

ESILLÄ JA PIILOSSA

RADION JA TELEVISION LÄSNÄÖLÖN STRATEGIOITA 1950- JA 1960-LUKUJEN SUOMALAIKODEISSA

Maija Mäkikalli

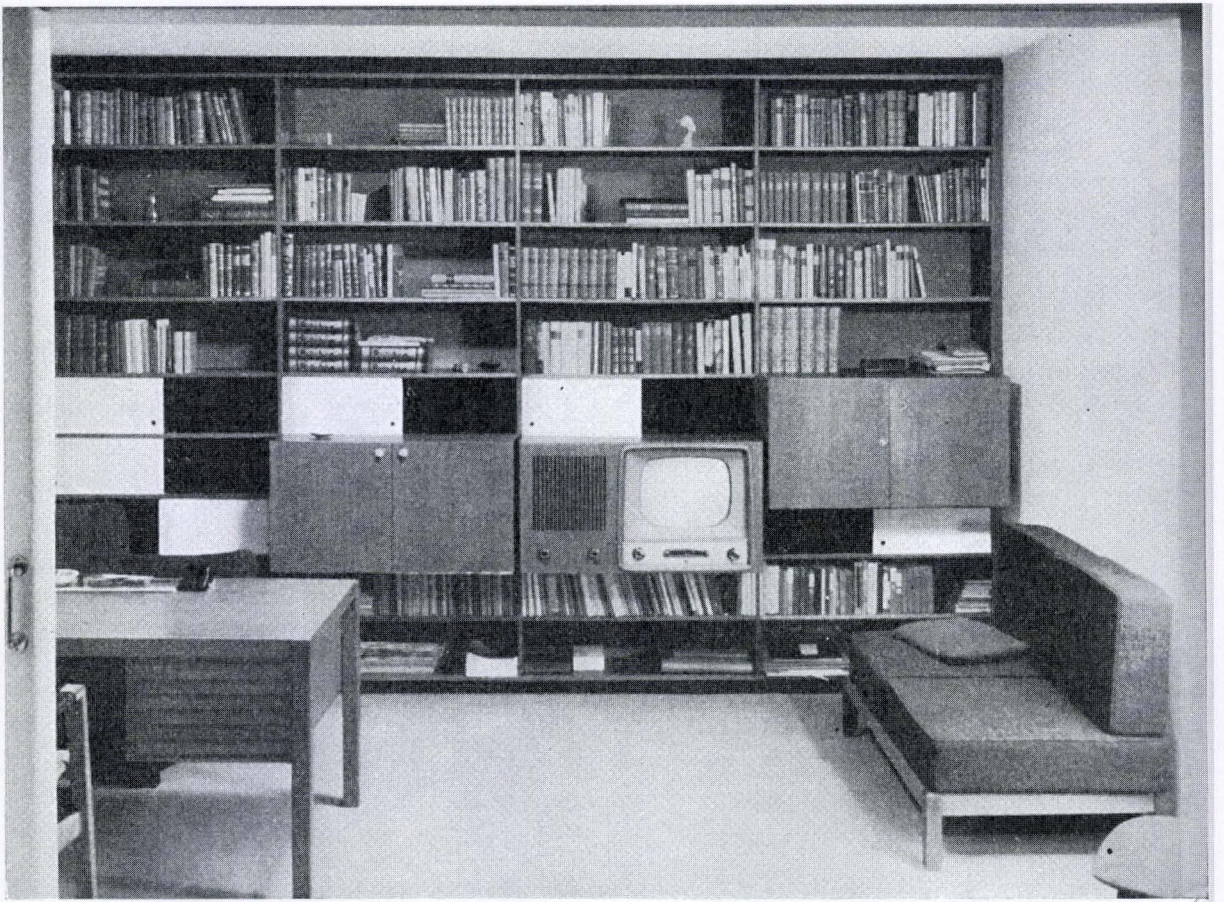
Monelle ihmiselle teknologiset laitteet ovat vaativa sisustuspulma, jopa lievän ärsytyksen aihe. Television ja stereoiden kaltaisten jokapäiväisten laitteiden tulisi olla helposti ja mukavasti käyttövalmiina, mutta kuitenkin niitä "ei haluaisi koko aikaa katsella". Uudet laajakulmatelevisiot ja kehittynyt ääniteknologia ovat saaneet toiset rakentamaan olohuoneisiinsa muhkeita kotiteattereita, toiset taas ihmettelevät uuden kookkaamman televisionsa kanssa, minne hävisivät huoneen neliöt.

Keväällä 2002 julkisuuteen ilmestynyt Turun Televisiotehtaan (nyk. Finlux Oyj) valmistama, Marimekon Unikko-kuosilla päällystetty 'Marimekko-televisiokin' herättää paitsi hilpeyttä ja hyvää tuulta, myös tarmokasta pään pudistusta. Edelleen keittiöissä, joissa koneita on ollut olohuonetta kauemmin, teknologiaa tapaa monenlaisessa asussa: yhtäällä näkee leivänpaahtimia ja kahvinkeitinisiä sarjakuvien kuvastosta tutuissa hilpeissä muodoissa ja väreissä, toisaalla teknologia on laitettu yhtenäisen kaapistorivin ovien taakse mahdollisimman näkymättömiin. Kodin seinien sisäpuolella teknologiaan muodostunut ambivalentti suhde näkyy erilaisina esilläoloon ja piilottamiseen liittyvinä sisustuskäytäntöinä ja muotoiluratkaisuin.

Käsillä olevan teemanumeron johdanto-artikkelissa ja muissa artikkelissa on käsitel-

ty teknologian populaarijulkisuutta foorumin, jossa ihmiset kohtaavat teknologian, jossa teknologiasuhdetta luodaan ja jonka kautta tuota suhdetta voidaan tutkia.¹ Populaarijulkisuuden osana esimerkiksi mainokset voidaan nähdä keinona teknologian kesyttämässä, välineenä, joka tekee vieraan uutuustuotteen tavalliseksi ja arkiseksi.² Tässä artikkelissa käsitellään teknologian kohtaamista 1950-luvun ja 1960-luvun alun sisustuslehden tarjoaman materiaalin avulla. Kohdistan huomioni laitteiden ulkonäköön ja ajatuksiin, jotka liittyvät niiden 'sisustamiseen' osaksi kotia. Myös esineessä itsessään, sen artefaktisessa oloasussa sijaitsee teknologian ja ihmisen välisen suhteen tärkeä neuvottelupaikka.³

Kuka teknisen tuotteen ulkonäön kulloinkin on suunnitellut, ja mistä suunnasta ulkonäön vaikutteet ovat tulleet, on oma moni-



Televisio-nurkkaus Kaunis koti-lehdessä 4/1959, s. 31.

ulotteinen, historiallisiin tilanteisiinsa tarkasteltavaksi palautettava kysymyksensä. Lähökohtaisesti voidaan kuitenkin todeta, että yksityiskäyttöön tuotettuun tekniseen laitteeseen rakennetut fyysiset muodot ovat kiinnostavalla tavalla paitsi teknisesti, myös kulttuurisesti ja sosiaalisesti määräytyviä.⁴ Suomessa 1950- ja 1960-luvun yhtenä tärkeänä teollisten tuotteiden ulkonäköön liittyvänä ilmiönä oli teollisen muotoilun ja teollisen muotoilijan koulutuksen ja ammatillisen profiilin vähittäinen hahmottuminen.⁵ Yhdysvalloissa jo 1930-luvulla teolliset muotoilijat muodostivat uuden ammattiryhmän, jonka tehtäväksi hahmottui keskivertokuluttajan tarpeiden ja arvojen tulkinta, sekä niiden materialisoiminen myytävään tuotteeseen. Amerikkalaisten jääkaappien muotoilua 1930-luvulla tutkineen Shelley Nicklesin mukaan uusi muotokieli, virtaviivainen

'streamlining' yhtenäisti jääkaappien ulkonäön vuosikymmenen puoliväliin mennessä. Yhteinen kieli syntyi neuvottelussa, jossa ehtojaan sanelivat insinööritiedon lisäksi esteettiset ihanteet sekä juuri muotoilijoiden vangitsemana keskiluokkainen eetos.⁶

Artikkelissa tarkastelen kodin teknologisia laitteita 1950-luvun ja 1960-luvun alun Suomessa ja kysyn, miten niiden muotoiluun ja sijoittamiseen kodissa suhtauduttiin. Aineistonani käytän Kaunis Koti -lehteä, joka oli tuona aikana ainoa Suomessa ilmestynyt taideteollisuuden ja kodinsisustuksen erikoisjulkaisu. Kaunis Koti oli niin sanotun makueliitin äänitorvi. Kodinsisustamista ja kulutuskulttuurin kehittymistä tutkineen Minna Sarantola-Weissin mukaan Suomeen oli muodostunut varsin yksimielinen 'hyvän maun' ammattilaisten muodostama etujoukko, joka koki tehtäväkseen kansan valista-

misen kodin sisustamisen esteettisissä ja käytännöllisissäkin kysymyksissä. Suunnittelijat olivat yksi makueliitin ytimessä vaikuttanut ammattiryhmä, sisustuslehtien toimittajat toinen.⁷ Kauniin Kodin toimituksellinen linja korosti kotona eletyn arkielämän tärkeyttä, kodin sisustuksen ja yksittäisten esineiden kauneuden merkitystä yhteiskunnallisena ja kansallisena tekijänä. Lehtä kustansi aluksi Valiolehdet, mutta kotimainen taideteollisuusyhteisö toimi lehden tärkeänä taustavaikuttajana. Aloite lehden perustamiseksi tuli Suomen Taideteollisuusyhdistykseltä, ja se nimesi lehden ensimmäisen toimituskunnan. Yhteistyö yhdistyksen ja kustantajan kesken ei kuitenkaan sujunut toivotulla tavalla. Tästä huolimatta lukuisat eri taideteollisuusalojen suunnittelijat ja arkkitehdit olivat myöhemminkin aktiivisesti mukana lehden teossa sekä kirjoittajina että toimitusneuvoston jäseninä. Kaunis Koti suunnattiin suurelle yleisölle, ja yleisön valistaminen olikin lehden keskeinen julkaisupoliittinen motiivi.⁸

Kaunis Koti -lehdessä esiteltiin ja käsiteltiin monenlaisia kodin teknisiä laitteita sekä ajankohdan uutuuksia, kuten vuonna 1957 vesihanaan kiinnitettävää eräänlaista astianpesuharjakonetta, 'astianpesuhanastoa' että jo tutumpia koneita, esimerkiksi radiota. Lehden toimittajien ja kirjoittajavieraiden näkökulmat näihin koneisiin vaihtelivat keittiökoneiden esittelystä kysymykseen laitteiden muotoilusta ja sijoittamisesta. Vaikka olen pitänyt silmällä kaikkia lehdesä esillä olleita kodin teknisiä laitteita, ompelukoneita, silitysrautoja, jääkaappeja, pesukoneita, mankeleita, 'varraspahtimia', yleiskoneita, puhelimia – jopa pianoa – tässä artikkelissa olen kiinnostunut ennen muuta radiosta ja muista sähköisistä äänilaitteista sekä televisioista.

Tarkasteltuani näitä teknisiä laitteita

1950- ja 1960-luvun alun Kauniissa Kodissa, olen hahmottanut kolme strategiaa, joilla lehdessä laitteisiin suhtauduttiin. Laitteita haluttiin ensinnäkin sulauttaa sisustukseen, toiseksi niistä haluttiin tehdä arkisia 'vakioesineitä' ja kolmanneksi laitetta, tai sen edustamaa teknologiaa haluttiin tuoda esiin. Nämä strategiat painottuvat sekä ajallisesti että laitekohtaisesti eri tavoin. Ennen näiden strategioiden ja laitteiden lähempää tarkastelua radion ja television kohdalla katsotaan lyhyesti, millainen kodin ja teknologian suhde Suomessa oli ennen 50-lukua.

KODIN KONEET TOISEN MAAILMANSODAN JÄLKEEN

Kodin koneistaminen oli 1950-luvulle tultaessa Suomessakin vanha, joskin rajallisesti levinnyt ilmiö. Jo edellisen vuosisadan aikana kotitalouksiin tarkoitettuja ulkomaisia ja kotimaisia talouskoneita oli ollut runsaasti tarjolla. Teknologian vastaanotto kodin seinien sisäpuolella ei ollut mutkatonta. Aluksi kotitalousteknologia sai vastaansa suoran kielteistäänkin suhtautumista. Porvarillisen Martta-järjestön tai Sosialidemokraattisen Naisliiton kotitaloustyöhön liittyvään ajateluun (ulkomainen) teknologia ja koneet eivät aluksi sopineet. Ennen pitkää asenteet muuttuivat. 1920-luku oli kotitalousideologian läpimurron aikaa ja kotityön rationalisointivalistus vahvistui 1930-luvun mitaan. Esimerkiksi vuonna 1922 perustettu Suomen kotien lehti ja perheenemäntien äänenkannattaja Kotiliesi suhtautuivat kotitaloustyötä helpottaviin koneisiin alusta alkaen varsin myönteisesti.⁹

Toisen maailmansodan aikana kotitaloustöiden tehostaminen tuli erityisen ajankohtaiseksi kysymykseksi, kun naisia tarvittiin

akuutteihin työtehtäviin kodin ulkopuolelle. Sodan jälkeen kotityön järjeistämisen sai vauhtia naisten kodin ulkopuolisen työssäkäynnin lisääntymisestä sekä ajankohdan yleisestä rationalisointi-innostuksesta. Kodinhoitoa helpottavat koneet tulivat entistä näkyvämmiin mukaan rationalisointityöhön. Kotitöiden rationalisointivalistusta tekivät naisjärjestöt poliittisesta laidasta toiseen sekä aivan erityisesti vuonna 1943 perustettu Työtehosteuran kotitalousosasto. Sen valistusvälineisiin kuuluivat niin kurssit, omat julkaisut, lehdistö, lyhytelokuvat, messuosastot kuin maan kotitaloudet laajasti tavoittaneet radio-ohjelmatkin. Työtehosteuran kotitalousosasto alkoi testata markkinoilla olleita kotitalouskoneita 1940-luvulla: tuolloin eniten huomiota saivat pesukoneet ja pölynimurit.¹⁰

Kodinkoneiden arkistumisen historiaa tutkineen Mika Pantzarin mukaan kodinkonemarkkinat kasvoivat 'räjähdysmäisesti' toisen maailmansodan jälkeen. Kuluttamiseen liittyi ristiriitaisia tunteita, ennen kokemattomia valintatilanteita ja kysymys, mikä oli turhaa, mikä tarpeellista. Arvostukset näkyivät ja niistä keskusteltiin myös julkisuudessa. Pantzarin mukaan 1950-luvulla auto oli useimmille suomalaisille ylellisen turhuuden symboli numero yksi. Kodinkoneet sen sijaan olivat toivotuimpia hankintoja. Mutta myös kodinkoneiden välillä oli eroja turhana ja tarpeellisena pidetyn suhteen. Pesukone ja jääkaappi olivat yleisesti hyväksytyjä investointeja, mutta esimerkiksi kuusilapsisen perheen astianpesukoneen tarvetta ihmeteltiin perheen lähipiirissä 1960-luvun puolivälissä.¹¹

Entä radio ja televisio? 1950-luvulle tullessa radio oli jo monissa kodeissa tuttu laite, sen sijaan televisio oli vuosikymmenen alussa vielä vasta ulkomailla tavattu 'näköradio'. Varsinaisen läpimurtonsa televisio teki

60-luvulla.¹² Televisio oli kallis hankinta, mutta se ei estänyt laitteen suosiota ja nopeaa leviämistä myös työväestön tai maaseudun asukkaiden keskuuteen. Sivistyneistöpiireissä televisioon suhtauduttiin aluksi kriittisesti, jopa halveksivasti. Myös Kaunis Koti -lehdessä televisioantenneja paheksuttiin julkista sosiaaliapua saavien perheiden talojen katoilla.¹³ 1950-luvun kuluessa myös levysoittimet, magnetofonit ja viritinvahvistimet löysivät tiensä yhä useampiin suomalaiskoteihin. Eino H. Laurilan suomalaisten kulutuskohteita aikavälillä 1900–1975 kartoittaneen tutkimuksen mukaan radio- ja televisiovastaanotinten, levysoittimien, stereolaitteiden, viritinvahvistinten, kaiuttimien ja nauhureiden osuus kaikista yksityisistä kulutusmenoista suomalaisten keskuudessa oli korkeimmillaan (1,4 %) vuonna 1962.¹⁴

Kaunis Koti -lehdessä oli vahvana vallalla suomalaisen talonpoikaiskansan 'niukkuuden mentaliteetti', josta Visa Heinonen on kirjoittanut nousevan 'kulutuksen mentaliteetin' eräänlaisena vastaeetoksena.¹⁵ Minna Sarantola-Weiss on puolestaan kuvannut 1950-luvun kuluttajaa 60-luvulla syntyvän hedonistisen kuluttajan edeltäjänä pidettäväksi ja rationaaliseksi.¹⁶ Kaunis Koti -lehden erään pääkirjoituksen otsikkona vuonna 1959 oli "Tärkeysjärjestyksessä" ja lukijoita toppuuteltiin – "Emme voi syyttää kuin itseämme, jos olemme lähteneet ajamaan korkean elintason kultaista vasikkaa liian kiihkeästi: että on täytyntä saada kuin maasta polkaisten huoneistot ja kesämökit, autot ja elintasot, krimiturkit ja ulkomaanmatkat, "jotta tämä joltakin näyttäisi ulospäin". Paljon vähempikin vauhti riittää."¹⁷

Kaunis Koti -lehden palstoilta välittyvissä kodin piirissä harjoitetun vapaa-ajan vieton ja kuluttamisen ihanteissa suosittiin kirjallisuuden lukemista, musiikin kuuntelua tai

soittamista, sekä seurustelua perheenjäsen-
ten tai vieraiden kanssa. Lehti julkaisi artik-
keleita, joissa neuvottiin kotikirjaston kirja-
ja levyvalinnoissa.¹⁸ Piano nähtiin hyöty-
esineenä, ja soittotaidon hankkimisen voi-
tiin katsoa olevan lasten tulevaa työelämää-
kin (opetustyötä) ajatellen hyvä asia.¹⁹

SULAUTTAMISTA JA NAAMIINTIA

Kaunis Koti -lehdessä radiovastaanotinta ei enää 50-luvulla pidetty ylellisyytenä, vaan kyseessä oli ”melkeinpä jokaisessa kodissa välttämätön tarve-esine uutisten ja tiedoi-
tusten välittäjänä, opetusvälineenä sekä va-
paahetkien viihdyttäjänä.”²⁰ Runsaasta mal-
lien tarjonnasta huolimatta lehden toimit-
taja koki vaikeaksi löytää ajankohdan ”sel-
välinjaiseen” sisustustyyliin sopivaa vastaan-
otinta. Markkinoilla olleita monenkirjavia
radiomalleja kritisoitiinkin suorastaan ilki-
kuriseen sävyyn. Esimerkiksi arkkitehti Kyl-
likki Halme kirjoitti vuonna 1954 seura-
vasti: ”On vahinko, kun radion sisäpuoli
kehittyy hyvää vauhtia entistäinkin täydel-
lisemmäksi puhtaine äänentoistoineen, ula-
mahdollisuusineen, y.m. mutta ulkokuori
verhoutuu merkilliseen ja aikansa eläneeseen
epämääräiseen funkis-munkis-kuoreen, jos-
sa on jakarandaa, busingaa, zebraanoa, kiin-
nalaista pähkinäjuurta vaneerausena ja ties
mitä raidoitusta, pyöritystä ja pullistusta.
Kun aivan yksinkertainen laatikko hyvin teh-
tynä tietystikin olisi juuri paras mahdollinen.
Eikä luulisi esimerkiksi herra Chippendalella
aikoinaan olleen aavistustakaan koko radios-
ta. Nyt saattaa tämä tekniikan ihme saada
ylleen chippendalen koristeaiheet sekä alleen
oikein leijonantassut pyöreine palloineen. Tai
sijoitetaan hieno laite vaikkapa jotain barok-
kikaappia muistuttavaan tekeleeseen.”²¹

Arkkitehdin radiovastaanotinten koris-

teellista ulkonäköä paheksuvasta puheenvuo-
rosta voi tulkita ainakin kaksi kodinsisus-
tuksen makueliitille ominaista ajatustapaa.
Ensinnäkin ajankohdan esteettinen perus-
prinsiippi oli yksinkertaisuus ja niukkuus.
Varsinkin historiallisia sisustustyylejä jäljit-
televät koristeideat edustivat juuri sellaista
kansan maun ilmentymää, jota valistajat
halusivat muuttaa. Makueliitin huolesta ar-
kisten käyttötavaroiden luonteesta oltiin saa-
tu eräs näytö vuonna 1949, kun Helsingin
Taidehallissa suomalainen taideteollisuusväki
järjesti ohjelmallisen näyttelyn *Kauneutta
Arkeen*. Näyttelyn tarkoituksena oli tuottaa
ja esitellä suurelle yleisölle teollisesti tuotet-
tuja, edullisia, mutta esteettisesti korkeata-
soisia arjen käyttöesineitä. Kolme vuotta
myöhemmin Kaunis Koti -lehdessä Birgitta
Tikkanen viittasi puheeseen ’kauniista arki-
tavarasta’ ja kysyi kodin teknisten laitteiden
(radiosta, kaappigramofonista, puhelimesta,
kirjoituskoneesta ja ompelukoneesta) osal-
ta: ” – – voidaanko nykyään olla tyytyväisiä
näitten kodissa erittäin tarpeellisten teknil-
listen välineitten ulkonaiseen muotoiluun.
On hämmästyttävää huomata, miten vähän
harrastusta osoitetaan tämantapaisten esi-
neitten muotoilua kohtaan.”²² Tikkasen
hämmästely tapahtui ajankohtana, jolloin
kuten alussa jo todettiin, juuri teollisesti tuo-
tettujen uutuusosineiden muotoilu vielä oli
vasta vähitellen hahmottumassa.

Oli siis selvää, että krumeluuri radio poik-
kesi vallitsevasta makueliitin muotoihan-
teesta. Käytännössä radio oli tärkeä hankin-
ta perheissä, joissa sitä ei vielä ollut ja niissä-
kin, joissa vanha radio haluttiin vaihtaa tek-
nisesti uudempaan.²³ Sodanjälkeinen tavara-
pula oli vasta hetki sitten alkanut joidenkin
kodintavaroiden osalta helpottaa. Kauneut-
ta arkeen totisesti kaivattiin, ja asiakkaan nä-
kökulmasta se saattoi hyvinkin tarkoittaa
Halmeen kuvailemia leijonantassupallo-

jaloilla varustettuja radiovastaanottimia. Historiallisten tyyli-imitaatioiden kohdalla on mahdollista pohtia myös esineen, tässä siis teknisen laitteen, yhteydessä tapahtuvaa ajallista suuntautumista. Ceceilia Tichi esimerkiksi on tulkinnut noihin aikoihin Yhdysvalloissa suosittuja televisiovastaanotinten historiallisia tyyli-imitaatioita osoituksena samanaikaisesta kiinnittymisestä kahdenlaiseen aikaulottuvuuteen: menneisyyteen ja klassisen muotokielen viitoittamaan ajattomuuteen.²⁴

Esteettistä ihannetta ehkä tärkeämmäksikin ajatusmalliksi Halmeen puuskahduksesta nousi funktionalistinen tarkoituksenmukaisuus ja siihen liittyen säästäväisyys. Radiotahan ei katseltu, vaan sitä nimenomaan kuunneltiin. 'Entisestäänkin täydellisemmäksi kehittynyt radion sisäpuoli puh-taine äänentoistoineen ja ula-mahdollisuusineen' oli radion käyttötarkoituksen ydin, siten radion ulkokuoresta oli aivan turha maksaa. Muutamaa vuotta myöhemmin asia tiivistettiin seuraavasti: "hankkiessamme jotakin soittokonetta tai -välinettä sen ääni on lähtökohtana, sen edestä kannattaa maksaa, eikä niinkään siitä kuoresta, mihin ääni on peitetty. Mitä vähemmän kuuntelua häiritseviä näköaistimuksia on, sitä paremmin pystymme keskittymään kuunteluun."²⁵ Äänen tuottava teknologia ei suinkaan ollut vähäteltävä, saati negatiivinen asia, vaan nimenomaan rahallisenkin satsauksen kohde. Vaikka arkkitehti Halme vastusti radion sijoittamista "barokkikaappia muistuttavaan tekeleeseen" piti hän, kuten kirjoittajat monissa muissakin lehden asiaa koskevilla artikkeleissa kaappiratkaisua sinänsä hyvänä. Erilaiset äänilaitteet kehoitettiin sijoittamaan yhteen kaappiin, joka puolestaan sulautuisi muuhun sisustukseen, esimerkiksi kirjahyllyn alaosana. Kun äänikoneiden sisustukseen sulauttaminen tapahtui näin kätevästi kaap-

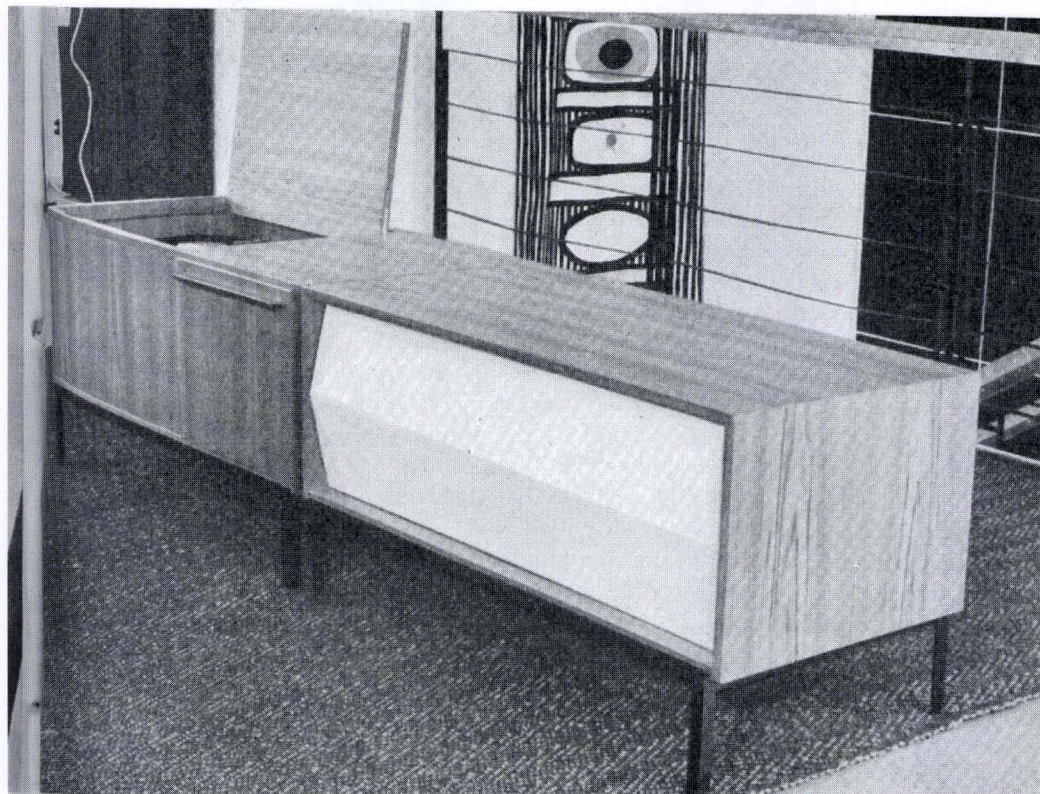
piin piilottamalla, tuntuivat markkinoilla olleiden radiomallien koreat ja kalliit kuoret kaksinkertaisesti tuhlaukselta: kaapin uumenissa kuoret eivät edes näkyneet.²⁶ Eräs ratkaisu, jota lehdessä esteettisistä syistä suositettiin mutta taloudellisista syistä paheksuttiin, olivat integroidut 'radiohuonekalut' – jalalliset kaappia tai lipastoa muistuttavat, pinnoiltaan muita huonekaluja muistuttavat esineet, joissa oli radion lisäksi mahdollinen levysoitin tai magnetofoni. Nämä tekniset huonekalut olivat kuitenkin sisustuslehdessä viljellyn järkevän kuluttamisen eetoksen näkökulmasta liian kalliita. Televisioiden muotoilua maisteri Airi Partio piti 1950-luvun lopulla sisustuksen kannalta radiota sopuisampana ja helpommin sisustukseen sulautuvana: " – vasta viime vuosien ilmiönä tämä koje ei ole ollut sellaisten sekavien makusuuntausten temmelyskenttänä kuin radio. Sen yksinkertainen kehyslaatikko ei häiritse, jos materiaali vain sopii yhteen muiden kodissa esiintyvien puulajien kanssa. Ylen kiiltävästä pinnasta sentään varottaisin."²⁷

Feministinen mediahistorian tutkija Ceceilia Tichi on tulkinnut Yhdysvalloissa varhaisten massamarkkinoille suunnattujen televisiovastaanotinten – 1940-luvun lopulla alkaneen ja 50-luvulle jatkuneen buumin – huonekalumaista ulkomuotoa osoitukseksi siitä, kuinka maskuliiniseksi koetun teknologian oli puettava ylleen esteettiset 'vaatteen' voidakseen tulla keskiluokkaisten kotirouvien hyväksymiksi kodin ja nimenomaan sen tärkeimmän edustustilan, olohuoneen, sisustuksen osaksi.²⁸ Tämä on mielenkiintoa herättävä tulkinta myös suomalaisessa kontekstissa pohdittavaksi. Kuten Mika Pantzar on todennut, 1950-luvulla kodinkoneisiin suhtauduttiin positiivisesti; ne helpottivat nimenomaisesti naisten kotona suorittamaa työtaakkaa. Kodinkoneet tarjottiin naisille

järkevinä tarve-esineinä ja siten naiset itsekin niihin suhtautuivat. Pantzarin sanoin: ”nyt myös naiset olivat tekniikan aktiivisia käyttäjiä ja määrittelijöitä” ja heidän tekniikkasuhteensa avainsana oli hyödyllisyys.²⁹

Mutta radion ja television kohdalla kysymys tarpeellisesta ja hyödyllisestä oli moni-

-lehdessä, aluksi radiota kriittisemmin, jopa penseästi. Yhtäältä televisio haluttiin hankkia, ja hankittiinkin, mutta toisaalta televisio asettui viihteellisyydessään ja kaupallisuudessaan voimakkaasti sivistyneistön perinteistä arvomaailmaa vastaan. Niinpä suhteesta muodostui aluksi, noin kymmeneksi



Antti Nurmesniemen suunnittelema stereo- ja radiokaappi Kaunis koti-lehden numerossa 3/57, 33.

mutkaisempi. Aikaisemmin lainatussa Kaunis Koti -lehden tekstissä todettiin, että radio oli ”melkeinpä jokaisessa kodissa välttämätön tarve-esine”. Radio oli kansanvalituksellinen ja korkeakulttuurinen, sivistäviä, kyllä viihteellisiäkin ohjelmia ja tiedotteita lähettävä, tosiaankin – ”tarve-esine”. Kuten edellä on käynyt ilmi, televisioon suhtauduttiin sivistyneistöpiireissä, myös Kaunis Koti

vuodeksi, jännitteinen. Tätä sivistyneen keskiluokan ambivalenttia televisiosuhdetta on mahdollista tulkita myös ajankohdan televisioiden ulkomuodon kautta. Televisioajan ensimmäisen kymmenvuotiskauden aikana markkinoilla oli pöytä- ja jalkamallien ohella myös ovellisia kaappimalleja. Vaikka oven läsnäololle ja niiden häviämislle 1970-luvun alkuun tultaessa on löydettävissä useita



Televisio kirjahyllyssä Kaunis koti-lehdessä 1/59, 10.

selityksiä, yksi perusteltu tulkinta on, että sivistyneistöpiireissäkään televisiota ei enää kulttuurisista ja sosiaalisista syistä ollut tarvetta laittaa ovien taakse piiloon.³⁰

Palatakseni Tichin tulkintaan television huonekalumaisuudesta, näkisinkin, että edellä kuvatuissa olosuhteissa kysymys ei ehkä ollut niinkään maskuliiniseksi – tai feminiiniseksi – koetusta teknologiasta. Kyse oli pikemminkin laitteen käyttötarkoituksesta, ja täsmällisemmin kahden eri median, radion ja television ohjelmasisältöjen eroista.³¹ Entä oliko televisioon suhtautumisessa sitten sivistyneistön keskuudessa sukupuoleen liittyvä ero? Kaunis Koti -lehti ei tähän

kysymykseen sinänsä anna vastausta. Ainoastaan voi todeta sen, että vaikka 1950-luvun lopun 'kriittisistä' vuosista siirryttäessä 60-luvulle lehden suhtautuminen televisiota kohtaan 'normalisoitui', harjoitettiin kriittikkiä edelleenkin. Se kohdistui nyt vain television ulkonäköön, kuten myöhemmin artikkelissa huomataan. Mika Pantzarin tarjotaman esimerkin, Tekniikan Maailmassa vuonna 1960 julkaistun jutun mukaan, naiset kylläkin suhtautuivat televisioon yleisellä tasolla miehiä kriittisemmin.³²

Paras ratkaisu kuunneltavia laitteita ja myös televisiota varten oli Kaunis Koti -lehden ohjeiden mukaan yksinkertaisesti eril-

linen huone. Tällöin musiikinkuuntelijat ja televisionkatselijat saivat rauhassa keskittyä omaan harrastukseensa, ja mikä vielä tärkeämpää – perheen muille jäsenille sekä heidän mahdollisille vierailleen jäi muu koti ja ennen kaikkea olohuoneen seurusteluryhmä rauhalliseksi 'seurustelu- ja keskustelutilaksi'.

VAKIOMALLEJA, KIITOS

Naamiointiin liittyi ajatus teknisten laitteiden asettamisesta ovien taakse ja esteettisesti sopivan kuoren alle. 1950-luvun mittaan sulauttamispuheen rinnalle nousi puhe radioiden ja muiden äänilaitteiden standardoinnista, 'vakioinnista'. Useassa jutussa lähetettiin terveisiä radiotehtaille, jotta nämä lakkaisivat koristelemasta vastaanottimia. Ihanne oli 50-luvun näkökulmasta katsoen muotonsa jo vakiinnuttaneen puhelimen tapainen 'vakioesineen ulkonäkö', joka ei kiinnittäisi sen kummempaa huomiota. Standardointiin viittasi puolestaan ajatus eri laitteiden muodon ja ulkomittojen yhtenäisyydestä. Näin ne sitten varojen ja tarpeen mukaan yksitellen hankittuina voitaisiin siististi sijoittaa 50-luvun varsinaiseen hitti-huonekaluun – monikäyttöiseen kirjahyllyyn.³³

Vuonna 1959 Kaunis Koti kutsui kolme henkilöä vastaamaan kysymykseen radion, levysoittimen ja television sijoittamisesta kotiin. Mielipiteitään kertoivat 'maallikko', maisteri Airi Partio sekä 'ammattiväki', sisustusarkkitehti ja Taideteollisen oppilaitoksen sisustusosaston johtaja Olli Borg sekä Yleisradion neuvontaosaston päällikkö, diplomi-insinööri Paavo Velander. Velander keskittyi ohjeistamaan television sijoittamista katseluetäisyyden, katselukulman tai valaistuksen näkökulmasta. Maallikko taas oli halukas edelleenkin naamioimaan äänilaitteet,

mutta sisustusarkkitehti Olli Borg omassa puheenvuorossaan asettui puolustamaan itsenäisiä esineitä. "Miksi yleensä kaikki asiat, sinänsä täysin luonnolliset ja tarpeelliset, yritetään aina naamioida?" hän kysyi, ja viittasi radion ohella mm. lämpöpattereihin ja niitä piilotteleviin patterisuojauxsiin. Borgin mielestä rumana pidetyt käyttöesineet tulisi muotoilla siten, ettei niissä ollut mitään peiteltävää, vaan esineet "täysin vapaana ja omassa olemuksessaan on kriitillistenkin silmien hyväksyttävissä". Markkinoille olisi saatava sellaisia radiokoneita, joiden ulkomuoto kestäisi niinkin vaativan – mutta myös tarkoituksenmukaisen – esilläolopaikan, kuin olohuoneen sohvan vierustan.³⁴ Borgin puheenvuoro nosti esiin muotoilijan ammattiosaamisen merkitystä, ja se erkaantui kiinnostavasti Kaunis Kodin viljelemästä teknisen koneen naamioimis- tai sulauttamislinjasta. Borgin näkemys liittyi suomalaisen teollisen muotoilun hahmottumisen ajankohtaisuuteen kyseisenä aikana. Radion ja televisionkin muotoilu 'kriitillisenkin katseen kestäviksi' voidaan nähdä osoituksena siitä, että kyseiset laitteet vihdoinkin saivat sen muotoiluväen huomion, jota 'kauneutta arkeen' hengessä oli Kaunis Koti -lehdessäkin toivottu jo vuosikymmenen alussa. Oma kysymyksensä on se, tarkoittiko tämä teknisten laitteiden vakiointia puhelimen tapaan, vai kaunistamista myös laitteen esiintuomisen mielessä.

ESILLENOSTOA

On mielenkiintoista verrata television asettumista 1950- ja 1960-luvulla suomalaisen ja vastaavasti amerikkalaiseen kotiin. Lynn Spigelin ja Ceceilia Tichin tutkimukset kertovat monin paikoin erilaisista käytännöistä verrattuna Kaunis Koti -lehden antamaan

kuvaan tavoista, joilla kodin uuteen esineeseen, 'perheenjäsenen' tai 'tyranniin' suhtaututtiin. Eräs kiintoisa seikka on ajatus koteista, joita amerikkalaiskoteihin rakennettiin televisiovalmistajien ja huonekaluteollisuuden tuella. Kaunis Kodissa kirjoitettiin puolestaan vuonna 1959 kotiteatterista huolestuneeseen sävyyn: "Televisiosta uhkaa tulla meilläkin kodin keskus, kuten se on Amerikassa. Mutta haluammeko istua elokuvissa jok'ikinen ilta? Pakotammeko vieraammekin katselemaan tärisevää kuvaneliötä? Milloin ommellaan, lue-taan, askarrellaan, seurustellaan? Vai onko tarkoituksin, että kaikki tällainen katoaa?"³⁵

Kaunis Koti -lehden sisustusneuvontapalstalla pidettiin vielä television yleistyttyäkin 60-luvun alun jälkeen kiinni olohuoneen istuinryhmän luonteesta seurustelu-paikkana. Tavallinen yhdistelmä sohva ja kaksi tuolia sijoitettiin sohvapöydän ympärille. Tämän ryhmän läheisyyteen neuvottiin tarvittaessa sijoittamaan televisiokin. Mutta televisio ei ollut se keskus, jonka suhteen muut huonekalut sijoitettiin. Sohva sijaitsi usein televisioon nähden sivusuunnassa, ja nojatuoli saatettiin neuvoa sijoittamaan selkää television suuntaan.

1960-luvun puolivälin jälkeen lehdessä voitiin neuvontapalstan ulkopuolella todeta kodin muuttuneen 'kummasti' television jälkeen: "Jos nyt katselee tavallisen mattimeikääläisen kotia, on koko sisustus järjestetty siten, että joka istuimelta on kuvaruutu nähtävissä."³⁶ Aikaisempien sohvapöytien ympärille muodostettujen istuinryhmien sijaan nyt istuimet sijoitettiin siten, että kaikista oli hyvä näköyhteys ruudulle. Koti oli siis sitenkin 'teatteristunut' myös Suomessa. Näin siitä huolimatta, että Kaunis Koti -lehden valistuspuheessa keskiluokkaisista seuraelämän tavoista oli haluttu pitää kiinni television vetovoimaa vastustaan.

Eräällä tavalla kompromissiratkaisuksi olohuoneen seurusteluryhmän ja televisionkatselun välillä tulivat pyörivillä jaloilla varustetut 'tv-tuolit'. Mielenkiintoista näidenkin yhteydessä on kuitenkin se, että vaikka television voisi ajatella olleen tärkeä motiivi haluttuun, päivastaiseenkin suuntaan kääntyvän olohuoneen mukavan istuimen kehittämässä, tuolien mainoksissa ei ensisijaisesti viitata televisioon.³⁷ Toisin kuin sohva, sohvapöytä ja lamppu, itse televisio ei ollut läsnä tv-tuolien mainoskuvastossa. Ainoastaan Iskun Televisio-tuoli (!) oli tästä poikkeus. Iskun Televisio-tuolin ensimmäinen mainos vuoden 1965 joulukuussa kysyi: "Oletteko luku- vai televisioihmisiä?" Televisio-lepotuoli ja Tele-kirjahylly antoivat mahdollisuudet kumpaankin harrastukseen. Edustavuutta ja uuden arvokkaan elämäntavan löytämistä painottaneessa Askon Rondo mainoksessa puhuttiin pyörivän tuolin viihdyttävyydestä ja mukavuudesta, sekä sen tarjoamista mahdollisuuksista sijoittaa huonekaluja uudella tavalla. Vuolaan mainostekstin keskellä ainoastaan viitataan televisioon: "Istukaa ja pyörikää – vieraisiin päin, televisioon päin."³⁸ Voimakkaasti mielikuvia ohjaavaan mainoskuvaan televisio ei tässä kohta päässyt mukaan.

Tekniikan toimiminen ja kuuntelu- tai katseluteknisesti laitteen rationaalinen sijoittaminen olivat radion ja television ulkonäköä koskevissa artikkeleissa yleensä ottaen pääasia 50-luvulla. Sen sijaan, kuten edellä on huomattu, laitteiden teknisyyttä ei pidetty ulkonäköä ohjaavana elementtinä. Mutta 60-luvun edetessä jälkimmäiselle puoliskolle, television ulkonäössä vaadittiin nyt myös sen 'teknisen luonteen' entistä voimakkaampaa esiintuomista. Kielo Louhivaara kirjoitti Kaunis Kodissa vuonna 1966 varsin yksiselitteisellä otsikolla "Mitä tehdä rumalle tv:lle?" Louhivaara totesi seuraavasti: "Kos-

ka televisio ei ole veistos, ei koriste-esine eikä minkäänlainen taideteos — pitäisi sen upota kuin *nappula* sisustukseen.”³⁹ Hän toivoi, että televisiot korostaisivat ulkonäöllään entistä enemmän myös laitteen teknologista puolta. Louhivaara vertasi televisiota tuon aikaisiin ompelukoneisiin, kirjoituskoneisiin ja radiovahvistimiin, ja totesi niiden olevan ”asiallisia, huomaamattomia, tekniset ominaisuudet enemmän ulkonäölläänkin esille tuovia”, ja jatkoi: ”soisi olevan myös televisioita, joiden kovaääninen on suunnattu eteenpäin, että huonokuuloinenkin televisionkatselija tuijottaessaan kuulee äänen.”⁴⁰

Sama laitteen teknisen puolen tärkeys nousi esiin stereolaitteiden sijoittamista käsittelevässä jutussa vuonna 1965. Sijoittamisessa määräävinä tekijöinä eivät voineet olla ”pelkät mukavuus- ja kauneusnäkökohdat” vaan ’tekniset vaatimukset’. Nämä huomiioon ottaen ’stereomenetelmän’ edut olivat hyödynnettävissä. Stereomenetelmän vaatimukset käytiin sitten huolellisesti läpi levysoittimen kätevästä käsillä olosta kaiutinten sijoittamiseen suorassa kulmassa kuulijaa kohti siten, että kuunteluryhmä jäi oikeapoisesti ’stereokolmion’ sisään.⁴¹

TEKNOLOGIAA KAUNISSA KODISSA

Kaunis Koti -lehdessä kodeissa yleistyneeseen teknologiaan suhtauduttiin lähtökohtaisesti positiivisesti, vaikka lehden pakinaosastolla löytyi huumorilla höystettyä kriittisyyttäkin. Tekniikan vastaisuudesta ei mielestäni ollut kyse silloinkaan, kun lehdessä opastettiin sijoittamaan tekninen kone kaappiin ja ovien taakse piiloon. Kiintoisalla tavalla kodin sähköisten äänilaitteiden ja televisionkin koristeellisen ulkonäön vähättelyssä yhdistyi useita 50-luvun kodinsisustusretoriikalle ominaisia ajattelutapoja. Ensinnäkin mukana oli jo

viimeistään 1920-luvun lopulla taideteollisuuskeskusteluun tullutta ja 50-luvulla uuden tulemisen kokenutta functionalistista tarkoituksenmukaisuusajattelua, joka tässä näkyi esineen ensisijaisen tehtävän tiukka-sävyisenä korostamisena (”radion tulee kuulua, ei näkyä”). Tähän liittyi läheisesti ajatus, jonka mukaan radiokonetta ei saanut nostaa esiin statusesineenä, sillä nykyaikainen koti ei ollut sellaisten esittelypaikka. Kodin sisustamisessa edustusnäkökohdat oli keskiluokalle osoitetussa valistuspuheessa julistettu pannaan jo 1920-luvun lopulta lähtien. Ulkopuolisille viestimisen sijaan kodissa tuli vaalia perheen omia harrastuksia ja yhdessä viihtymistä. Edelleen mukana on myös säästäväisyyden tai rationaalisen kuluttamisen eetos (”kalliista kuorista on turha maksaa”). Lopulta näiden useimmiten olohuoneeseen sijoitettavaksi neuvottujen koneiden ulkonäköön suhtauduttiin myös ajankohdan esteettisen perusprinsiipin mukaisesti, ”yksinkertainen on kaunista”.

¹ Ks. myös Suominen 2003.

² Ks. Mika Saastamaisen artikkeli tässä lehdessä. Ks. myös Pantzar 2000.

³ Tarpeen muodostumisen yhteydessä teknisten tuotteiden aineellisuuteen yhtenä ’toimijana’ on viitannut Pantzar 2000, 125, viite 3. Esineistä kodinsisustuksen puheavaruuden toimijoina ks. Sarantola-Weiss 2003, 39-40.

⁴ Ks. esim. Forty 1987; Walker 1989; Nickles 2002, 695, 698-699; Mäkikalli 2002. Ks. myös Pantzar 2000, 125-126.

⁵ Yhtenä merkkinä tuosta hahmottumisesta voi pitää vuonna 1957 Helsingin Taidehallissa järjestettyä, Suomen Taideteollisuusyhdistyksen ja Koristetaiteilijain Liitto Ornamon vuosittaista taideteollisuusnäyttelyä, jonka erikoisteemana oli ”Teollinen muoto”. Vuonna 1961 Taideteollisessa oppilaitoksessa aloitettiin ’teollisen tuotesuunnittelun oppisuunta’ metallitaitteen osaston yhteydessä eli teollisten muotoilijoiden koulutus alkoi. Teollisen muotoilun historiasta koulutuksen ja Taideteollisen oppilaitoksen (vuodesta 1973 alkaen Taideteollisen korkeakoulun) näkökulmasta ks. Korvenmaa 1999.

⁶ Nickles 2002, 715. Teollisen muotoilijan profession kehityksestä Yhdysvalloissa, ks. Meikle, Jeffrey L.: Twentieth-Century Limited: Industrial Design in America 1925-1939.

⁷ Sarantola-Weiss 2003, 40-43, 156-159; Makueliitistä ks. myös Auslander 1996; Pantzar 2000, 11.

⁸ Lehden päätoimittajana oli vuosina 1949-51 Seura-lehden päätoimittajan paikalta tehtävään siirtynyt Veikko Karuma, ja hänen jälkeensä Eila Jokela,

joka sitemmin siirtyi Kotilieden päätoimittajaksi. Toimituskunnassa vaikuttivat esimerkiksi Kaj Franck ja Olof Ottelin. *Kaunis Koti*-lehden taustaista tarkemmin ks. Sarantola-Weiss 2003, 156-161; Paatero 1994, 161, 167-168.

⁹ Lepistö 1994, passim., ks. erit. 239-242; Sappinen 2000, 237; Pantzar 2000, 22-25. Marttajärjestöstä ja kotitalousideologiasta ks. myös esim. Ollila 1993.

¹⁰ Pulma 1984, 38-39, 63-64; Pantzar 2000, 147-156.

¹¹ Pantzar 2000, 36, 38-39, 41, 45-49, 131, 137. Ks. myös *Kaunis Koti* 4/1959, 30.

¹² Ks. esim. Kortti 2003; Mika Saastamoisen artikkeli tässä julkaisussa.

¹³ *Kaunis Koti* 4/1959, 30, ks. myös Pantzar 2000, 41; Helsti 1988, 102-103; Salmi 1996; Kortti 2003, 74-80.

¹⁴ Laurila 1985, 258. Ks. myös Sappinen 2000, 246.

¹⁵ Heinonen 1999.

¹⁶ Sarantola-Weiss 2003.

¹⁷ *Kaunis Koti* 4/1949.

¹⁸ *Kaunis Koti* 5/1958.

¹⁹ Ks. myös Pantzar 2000, 39.

²⁰ *Kaunis Koti* 1/1953.

²¹ *Kaunis Koti* 4/1954.

²² *Kaunis Koti* 1/1951, 29.

²³ Ula-verkon rakentaminen 1950-luvun alussa pohjusti vastaanotintien vaihtotarvetta.

²⁴ Tichi 1991, 19. Menneisyyden kaipuu, ja sen materialisoituminen sisustustyyliin voi liittyä myös kysymykseen kansallisesta identiteetistä, kuten muotoiluhistorioitsija Jonathan M. Woodham on huomoinut sotienvälisen ajan Iso-Britannian osalta. Woodham 1997, 89-93. Nostalgiaista muotoilun yhteydessä yleensä ks. Woodham 1997, 205-219.

²⁵ *Kaunis Koti* 1/1957, 22.

²⁶ *Kaunis Koti* 4/1954, 23.

²⁷ *Kaunis Koti* 1/1959, 38.

²⁸ Tichi 1991, 18-19.

²⁹ Pantzar 2000, 66.

³⁰ Ks. tarkemmin Mäkilalli 2002.

³¹ Ks. myös Pantzar 1996, 26.

³² Pantzar 2000, 130.

³³ *Kaunis Koti* 1/1957, 22.

³⁴ *Kaunis Koti* 1/1959, 9.

³⁵ *Kaunis Koti* 1/1959.

³⁶ *Kaunis Koti* 2/1966.

³⁷ Ks. myös Suominen 2003, 204. television ym. laitteiden markkinointi uutena ja vanhana samanaikaisesti.

³⁸ *Kaunis Koti* 2/1966.

³⁹ *Kaunis Koti* 2/1966, 38. Kursivointi MM.

⁴⁰ *Kaunis Koti* 2/1966, 40.

⁴¹ *Kaunis Koti* 2/1965.

LÄHTEET:

Kaunis Koti 1948-1967.

Kirjallisuus:

AUSLANDER, Leora. *Taste and Power. Furnishing Modern France.* University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London 1996.

FORTY, Adrian. *Objects of Desire. Design and Society 1750-1980.* Thames & Hudson, London 1986.

HEINONEN, Visa. Nuikkouden ja kulutuksen mentaliteetit modernisoituvassa Suomessa. -Tunteiden sosiologiaa II. Historiaa ja säätelyä. Toim. Sari Näre. Tietoliipas 157, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 1999.

HELSTI, Hilka. Kulttuurin muutos ja televisio. Television ensimmäiset vuosikymmenet suomalaisten kokemina. Sarja B 9/1988. Oy Yleisradio Ab, Helsinki 1988.

KORTTI, Jukka. Modernisaatiomurroksen kaupalliset merkit. 60-luvun suomalainen televisiomainonta. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2003.

KORVENMAA, Pekka. Tietoisuuden tasot. -Ateneum Maskerad. Taideteollisuuden muotoja ja murroksia. Taideteollinen korkeakoulu 130 vuotta. Taideteollinen korkeakoulu Helsinki 1999, s. 173-201.

LAURILA, Eino H. *Kulutuksen kansantaloudessa 1900-1975.* Helsinki 1985.

LEPISTÖ, Vuokko. Joko teillä on priimuskeitin? Kotitalousteknologian saatavuus ja tarjonta Helsingissä 1800-luvun puolivälistä 1910-luvun lopulle. Historiallisia Tutkimuksia 181, Suomen Historiallinen Seura, Helsinki 1994.

MEIKLE, Jeffrey L. *Twentieth-Century Limited: Industrial Design in America 1925-1939.* 2nd edition, Temple University Press, Philadelphia (1979) 2001.

MÄKIKALLI, Maija. Televisio pilossa. -30-vuotias tuntee. Turun yliopiston kulttuurihistorian oppiaineen juhla-kirja. Toim. Kimi Käarki. Turun yliopiston historian laitoksen julkaisuja n:o 61, Turku 2002, s. 157-162.

NICKLES, Shelley. "Preserving Women". Refrigerator Design as Social Process in the 1930's. *Technology and Culture.* Vol. 43, October 2002, s. 693-727.

OLLILA, Anne. Suomen kotien päivä valkenee ... Marttajärjestö suomalaisessa yhteiskunnassa vuoteen 1939. Historiallisia Tutkimuksia 173, Suomen Historiallinen Seura, Helsinki 1993.

PAATERO, Kristiina. *Kaunis Koti.* -Sankaruus ja arki. Suomen 50-luvun miljöö. Päätoim. Riitta Nikula. Suomen rakennustaiteen museo, Helsinki 1994, s. 167-173.

PANTZAR, Mika. Kuinka teknologia kesytetään. Kulutuksen tieteestä kulutuksen taiteeseen. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki 1996.

PANTZAR, Mika. Tulevaisuuden koti. Arjen tarpeita keksimässä. Otava, Helsinki 2000.

SAPPINEN, Eero. Arkielämän murros 1960- ja 1970-luvuilla. Tutkimus suomalaisen työväestön elämäntavoista ja niiden paikallisista raumallisista piirteistä. Kansatieteellinen Arkisto 46, Helsinki 2000.

SARANTOLA-WEISS, Minna. Sohvaryhmän läpimurto. Kulutus-kulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 70-lukujen vaihteessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2003.

SUOMINEN, Jaakko. Koneen kokemus. Tietotekninen kulttuuri modernisoituvassa Suomessa 1920-luvulta 1970-luvulle. Vastapaino, Tampere 2003.

TICHI, Ceceilia. *Electronic Hearth. Creating an American Television Culture.* Oxford University Press, New York 1992.

WALKER, John A. *Design History and the History of Design. With a contribution of Judy Attfield.* Pluto Press, London 1989.

WOODHAM, Jonathan M. *Twentieth Century Design.* Oxford University Press, Oxford and New York 1998.

FM Maija Mäkilalli toimii tutkijana kulttuurihistorian oppiaineessa Turun yliopistossa.