: Finlayson. Tom of Finland Foundation. 2015. "Koska meillä kaikilla on jouluku". Mainoskuva Tom Time -keittiöpyyhkeestä.

"Uutuus: Tom-Time-keittiöpyyhkeet." 2015. Facebook 2.12.2015. Tilapäivitys Finlaysonin Facebook-sivuilla. Viitattu 25.11.2023.

https://www.facebook.com/finlayson.fi/photos/uutuus-tom-time-keitti%C3%B6pyyhkeet-pyyhkeet-tulivat-maahan-eilen-siis-ihan-viime-10153722635649985/?paipv=0&eav=AfbceuZve2q8Jl4QnzTRx92z8uZQyNzRHJ50-7tPjr6zNuc-DJj6xnB_h-HHNhzKf98&_rdr

Kuva 31: Finlayson. 2023. Proud- ja Together-pussilakanat Kiasmassa.

Finlayson. 2023. Tom of Finland Together satiinipussilakana. Viitattu 25.11.2023.

<https://www.finlayson.fi/products/tom-of-finland-together-satiinipussilakanasetti>

Kuva 32: Finlayson. 2023. Proud-petivaatteilla sijattu vuode Kiasmassa.

Finlayson. 2023. Tom of Finland Proud pussilakanasetti.

Viitattu 25.11.2023. <https://www.finlayson.fi/products/tom-of-finland-proud-pussilakanasetti>