

## Näyttelyjä

Yrjö Sepänmaa

# Shanghai hiidenkirnussa

Expo 2010. Shanghai, Kiina, 1.5.–31.10.2010.

”*Olkoon huominen kaunis*”, julisti Hannoverin Expo-maailmannäyttely vuonna 2000. Vielä voimassa oleva 15-vuotishjelma ja muut menneiden vuosien teemat ja tunnukset ovat jo päätyneet historiahalliin. Nyt, vuonna 2010 Shanghaissa, kookuva iskulause on yhtä lailla vaatimus ja lupaus: ”*Parempi kaupunki, parempi elämä*.” (Bureau of Shanghai... 2010.)

Viisi teemanäyttelyä käsittelivät kaupunkilaisten arkea eri puolilla maailmaa, kaupunkia itseään elollisena olentona, planeetta Maata, inhimillistä jalanjälkeä ja kaupungin tulevaisuutta. Kaikki oli toteutettu tutkivan taiteen keinoin tietoa ja elämyksellisiä aineksia taitavasti yhdistäen. Koskettavin oli kuuden eri puolilta maailmaa valitun erilaisen perheen työn, kotielämän ja harrastusten seuraaminen. Perheet ehtivät tulla niin tutuiksi, että loppukuvan hyvästijättövilkutuksiin teki mieli vastata.

”*Kaupunki olemme me ihmiset*”, tämä lause muistutti sosiaalisten suhteiden tärkeydestä; ulkoisen kaupunkirakenteen alla on jotakin vielä tärkeämpää, ihmisten ja ihmissuhteiden verkosto. Kaupunki ei siis ole vain ihmisille, ihmisten, vaan he yhdessä ovat sosiaalinen suhdeverkosto, kaupunki. Useimmin toistuva sana koko Expossa oli harmonia. Sillä viitattiin niin ihmissuhteisiin kuin luonto- ja ympäristöasenteisiinkin, myös kunkin sisäiseen tilaan.

Tunnuslause tuntui viittaavan siihen, että vain kaupungissa ja kaupungistumisessa on tulevaisuus. Kun kaupungeilla on vielä ilmeinen taipumus kasvaa yhä isommiksi, olisi ollut syytä puhua myös pienempien kaupunkien, kylien ja maaseudun puolesta. Tästä muistutti toisessa yhteydessä *China*

*Dailyn* yleisönosaston kirjoittaja (17.8.), joka näki asiassa tasa-arvokysymyksen. Suomen sanoma, korkean teknologian ja luonnon yhdistelmä, oli samanhenkinen.

Ulkoisesti Shanghai näyttely edusti fantasia-arkkitehtuuria, vielä pitemmälle vietyä sitä, mitä jo on toteutettu – ja myös runsaasti kritisoitu – Shanghaissa ja Pekingissä. Paviljongit kilpailivat yleisön huomiosta kuin asunotomessutalot, toisiaan huomioon ottamatta. Nähtiin teknisesti ja esteettisesti haastavia tila- ja muotoratkaisuja, mutta usein oli kysymys vain siitä, että sinänsä tavallinen rakennus oli verhottu yllättävin materiaalein (Iso-Britannia, Espanja). Tämä kaikki johti kokonaisuuden levottomaan ilmeeseen, olivat yksilösuoritusket sitten kuinka arvokkaita tahansa.

### Ekologiseen utopiaan

Nähtävillä oli järjestäjien tarjoamien teemanäyttelyiden lisäksi lähes kahdensadan maan ja alueen sekä kymmenien organisaatioiden tulkinnot teemasta. Kaikesta kirjavuudesta huolimatta perusrakenne maakohtaisissa näyttelyissä oli hämmästyttävän samanlainen: alkuperäisluonnosta kulttuuriperintöön, siitä nykyisten teknologisten saavutusten esittelyyn ja lopulta ekologisesti painotettuihin tulevaisuudennäköymiin. Tätä kaikkea väritettiin kansanmusiikilla, ruokamaistiaisin ja muotoilua painottavilla tuotteilla.

Luonto voi olla karua autiomaata, vuoristoja tai metsää, mutta kaikki on arvokasta ja kaunista. Kulttuuriperintö on erilaisia asumuksia, käsitöitä ja monumentteja, kaikki arvokasta. Nykytila on jo hyvinvoipa ja dynaaminen kulttuuri, mutta

kääntyy vielä paremmaksi, kun luontoystävällisen korkean teknologian saavutukset saadaan täyteen käyttöön. Tulevaisuudessa korostuvat inhimillisen teknologian ja luonnon sopusointu, hyvinvointi ja elämän harmonisuus. Jos nykyhetken ristiriitoihin ja ongelmiin viitattiinkin, ne tuotiin esiin vain siksi, että tulevaisuus olisi voitu esittää nousujohtaisena ja kulttuuri innovatiivisena. Ainoa valmis oli oman arvionsa mukaan Pohjois-Korea, jonka iskulause kuului: *Paradise of People*, kansan paratiisi.

### Brasilia Suomessa

Suomi pysyi strategiallaan rivissä, mutta hoiti tehtävänsä ilman paatosta, tyyllillä. Paviljonki, nimeltään *Kirnu* (englanniksi *Giant's Kettle*), oli vaalea puolipallo, kulho tai kananmunan puolikas<sup>1</sup>. Sitä ympäröi matala vesi, ”järvi”, jonka pikkukiville jotkut rohkenivat kahlaamaan. Vesi ja munanmuoto liittyvät Kalevalan maailmansyntyrunoon. Kirnu merkitsee voita ja hyvinvointia assosioituen kaiken hyvän jauhajaan, Sampoon.

Sisääntuloaulasta aukesi taivas kattona; tilassa oli vain isohko luonnonkivi ja paviljongin muodon toistava koverrettu puupölkky. Voisi ajatella, että pölkkyssä oli pienoislokoissa rakennuksen muotti – ja itse rakennus siinä tehty jäälyhty.

Viileän pohjoismaiselta tämä kirnu vaikutti, mutta jotakin muualta tuttua siinä samalla oli: tuo saarimaista paviljonkia kiertävä vesikehä, rakennuksen vaaleus ja kullomainen muoto, esteetön yhteys ulkotilasta sisääntulohalliin, avoin taivasnäkyvä, kierremäinen nousu, näyttelytilan koveruus. Tällaiset tekijät toivat mieleen Oscar Niemeyerin todeksi tulleen utopiakaupungin, Brasilian, ja hänen Rio de Janeiron naapurikaupunkiin Niteróiin suunnitteleman modernin taiteen museon.

### Kiviä ja voikukkia

Kivi yhdisti paviljonkimme Kiinaan. Luonnonkivi, sananmukaisesti siirtolohkare, kohdattiin jo ulkona, *Suomi* siihen suomeksi ja kiinaksi kirjoitettuna. Kivi tunnuskuvana oli kiinalaiseen kulttuuriin istuva valinta. Puistoissa kohtaa veistoksina esille asetettuja reikäisiä ja koloisia luonnonkiviä; tällaisia kiviä arvostetaan ja arvioidaan sellaisinaan. Kivet eivät ole samassa siloisessa muodossa kuin Suomen kivi, mutta juuri niiden epämuotoisuudessa – koloisuudessa, reikäisyydessä ja karheassa rujoudessa – on niiden viehätysvoima.

Alkutilasta, tyhjyydestä, noustiin toisen kerroksen näyttelyhalliin, jota hallitsivat videot oikealla ja suomalaisen muotoilun tuotteet vasemmalla.

Ensimmäinen kolmesta videopaneelistä esitti jo kukkinutta, haituvia lennättävää voikukkaniittyä – huolettomuutta, haaveita ja unelmia, mutta myös, rikkaruohomielikuvaan liittyen, sitkeyttä ja sisukkuutta. Aasian maissa voikukka on ihailun kohde, elinvoiman, terveyden ja myös uskollisuuden symboli (Wilensky 2000). Siemenissä riippui ihmishahmoja kuin laskuvarjossa. Luonnosta siirryttiin näin seuraavan paneelin kulttuurimaisemiin – vanhoja linnoja ja perinneympäristöjä – ja kolmannessa sitten tämän päivän ja huomisen kaupunkiin, jonka ekologisuuksi korostivat puistot, tuuligeneraattorit ja sujuvaa joukkoliikennettä edustava vihreä raitiovaunu; höytyvissä leijailleet tulevaisuuteen viittaavat avaruusoliot olivat nyt kävelyllä kaupungilla. Hyvästijättönä toimii uuden 3-D-muumielokuvan, *Muumi ja punainen pyrstötähti* juliste!

Näyttelytilan vasemman puolen tavara-asetelma oli kuin *Design Forum Finlandin* myymälästä Helsingistä: Nokiaa, Timo Sarpanevan valurautapata, Paola Suhosen tekstiilejä, Fiskarsin kirves, uudesti muotoiltu potkukelkka, Jopoja – ja hammaslääkärin potilastuoli. Sama toistui muunnelluina alakerran myymälässä, jonka läpi oli ainoa uloskäynti. Tarjolla oli myös 8000 vuotta vanhaksi ja jääkauden aikaiseksi kehuttua pullotettua vettä – ja pannukakkua mansikkahillolla.

Visio ihmisläheisestä kaupungista hillittyyn esine- ja tapakulttuuriin liittyneenä teki Helsinkiä tutuksi vuoden 2012 maailman muotoilupääkaupunkina (*World Design Capital Helsinki 2012*).

### Neljä c:tä

*Matkailun Edistämiskeskus (MEK)* on tiivistänyt Suomen maakuvan neljäksi c:ksi: *cool*, *creative*, *contrasting* ja *credible* (keskustelu maakuvasta jatkuu, ks. Isokangas 2010). Kirnu on kuin näiden kuvitusta: pelkistettyä skandinaavista muotoilua (*cool*), johon liittyi nokiaista huipputeknologiaa (*creative*) rinnallaan potkukelkka ja lumikengät (*contrasting*), ja ympäristövastuuta uusien energialähteiden ja liikennejärjestelyjen kehittämissä (*credible*).

Suomi oli Shanghaissa kiehuvan tulevaisuuden keskellä tyyni myrskyn silmä. Viime kädessä olimme myymässä luonnonläheistä ja luontoa kunnioittavaa elämänmuotoa, tunnuslauseenamme asiallinen, mutta jokseenkin väritön luettelo ”*Hyvinvointi, osaaminen ja ympäristö*”.

Sellaisten utoojen ja omituisten piirteiden esilletuontia, joille parin vuoden takainen (2008) Designmuseon ”uutta suomalaisuutta” etsinyt näyt-

tely *Fennofolk – uusi pohjoinen outous* (Aav ym. 2008) rakentui, oli Shanghaissa vältely – joulupukin postitoimistoa lukuun ottamatta. Outouksilla olisi varmasti erottunut, mutta nyt tehty valinta oli riskitön. Se puhutteli paremmin liike- ja kulttuurielämää edustavaa kohderyhmää kuin valtayleisöä, 15–20-vuotiaita nuoria. Jonojen pituus oli suorassa suhteessa siihen, missä oli käytetty eniten uutta mediaa; kohtuudessa pysynyt Suomi sijoittui suosiossa keskiryhmään. Kävijämäärä nousi kuitenkin yli viiden miljoonan (ja koko Expon 73:een miljoonaan).

Yleisilme Shanghaissa oli nuorille sopivasti tiedekeskushenkinen. Minulle näyttely oli vierailun arvoinen metatasolla: millaisia innovaatioita museo- ja näyttelytekniikassa on kehitetty yleisön kiinnostuksen virittämiseksi, mutta ennen kaikkea – miten maakuvaa, brändiä, luodaan, miten herätetään mielenkiinto, miten erotutaan? Opintomatkakohde tämä olisi ja ehkä onkin ollut niin museoammattilaisille kuin maakuvaa miettivälle työryhmällekkin.

Väkeä Expossa riitti: näyttely oli kävijälle yhdenlainen hiidenkirnu. Oli ensin jonotettava näyttelyalueelle ja sitten jokaiseen paviljonkiin erikseen. Vain teemanäyttelyiden tiloissa oli tarvittavaa

väljyyttä ja rauhallisen tutkiskelun mahdollisuus. Ruuhkassa ilman VIP-korttia liikkuvan vieraan oli tyytyminen pieneen osaan yli viiden neliökilometrin alalle levittäytyneen näyttelyn annista. Lähtöni jälkeisen päivän (tiistain, 17.8.) kävijäluku ylitti *China Daily*n mukaan 420 000, ja päiviä mahtuu 184 puoleen vuoteen toukokuun alusta lokakuun loppuun!

#### Alaviitteet

1. Suomen osaston verkkosivut osoitteessa <http://www.finlandatexpo2010.fi/fi>.

#### Lähteet

- Aav, Marianne, Savolainen, Jukka & Svinhufvud, Leena (2008, toim.). *Fennofolk08: new Nordic oddity / Uusi pohjoinen outous*. Designmuseo, Helsinki.
- Bureau of Shanghai World Expo Coordination (2010). *Expo 2010 Shanghai China. Official album*. China Publishing Group Corporation, Shanghai.
- Isokangas, Antti (2010, toim.). *Mitä Suomi on? Keskustelua Suomesta ja suomalaisuudesta*. Finland Promotion Board, Helsinki. 3.9.2010, <http://www.mitasuomion.fi/>.
- Wilensky, Amy S. (2000). *Dandelion: celebrating the magical blossom*. Council Oak Books, San Francisco / Tulsa.