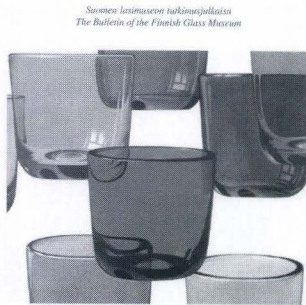


# Muoto, tekniikka ja markkinat

KOIMISTO, Kaisa: Kolme tarinaa lasista. Suomalainen lasimuotoilu 1946–1957. Lasitutkimuksia – Glass Research XIII. Suomen lasimuseon tutkimusjulkaisu – The Bulletin of the Finnish Glass Museum. Vammala 2001.



*Suomen lasimuseon tutkimusjulkaisu  
The Bulletin of the Finnish Glass Museum*

*Kaisa Koivisto  
KOLME TARINAA LASISTA  
LASITUTKIMUKSIA-  
GLASS RESEARCH XIII  
(2001)*

Suomalaisen lasin historiaa on yleisesti ollut tapana tarkastella joko taiteen ja muotoilun historiana tai teollisuus-historiana. Kaisa Koiviston viime kesäkuussa tarkastettu tohtorinväitöskirja paneutuu muotoilun ja valmistusteknologian vuorovaikutukseen selvittäessään, miksi vuodet 1946–1957 olivat suomalaisessa lasihistoriassa niin poikkeukselliset, että niitä on yleisesti alettu nimittää suomalaisen lasin kultakaudeksi. Kyseessä on taidehistorian väitöskirja, joka laajenee myös kulttuuri- ja teollisuushistorialliseksi tarkasteluksi.

Tutkimuksen otsikko puhuu muotoilusta vuosina 1946–1957. Tosiasiassa kirja antaa enemmän. Jotta noiden vuosien poikkeuksellisuus kävisi ilmi ja sen

syvät selviäisivät, tekijä tarkastelee lasihistoriaa kolmikymmenluvulta kuusikymmenluvulle. Siksi myös otsikon muotoilu olisi voinut harkita hiukan toisin. Painotus mainittuihin vuosiin on sinänsä perusteltu: nelikymmenluvun puolivälissä siirryttiin sotataloudesta sodanjälkeiseen jälleenrakennus- ja pula-kauteen, joka päättyi markan devalvointiin vuonna 1957 ja alkavaan elintason nousuun. Myös lasinvalmistuksen olosuhteet olivat epätavalliset.

Tutkimus rakentuu kolmesta osasta, joiden otsikot kertovat, mistä on kyse: *Muotoilijoita lasiteollisuuteen, Tehokkuutta lasituotantoon ja Kauneutta arkeen*. Näitä kehystävät johdanto- ja yhteenvetoluvut. Lisäksi kirjaan sisältyy joukko lyhyitä artikkeleita, joista kukin esittelee jonkin yksittäisen esinemallin. Asteikko ulottuu Timo Sarpanevan Kakajakista olutpulloon, aikajana vuodesta 1932 vuoteen 1968. Painokkain osio on muotoilun ja valmistustekniikan suhdetta tarkasteleva *Tehokkuutta*-jakso. Kuluttajavalistuksen historiaan paneutuvan *Kauneutta*-pääluvun olisi kenties voinut julkaista erikseen jossakin kokonaan muussa yhteydessä väitöskirjan asemesta, ja sen pääkohdat olisi voinut sisällyttää kahteen edeltävään jaksoon. Toisaalta mukana pitäminen laajassakin muodossa on yhtä lailla perusteltua, sillä jakso valottaa sitä, miten kuluttajien mieltymykset vaikuttivat muotoiluun, ja miten mieltymyksiä yritettiin muuttaa valistuksella ja markkinoinnilla.

Teoreettis-metodiselta lähestymistaltaan tutkimus on suurelta osalta empiirinen. Leimaa antavana kehyksenä on kuitenkin yhteiskuntahistoriallinen tarkastelutapa. Kirjoittaja viittaa myös Pierre Bourdieun kenttäteorioiden käyt-

töön sen tutkimisessa, miten maku ja sen ilmentymät ovat sosiaalisen erottautumisen väline. Sen sijaan hän ei sovelta semioottista lähestymistapaa purkaessaan suomalaisen lasimuotoilun myyntiä osiinsa, vaikka se taustalta kurkistelee. Se olisi voinut antaa vielä lisäaineita sen hahmottamiseen, miten yhden teollisen erikoisalan tuotanto muodostui merkiksi, jolla Koiviston tekemän mielenkiintoisen havainnon mukaan markkinoitiin paljon muutakin kuin lasia, esimerkiksi paperikoneita. Samoin lasilla merkinä korostettiin Suomen poliittista kuulumista läntiseen maailmaan. Lotmanilaisittain tarkasteltuna teollisuuden tietoisesti rakentamassa semiosfäärissä luotiin korkeatasoisen teollisen tuotannon kieli, jossa näkyvimmäksi tekstiksi kohotettiin taiteilijoiden muotoilema lasi. Jokainen ulkomailla esitelty lasiesine oli semiotisoitua puhetta, jolla tuotiin esiin suomalaisen teollisuuden saavutuksia ja ammattitaitoa.

Suomalaisen taideteollisuuden esikuvana ja vertailukohtana oli jo ennen sotia pitkälti Ruotsi. Alan yhdyssiteenä toimi Suomen Taideteollisuusyhdistys, jossa olivat edustettuina sekä muotoilijat, teollisuus että kauppa omine tavoitteineen. Pohjoismaisella lasiteollisuudella oli yhteistyökomitea. Lasitehtaat jakautuivat tutkimusjakson aikana kolmeen ryhmään: Riihimäen Lasi Oy oli itsenäinen sukuyritys, Nuutajärven tehtaasta tuli viisikymmenluvun alussa osa Wärtsilää, ja Karhulan sekä Iittalalan tehtaat kuuluivat Ahlströmille. Siksi lasimuotoilun avulla voitiin markkinoida muutakin teollisuutta.

Sotien jälkeiset vuosikymmenet olivat lasiteollisuuden rationalisoinnin aikaa.

Riihimäellä ja Karhulassa suuntaus oli alkanut jo 1930-luvulla. Keinoina olivat sekä automatisointi että käsityömenetelmien kehittäminen mutta myös tuotteiden standardointi. Muotoilijoilta rationalisointi edellytti tuotantomenetelmien näkökulmasta tarkoituksenmukaisten mallien suunnittelua ja monet mallit saivatkin lopullisen muotonsa koepuhalluksissa muotoilijan ja puhaltajan yhteistyön tuloksena. Toisaalta monet lasinpuhaltajat suhtautuivat kielteisesti taiteilijoiden suunnittelemiin uudenaikaisiin esinemalleihin. Mallien yksinkertaistuksessa perinteisen käsityötaidon merkitys väheni. Teollisuus piti muotoilua kuitenkin myyntivalttina.

Sodanjälkeisinä vuosina taiteilijoilla oli jonkin aikaa lähes täysin vapaat kädet suunnitella mitä he vain ikinä halusivat. Pulan hellitettyä viisikymmenluvulla tehtaiden kilpailu kiristyi. Taiteilijoiden vapautta alettiin rajoittaa ja samalla vaadittiin entistä enemmän käytölasin suunnittelua. Palattiin arkeen. Toisaalta Kaisa Koiviston tutkimuksesta käy ilmi, ettei muotoilu kokonaan jäänyt talouden jalkoihin. Suomalaisen lasin kultakausi oli Koiviston mukaan yhteensattumien summa, jossa poikkeukselliset yhteiskunnalliset ja taloudelliset olot antoivat taiteilijoille poikkeukselliset työskentelyvapaudet. Kaisa Koiviston tutkimus valottaa mielenkiintoisella tavalla eri puolien vuorovaikutusta lasin suunnittelussa ja valmistuksessa. Sen vuoksi kirjan kantavuus on huomattavasti perinteistä taidehistoriallista tutkimusta laajempi.

Timo Salminen