

RETRO

suunnittelun
kehyksenä

TEKIJÄ
TYÖN NIMI
PÄIVÄYS
SIVUMÄÄRÄ
KOULUTUSOHJELMA
OPINTOSUUNTA
TYÖN LAJI
TYÖN PÄÄOHJAAJA

Tuomas Mujunen
Retro suunnittelun kehysenä
14.5.2018
72
Arkkitehdin tutkinto, arkkitehtuurin koulutusohjelma
Arkkitehtuurin historia
Diplomityö
Anna-Maija Ylimaula

*Nostalgia on aina subjektiivinen
tulkinta menneestä.
Aina kun muistelemme muistamaamme
muuttuu se hieman toiseksi.*



TIIVISTELMÄ

LOPPUTYÖSSÄ POHDITAAN ERI näkökulmista retroestetiikan mahdollisuuksia ja haasteita suunnittelun kehyksenä. Havainnollistavina keiseinä toimivat viisi ravintolaa, joiden sisustussuunnittelussa retroestetiikkaa on toteutettu eriasteisesti, perinteisemmästä pubista steam punkahtavaan, vindustrialismia edustavaan ruokaravintolaan.

Pubia retrottaessa raja-arvona toimii perinteisen pubin ontologia, jota avataan sekä konkreettisina materiaalisina valintoina että teoreettisesti, Michel Foucault'n heterotopian kaltaisena paradoksaalisena tilana. Lisäksi retroa jäsennetään retron nelikentän avulla – tavoitteena on ymmärtää retroa nyansoidummin ja näin tarjota välineitä sen tietoiseen ja hallittuun soveltamiseen arkkitehtuurissa ja suunnittelussa.



ABSTRACT

THE PRESENT THESIS considers from several angles the opportunities and challenges of retro-aesthetics as a framework for branding and design. In order to concretize the research, five case studies are presented: individual restaurants where retro-aesthetics has been utilized to different degrees, from a more traditional pub to a punk-ish dining restaurant representing what is here termed vidualism.

When the pub was being retrotized, the threshold value was constituted by the ontology of a traditional public house, which is here explicated both by concrete material choices and theoretically as a paradoxical space of Michel Foucault's heterotopy type. Retro is further analyzed by means of a retro matrix, with the objective of gaining more nuanced insights into retro, and thereby providing tools for its deliberate and controlled deployment in architecture and design.



SISÄLLYSLUETTELO

Tiivistelmä	5
Abstract.....	7
Alkusanat	10
Pubin poetiikkaa ja retroestetiikkaa.....	12
Case: Leskinen	14
Mitä on pub?.....	16
Case: Laila	24
Onko pub heterotopia?	26
Case: Jet Set Bar.....	30
Arkkitehtuuri ja retronostalgia	32
Retron nelikenttä arkkitehtuurin ja muotoilun representaationa.....	44
Case: Zivago.....	56
Case: 45-Special	64
Loppusanat	68
Lähteet.....	70
Kiitokset	72

ALKUSANAT

LOPPUTYÖNI TAUSTAMOTIVAATIONA ON perustella, oikeuttaa ja puolustaa retroa arkkitehtonisen suunnittelun kehyksenä ja toisaalta etsiä laajempaa design-filosofista merkitystä hallitsemaan tätä esteettistä ohjelmaa, jonka olen valinnut.

Pohdin ensiksi pubin ontologiaa varsin konkreettisista materiaalisista lähtökohdista ja kysyn mikä tekee pubista pubin.

Tämän jälkeen siirryn pohdintaan pubista kiasmaattisena rakenteena, heterotopiana, jonka viitekehyksenä on Michel Foucault'n essee ”*Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias*” (1984/1967).

Lopuksi syvennän vielä retron käsitettä ja esittelen luomani retron nelikentän, jonka avulla olen pyrkinyt jäsentämään retroa. suunnitteluani ja löytämään perustellut ratkaisut toimeksiantoihin, joiden parissa olen työskennellyt. Keisseinä esittelen suunnittelemani ravintoloiden sisustuksia ja niille tekemääni graafista suunnittelua ja mainontaa. Näiden esimerkkien kautta esitän, että retroestetiikalla on myös laajempaa kulttuurista merkitystä.

Tätä samaa aihepiiriä käsittelin myös referee-artikkelissani *Mahdollinen Kirja* -koelmassa (2014), joka oli osa taiteen maisterin lopputyötäni Aalto Yliopistolle.



*Sisustussuunnittelu osana brändin rakentamista –
kehystenä retronostalgia*

PUBIN POETIIKKA JA RETROESTETIIKKA

”Mukavaa että saadaan moderni publi!”, tokaisi tuttu arkkitehti Leskisen baaritiskillä 2000-luvun alussa, kuultuaan että Leskinen muuttaisi uusiin tiloihin kävelykadun – oululaisittain Rotuaarin – varrelle. Sanottu sai minut hämmentymään. Leskisen irrottaminen pub-traditiosta tuntui oudolta ja jopa mahdottomalta ajatukselta!

VOIMAKASTA, TUNNEPOHJAISTA REAKTIOTANI selittänee osin se, että suunnittelijan urani suuntautui noihin aikoihin enenevässä määrin mainontaan ja brandin rakentamiseen, mikä etäännytti arkkitehtuurin vaikutuspiiristä ja tarjosi toisenlaisen lähestymistavan design-ajatteluun. Markkinoinnin ja brandi-ajattelun kautta avauduin materiaaliselle runsaudelle ja leikittelevälle dekoratiivisuudelle, joiden koin tuolloin olevan arkkitehtuurissa kiellettyjä. Toisaalta uuden Leskisen suunnittelijana tunsin olevani vastuussa yrityksen liiketaloudellisesta menestyksestä ja kannoin huolta siitä, että Leskisen asiakaskunta tuntisi myös uudet tilat omikseen ja löytäisi niistä Leskisen hengen.

Suunnitellessani konseptia uudelle Leskiselle pyrin säilyttämään vanhan Leskisen idean sekä tunnelman. Myöhemmin oivalsin, että uuden Leskisen suunnittelussa ja toteutuksessa ei oikeastaan siirretty vanhaa Leskistä paikasta toiseen vaan toteutettiin pubin idea toisessa paikassa. Tämä oivallus viritti pohtimaan, mikä tekee pubista pubin. Miksi pubin pitäisi näyttää ja tuntua pubilta? Löytäisinkö jonkin selityksen sille lähinnä intuitiiviselle varmuudelle, että Leskisen pubimainen ilme täytyy säilyttää?

Saaristonkadun Leskisen
sisustuksen oli suunnitellut ravintoloitsija
yhdessä rakennusliikkeen edustajan kanssa.



LESKINEN

OLUTHUONE LESKINEN ON 1992 Ouluun perustettu ravintola. Olen ollut mukana Leskisen Brändin rakentamisessa vuodesta 1995 lähtien, ja työhöni on kuulunut Leskisen visuaalisen brändin suunnittelu yrityksen ilmeistä markkinointiviestintään ja sisustussuunnittelun konseptointiin. Olen jättänyt tietoisesti esittelemättä Leskisen sisustusta, koska roolini oli konseptoijan ei sisustussuunnittelijan.

Aluksi paikan nimi oli Ravintola Leskinen ja liikeideana oli tarjota ketjuravintoloiden vastapainoksi vain suomalaista musiikkia soittava pub-ravintola. Seuraava omistaja jalosti liikeideaa: Leskisestä tehtiin 1993 olutravintola, jonka liiketoiminnan ytimenä oli hyvä ja monipuolinen olutvalikoima.

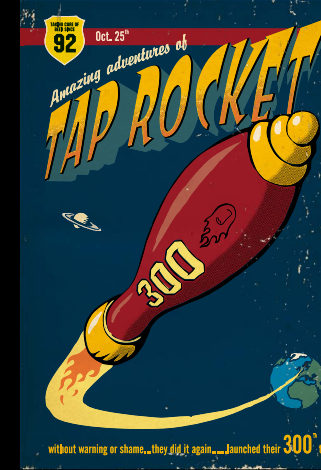
Sisustus muuttui perinteistä englantilaista pubia muistuttavaksi, mutta vaikutteita haettiin myös muiden maiden olutkulttuureista, esimerkiksi Belgiasta ja Irlannista. Tästä ajasta ovat vieläkin muistona Leskisen pöytien päällä käytettävät itämaiset matot – tämä idea lainattiin belgialaisesta olutravintolasta. 1990-luvun lopussa Leskinen vaihtoi jälleen omistajaa, kun neljä henkilökunnan jäsentä osti paikan itselleen. Seuraava iso muutos tapahtui 2003, kun Saaristonkadun tilan vuokrasopimus meni umpeen ja Leskinen muutti uusiin tiloihin Oulun Rotuaarille, jossa se toimii edelleen. Vuonna 2007 oluthuone Leskinen fuusioitui oululaisen Ravintola Kaarlenholvin kanssa. Myöhemmissä muutoksissa en ole ollut enää mukana.

Leskisen brändinrakentamisen tyylinä alusta lähtien ollut kunnioitus pubi- ja oluthuonekulttuuria kohtaan. Kosketus tähän traditioon on haluttu säilyttää katkeamattomana ja elävänä mutta samalla on pyritty löytämään myös oman näköinen ja erityinen suhde tuohon perinteeseen. Näistä lähtökohdista tyyliksi muotoutui retro, josta vähitellen tuli Leskisen visuaalisen identiteetin kulmakivi.

Ohessa olen koonnut muutamia Leskiselle suunnittelemani retroa edustavia kampanjajulisteita ja muita suunnitelmia.



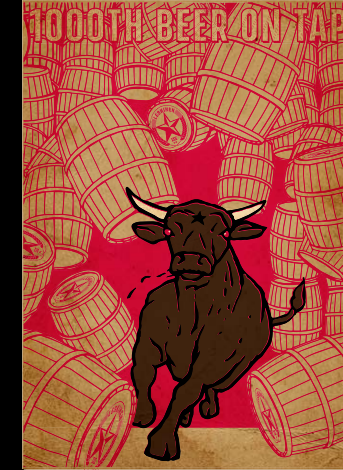
Leskisen XX-logo, 2012.



Tap Rocket, 2007



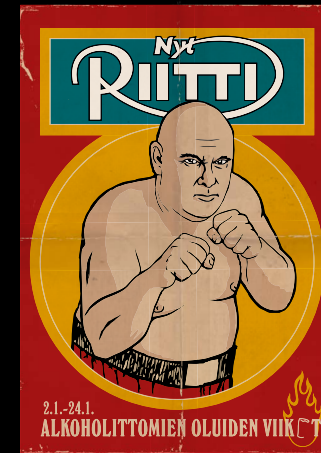
Beertic Express, 2011



1000th Beer on Tap, 2016



Oktoberfest, 2006



Nyt Riitti, 2006



Nyt Riitti, 2015



Make Your Day, 2008



Oktoberfest, 2013

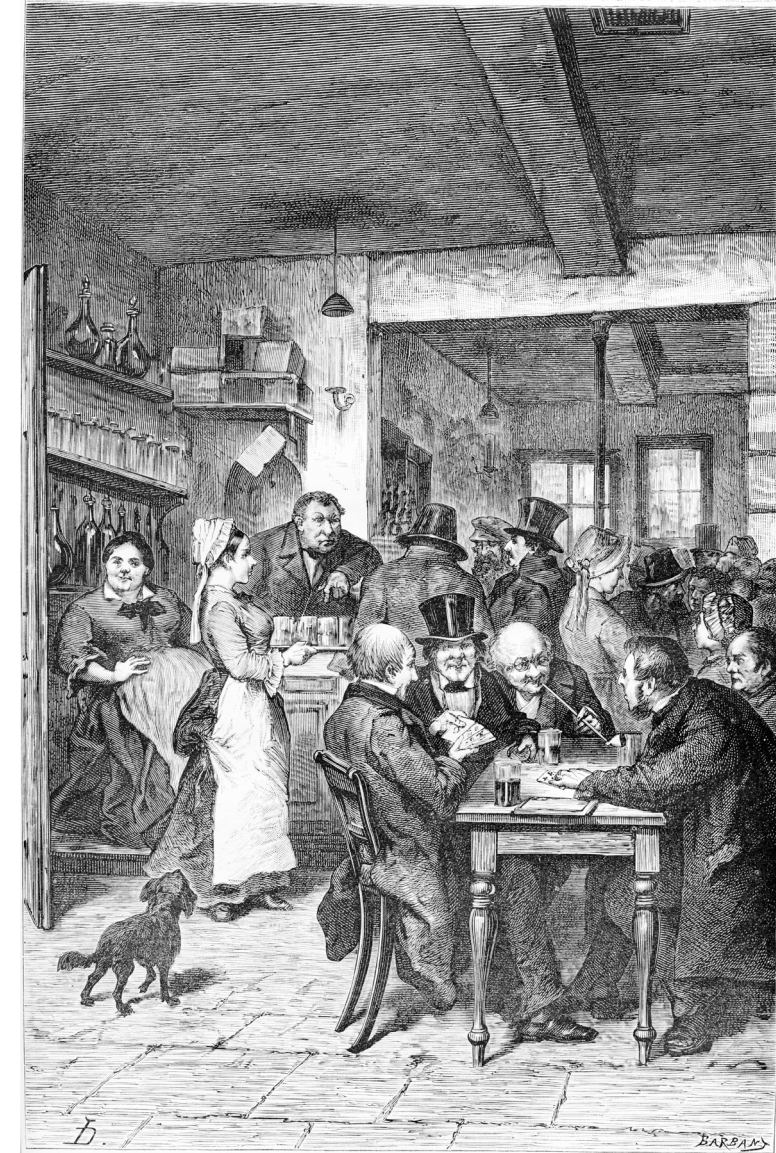
MITÄ ON PUB?

ARKKITYYPPIINEN PUB-INTERIÖÖRI KUVATAAN esimerkiksi Dickensin esikoisromaanissa *The Posthumous Papers of the Pickwick Club* (1836–1837), kun herra Pickwick astuu sisään Sarasens head -pubiin Towcesterissä:

The candles were brought, the fire was stirred up, and a fresh log of wood thrown on. In ten minutes' time a waiter was laying the cloth for dinner, the curtains were drawn, the fire was blazing brightly, and everything looked (as everything always does in all decent English inns) as if the travelers had been expected and their comforts prepared, for days beforehand. (Dickens 1842,361–362.)

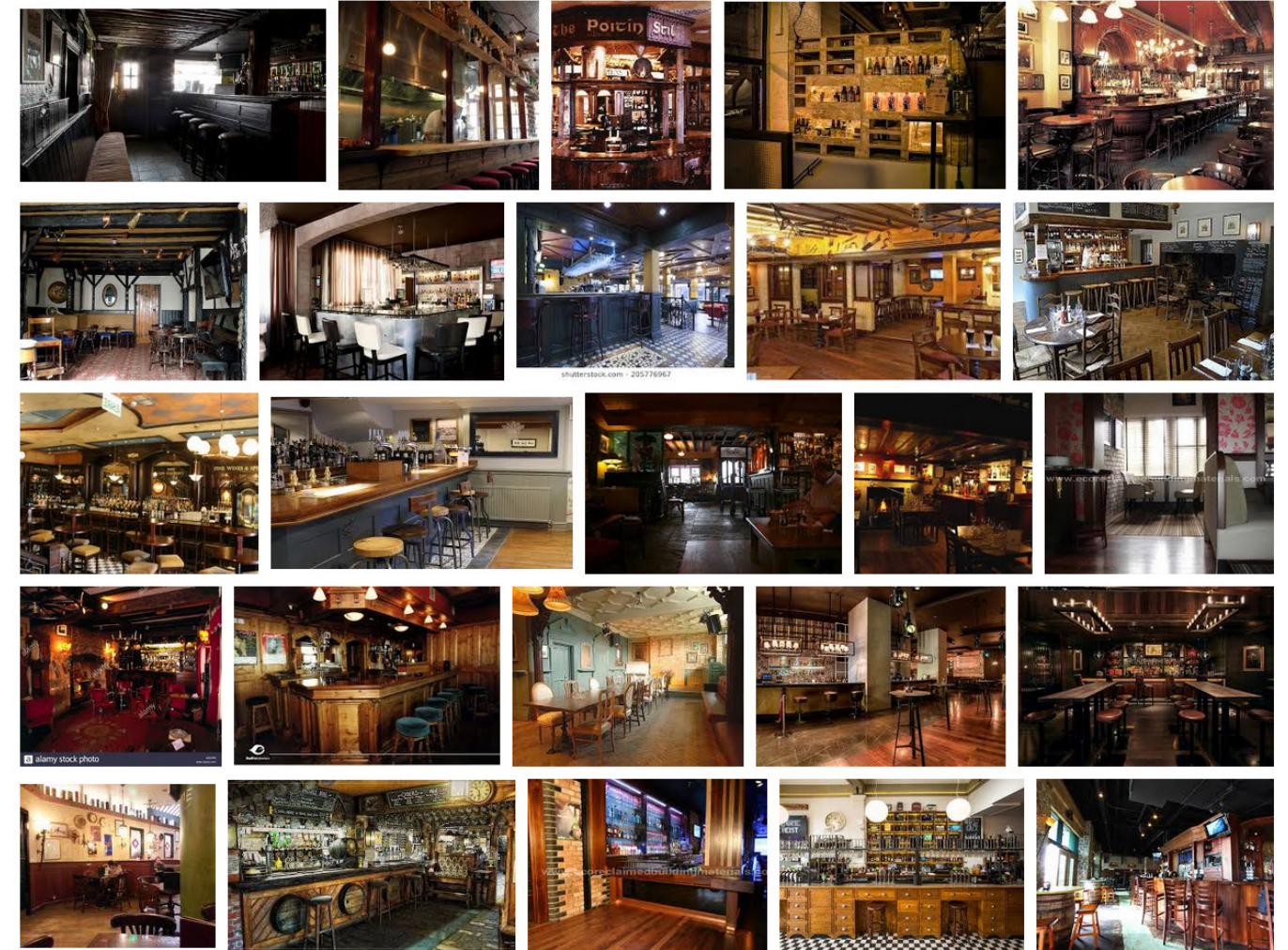
Pub-nimitys juontuu public housesta, josta käytetään myös nimityksiä boozier ja local. Public house oli alkujaan majatalo, jossa yleisö (public) saattoi ruokailla ja yöpyä. Näissä suurissa majataloissa tavattiin aikoinaan vaihtaa hevosia vaunureittien varrella. Eräät pubit sijaitsevat edelleen näillä vanhoilla sijoilla. Alkuaan pubeilla on ollut praktinen palvelufunktio, ja pubeista on tullut myös paikkakunnan asukkaiden kokoontumispaikkoja — locals. Sen sijaan myöhemmältä viktoriaaniselta ajalta ovat peräisin suurkaupunkien huomattavasti dekoratiivisemmat ja näyttävämmät pubit, joista käytettiin nimitystä gin palace. Niiden liioitellun loistokkaan sisätilat muodostivat hätkähdyttävän vastakohtan industrialismin ajan slummien kurjuudelle, ja tällä tavoin gin palace oli monelle hetkellisen todellisuuspään keino. (Jennings 2011.)

Pubien ilme on 1900-luvulla edelleen monipuolistunut ja pub on laajentunut brittiläisestä alkukodistaan maantieteellisesti likimain kaikkialle, mutta tietynlainen peruspub, joka tunnelmaltaan lähestyy edellä olevaa Dickensin kuvausta, on kuitenkin edelleen tunnistettavissa. Pubin tarina – esimerkiksi Paul Jenningsin kertomana teoksessa *The Local. A History of the English Pub* (2011) – esittelee meille ilmeisen elinvoimaisen konseptin, joka nojaa pitkään perinteeseen.



Taverna Brysselissä.
”Le Tour du Monde”, *Travel Journal* 1881.

Mutta mikä yhdistää erilaisia pubin ilmentymiä eri puolilla maailmaa? Kuvahaku internetissä hakusanalla ”pub interior” tuottaa odotetun yllätyksen: kaikki pubit ovat nopeasti katsoen saman näköisiä. Odotettua yllätyksessä on vaikutelma, että tietokoneeruu täyttyy äkkisilmäyksellä ikään kuin samasta paikasta, jota on vain kuvattu hieman eri kuvakulmista. Vasta lähempi tarkastelu osoittaa, että kysymys on eri pu-beista. Yllätyksellistä puolestaan oli se, että kaikki kuvien pub-interiöörit olivat niin samankaltaisia – toisaalta toivoin, että näin olisi, koska jos pubit olisivat osoittautuneet huomattavan erilaisiksi, intuitioni pubin arkkityyppisestä olemuksesta olisi ollut väärä. Pubit ovat siis samanlaisia ja kuitenkin erilaisia, paikallisia mutta myös globaaleja, sillä kun kuvia katsoo tarkemmin, havaitsee nyanssieroja, ja myös suunnittelutyössäni käyttämä Andy Thortonin katalogi (2008) pubien sisustuselementeistä vahvisti tätä. Minua kiinnostaa, mitkä ovat niitä osa-alueita, joissa tuo variaatio tapahtuu.



Toisin sanoen variaatioita tapahtuu tiettyjen tärkeiden, suhteellisen pysyvien osa-alueiden sisällä, jotka ovat tislautuneet pubin peruspiirteiksi:

1. Valaistus on hämärä, lämpöinen ja turvallinen.
2. Materiaalivalinnat ja värimaailma tukevat valaistusefektiä: pubissa on oltava tummaa puuta. Värityt pitävät miltei yksinomaan tummassa punaisessa ja vihreässä.
3. Baaritiski on pubin sydän, ja pullot on asetettu näkyville baaritiskin taakse.
4. Pub on sosiaalinen kohtauspaikka, jonka tilaratkaisut mahdollistavat luontevan kanssakäymisen, ja esimerkiksi taustamusiikki ei saa olla liian huomiota herättävää.
5. Edelleen sosiaaliseen funktioon liittyen pubin koko ei saa kasvaa liian isoksi. Optimaalisena asiakaskunnan määränä voisi pitää noin 150 ihmistä, mikä vertautuu heimoyhteisön ideaaliseen kokoon.
6. Pubilla täytyy olla yhteys katutasoon niin, että publiin poikkeaminen ei vaadi suurta manööveriä vaan ainoastaan vinon askeleen. Toisin sanoen pub ei voi sijaita ylemmässä kerroksessa, vaan sisäänkäynnin täytyy avautua välittömästi pub-interiööriin ja toiseen suuntaan välittömästi kadulle.
7. Palvelutarjoama, tuotteet: pubia ei ole olemassa ilman oluttarjoilua, jonka rinnalla tulee yhtä itsestään selvänä olla myös viskimaailma. Viinit ja cocktailit tulevat vasta näiden perustuotteiden jälkeen.



Olkoon edellä oleva listaus suurpiirteinen, mutta kuitenkin välttämätön pubin tunnusmerkistö, jonka riittävän hyvä toteutuminen tarvitaan, jotta pubin idea materialisoituisi. Mikäli näiden tunnuspiirteiden rinnalle otetaan liikaa muita kategorioita tai jokin perusominaisuus puuttuu, on vaara, että tapahtuu irtoaminen pubin traditiosta, millä taas on voi olla vakavia liiketaloudellisia vaikutuksia. Pubin ulkoisia tunnusmerkkejä ei kannata tieteen tahtoen ehdollistaa, koska näyttäisi siltä, että juuri nämä piirteet tekevät pubin. Mahdollisesti ne resonoivat syvällä olevien tunteiden ja tarpeiden sekä paikallisesti yhteisön kollektiivisen muistin kanssa.



CASE

LAILA

LAILA ON 2012 Joensuuhun perustettu karaoke- ja olutravintola, jonka visuaalinen ilme ja sisustus ovat suunnittelemani. Ajatuksena oli yhdistää olutravintola ja karaokebaari yhdeksi toimintakokonaisuudeksi. Tuona ajankohtana Joensuussa ei ollut muita karaokebaareja – nyttemmin niitä on tullut useita lisää. Paikalla oli alkuaan Joensuun ensimmäinen brittipubi Kultainen noutaja, mikä antoi luontevat materiaaliset ja sosiaaliset puitteet tehdä Lailasta pubimainen karaokebaari, eli muutos toteutettiin noudattaen publi-estetiikkaa.

Halusin luoda vaikutelman, että Lailalla on perinteitä ja että se on ollut paikalla aina. Tällaista mielikuvaa tavoittelee myös ravintolan nimeen sisältyvä viittaus suomalaisen iskelmän ikoniseen hahmoon Laila Kinnuseen, samoin kuin seinätapetit, joissa on kuvattu edesmenneitä laulajasuuruuksia eri aikakausilta. Tapetit on patinoitu näyttämään siltä kuin ne olisivat olleet tilassa vuosikymmeniä. Näin rakennettiin historian tuntu vasta perustettuun, uuteen ravintolaan. Sisustusratkaisut noudattavat pubin perinteisiä valintoja: tummaa puuta ja tummia värisävyjä, ja kaikki materiaalit baarijakkaroiden nahasta baaritiskin massiivipuuhun ovat aitoja.



ONKO PUB HETEROTOPIA?

MICHEL FOUCAULT'N HETEROTOPIOITA käsittelevä kirjoitus ”*Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias*” (1984/1967) innoitti pohtimaan tiloja, jotka täyttävät jonkin ominaisuuden kaupunkiympäristössä – olkoonkin, ettei Foucault'n luonnosmainen esitys suoraan antanut mitään vastauksia. Leskinen – ja pub yleensä – tarjoaa tilan, jossa voi päästä hetkeksi irti arkitodellisuudesta ja astua sisään toiseen, heterotooppiseen – maailmaan, jossa arkimaailman lainalaisuudet eivät sellaisenaan päde.

Foucault jäsentää kuusi erilaista heterotooppista periaatetta:

1. Kriisivaiheen heterotopiat, esimerkiksi armeija, sisäoppilaitos tai kuherruskuukausi hotellissa. Poikkeaman heterotopiat, esimerkiksi vanhainkoti, psykiatrinen sairaala, vankila ja hautausmaa.
2. Yhteensopimattomat tilat, kuten teatterinäyttämö, elokuvateatterin valkokangas tai itämainen puutarha, jotka ovat eräänlaisia hybridejä mikrokosmoksia.
3. Ajan heterotopiat, kuten museo tai kirjasto, jotka yhdistävät eri ajankohtia samassa paikassa asettuen kuitenkin itse ikään kuin ajan ulkopuolelle, koska pyrkivät säilyttävässä funktiossaan torjumaan ajan hävittävän ja rapauttavan vaikutuksen.
4. Rituaalisen puhdistautumisen tilat, jotka eristyvät julkisista tiloista. Esimerkiksi skandinaavisiin ja turkkilaisiin saunoihin sisältyy erilaisia rituaaleja.
5. Viimeinen heterotopia on suhteessa kaikkeen muihin tiloihin. Sen funktiona joko luoda illusionistinen tai täydellisen reaalinen tila vastakohtana arjen sotkuisille tiloille.

Pub erottuu kaupunkitilasta heterotooppisena yksikkönä, joka poikkeaa muista paikoista. Samoin kuin hautausmaalla hiljentää puhettaan ja muuttaa käyttäytymistään, pubissakin tapahtuu käyttäytymisen muutos.

Hautausmaa on yksi Foucault'n tyyppiesimerkki heterotopioista. Niiden sakraalisuus on tunnistettava, vierailipa missäpäin maailmaa tahansa, ja tunne on uskonnosta riippumaton.





Pubissa ikään kuin astutaan kulissemiin ja mukaan näytelmään. Pub kutsuu meitä sisälle, osalliseksi draamaan, jolla on meille suurempi merkitys: pub peilaa menneisyyttä, muistia ja historiaa.

Pubin kokemista voisi kuvata vaikkapa seuraavasti: Astut hämärään, lämpimään tilaan, jossa tumma puu ja sisustusmateriaalit luovat lämpimän tunnelman. Näet baaritiskin oluthanoineen ja sen takana kimaltavien pullojen rivistön, jonka taustalla oleva peili moninkertaistaa. Tarjonta luo syyn olla pubissa, se antaa alibin, jonka ohella voi kuluttaa aikaa, katsoa päivän lehteä, kohdata ihmisiä ja aloittaa keskustelun tuntemattoman kanssa, mikä ei välttämättä onnistuisi yhtä luontevasti muualla.

Samalla astut kaikkiin maailman pubeihin, johonkin jaettuun tilaan (public house), joka on tuttua ja tekee sisään menemisen helpoksi. Olitpa missä tahansa maanosassa, kaupungissa tai taajamassa, astuessasi publiin astut samalle näyttämölle aina uudelleen. Kaikissa toteutetaan samaa mielikuvaa. Pubeihin liittyy déj-à-vun kaltainen tunnistamisen elämys, sillä pubit peilaavat toisiansa ja historiaansa. Näin jokainen pub on eräänlainen teleportti, star gate. Pub on arkkityyppinen paikka, jossa tapahtuu siirtyminen toiseen tilaan ja ikuiseen alkuaikaan (Eliade, 1960) tai jossa solmiutuu väliaikainen arkaainen sosiaalinen sidos, eräänlainen uusheimolaisuus (Maffesoli, 1995).

Tämän kaltaista tilaa, joka on samanaikaisesti materiaallinen (ks. edellä selostetut pubin kriteerit) ja virtuaalinen (portti toiseen tilaan ja aikaan) voi kutsua heterotopiaksi. Foucault'n heterotopia-essse on luonnosmaisuuudessaan ja fragmentaarisuudessaan pikemmin heuristinen kuin todellisia asiantiloja kuvaava, joten käytän sitä juuri tässä suunnassa, oivaltamaan auttavana välineenä, joka avaa ymmärrystä pubista toisenlaisena tilana. Pub on ontologisesti eräänlainen kiasmi, ristikkäiskuvio tai silmukka, jossa on mahdollista olla yhtä aikaa kahdessa tilassa. Peili tällaisena kiasmaattisena materiaalis-virtuaalisena rakenteena onkin Foucault'lle esimerkinomainen heterotooppinen tila. Edelleen Foucault'n mukaan 1960-luvun loppupuolelle, jolloin postmodernismi jo oli vahvasti tulollaan, on ominaista paikkojen verkostoituminen, niiden kietoutuminen toisiinsa ja asettuminen erilaisiin suhteisiin keskenään. Heterotopiat heijastelevat toisia paikkoja muuntaen niiden merkityksiä ja mittasuhteita. Näin ne tuottavat uudenlaista paikallisuutta. (Kupiainen 2014, 38.)

CASE

JET SET BAR

JET SET BAR perustettiin Joensuuhun 1991. Nimi viittaa modernin juppikauden mielikuviin ja on sittemmin muuttunut itseironiseksi. Jet Set oli sporttibaari – urheilijoiden ja urheilun ystävien suosima paikka. Jet Setin perustaja on itsekin entinen juniorikiekkoilija. Urheiluteema jatkui 2000-luvulle ja Jet Set vakiinnutti maineensa nuoremman aikuisväen biletys- ja aloituspaikkana. Kuitenkin vuonna 2007 omistaja otti minuun yhteyttä ja kertoi kyllästyneensä sporttibaari-ideaan. Myös asiakaskunta oli vuosien mittaan varttunut ja perheytynyt ja sen mieltymykset muuttuneet, osa oli jo kokonaan kaikonnut ja ydinryhmäkin alkoi hiipua. Hän kertoi, ettei jaksakaan enää panostaa Jet Setiin entiseen tapaan, kun kipinä puuttuu. Kun kysyin, millaisessa paikassa hän sitten itse haluaisi käydä, vastaus tuli epäroimättä: ”Englantilaisessa pubissa.” Jatkoin ehdotuksella: ”Entäpä jos muutettaisiin Jet Set visuaalisesti pubiksi?”

Kävimme Lontoossa ekskursiolla tutustumassa paikallisiin pubeihin. Jet Set koki muodonmuutoksen pubiksi: se sai tammilattiat, baaritiski muuttui modernista puiseksi ja pubimaiseksi, valaistuksesta tehtiin hämyisempi... Perusidea sporttibaarista jäi, mutta esimerkiksi pelaajien paidat kehystettiin. Kanta-asiakkaat ottivat uudistumisen mielihyvin vastaan, ja osa Jet Setin jättäneistä palasi takaisin. Omistaja sai itsekin uutta virtaa paikasta, jossa itsekin viihtyy. Hän tapaa tehdä perjantain päivävuoron itse ja jäädä kuuldelta tiskille nauttimaan muutaman oluen.

Materiaali ja värimaailmaksi valikoitui tumma punertava tammi, sammaleen vihreä ja messinki. Samat värit toistuivat myös uudessa logossa. Myöhemmin Jet Setille on suunniteltu omat baarijakkarat, jotka sopivat muotokieleen mutta ovat samalla materiaaltaan publiin sopivat.



Jet Set Barin logo, 2008.



Suunnittelemani baarituoli, 2017.

Jet Setiin on kerätty muidenkin lajien kuin jääkiekon urheilumuistoja. Myös useat joensuulaiset bändit ovat jättäneet muistoesineitä. Näille esineille on tehty oma vitriini.



ARKKITEHTUURI JA RETRONOSTALGIA

PALATAKSENI ENSIMMÄISEN LUVUN alkuvirikkeeseen ja Leskiseen: huoli siitä, löytävätkö ja tunnistavatko Leskisen asiakkaat edelleen paikan huolimatta muutosta uusiin tiloihin, viritti kysymään, miten luoda tunne paikan identiteetin jatkuvuudesta. Asetin uuden Leskisen suunnittelun tavoitteeksi sen, ettei menetetä vanhan tilan henkeä, sen sielua. Se vaara on aina olemassa, kun yrityksen toimitilat vaihtuvat. Heterotopian pohdiskelu sai minut oivaltamaan, että mahdollinen ratkaisu oli tietysti viittein luoda uudessa paikassa yhteys pubin perinteeseen, niin että uusi paikka olisi samanaikaisesti uusi mutta myös ikivanha.

Muotoilen tämän haasteen käytännön ulottuvuuden seuraavasti: Miten tyhjäan uuteen tilaan luodaan uusista materiaaleista uudestaan vanha ravintola? Miten luodaan tunne jatkuvuudesta? Miten säilytetään paikan henki, genius loci?

Yksi ratkaisu olivat kampanjajulisteet, jotka oli tietoisesti suunniteltu luomaan vanhan vaikutelmaa, kun muutoin pinnat olivat uusia ja tuoksuivat tuoreelta maalilta. Tässä vaiheessa suunnitteluun tuli mukaan taaksepäin katsova retro-estetiikka, josta muodostui Leskisen markkinoinnin ja ilmeen yksi tyyllinen kehys.

Seuraavilla sivuilla oleva katkelma on lainattu kirjoittamastani referee-artikkelista, joka julkaistiin 2014 artikkelikokoelmassa *Mahdollinen kirja* (toim. 2014). Nostalgisen tunnetilan ymmärtämiselle retron käsitteen avaaminen on keskeistä. Koska artikkeli oli osa taiteen maisterin lopputyötäni Aalto yliopistolle, on sen tarkastelukulma eri kuin tässä diplomityössäni, jossa teen havaintoja ja kommentoin sitä arkkitehtuurin ja suunnittelun näkökulmasta. Erityisesti kaupunkisuunnittelussa retron käyttö on saanut kyseenalaisia uusvanhoja piirteitä.

Vanhaa representoiva retro-tyyli on ollut markkinointiviestinnän keinovalikoimassa jo pitkään, ja siitä on tullut enenevässä määrin trendi. Digiteknologia on mahdollistanut kuvien ja aiheiden kopioimisen ja digitaalisen vanhentamisen helposti – mistä on hyvä nä esimerkkinä Instagram-kuvien jakopalvelu. Tästä vaivattomuudesta seuraa kuitenkin myös se, että retro jää helposti päälle liimatuksi tyylliseksi kliseeksi. Juuri siksi pitäisi pohtia, miten retroa tulisi käyttää, mikä merkitys sen käytöllä kulloinkin on ja mitä sillä saavutetaan.

Ravintola 45-Specialin
katutason baaritiski, joka suunniteltiin
vuoden 2008 muutoksen yhteydessä.





Retrosta on kehittynyt megatrendi, joka on löytänyt tiensä kaikille populaarikulttuurin osa-alueille. Ilmiö on läsnä niin musiikissa, muodissa, elokuvissa, sisustamisessa kuin teollisessa muotoilussa – itse asiassa retron kutsuminen ”trendiksi” tai ”ilmiöksi” ei välttämättä tee sille oikeutta, sillä vaikuttaisi siltä, että retro on vakiinnuttanut asemansa erityisenä järjestelmänä, jonka sisällä on omat muoti-ilmiönsä, tyyliinsä ja trendinsä (vrt. Brown 2013, 522). Retrosta on tullut itsestään selvä ja normatiivinen osa nykykulttuuria.

Kun miettii arkkitehtuurin ja muidenkin taiteiden kertaustyyliä, niin eivätkö nekin ole olleet tietynlaista retroa – paluuta menneeseen, ja näin ne käyttivät hyväksi nostalgian tuomaa mielihyvää?

Retrosta puhutaan siis mitä erilaisimmissa yhteyksissä, mutta samalla termin merkitys hämärtyy. Yleistäen retro on uudelleen tuotettua tai tulkittua lähimenneisyyden populaarikulttuuria. Retroon sekoitetaan usein toinen paljon käytetty aikalaistermi vintage, jolla viitataan ’aitoon’ ja ’originaaliin’ tuotteeseen. Alun perin vintagella on tarkoitettu vuosikertaviiniä (Merriam Webster’s Collegiate Dictionary 2012), mutta nykyään termillä viitataan yleisesti kaikenlaiseen vanhan materiaalin keräilyyn – kuitenkin niin, että kyse on yleensä alle sadan vuoden ikäisistä esineistä; tätä vanhempi materiaali mielletään antiikkiin kuuluvaksi.

Designin historiaa tutkinut Elisabeth Guffey arvelee, että retro omaksuttiin nykykieleen ensimmäisten avaruuslentojen jarrurakettien nimityksestä retro-rockets (Guffey 2006, 12), ja hänen mukaansa ensimmäisenä varsinaisena retro-ilmiönä pidetään 1960-luvun puolivälissä alkanutta Art nouveaun ihailua ja aikakauden visuaalisen ilmaisun uudelleen käyttöä (Guffey 2006, 27, 30). Etymologisesti retro juontuu latinan etuliitteestä retro-, jolla tarkoitetaan ’taaksepäin suuntautuvaa’ tai ’takana olevaa’ (Merriam Webster’s Collegiate Dictionary 2012). Sitten termi on yleistynyt tarkoittamaan asiaa tai ilmiötä, joka hakee vaikutteensa menneisyydestä – mutta kuten osoitan, retro on hyvin monitahoinen, jopa ristiriitainen ilmiö, johon mahtuu erilaisia painotuksia ja vivahteita.

Retro on lanseerattu käsitteenä samoihin aikoihin, kun postmodernismi. Pastissi, ironia, pilailu sekä leikkisyys, jotka tavataan usein liittää postmodernismiin (Brown 2001, 13), luonnehtivatkin hyvin myös retroa. Retron tunnusmerkiksi on myös nähty nostalgia ilman sentimentaalisuutta (Guffey 2006, 19). Nostalgia (kr. nostos 'kaipuu kotiin', algos 'tuska') tarkoitti alkuaan erityistä riuduttavaa sairautta, 'koti-ikävä', jota kauas kotikonnuiltaan joutuneet palkkasotilaat potivat. Nykymerkityksessään nostalgia viittaa yleisesti menetetyn tilan, paikan ja tunnelman kaipuuseen, haikeaan ja surumieliseen ikävöintiin, joka suuntautuu menneisyyteen (Sallinen 2004, 81–82; Rossi & Seutu 2007, 8–9). Sen sijaan retrossa menneisyyttä tarkastellaan pikemmin ironisoiden kuin haikailen (Reynolds 2011, xii–xiii). Mitä lähempänä menneisyydessä retron kohde on, sitä enemmän se saa osakseen ironisia vivahteita. Paljon siteerattu James Laverin laki kuvaa humoristisesti muodin kiertokulkua ja ilmentää osuvasti retron suhdetta aikaan. Vain muutaman vuoden takainen muoti-ilmio koetaan nuhriseksi ja epäkiinnostavaksi, koska se ei ole vielä saanut ympärilleen ajan kultaamaa kehystä, kun taas muutaman vuosikymmenen kuluttua sama ilmio alkaa saada nostalgian sävyttämää hohtoa:

Säädytön 10 vuotta ennen aikojaan
Häpeämätön 5 vuotta ennen aikojaan
Uskalias 1 vuosi ennen aikojaan
Fiksu ”Nykyinen muoti”
Nuhruinen 1 vuoden kuluttua
Hirveä 10 vuoden kuluttua
Naurettava 20 vuoden kuluttua
Huvittava 30 vuoden kuluttua
Viehättävä 50 vuoden kuluttua
Hurmaava 70 vuoden kuluttua
Romanttinen 100 vuoden kuluttua
Kaunis 150 vuoden kuluttua

(Guffey 2006, 160.)



Äkkiseltään tuntuu siltä kuin tätä edellisellä sivulla esiteltyä Lavers Law:ta ei voi ajallisesti siirtää arkkitehtuurin pariin, mutta kun alkaa miettiä tarkemmin, huomaa sen pätevän varsin hyvin myös rakentamiseen. Esimerkiksi 1980-lukulaisen Oulun Koulun mintun vihreiden ja pinkin sävyjen herättämästä huvittavasta viehättävyydestä ei voi välttyä.

Simon Reynoldsin mukaan retron aikaperspektiivi ulottuu ”miesmuistin” (living memory) piirissä oleviin ilmiöihin. Toisin sanoen kyse on lähimenneisyyteen liittyvistä asioista, jotka ovat vielä muistettavissa, sillä retro edellyttää kohteen muistamista tarkasti ja mahdollisuutta palata lähteiden äärelle. Reynolds katsoo, että tällainen henkilökohtainen kosketus menneisyyteen lisää tarkkuutta vanhan tyylin toistamisessa, olipa kyseessä musiikki, grafiikka tai muoti. Näin myös vältetään tahattomien vääristymien syntyminen (Reynolds 2011, xxx). Retron lähde voi nähdäkseni kuitenkin olla myös myöhempi representaatio ”alkuperäisestä” tietyn aikakauden tyylistä. Se, että representatio viittaa toisiin representaatioihin, aiheuttaa myös väistämättä ”alkuperäisen” tyylin muuntumista, kehittymistä ja sekoittumista. Esimerkiksi psychobilly omana rockin alakulttuurinaan on jo varsin kaukana 1950-luvun kapinallisesta rock’n’rollin perinteestä – puhumattakaan punka-, gotha-, surfa- tai trashabillystä.

Pubien kohdalla Reynoldsin aikaperspektiivissä tapahtuu päällekkäisyyttä: toisaalta nostalgian kohde voi olla 1990-luvun ketjuravintolapubi ja toisaalta se voi olla englantilainen 300 vuotta vanha pubi, joita löytyy vielä useita. Näin ne molemmat välittävät pubin ontologiaa, joka liittyy kaikkien näiden jälkeen päin tulleiden pubien kanssa.

Retroa luonnehtii myös sensitiivinen asenne kohteeseensa. Retro ei yleensä yksioikaisesti idealisoi tai sentimentalisoi kohdettaan vaan lähestyy sitä huvittuneen ihastuneena. Tällainen lähestymistapa ei ole tieteellinen eikä puristinen, vaan leikittelevän ironinen, eklektinen ja monimerkityksinen. Retro leikkii menneisyydellä ja käyttää mennyttä materiaalinaan, josta se valikoi aiheita, kierrättää niitä ja yhdistelee uudella tavalla. Näin retro kertoo enemmänkin omasta ajastaan kuin menneisyydestä, josta se hakee innoituksensa.

Retrolle on tilaus nykyihmisen arjessa. Yhteisölliset, sosiaaliset ja paikalliset sidokset ovat heikentyneet, uskonnon ja politiikan merkitys vähentynyt ja käsitys omasta paikasta sukupolvien ketjussa hämärtynyt (esim. Hall 1999). Postmodernille ajalle tyypillinen pirstaloitunut elämä ja juurettomuus saatetaan kokea vapauttavana mutta se voi myös tuottaa ahdistuneisuutta. Retro resonoi näiden molempien tuntemusten kanssa: se mahdollistaa postmodernin leikkittelyn mutta toisaalta tuottaa tutunomaisia, tunnistettavia tiloja, joilla on koordinaattinsa menneisyydessä, ja tällä tavoin sekä yhtäältä antaa ilmaisen postmodernille angstin ja juurettomuuden synnyttämälle ”koti-ikävä” ja toisaalta lievittää tuota koti-ikävä. Retroon itseensä sisältyvää postmodernia asennetta ilmentää se, ettei retrottua menneisyyttä oleteta aidoksi vaan sen kuvitteellisuus tiedostetaan ja avoimesti myönnetään – olkoonkin, että tällainen metatason orientaatio edellyttää menneisyyden tiedostavaa näkökulmaa.



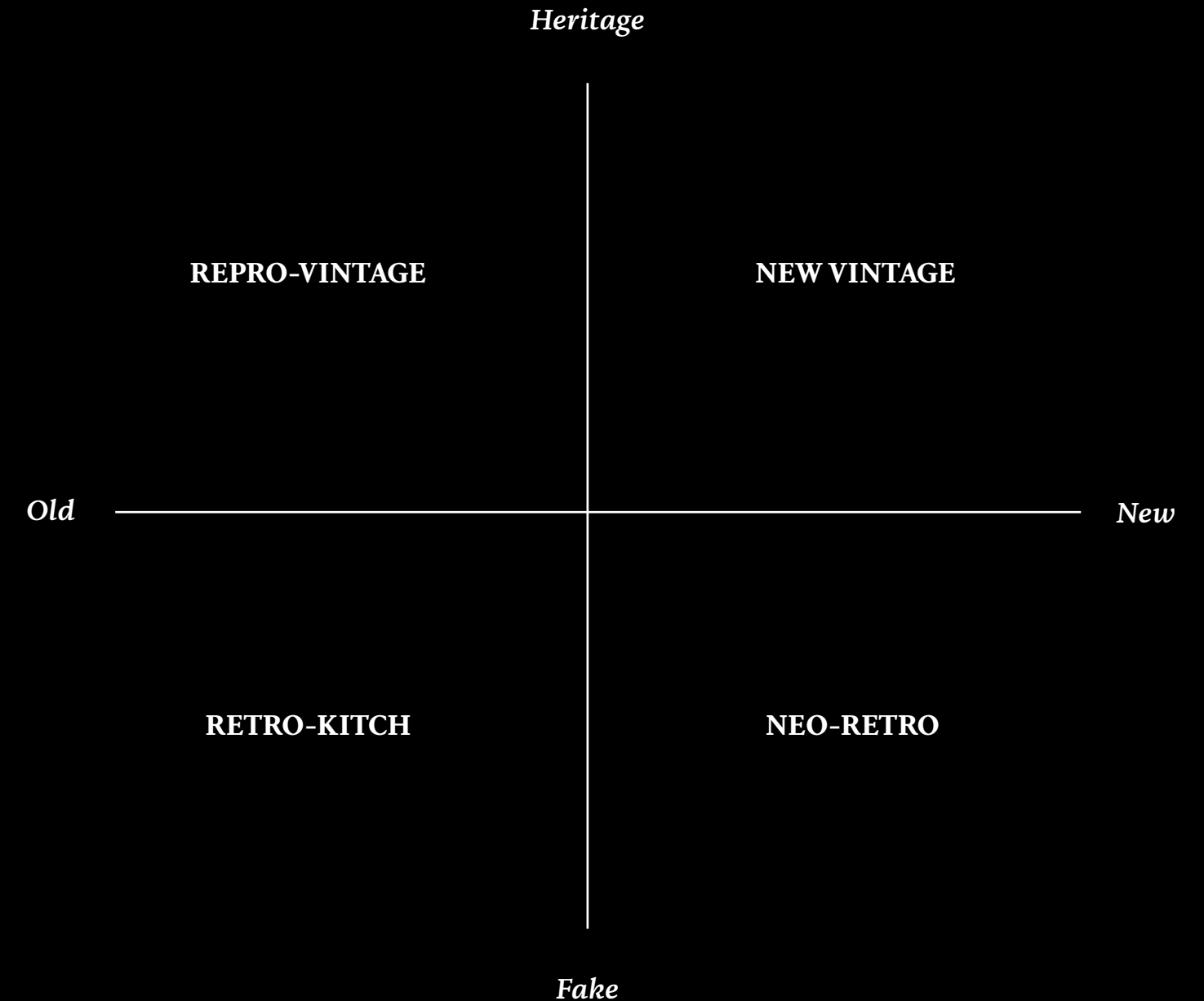


Kuten aiemmin kommentoin, on retrolle tyypillistä välitteisyys ja kerrostuneisuus. Retro ei välttämättä viittaa esikuvaansa suoraan, vaan saattaa rakentua aiemmalle retrolle eli olla representaatio aiemmista samanaiheisista retrorepresentaatioista. Tällä tavoin rakentunut uusi representaatio puolestaan muotoaa osaltaan tulevia retrorepresentaatioita. Tämän vuoksi, retroa tyylinään käyttävä suunnittelija on osaltaan vastuussa moraalisesti ja eettisesti, kuinka tämä representaation ketju välittyy seuraaville tulkitsijoille. Koska tämä tulkinta on aina subjektiivinen ja muodostuu kaikesta koetusta, olisi suunnittelijan velvollisuus perehtyä syvemmin retroilmiön representaatioihin.

RETRON NELIKENTTÄ ARKKITEHTUURIN JA MUOTOILUN REPRESENTAATIONA

KUN OTIN SUUNNITTELUN kehikseksi retron, minun piti – kuten pub-perinteen säilyttämisenkin kohdalla – hakea oikeutusta ja perusteita ratkaisulleni. Retroa kokevan pohdiskelun taustamotivaationa oli omakohtainen aseoituminen retron moninaisessa, kompleksisessa kentässä ja toisaalta myös pyrkimys perustella arvostelijoille, ettei retro ole vain päälle liimattu tyylikeino.

Näistä reflektioista syntyi retron nelikenttä, jota seuraavassa sovellan arkkitehtuurin ja suunnittelun jäsentämiseen. Mitä oli Oulun Koulu? Miten talotehtaiden talotehtaiden uusvanhat kartanot aseoituvat retro-kenttään? Entä Van Nelle Fabriek Rotterdammassa tai Chelsea Market New Yorkissa?



REPRO-VINTAGE

REPRO-VINTAGE EI VARSINAISESTI tuo kohteeseen uutta designia, vaan pyrkii säilyttämään ja palauttamaan vanhaa rakennuskantaa ja -tyyliä. Repro-vintagesta ei pysty erottamaan, onko kohde rakennettu omana aikanaan vaiko myöhemmin. Repro vintagen haasteena on toteuttaa kohde uudelleen niin, etteivät myöhemmät kerrostumat – materiaalit ja rakennustekniikat – erotu kokonaisuudesta. Ankarimmillaan repro -vintagen eetos edustaa totaalista pieteettiä, joka käyttää jopa alkuperäisiä menetelmiä ja työkaluja.



NEW VINTAGE

NEW VINTAGE VIITTAILEE menneisyyteen poimimalla tunnistettavia elementtejä arkkitehtuurin historiasta. Perinne huomioidaan muotokielessä, materiaalivalinnoissa ja mittakaavassa, mutta kysymys kuitenkin modernisoidusta perinteestä, sen evolutiivisesta jatkumosta. New vintage tuo tietoisesti suunnitteluun mukaan uutta, itsenäistä kerrostumaa. Vanhojen rakennusten lisärakennukset ovat parhaimmillaan new vintagea, pahimmillaan kulissimaista arkkitehtuuria.



NEO-RETRO

NEO-RETRO EI SUHTAUDU esikuviin vakavuudella, kuten New Vintage, vaan humoristisesti leikitellen. Tämä vapauttaa suunnittelua kipsaavista esikuvista ja luo niihin uudenlaisen suhteen. Neo-retro avaa perinteeseen tuoreita ulottuvuuksia ja antaa myös katsojalle ja kokijalle enemmän tilaa oivalluksiin.

Esim Oulun koulu asemoituu new vintagen ja neo-retron välimaastoon. Pahimmillaan neo-retro lähestyy retro-kitchiä, ja Oulun koulukin unohti lähtökohtansa ja alkoi representoida itseään, ajautuen kohti retro-kitchiä.



RETRO-KITCH

RETRO-KITSCH ON LAS VEGASMAISTA, päälle liimattua perinnettä, joka ei kunnioita perinnettä, vaan pyrkii luomaan illuusion mahdollisimman helpolla ja halvalla tavalla. Retro-kitchistä puuttuu myös uutta luova oivallus; se jää päälle liimatuksi pastissiksi, pelkäksi kuorrutukseksi.

Esimerkiksi talotehtaiden mallistojen pahimmat ylilyönnit edustavat retro-kitchiä tai huvipuistojen kulissit, joilla luodaan illuusioita lapsille. Materiaalimaailmasta tähän kenttää löytyy paljon esimerkkejä muovisista marmoripatsaista aina tiilitapetteihin.



Huomaan omaksuneeni arvottavan suhteen niihin ilmiöihin, joita jäsenän retron nelikentällä. ”Löydäkö” itseni neo-retrossa ja onko se todella olemassa oleva ilmiö – vai olenko itse luonut koko kentän itselleni, määritelläkseni omaa designiani? Totuus lienee näiden väittämien yhdistelmä. Varmaa on, että nelikentän kautta haen oikeutusta omalle suuntautumiselleni designissa. Toisaalta konkreettiset havainnot ja niistä tehdyt arvottavat johtopäätökset ohjaavat tekemiseni laatua. Varon, etten liukuisi retro-kitchiin, ja pyrin siksi tietoisuuteen erilaisista retron kategorioista ja retroestetikan hallittuun käyttöön. Väitän, ettei retro ole vain vanhan kopioimista vaan suunnittelun lähestymistapa, tyyliä. Sen koordinaatit ovat menneisyydessä, ja se vaatii suunnittelijalta omakohtaista näkemystä, taitoa ja laajan assosiaatiokentän.



ZIVAGO

Suunnittelemani logo.

RAVINTOLA ZIVAGO AVATTIIN keväällä 2017 Kirjokulman talon liikehuoneistoon, jossa aikaisemmin on sijainnut Suomalainen kirjakauppa ja viimeksi Finlaysonin myymälä. Tilan vapautumista oli odotettu jo pitemmän aikaa, koska rock-ravintola 45-Specialin omistaja Ilpo Sulkala haaveili perustavansa 45:n rinnalle hieman vanhemmalle asiakasryhmälle suunnatun, rauhallisemman ravintolan, joka keskittyisi ruokatarjoiluun ja loisi puitteita seurustelulle.

Zivago jakautuu kahvilaan ja ylemmällä tasolla olevaan ruokailutilaan. Ylätason ruokalutilan matalaa huonekorkeutta kasvatettiin visuaalisesti perinteisellä amerikkalaisiella prässätyllä peltikatolla (tin roof). Jo 45:ssä luotua retromaailmaa vietiin tyyllisesti pidemmälle niin kutsumaani vindustrialismin suuntaan (vintage + industrial), joka on ollut mielestäni yksi retrosisustuksen trendi jo useamman vuoden ajan. Vaikutteita Zivagon sisustusratkaisuille haettiin Berliinistä ja suurimman osan Zivagon kalusteista ja vanhoista valaisimista toimitti sikäläinen vanhoihin teollisuuskalusteisiin erikoistunut Urban Industrial -liike.



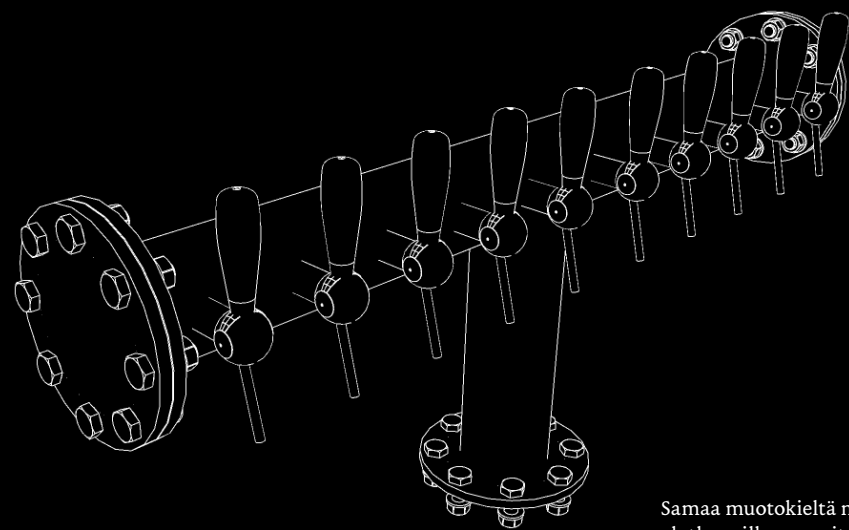


Ruokailutilan peltikatto on valmistettu samalla menetelmällä kuin 1800-luvun lopulla.

Kahvilatilan pintamateriaalit jätettiin mahdollisimman raaiksi. Esimerkiksi vanhan laatan alla ollut lattia hiottiin ja vain kuultomaa-lattiin. Paljastuneet tiilirakenteet jätettiin näkyviin, ja pilarien tasoitus tehtiin varoen liiallista viimeistelyä.

Myös ruokailutilan päätyseinästä poistettiin pinnoite, ja vanha tiiliseinä jäi näkyviin. Lattian lankut ovat rustiikitammea.





Alakerran baaritiskin etupinta on happokäsiteltyä messinkipeltiä. Jalkaputki on konstruoitu teollisuusputkesta ja valurautaisista liitosista.

Samaa muotokieltä noudattaa myös oluthanoille suunniteltu kymmenhanainen oluttukki.

Postmodernin teoreetikko ja kriitikko ja monialainen kulttuurintutkija Fredric Jameson katsoo, että eräs postmodernin, globaalin myöhäiskapitalistisen järjestelmän merkittävistä ilmentymistä on pastissi, joka on tyhjää parodiaa, pelkkää lainailua, josta puuttuu kriittinen, satiiri-nen intentio. (Jameson 1986, 243–245).

Pastissi on jonkin erityisen naamion jäljittelyä, puhetta kuolleella kielellä; mutta se on neutraalia tekeytymistä ilman mitään parodian taka-ajatuksia, satiirin yllyke on siitä karsittu, se on vailla naurua ja minkäänlaista uskoa siihen, että tuokioksi lainatun epänormaalin kielen rinnalla olisi olemassa jokin terve normaalius. Pastissi on siis tyhjää parodiaa - -. (Jameson 1986, 245.)

Tähän postmoderniin pintaistumiseen, fragmentoitumiseen, itseensä viittaavuuteen ja pastissin estetiikkaan liittyen Jameson varoittaa myös historiantajun menetyksestä, syvydettömyydestä ja eräänlaisesta kulttuurisesta amnesiasta:

[O]lemme nyt uudessa ja omaperäisessä historiallisessa tilanteessa, tuomituina etsimään Historiaa – joka itse jää ainaiseksi tavoittamattomiin – omien siitä värkkäämiemme pop-kuvien ja smulacrumien kautta. (Jameson 1986, 254.)

Miten retroestetiikka asemoituu suhteessa Jamesonin visioihin? Retroa voisi tarkastella – sen sijaan että se tuomittaisiin pinnalliseksi ja historiattomaksi vanhan kierrättämiseksi – jopa parhaimmillaan yhtenä mahdollisena ironisena ja itsereflektiivisenä historiallistamisen strategiana. Suunnittelustrategiana, joka aktiivisesti etsii suhdetta historiaan mutta samanaikaisesti tiedostaa, ettei meillä ole pääsyä siihen muuten kuin representaatioiden välityksellä.



CASE

45-SPECIAL

OULULAINEN ROCKRAVINTOLA 45-SPECIAL eli ”nelivitonon” avattiin 1990, legendaarisen Rattori-Lupin seuraajaksi. Sisustukselle antoi leiman Veli-Matti Sormusen suunnittelema tyylielity hajooneen vankilan teema, joka kuvasteli ajan postmodernia henkeä. Vähitellen rock-ravintolan tarpeiden muuttuessa aloin tekemään remonttien yhteydessä pala palalta suunnittelukohteita 45:een, ensiksi ravintolakäyttöön paremmin soveltuvia funktionaalisia muutoksia.

Vähitellen paikan lay-out muuttui – yläkerrassa tavoiteltiin isompaa rock-clubin tilallisuutta esiintymiskorokkeineen ja kaarevine ruosteisine peltiseinineen. Kellarikerros rock-luolan loosien järjestystä muutettiin palvelemaan paremmin asiakkaiden tarpeita. Viimeisenä muutukosena keskikerrokseen toteutettiin avoin valoisa rock-cafe, kun keskikerroksen narikka vaihtoi paikkaa ja ikkunat avattiin kadulle.

45:n sisustusta hallitsee retron materiaalimailma: ruostunut pelti, tumma tammi ja vesijohtoputkista tehdyt elementit. Näkyvillä ovat myös vanhat tiiliseinät ja betonipilarit.





LOPPUSANAT

TÄTÄ DIPLOMITYÖTÄ TEHDESSÄNI oivalsin retroestetiikan olleen oireenomaisesti läsnä jo ensimmäisissä kohteissani. Esimerkiksi 1990-luvulla suunnittelemani oululaisen Wingerin sisustus haki vaikutteensa 1950-luvun amerikkalaisesta dinerista. Tuolloin hakeuduin retroon intuitiivisesti, ammentaen länsimaisen populaarikulttuurin menneiden vuosikymmenten kuvastoista ja muotokielestä. Nyt pyrin samaan tietoisesti, strategisesti ja hallitusti, ja tämä on ollut keskeisenä taustamotivaationa myös lopputyössäni.

Kun aloitin arkkitehtuurin opinnot, traditiosta inspiroituvaa suunnittelua pidettiin kitchahtavana. Ehkä tällainen asennoituminen osaltaan vaikutti siihen, etten tuolloin kokenut löytäväni omaa lokeroani modernin arkkitehtuurin kehyksestä, vaan suuntauduin toisaalle, markkinoinnin ja graafisen suunnittelun pariin. Vuodet suunnittelutyössä ovat kuitenkin tuoneet varmuutta, samoin retroestetiikan haasteiden ja mahdollisuuksien reflektointi nyttemmin, opiskelujen loppuunsaattamisen yhteydessä.

Koen myös rohkaisevaksi sen, että retron merkityksestä arkkitehtuurin suunnittelun kentässä on virinnyt keskustelua. Retron soveltaminen suunnitteluun vaatii herkkyyttä ja kriittisyyttä, jotta tyylin parhaat puolet pystytään käyttämään hyväksi. Se ei ole helppo tie, mutta taitavasti käytettynä retro sisältää laajempaakin kulttuurista muutospotentiaalia.



LÄHTEET

Brown, Stephen 2001: *Marketing –The Retro Revolution*. London-Thousand Oaks-New Delhi: SAGE.

Brown, Stephen (2013) Retro from the Get-Go; Reactionary Reflections on the Marketing’s Yestermania. *Journal of Historical Research in Marketing*. Vol. 5 No. 4, 521–536.

Dickens, Charles (1842) *The Posthumous Papers of the Pickwick Club*. Vol. II. Leipzig: Bernhard Tauchnitz.

Eliade, Mircea (1960) *Myth, Dreams, and Mysteries. The Encounter Between Contemporary Faiths and Archaic Realities (Mythes, rêves et mystères)*. Transl. by Philip Mairet. New York: Harper & Row.

Foucault, Michel (1986) Of Other Spaces. *Diacritics* 16 (Spring 1986), 22–27.

Guffey, Elizabeth E. (2006) *Retro – the Culture of Revival*. London: Reaktion Books Ltd.

Hall, Stuart 1999: Kulttuurisen identiteetin kysymyksiä (The Question of Cultural Identity, 1992). Suom. Mikko Lehtonen ja Juha Herkman. Teoksessa *Start Hall: Identiteetti*. Toim. Mikko Lehtonen ja Juha Herkman. Tampere: Vastapaino, 19–76.

Jameson, Fredric (1986) Postmodernismi eli kulttuurin logiikka myöhäiskapitalismissa (Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism, 1984). Suom. Erkki Vainikkala ja työryhmä Kimmo Jokinen, Jukka Laari & Kaarlo Laine. Teoksessa *Moderni/postmoderni. Lähtökohtia keskusteluun*. Toim. Jussi Kotkavirta & Esa Sironen. Helsinki: Suomen tutkijaliitto, 227–279.

Jennings, Paul 2011 *The Local. A History of the English Pub*. History Press Limited

Kupiainen (2014) Nuorten luovat mediakäytännöt kaupunkitilan heterotopioina. *Media & viestintä* 37(2014): 1, 34–47.

Maffesoli, Michel (1995) *Maaailman mieli. Yhteisöllisen tyylin muodoista (La contemplation du monde. – Figures du style, 1993)*. Suom. Mika Määttänen. Helsinki: Gaudeamus.

Merriam Webster’s Collegiate Dictionary (2012). Eleventh edition. United States of America: Merriam Webster.

Mujunen, Tuomas (2014) Retro proudly represents – kuinka luoda uusia menneisyyksiä. Teoksessa *Mahdollinen kirja. Kulttuurintutkimuksen 15. seminaari ”Mahdolliset maailmat” Oulun yliopistossa syksyllä 2012*. Toim. Satu Koho, Jyrki Korpua, Salla Rahikkala & Kasimir Sandbacka. Oulu: Oulun yliopisto, 176–207.

Reynolds, Simon (2011) *Retromania. Pop Culture’s Addiction to its Own Past*. London: Faber and Faber Ltd.

Rossi, Riikka & Seutu Katja (2007) Nostalgian lukijalle. Teoksessa *Nostalgia. Kirjoituksia kaipuusta, ikävästä ja muistista*. Toim. Riikka Rossi & Katja Seutu. Helsinki: SKS, 7–12.

Sallinen, Susanna (2004) Koti-ikävä ja nostalgia arjen kokemuksena. Teoksessa *Koti, kaiho, paikka, muutos*. Toim. Päivi Granö, Jaakko Suominen ja Outi Tuomi-Nikula. Kulttuurituotannon ja maisematutkimuksen laitoksen julkaisuja IV. Turku: Turun yliopisto, 79–102.

VALOKUVAT

Raimo Ahonen 12

Matej Hudovernik 53

Kati Leinonen 4, 6, 8, 11, 23, 28, 33, 34, 38, 41, 42, 47, 49, 51, 54, 57, 58, 59, 60, 61, 65, 66, 67, 69

Kuvaaja tuntematon 19, 20, 27, 31

KIITOKSET

PROFESSORI ANNA-MAIJA YLIMAULALLE työni ohjauksesta ja patistamisesta sen loppuun saattamiseen
YLIOPISTONLEHTORI AULIKKI HERNEOJALLE vuosia kestäneestä ystävyydestä ja tuesta opintojen suorittamisessa
SUUNNITTELIJA LEENA KUORELAHDELLE työtoveruudesta arkkitehtitoimisto Juha Pasasella ja opintojen ohjaamisesta
ARKKITEHTI JUHA PASASELLE viisaista ajatuksista arkkitehtuurista ja elämästä
PROFESSORI TAPIO VAPAASALOLLE rohkaisusta retron tutkimiseen jo Taideteollisessa Korkeakoulussa
TUTKIJA ILMARI LEPPIHALMEELLE syvällisistä keskusteluista ja kielenhuollosta
VAIMOLLENI KATI LEINOSALLE uskosta työni valmistumiseen ja valokuvista
VANHEMMILLENI kiinnostuksesta työtäni kohtaan ja kannustuksesta
TYTTÄRILLENI näkymistä huomispäivään
OPISKELIJATOVEREILLE mukavista 1990-luvun taitteen vuosista