

**Ella Järvinen**

# **”PAINETTUA KAUNEUTTA”**

***Kaunis koti*-lehden kansikuvat aikansa kuvastajina**

**1948–1971**

**Maisterintutkielma  
Jyväskylän yliopisto  
Musiikin, taiteen ja kulttuurin  
tutkimuksen laitos  
Taidehistoria  
Kulttuuriympäristön tutkimus  
Kevät 2018**

# JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Tekijä – Author Ella Järvinen	
Työn nimi – Title "PAINETTUA KAUNEUTTA" <i>Kaunis koti</i> -lehden kansikuvat aikansa kuvastajina 1948-1971	
Oppiaine – Subject Taidehistoria	Työn laji – Level Maisterintutkielma
Aika – Month and year 6.2.2018	Sivumäärä – Number of pages 118 sivua + liitteet 3 sivua
Tiivistelmä – Abstract <p>Tässä maisterintutkielmassa käsitellään <i>Kaunis koti</i> -sisustuslehden kansikuvia. <i>Kaunis koti</i> -sisustuslehti ilmestyi vuosina 1948–1971, 4–8 kertaa vuodessa ja se oli ensimmäinen ainoastaan sisustukseen keskittyvä aikakauslehti Suomessa. Kansikuvia on kaikkiaan 146, mutta tarkempaan analyysiin on valittu neljätoista kansikuvaa. Kansikuvien analysoinnin pohjustuksena käsittelen suppeasti naislehdistön ja <i>Kaunis koti</i> -lehden historiaa sekä käsittelen taideteollisuuden ja Milanon triennaaleiden merkitystä Suomessa ja maailmalla.</p> <p>Historiallinen aikaperspektiivi auttaa ymmärtämään, millaisessa yhteiskunnassa tulkittavat kansikuvat ovat syntyneet. Analysoitavat kansikuvat valikoituivat sisällönanalyysin menetelmin, jota varten tein kolme taulukkoa liittyen kansikuviin (liitteet 1–3). Tutkielmaan valitut neljätoista kansikuvaa on analysoitu Erwin Panofskyn kolmivaiheisen ikonologisen analyysimallin mukaan. Panofsky loi kolmivaiheisen ikonologisen mallin, jolla voi tutkia kuvien sisältöä, niissä olevia aiheita ja teemoja kirjallisten lähteiden sekä aikaisempien kuvien kautta. Kansikuvien analyysilukuja on kahdeksan, ja jokaisessa on analysoitu 1–3 <i>Kaunis koti</i> -lehden kansikuvaa.</p> <p>Kansikuvien tutkimisen apuna on käytetty niin aikalaislähteitä kuin useita kokoomateoksiakin. Aikalaislähteinä toimivat <i>Kauniin kodin</i> artikkelit ja rinnakkaislähteinä mm. useat suomalaisuutta käsittelevät kokoomateokset. Lisäksi olen hyödyntänyt mm. Aulikki Herneojan, Tiina Huokunan, Harri Kalhan ja Minna Sarantola-Weissin väitöskirjoja, joissa on ollut tutkimusaineistona <i>Kauniin kodin</i> juttuja ja artikkeleita.</p> <p>Tutkielma osoittaa sen, että kansikuvat peilaavat omaa aikaansa ja ovat erinomainen kurkistusikkuna menneeseen. Kansikuvien representaatiot valaisevat, kuinka yhteiskuntamme muuttui vuosien 1948–1971 välisenä aikana. Kansikuvissa on nähtävissä muutos sota-aikojen jälkeisestä niukkuudesta kohti yltäkylläisyyttä. Se, mikä kansikuvissa pysyi muuttumattomana, oli mm. arkielämän arvostus, luonto ja ihmiset. Luonto näkyi kansikuvissa aina jossain muodossa läpi lehden ilmestymisvuosien ja ihmiset oli paljon käytetty kuva-aihe <i>Kauniin kodin</i> kansikuvissa. Lisäksi suomalainen muotoilu ja Milanon triennaalit ovat olleet tärkeässä osassa niin kansikuvissa kuin lehden artikkeleissa.</p>	
Asiasanat – Keywords Kansikuva, aikakauslehti, sisustuslehti, naistenlehti, 1940-luku, 1950-luku, 1960-luku, 1970-luku, visuaalinen analyysi, valokuvaajat, muotoilu, design, taideteollisuus, kulttuuriympäristö, taidehistoria	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopiston julkaisuarkisto (JYX)	
Muita tietoja – Additional information	

## SISÄLLYS

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b> .....	1
1.1	Tutkimuksen tausta.....	1
1.2	Aineiston valinta ja rajaus .....	2
1.3	Teoreettinen kehys ja menetelmät .....	4
1.4	Tutkimuksen keskeiset käsitteet .....	10
1.5	Tutkimuslähteet ja tutkimuskirjallisuus .....	12
1.6	Aiemmat tutkimukset.....	13
1.7	Tutkimuksen rakenne.....	15
<b>2</b>	<b>KAUNIS KOTI – ERIKOISLEHTI NAISTENLEHTIEN KENTÄLLÄ</b> .....	16
2.1	Naistenlehdet Suomessa .....	16
2.2	<i>Kaunis koti</i> -sisustuslehti.....	20
<b>3</b>	<b>MUOTOILU JA DESIGN KANSALLISENA JA KANSAINVÄLISENÄ ILMIÖNÄ</b> .....	26
3.1	Milanon triennaali.....	28
<b>4</b>	<b>KAUNIIN KODIN KANSIKUVAT</b> .....	32
4.1	Kuva-aiheet ja tekniikka .....	32
4.2	Valokuvaajat .....	42
4.2.1	Tuovi Nousiainen .....	44
4.2.2	Aarne Pietinen Oy.....	45
4.2.3	Aho & Soldan ja Claire Aho .....	47
<b>5</b>	<b>KANSIKUVAT KULTTUURINSA KUVASTAJINA</b> .....	49
5.1	Sisustuskuvan ja sisustuksen yksityiskohdan ero kansikuvissa .....	52
5.2	Kansikuvapari designtuote vs. käyttöastia.....	60
5.3	Asumisen tavat – 1954 vs. 1968 .....	67
5.4	Ensimmäinen värikuva – Rut Bryk: <i>Madonna</i> .....	74
5.5	”Maalla asumisen ihanuus ja kurjuus” .....	78
5.6	Nainen remontoi – naiskuvaston muutos ja naisen asema Suomessa .....	87
5.7	Vapaa-ajan lisääntyminen ja mökkeily .....	93
5.8	Ensimmäinen lehti vs. viimeinen lehti.....	98
<b>6</b>	<b>LOPUKSI</b> .....	104
	LÄHTEET .....	107
	KUVALUETTELO.....	118
	LIITE 1 Taulukko kansikuvien kuva-aiheista .....	119
	LIITE 2 Taulukko kansikuvien tekniikasta.....	120
	LIITE 3 Taulukko kansikuvien valokuvaajista .....	121

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen tausta

Maisterintutkielmassani tutkin sisustuslehti *Kauniin kodin* kansikuvia vuosilta 1948–1971. Tutkimukselleni motivaation antoi kansikuvien esittämisen tapa ja niiden muutos kolmen vuosikymmenen aikana. Minua kiinnostaa kansikuvien suhde vallitsevaan aikaan ja se, mitä kansikuvat kertovat omasta ajastaan. Aikakauslehdet, olivat aikansa kulttuurisia ja yhteiskunnallisia tuotteita. Siksi on mielenkiintoista tutkia *Kauniin kodin* kansikuvia ilmestymisaikansa kulttuurisen yhteisön valossa. *Kaunis koti* -lehti on minulle aineistona tullut tutuksi aikaisemmissa tutkimuksissani, sillä ammattikorkeakoulun seminaarityössäni käytin 1940– ja 50-luvun *Kaunis koti* -lehden sisältöjä tutkimusmateriaalina ja lähdeaineistona. Syksyllä 2016 maisterintutkielman aihetta pohtiessani tiesin, että haluaisin hyödyntää *Kaunis koti* -lehden kansikuvia tutkielmassani.

Tässä tutkielmassa olen ottanut pääasialliseksi menetelmäksi kansikuvien historiallisen kontekstualisoinnin, joten tämän vuoksi en ole käyttänyt ainoana menetelmänä yhteiskunta- ja viestintätieteissä yleisemmin käytettyä sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysi on usein käytetty metodi joukkoviestinnän tutkijoiden keskuudessa antaen mahdollisuuden tutkia kansikuvia suurena joukkona määritellen niissä olevat muuttujat<sup>1</sup>. Sisällönanalyysi toimii tässä tutkimuksessa yhtenä alkumenetelmänä, mutta ikonologian ja ikonografian analyysimallin avulla avautuvat kansikuvien merkitykset, jotka ovat näkymättömissä, mutta tulkittavissa maailmansuhteen kautta. Perinteinen taidehistoriallinen tutkimusmetodi antaa mahdollisuuden kansikuvien yksilölliselle tulkinnalle, mikä on tämän tutkielman tarkoitus.

Tutkimuksen kohteena on kansikuvien ihmisten ja objektien ympäristösuhde ja sen visualisointi. Tutkimuksessa luodaan historiallinen aikaperspektiivi, joka sitoo kansikuvat tutkittavaan aikaan. Tämä maisterintutkielma liittyy omaan maisterinkoulutukseeni eli kulttuuriympäristön tutkimuksen koulutusohjelmaan ja pääaineeseen taidehistoriaan. Kulttuuriympäristön tutkimukseen ja taidehistoriaan tutkielman sitoo *Kaunis koti* -lehden kansikuvien yhteys omaan aikaansa. Yhteys on selvitettävissä lähdeaineiston avulla. Tutkimukseni perustuu *Kaunis koti* -lehden kansikuvien sisällön analysointiin ja niiden avulla syntyvään yleiskuvaan yhteis-

---

<sup>1</sup> Ks. Seppä 2012, 229–230; Bell 2001, 10–33.

kuntamme historiasta. Minua kiinnostavat tässä tutkimuksessa *Kaunis koti* -sisustuslehden kansikuvien kuvalliset representaatiot, ja kysynkin, mitä kansikuvat peilaavat omasta ajastaan ja mitä merkityksiä kansikuvat tuovat ilmi? Mitä kansikuvat kertovat yhteiskunnan muutoksista aikavälillä 1948–1971?

Näihin tutkimuskysymyksiin vastauksen saa tarkastelemalla lähdeaineistoa Erwin Panofskyn ikonologisen mallin ja rinnakkaislähteiden avulla, kuten esimerkiksi useat kokoomateokset, jotka käsittelevät suomalaisen yhteiskunnan kehitystä. Ikonologisen mallin avulla tarkastelen kansikuvia visuaalisesti ja rinnakkaislähteiden avulla tutkin kansikuvista välittyvää kulttuuriympäristösuhdetta ja sitä, mitä ne kertovat omasta ajankuvastaan nykykatsojalle.

Tämän tutkielman otsikko ”*Painettua kauneutta*” on poimittu suoraan *Kaunis koti* -lehden näytenuumerosta. Otsikko on Kerttu Niilosen kirjoittamasta artikkelista, jossa esitellään kotimaisia, painettuja kankaita<sup>2</sup>. Koska tämän tutkielman tutkimusaineistona ovat nimenomaan painetun median tuotteet, koin luontevaksi liittää otsikkoon lainauksen lehden näytenuumerosta.

## 1.2 Aineiston valinta ja rajaus

*Kaunis koti* -lehtiä on kaikkiaan 146 kappaletta, joista tarkempaan analyysiin on valikoitunut 14 kansikuvaa. Aineiston keskeisten piirteiden hahmottamiseksi on käytetty kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmiä, joiden avulla tein kolme eri taulukkoa: 1. Kansikuvien kuva-aiheet, 2. Kansikuvien tekniikka, ja 3. Kansikuvien valokuvaajat<sup>3</sup>. Kansikuvien valinnan tukena hyödynsin tekemiäni taulukoita, ja poimin niistä keskeisimpiä teemoja kansikuvien analyysiin sisällönanalyysin menetelmin. Sisällönanalyysi on tutkimusmenetelmä, jonka aineisto voi koostua mistä tahansa olemassa olevista representaatioista, tässä tapauksessa *Kauniin kodin* kansikuvista<sup>4</sup>. Näiden taulukoista nousseiden havaintojen perusteella rakennan tulkinnan, jota tarkastelen luvussa 4. Lisäksi luvussa 5 valikoitujen kansikuvien avulla tulkitsem eri teemoja yksittäisten esimerkkien kautta, jotka mielestäni kertovat jotain omasta aihepiiristään tai ovat jollain tavalla poikkeuksellisia. Keskeisten teemojen lisäksi kansikuvien valintaan vaikutti kiinnostus siihen, mitä merkityksiä kansikuva tuo katsojalle. En valinnut analyysiin kansikuvia objektiivisella otannalla, vaan kansikuvat valikoituivat omien vaikutelmieni perusteella. En

---

<sup>2</sup> Niilonen 1948a, 14–15.

<sup>3</sup> Ks. liitteet 1–3.

<sup>4</sup> Seppänen 2005, 148–149.

ole siis aineiston valinnalla pyrkinyt 146:n kansikuvan täydelliseen edustavuuteen.

Janne Seppäsen mukaan jokainen mainoskuva, uutiskuva tai kansikuva on tuotettu ympäröivässä yhteiskunnassa ja niihin kytketään aina joitain merkityksiä sulkemalla samalla muita merkityksiä pois<sup>5</sup>. Valokuvien merkitykset rakentuvat niissä kulttuurisissa käytännöissä, joissa valokuvaa tulkitaan, katsotaan ja käytetään. Ei ole siis olemassa niin sanottua yleistä, abstraktia valokuvaa, joka olisi irrallinen kontekstista. On olemassa valokuvia, jotka saavat erilaisia merkityksiä erilaisissa kulttuurisissa tiloissa.<sup>6</sup> Kiinnitän siis kansikuvissa huomion siihen, millaisiin yhteiskunnallisiin käytäntöihin ne osallistuvat. Kaikki kansikuvista tekemäni tulkinnat ovat subjektiivisia. Tulkinnat ovat yhden katsojan näkökulmasta tehtyjä, enkä väitä, että kaikki voisivat allekirjoittaa tekemäni tulkinnat kansikuvien representaatioista. Väistämättä käy niin, että aineistoa analysoidessa tulkintaan ja havainnointiin vaikuttavat esimerkiksi tutkijan sukupuoli, ikä, uskonto, poliittinen asenne ja kansalaisuus<sup>7</sup>.

Tässä maisterintutkielmassa on tavallaan monta pientä eri analyysia, sillä jokaisesta tutkittavasta kansikuvasta muodostuu lähdeaineiston perusteella kansikuvaa tukeva tarina. Analyysin kohteena olevia kansikuvia on tässä tutkimuksessa 14, joista jokaisesta olen tuottanut oman analyysin, joista rakentuu tämän tutkimuksen historiallinen konteksti. Analyyseista ilmenee kansikuvien suhde oman aikansa kulttuuriympäristöön.

Philip Bellin mukaan aineiston runsas määrä ei tutkimuksessa välttämättä merkitse sen tärkeyttä. Aineistoa voi silmäillä rauhassa ja antaa katseen liukua niin sanottujen ”mediakliseiden” yli harvinaisempia kuvia kohti, jotka ovat poikkeavuuksensa vuoksi pysähdyttäviä.<sup>8</sup> Tämän vuoksi kuva-aineiston analyysiin olen valinnut tavanomaisten teemojen<sup>9</sup> lisäksi myös niitä kansikuvia, jotka ovat olleet jollakin tavalla poikkeuksellisia<sup>10</sup> suhteessa muuhun kuva-aineistoon.

---

<sup>5</sup> Seppänen 2005, 15.

<sup>6</sup> Seppänen 2001, 8.

<sup>7</sup> Tuomi & Sarajärvi 2009, 136.

<sup>8</sup> Bell 2001, 25.

<sup>9</sup> Ks. esimerkiksi kuvat 1, 3, 4, 13 ja 14.

<sup>10</sup> Ks. esimerkiksi kuvat 2, 7, 11 ja 12.

### 1.3 Teoreettinen kehys ja menetelmät

Tutkielman punaisena lankana toimii aineistolähtöinen analyysi<sup>11</sup>. Kansikuvat aineistona kuvaavat tutkittavaa ilmiötä, ja analyysin avulla voi luoda selkeän sanallisen kuvauksen aineistosta. Analyysin avulla luon informatiivisen tietopaketin tutkittavasta ilmiöstä, eli *Kaunis koti* -lehden kansikuvien visuaalisesta ilmeestä, niiden muutoksista ja kansikuvien suhteesta vallitsevaan aikaansa.<sup>12</sup> Kirsi Saarikankaan ajatukset taideteoksien analysoinnissa kuvaavat hyvin tulkintaprosessia:

*”Kyse on sekä taideteoksen kontekstualisoimisesta eli asettamisesta laajempaan yhteyteen että sen avaamisesta itsensä ulkopuolelle eri tasoilla alkaen sosiaalisista ja yhteiskunnallisista tasoista ja ulottuen aina esteettisiin ja teoksen sisäisiin tasoihin asti”<sup>13</sup>.*

Tutkimuksen kohteena olevia kansikuvia voisi viestinnän termistöä lainaten kutsua *mediateksteiksi*. Mediatekstit ovat joko sanallisia, kuvallisia tai audiovisuaalisia esityksiä. Kun näitä mediatekstejä tutkitaan, on mahdollista tehdä päätelmiä esimerkiksi tekstien tuotannosta, tavasta puhutella vastaanottajiaan tai siitä, millainen rooli joukkoviestinnällä on ollut yhteiskunnan ja kulttuurin muutoksissa tai muuttumattomuudessa.<sup>14</sup> Risto Kunelius esitti viisi pätevää syytä, miksi tutkia journalismia mediatekstien kautta. Nämä teesit käyvät hyvin myös kansikuvien tulkintaan ja tutkimukseen. Ensimmäiseksi, mediatekstit yhdistävät sekä tuottajat että kuluttajat ja ylipäänsä viestintäprosessin eri osapuolet. Mediatekstit tuovat eteemme yhteisen maailman ja niiden avulla voimme tutkia, kuinka ne edustavat kulttuurissa yhteiseksi jaettuina merkityksiä. Toiseksi, mediatekstit ovat arkipäivän kulttuurin edustajia, sillä olemme eri mediatuotteiden kanssa tekemisissä päivittäin. Kolmanneksi, mediatekstien avulla on mahdollista edetä yksittäisistä ja konkreettisista ilmiöistä teoreettisiin kysymyksiin liittyen mediaan tai journalismiin. Neljänneksi, mediatekstit luovat vuoropuhelua ihmisten ja instituutioiden välille eli ne eivät puhu pelkästään ilmiöistä ja asioista. Viimeiseksi ja viidenneksi, median kieltä ja tekstiä tutkimalla on mahdollista pohtia sitä, kuinka mediatekstejä voisi kirjoittaa ja lukea uusin tavoin.<sup>15</sup>

<sup>11</sup> Ks. tarkemmin Tuomi & Sarajärvi 2009, 99.

<sup>12</sup> Tuomi & Sarajärvi 2009, 105–108.

<sup>13</sup> Saarikangas 1998, 15.

<sup>14</sup> Kantola ym. 1998, 7–8.

<sup>15</sup> Kunelius 1996, 393–394.

Riitta Brusilan mukaan aikakauslehtien visuaalisuus koostuu kolmesta eri osa-alueesta. Ensimmäinen osa on typografia, mikä tarkoittaa lehden kirjasinlajien tyyliä. Typografialla tarkoitetaan verbaalisen kielen näkyvää osaa, eikä mikään kirjoitettu teksti olisi olemassa ilman typografiaa tai vaihtoehtoisesti kirjoittajansa käsialaa. Toisena osa-alueena on lehden taitto eli erilaisten elementtien järjesty. Taiton tyyli muodostuu yleensä valitun tyylin perusteella, josta muodostuu lehden tunnistettava ominaisuus. Kolmantena osa-alueena on valokuvien ja muun kuvituksen käyttöön liittyvät tyylit.<sup>16</sup>

Tässä tutkimuksessa tutkin kansikuvien visuaalista ilmettä soveltamalla ikonografiasta, ikonologiasta ja semiotiikasta soveltuvia tulkintamalleja. Ikonologiassa hyödynnän Panofskyn kolmiportaista ikonologista tulkintamallia ja semiotiikassa hyödynnän löyhästi konnotaation käsitettä. Altti Kuusamo vertaa varovaisesti ikonologiaa konnotatiiviseen semiotiikkaan, vaikkakin hän toteaa barthesilaisen konnotaation olevan lähinnä merkkiprosessi ja ikonologiaa hän pitää tulkintamallina. Ikonologialla ja semiotiikalla on Kuusamon mukaan sama päämäärä, eli syvämerkityksien käsittely.<sup>17</sup> Ikonografisessa tutkimuksessa voidaan käyttää semiotiikkaa apuna, jos tutkitaan kuvallisten käytäntöjen historiallista muutosta<sup>18</sup>.

### *Historiallinen aikaperspektiivi*

Tarvitsen tutkimuskysymyksien selvittämiseksi laajan näkökulman, ja tämän vuoksi kansikuvia on hyvä tutkia ensin historiallisen aikaperspektiivin avulla. Kun historiallisen aikaperspektiivin ottaa tarkasteluun mukaan, voi sen avulla tehdä tulkintoja siitä, onko kansikuvan aihepiiri liitettävissä omaan aikaansa. Kansikuvien analyysini on kontekstualisoiva eli olen pyrkinyt ymmärtämään ja yhdistämään tutkittavat kansikuvani aikansa kulttuurikontekstiin, jonka osana tutkittavat kansikuvat ovat syntyneet<sup>19</sup>.

Päivi Hovi on väitöskirjassaan *Mainoskuva Suomessa – Kehitys ja vaikutteet 1890-luvulta 1930-luvun alkuun* hyödyntänyt mainoskuvia tutkiessaan historiallista metodia, joka on ollut hänen tutkimuksensa runkona. Historiallisen metodin käyttäminen runkona on hänen tutkimuksessaan hyvä, sillä aiemmin mainoskuvia ei oltu tulkittu laajemmin taidehistoriallisesta näkökulmasta. Historiallinen aikaperspektiivi on otettava huomioon myös *Kauniin kodin* kansikuvien tulkinnassa,

---

<sup>16</sup> Brusila 1997, 10.

<sup>17</sup> Kuusamo 1996, 150–151.

<sup>18</sup> Kuusamo 1996, 160; Ockenström & Fält, 2012, 204.

<sup>19</sup> Palin 1998, 115.



sillä tutkin kansikuvien kehitystä. Tutkimuksen aikajana on laaja ja käsittää monta eri vuosikymmentä (1940-luvulta 1970-luvulle). Lisäksi yhteiskunnan muutoksia Suomessa ei voi olla ottamatta huomioon kansikuvia tutkiessa, koska ne ovat omalta osaltaan vaikuttaneet kansikuvien kehitykseen. *Kauniin kodin* kansikuvia ei ole aiemmin tutkittu tällä laajuudella, joten olen taustoittanut ilmiötä tarkemmin luvuissa 2 ja 3.

### *Sisällönanalyysi*

Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven mukaan sisällönanalyysia voidaan pitää yhtenä metodina, jonka voi liittää erilaisiin analyysikokonaisuuksiin<sup>20</sup>. Sisällönanalyysin avulla voidaan tarkastella suurempaa aineistoa. On yksinkertaista käydä läpi koko aineisto ja ryhmitellä ne omiin teemoihinsa, jotta saadaan kokonaiskuva aineiston sisällöstä. Sisällönanalyysillä voidaan siis järjestelmällisesti muuttaa tutkittava aineisto numeroiksi. Kansikuvien tutkimisessa sisällönanalyysi antaa esimerkiksi tietoa siitä, miten eri sukupuolet ovat niissä edustettuina, millaisia aihepiirejä kansikuvissa on, mitä kuvataan paljon ja mitä vähän.<sup>21</sup>

*Kaunis koti* -lehden kansikuvat ovat aineistona luokiteltavissa joukkotiedotuksen tuotteiksi. Tuomi ja Sarajärvi luokittelevat tutkimusaineistona käytettävän kirjallisen materiaalin Eskolan (1975) *Sosiologian tutkimusmenetelmät II:n* kirjan mukaisesti kahteen luokkaan: yksityisiin dokumentteihin ja joukkotiedotuksen tuotteisiin. Yksityiset dokumentit voivat olla esimerkiksi kirjeitä, päiväkirjoja, puheita, muistelmia tai sopimuksia. Joukkotiedotuksen tuotteet taas ovat esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehtiä, elokuvia tai radio- ja tv-ohjelmia. Tuomen ja Sarajärven mukaan yksityisten dokumenttien ja joukkotiedotuksen tuotteiden aineiston analyysiin voi käyttää tietyin ehdoin sisällönanalyysia.<sup>22</sup>

Philip Bell on artikkelissaan käyttänyt naistenlehtien kansikuvia esimerkkinä kertoessaan sisällönanalyysin menetelmistä. Hänen esimerkissään on käytetty *Cleo* -naistenlehden kansia eri vuosikymmeninä. Hän ohjeistaa sisällönanalyysin teossa, että on selkeästi määritettävä kansikuvien muuttujat ja niiden arvot. Voi esimerkiksi verrata mustavalko- ja värivalokuvien osuutta kansikuvissa, tai sitä, kuinka monessa kannessa esiintyy nainen, tai miten kuvakoot ovat muuttuneet

---

<sup>20</sup> Tuomi & Sarajärvi 2009, 91.

<sup>21</sup> Seppänen 2005, 142, 144.

<sup>22</sup> Tuomi & Sarajärvi 2009, 84.

jne. Myös se kertoo paljon, jos jokin aihe puuttuu kansikuvista kokonaan. Muutuvien arvojen laskeminen ei kuitenkaan itsestään riitä, vaan sisällönanalyysin suhteen kannattaa olla vertaileva tutkimusasetelma. *Kauniin kodin* tapauksessa teen vertailua eri vuosikymmenien välillä<sup>23</sup>. Bellin mielestä sisällönanalyysi ei kuitenkaan yksistään ole riittävä analysoinnin keino. Hän suosittelee aineistosta esiin nousevien teemojen ja tapausten tarkempaa kvalitatiivista analyysia esimerkiksi semioottisin keinoin.<sup>24</sup> Tässä tutkimuksessa käytän kuitenkin sisällönanalyysia yhdessä Panofskyn ikonologisen tulkintamallin kanssa.

Sisällönanalyysin avulla kansikuvia voi analysoida systemaattisesti ja suhteellisen objektiivisesti. Sisältöä eriteltäessä numeeriseen muotoonsa tutkittavasta ilmiöstä saa kuvauksen tiivistetyssä ja yleisessä muodossa, kun tutkitaan kansikuvien inhimillisiä merkityksiä. Sisällönanalyysi ei kuitenkaan tässä tutkielmassa toimi ainoana metodina, sillä sisällönanalyysissa kerätystä aineistosta tehdään usein järjestetty kokonaisuus johtopäätöksiä varten. Toisinaan ainoastaan sisällönanalyysin keinoin toteutetut tutkimukset saavat kritiikkiä niiden keskeneräisyydestä. Tämän vuoksi on mielekästä ottaa muita metodeja käyttöön tutkimusta tehdessä. Tämän tutkielma on laadullinen tutkimus, joten en pyri tilastollisiin yleistyksiin, vaan tarkoituksena on kuvata tiettyä ilmiötä tai tapahtumaa.<sup>25</sup>

### *Ikonologinen analyysi*

Lauri Ockenström käsittelee artikkelissaan *Erwin Panofskyn ikonologia ja sen perintö* lyhyesti ikonologian historiaa. Ockenström kertoo, että ikonologia kehittyi oppialana samaan aikaan yhdessä ikonografian kanssa renessanssin aikana, ja ensimmäistä kertaa termi esiintyi tiettävästi Cesare Ripan teoksessa *Iconologia* (1593). Nykyiseen merkitykseensä ikonologia-termi kehittyi 1900-luvun alussa, jolloin ikonografialle haluttiin tieteellisen metodin asema. Ikonografiaa on pidetty kuvia luokittelevana ja kuvailevana metodina. Ikonografia tarkoittaa nimensä mukaisesti kuvan ja kirjoituksen yhteen sulautumista. Ikonologia on sen prosessin lopputulos, joka syntyy ikonografian luonnollisena jatkumona.<sup>26</sup> Kansikuvia analysoidessa ikonografinen vaihe on pääosassa, sillä loppupäätelmät tässä tutkimuksessa eivät ole ehdottomia totuuksia, vaan lähinnä kokemuksellisia ja intuitiivisia.

<sup>23</sup> Esim. luvuissa 5.1, 5.3 ja 5.8.

<sup>24</sup> Bell 2001, 10–33.

<sup>25</sup> Tuomi & Sarajärvi 2009, 85, 103–104.

<sup>26</sup> Ockenström 2012, 191, 211.

Erwin Panofsky loi kolmivaiheisen ikonologisen tulkintakehyksen, jolla tutkia kuvien sisältöä ja niissä olevia aiheita sekä teemoja kirjallisten lähteiden ja aikaisempien kuvien kautta. Kaksi ensimmäistä vaihetta, esi-ikonografinen kuvaus ja kapea-alainen ikonografinen tulkinta, johtavat syvempään ikonologiseen tulkintaan. Ensimmäisessä vaiheessa tulkinnan kohteena on primaarinen eli luonnollinen sisältö, jonka tulkinnassa käytetään esi-ikonografista kuvausta. Ensimmäisellä tasolla tunnistetaan puhtaat muodot eli värit, viivat ja objektit, jotka esittävät jotain. Toisessa vaiheessa kohteena on sekundaarinen eli sovinnainen sisältö, joka käsittää kuvien, kertomusten ja allegorioiden maailman, jonka tulkinnan apuna käytetään kapea-alaista ikonografista analyysitulkitä. Toisella tasolla tunnistetaan esimerkiksi objektit tietyksi henkilöahmoksi<sup>27</sup> ja kertomukselliset kuva-aiheet tunnetuiksi kertomuksiksi, esimerkiksi viimeinen ehtoollinen. Kolmannessa ja viimeisessä vaiheessa tulkinnan kohteena on olennainen tai varsinainen merkitys tai sisältö, joka sisältää symbolisten arvojen maailman. Tämä on syvämerkityksinen ikonografinen tulkinta, mikä vie tulkinnan pidemmälle. Panofskyn mukaan taiteilija on tietoisesti tai tiedostamattaan tuonut omaa persoonaansa ja asenteitaan teokseensa. Tätä kautta teokset siis tuovat ilmi aikansa asenteita ja tekijänsä intressejä.<sup>28</sup>

Erwin Panofskyn mukaan ikonografinen analyysi vaatii muutakin kuin käytännön kokemuksen kautta opittua tuntumaa tapahtumiin ja esineisiin. Panofskylle oli tärkeää selvittää kuvataidetta tutkiessa sen kirjallinen tausta. Ikonografinen analyysi edellyttää perehtymistä teemoihin ja käsitteisiin kirjallisten lähteiden avulla, jotka on saatu joko suullisen perinteen tai lukemisen avulla. Panofsky käyttää esimerkkinä australialaista ”bušmannia” eli alkuperäiskansan edustajaa, joka ei välttämättä kykene tunnistamaan Pyhän ehtoollisen aihetta. Alkuperäiskansan edustajalle kuvassa esiintyy vain ruokaileva seurue, jolla on kiihtynyt keskustelu käynnissä. Aiheen syvempään ymmärrykseen vaaditaan evankeliumin tuntemista. Tulkintaa vaikeuttaa se, jos aihe on kaukana tulkitsijan elämänpiiristä. Esimerkiksi vieraan kulttuurin kuvaamat aiheet tai ajallisesti kaukaiset esineet, joita ei ole näiden seikkojen vuoksi valmiuksia tunnistaa. Panofsky toteaaakin, että aiheeseen tutustuminen teemaan liittyvien lähteiden kautta ei takaa virheettömyyttä. Pelkästään kirjallisiin lähteisiin tukeutuminen voi antaa väärää informaatiota, sillä ne voivat poiketa toisistaan merkittävästi. Lisäksi tarvitaan tietoa tyylin ja tyyppin

<sup>27</sup> Esim. Neitsyt Maria tunnistetaan sädekehänsä ja sinisen viittansa avulla. Ks. tarkemmin Väisänen & Peretto 2015, 105.

<sup>28</sup> Panofsky 1971, 36; Ockenström 2012, 213.

historiasta, jotta tulkinnoissa voidaan niin sanotusti oikoa ja tuottaa luotettavampaa tulkintaa. Itseasiassa tukeutuminen tyylin historiaan tarkoittaa, että tulkitsija ymmärtää taideteoksen ominaisuuksia lähes automaattisesti käytännön kokemusten avulla. Tyylin historia auttaa tutkijaa ymmärtämään, miten teemoja ja käsitteitä on eri aikoina kuvattu.<sup>29</sup>

Tutta Palinin mielestä kuvan tutkijan perustyövälineisiin kuuluu selvittää aiheen merkityksiä kirjallisten ja kuvallisten esitystapojen perusteella. Panofskyn mallissa olennaista kuitenkin on tulkinta kuvan sisällöstä.<sup>30</sup> Kuusamon mielestä ikonologinen tulkinta on *”jotain enemmän kuin pelkkää ikonografisten teemojen analyysyä”*. Ikonologian avulla selvitetään taideteoksen olennainen merkitys ja sisältö.<sup>31</sup>

Sovellan ikonologista analyysimenetelmää melko vapaasti, sillä tarkasteltavana on 1900-luvulla puolivälin jälkeen tehdyt kansikuvat, eikä renessanssitaide, johon Panofskyn ikonologia on alun perin sovellettu. Panofskyn ikonologinen malli sulkee kuitenkin pois taideteoksen esteettisen tarkkailun, koska malli kehitettiin kriitikiksi formalistista traditiota vastaan, joka keskittyi ainoastaan taiteen esteettiseen funktioon.<sup>32</sup> Tutkimuksen ikonografinen vaihe on mielenkiintoinen luonteensa takia, sillä tarkoitus on etsiä merkityksiä: ikonografiassa tutkitaan kuvien kiinnittymistä ketjuksi<sup>33</sup>. Ikonologia on Kuusamon mukaan tulkintamalli, kun taas barthesilainen konnotaatio on merkkiprosessi<sup>34</sup>. Sen vuoksi käytän analyysissäni löyhästi myös konnotaation käsitteitä, sillä tutkimuksessa otan huomioon myös kansikuvien esteettisyyden, värit ja sommittelun.

### *Ikonologian analyysimalli käytännössä*

Kansikuvat peilaavat omaa aikaansa ja ne viestittävät meille paljon sen ajan kulttuurista, tavoista, arvoista ja asenteista<sup>35</sup>. Edellä mainittujen selvittämiseksi vaaditaan kuitenkin kulttuurista opittuja asioita ja aiheeseen liittyvää lähdekirjallisuutta. Muutoin analyysi jää vain pintapuoliseksi visuaaliseksi analyysiksi, eikä analyysissä päästäisi pintaa syvemmälle. Tulkittavassa kansikuvassa voi esiintyä

---

<sup>29</sup> Panofsky 1971, 33–35.

<sup>30</sup> Palin 1998, 119.

<sup>31</sup> Kuusamo 1996, 148.

<sup>32</sup> Palin 1998, 119–120; Kuusamo 1996, 148.

<sup>33</sup> Kuusamo 1996, 140–141.

<sup>34</sup> Kuusamo 1996, 150.

<sup>35</sup> Brusila 1997, 16.

katsojan mielestä kauniita tekstiilejä, sisustuksia tai kauniita asetelmia, mutta ilman taustatietoja nämä seikat jäävät pintapuolisiksi. Jos kuvassa esiintyy esimerkiksi Kaj Franckin *Kilta* -astiastoon kuuluvia astioita, niin melko varmasti suuri joukko suomalaisessa kulttuurissa kasvaneista ihmisistä tunnistavat ne *Killaksi*, tai sen uustuotanto versioksi, *Teemaksi*. Heti, kun menemme maamme rajojemme ulkopuolelle, saattaa *Kilta* -astiasto näyttää tietämättömän silmin vain modernilta ja koruttomalta astiastolta.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on mennä pintaa syvemmälle, eli jos tulkittavassa kansikuvassa esiintyy edellä mainittu *Kilta*<sup>36</sup>, niin silloin lähdeaineiston avulla tutkin, mitä kaikkea kansikuvaan ja siinä näkyviin objekteihin liittyy. Kuka esimerkiksi on kuvannut kansikuvan, kuka on mahdollisesti suunnitellut kansikuvassa esiintyvät esineet ja miksi on suunnitellut, miten kansikuva on liitettävissä omaan aikaansa ja mitä se kertoo omasta ajastaan. Näiden esimerkkien avulla pääsen syvemmälle kansikuvaan liittyvään kulttuuriympäristöön ja se vie tutkimusta eteenpäin. Olen käsitellyt kansikuvia eri aihepiirein. Aihepiirit ovat syntyneet luonnostaan eri kansikuvien puhutellessa eri tavalla. Yhdessä kansikuvassa huomio on kiinnittynyt valokuvaajaan<sup>37</sup>, joissain tapauksissa on pohdittu eroavaisuuksia kansikuvaparein ja muutamassa on mietitty syvemmin yhteiskunnan muutoksia, esimerkiksi naisen asemaa<sup>38</sup> ja vapaa-ajan lisääntymistä<sup>39</sup>.

#### 1.4 Tutkimuksen keskeiset käsitteet

##### *Kansikuva*

Kansikuvan määrittelyssä käytän graafikko Lasse Rantasen määritelmää kannesta. Hänen mukaansa lehden kansi on lehden keho ja tuotteen pakkaus, jonka tarkoituksena on houkutella katsojaa ostamaan lehti. Kansi on tyylinäyte, jonka avulla lukija saa käsityksen lehden sisällöstä, se on markkinointisivu, joka myy lehden sisältöä. Kannen toimituksellisen sisällön vuoksi Rantanen pitää kantta lehden tärkeimpänä sivuna.<sup>40</sup>

<sup>36</sup> *Kiltaa* käsitellään enemmän luvussa 5.2.

<sup>37</sup> Esimerkiksi luvussa 5.4.

<sup>38</sup> Esimerkiksi luvussa 5.6.

<sup>39</sup> Esimerkiksi luvussa 5.7.

<sup>40</sup> Rantanen 2007, 85, 89.

Rantanen on tiivistänyt kannen olemuksen neljään eri osioon:

Kansi on lehden

- Myyntisivu – myy lehteä sisällöstä poimituilla maistiaisilla.
- Kasvot – ikkuna lukijan mielikuviin lehdestä.
- Opastintaulu – avaa lehden visuaalisuutta: typografia, värit kuvitus, lajityyppi
- Tyylinäyte – vihjaa lukijalle, millainen lehti on lajityypiltään.<sup>41</sup>

Täytyy kuitenkin muistaa, etteivät nämä määritelmät osu aivan yksiin *Kauniin kodin* kansia tarkastellessa, sillä *Kauniissa kodissa* kansikuva ei aina vastannut lehden sisältöä. *Kauniin kodin* kansikuvat tuovat kuitenkin lähes poikkeuksetta esiin lehden linjan sisustuslehtenä eli kansikuvissa on nähtävissä taideteollisuutta, taidetta, sisustusta ja arkielämää. Lehden lajityyppi on pääteltävissä kannen ulkoasusta.

Kansi esittelee ensimmäisenä lehden visuaalisia osia: värejä, typografiaa ja kuvitusta. Yleensä kannen visuaalisuus on yhdistettävissä sisällön visuaalisuuteen, eli kirjasimien käytön logiikka ja typografia ovat molemmissa samankaltaisia. Kannen voisi ajatella olevan lehden opaste, joka houkuttelee katsojaa astumaan lehden sisään, lukijaksi.<sup>42</sup>

### *Design ja muotoilu*

*Taiteen sanakirjassa* kerrotaan design -sanan alkulähteen olevan italian sanasta *disegno*, joka tarkoittaa piirustusta, luonnosta ja mallia. Piirustusta voi pitää väli- muotona esineen ja abstraktin ajatuksen välillä. 1900-luvulta lähtien *design* -sanaa on käytetty kuvaamaan esineen funktionaalisia ja esteettisiä piirteitä. Lisäksi design liitetään muotoiluun, erityisesti massatuotantoon ja teolliseen muotoiluun.<sup>43</sup> Tässä tutkimuksessa designin käsitettä käytetään lähinnä teollisen muotoilun yhteydessä.

Yksinkertaisimmillaan *muotoilu* tarkoittaa käsitteenä käyttö- ja koriste-esineiden suunnittelua taideteollisuudessa ja *Taiteen sanakirjan mukaan se on design* -sanan synonyymi<sup>44</sup>. Muotoilu kuvastaa sanana paremmin lopputulosta. Seppo Väkevän mukaan muotoilu -sana on Suomessa sopiva kuvaamaan taideteollisen

<sup>41</sup> Rantanen 2007, 89.

<sup>42</sup> Rantanen 2007, 91–92.

<sup>43</sup> Konttinen ym. 2000, 81.

<sup>44</sup> Konttinen ym. 2000, 281.

muotoilun maailmaa, sillä käsitteenä se on tuote- ja esineprosessikeskeinen. Muotoilua pidetään myös neutraalimpana sanana kuin designia, sillä siitä puuttuvat tyyllilliset ja merkkituotteisiin osoittavat sivumerkitykset, joita usein liittyy design -käsitteeseen.<sup>45</sup>

## 1.5 Tutkimuslähteet ja tutkimuskirjallisuus

Tutkimuksen ensisijaisina lähteinä ovat sisustuslehden *Kaunis koti* (1948-1971) kansikuvat ja lehden kansikuviin mahdollisesti liittyvät artikkelit. Tutkimuksen kohteena on neljätoista eri analysoitavaa kansikuvaa: *Kaunis koti* 1a/1948, *Kaunis koti* 2/1950, *Kaunis koti* 5/1951, *Kaunis koti* 1/1953, *Kaunis koti* 4/1953, *Kaunis koti* 2/1954, *Kaunis koti* 4/1954, *Kaunis koti* 4/1961, *Kaunis koti* 5/1964, *Kaunis koti* 5/1966, *Kaunis koti* 6/1968, 5/1969, *Kaunis koti* 5/1971 ja *Kaunis koti* 8/1971.

Kansikuvia analysoidessa huomio kiinnittyy lehden artikkeleihin ja siihen, onko kansikuva yhdistettävissä lehden sisältöön. Painotan tekstissäni kuitenkin kansikuvia, en niinkään lehdessä julkaistuja artikkeleja. Kansikuvia analysoidessani olen pohtinut sitä, mitä ne viestittävät katsojalle omasta ajastaan. Sen seurauksena olen laatinut jokaisesta kansikuvasta pienen historiallisen kontekstin kansikuvan aiheeseen liittyen ja tätä varten olen hyödyntänyt joko aikalaislähteitä tai tutkimuskirjallisuutta.

Metodikirjallisuutena olen hyödyntänyt esimerkiksi Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven (2009) laadullisen tutkimuksen opasta *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*, Janne Seppäsen (2005) teoriaopasta *Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*, Altti Kuusamon (1996) väitöskirjaa *Tyylistä tapaan*, Erwin Panofskyn (1971) suomennettua artikkelia ”*Ikonografisesta tutkimuksesta*”, Lauri Ockenströmin (2012) artikkelia ”*Erwin Panofskyn ikonologia ja sen perintö*” ja Lauri Ockenströmin sekä Katja Fältin (2012) artikkelia ”*Ikonografia*”. Lisäksi olen hyödyntänyt visuaalista analyysia käsittelevää kirjallisuutta, joista merkittävimmät ovat Philip Bellin (2001) artikkeli ”*Content Analysis of Visual Images*”, Paul Messariuksen (1997) *Visual persuasion: The role of images in advertising* ja Tutta Palinin artikkeli (1998) ”*Merkistä mieleen*”.

---

<sup>45</sup> Väkevä 2003, 160.

Aikalaislähteinä toimivat *Kauniin kodin* artikkelit, joita olen hyödyntänyt kansikuvien ikonologisen tulkinnan toisessa ja kolmannessa vaiheessa. Lisäksi olen hyödyntänyt useita artikkeleita eri kokoomateoksista liittyen suomalaiseen yhteiskuntaan aikavälillä 1948–1971. Tutkimuksen kannalta merkittävimmät kokoomateokset ovat: Kai Häggmanin ja Seppo Aallon (2008) toimittama *Suomalaisen arjen historia 4*, Riitta Nikulan (1994) *Sankaruus ja arki - Suomen 50-luvun miljö*, Laura Kolben ja Markku Löytösen (1999) *Suomi: Maa, kansa, kulttuurit*, Kirsi Saarikankaan ja ym. (2004) *Suomen kulttuurihistoria: 4, Koti, kylä, kaupunki* ja Päiviö Tommilan toimittamat (1991 ja 1992) *Suomen lehdistön historia 8 ja 10*.

## 1.6 Aiemmat tutkimukset

Aikakauslehtien kansikuvia on tutkittu Suomessa vain vähän, mutta joitain yksittäisiä tutkimuksia kuitenkin löytyy. Suomessa esimerkiksi Martta Wendelinin ja Kotilieden kansikuvia on tutkittu esimerkiksi Ulla Aaltion (1984) pro gradu -tutkielmassa *Martta Wendelinin kuvittamat Kotilieden ja Aitta-lehden kannet 1920- ja 1930-luvulla* ja Heidi Kiilin (2016) pro gradu -tutkielmassa *Martta Wendelinin äitiekuvat vuosina 1940–1944 Sotavuosien Kotiliesi-lehtien kansikuvien feminististä lähtilukua*. Muun tyyppisiä kansi- ja mainoskuvia on tutkittu ikonologisin ja semioottisin menetelmin jonkin verran, esimerkiksi levyjen ja kirjojen kansia ja erilaisia mainoskuvia. Johanna Maksimainen (2008) tutki semioottisin menetelmin levyjen kansia lisensiaatintyössään *Levynkansikuvituksen naisrepresentaatiot ilmiönä ja naiseuden määrittelypaikkana 1990- ja 2000-luvuilla* ja esimerkiksi Kirsi Ilmarinen (1999) analysoi ikonologisin menetelmin alkoholipullojen etikettejä pro gradu -tutkielmassaan *Suomalainen alkoholipullon etiketti 1930-90 -luvuilla*.

Kansikuvatutkimukset ovat visuaalisessa viestinnässä pääosin sisällönanalyysin (content analysis) menetelmin toteutettu. Esimerkiksi mainittakoon Philip Bellin (2001) tutkimus *Cleo* -naistenlehdestä artikkelissa ”*Content Analysis of Visual Images*” ja Azalee Maslowin (2012) tutkimus *Depictions of Beauty on Cosmopolitan Magazine: Content Analysis of Covers (1959-2014)*, jossa tutkitaan sisällönanalyysin menetelmin *Cosmopolitan* -lehden kansikuvia ja Kiefer Hackneyn (2014) tutkimus *Voguen* kansikuvista *Vogue as an Example of Effective Fashion Magazine Covers*. Kansikuvia on tutkittu vain vähän taidehistoriallisella otteella, joten olen hyödyntänyt Riitta Brusilan väitöskirjaa *Realismista fiktion: Visuaalisuus ja suomalaiset aikakauslehdet* väitöskirjaa, jossa on tutkittu semioottisella otteella aikakauslehtien visuaalisen ilmeen muutosta. Brusilan väitöskirjan lisäksi



olen hyödyntänyt mainoskuvien tutkimukseen liittyvää kirjallisuutta. Esimerkiksi Päivi Hovin (1990) väitöskirjaa *Mainoskuva Suomessa: Kehitys ja vaikutteet 1890-luvulta 1930-luvun alkuun*, jossa hän tutki historiallisen aikaperspektiivin kontekstissa mainoskuvia, ja Visa Heinosen ja Hannu Konttisen (2001) *Nyt uutta Suomessa!: Suomalaisen mainonnan historia*, jossa tutkitaan mainonnan historian lisäksi mainonnan merkityksiä ja rooleja Suomen kulttuurissa ja taloudessa.

*Kauniin kodin* kansikuvia ei ole aiemmin tutkittu, vaan lehteen liittyvät tutkimukset ovat koskeneet pääosin lehden sisältöä. Tutkimukset, joissa *Kauniin kodin* artikkeleita tai sisällöstä löytyviä kuvia on hyödynnetty, ovat väitöskirjoista esimerkiksi:

Aulikki Herneojan (2007) *Jälleenrakennuskauden kodin värytys : arki ja arkkitehtuuri*, jossa hän tutkii suomalaisen asunnon sisustusta Suomessa värytyksen näkökulmasta vuosina 1948–1955. Hän käytti yhtenä tutkimusaineistona *Kauniin kodin* artikkeleita ja valokuvia vuosilta 1948–1955. Lisäksi aineistona on käytetty *Arkkitehti* -lehteä. Nämä lehdet yhdessä muodostivat laajan tutkimusaineiston, jota Herneoja tutkii aineistolähtöisesti laadullisen tutkimuksen ja arkkitehtuuritutkimuksen keinoin teoriasidonnaisen sisällönanalyysin avulla.

Tiina Huokunan (2006) *Vallankumous kotona! : Arkielämän visuaalinen murros 1960-luvun lopussa ja 1970-luvun alussa*, jossa tutkitaan arkielämän visuaalisia murroksia 1960-luvun lopusta 1970-luvun alkuun. Tutkimuksen lähtökohtana on nimenoman kotien muuttuminen toisen näköiseksi. Väitöskirjassa on aiheena sivuttu *Kaunis koti* -lehteä, vaikka se ei ole varsinaisen tarkastelun kohteena. Aineistona on esimerkiksi *Avotakan* artikkelien ja mainoksien lisäksi hyödynnetty mainoskuvia Marimekon ja Arabian tuotannosta. Tutkimuksen keskeisenä aiheena on ollut esinekulttuuri, jota on lähestytty yhteiskunnallisten keskustelujen, muotoiluun liittyvien keskustelujen ja arkielämän suunnitteluun liittyvien keskustelujen kautta.

Harri Kalhan (1997) *Muotopuolen merenneidon pauloissa – Suomen taideteollisuuden kultakausi: mielikuvat, markkinointi, diskurssit*, jossa Kalha tutkii modernin muotoilun rakentumista Suomessa. Väitöskirjassa käsitellään suomalaisen muotoilun merkitystuotantoa diskurssianalyysin menetelmillä. Kalhalla on ollut käytössään paljon haastattelumateriaalia ja aikalaislähteitä, joista esimerkkinä mainittakoon lukuisten aikakauslehtien joukosta *Kaunis koti* -sisustuslehti.

Minna Sarantola-Weissin (2003) *Sohvaryhmän läpimurto : Kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa*, jossa tarkastellaan suomalaista kodinsisustuskeskustelua osana kulutuskulttuurin kehitystä. Sarantola-Weiss on tarkastellut kulutuskulttuurin kehitystä etenkin 1960- ja 70-lukujen vaihteessa sohvaryhmien avulla. Hän tutki muun muassa ihanteellisen olohuoneen sisustusta *Kauniin kodin* ja *Avotakan* artikkelien ja kuvituksen avulla.

*Kaunis koti* -lehteä on käytetty myös monissa artikkeleissa tutkimusaineistona, joista esimerkkeinä mainitsen mielestäni kolme merkittävintä:

Altti Kuusamon (1992) ”*Esineiden järjestyksestä: Sisustuksen marginaalit 1950-luvulla*” teoksesta *Avoin ja suljettu : kirjoituksia 1950-luvusta suomalaisessa kulttuurissa*. Kuusamo käytti aineistonaan *Kaunis koti* -lehden vuosikertoja tutkiesaan aiheitaan. Hän oli sitä mieltä, että lehden vuosikerrat muodostavat ”*ehkä parhaan sääntökokoelman esineiden uudelle järjestykselle*”. Artikkelissa tarkastelussa on, kuinka lehden kautta välitetyt makukäsitykset ja esineiden järjestysäännöt levisivät suomalaiskoteihin.

Kristiina Paateron (1994) ”*Kaunis koti*” teoksessa *Sankaruus ja arki : Suomen 50-luvun miljö*. Paatero kävi artikkelissaan läpi muun muassa kotien asumisen muotoja, sisustusta, huonejakoja, keittiötä, huonekaluja ja astiastoja. Lisäksi hän kertoo lyhyesti *Kaunis koti* -lehden perustamisesta. Näiden selvittämiseksi artikkelissa on käytetty laajasti tutkimusaineistona *Kaunis koti* -lehden kuvituksia ja artikkeleita.

Mika Pantzarin ja Visa Heinosen (2014) ”*Hyvä käyttöesine on käytännöllinen, halpa ja kaunis*” - *Maaseudun ja kaupungin välinen jännite Kaunis Koti -lehden kodinsisustusvisioissa 1950-luvun puolivälissä*” TAHITI:n 3/2014 julkaisusta. Mika Pantzar ja Visa Heinonen käyttivät *Kaunis Koti* -lehden vuosikertojen 1955 ja 1956 sisältöjä – mainoksia ja artikkeleita – tutkimuksessaan. Artikkelissa tarkastellaan lehden sisältöjen perusteella ”agraarisen ja urbanisoituvan maan visiota”, ja aiheena on kotien sisustuksen visuaalinen muutos. Visuaalista muutosta tutkitaan lehtien sisällön perusteella ja tarkasteltavana on erityisesti sisustukseen, huonekaluihin ja keittiökalusteisiin liittyvät esittelyt.

## 1.7 Tutkimuksen rakenne

Analyysiin liittyviä alalukuja on kahdeksan, joissa jokaisessa käsitellään 1–3 kansikuvaa niihin liittyvien teemojen avulla. Luvussa 5.1 käsittelen kahta kansikuvaa,

sisustuskuva ja sisustuksen yksityiskohtaa. Luvun teemana on aiheisiin liittyvien kansikuvien keskinäiset eroavaisuudet, ja samalla menen syvemmälle kansikuvien aihepiireihin. Luku 5.2 toistaa samaa kaavaa edellisen kanssa eli siinä käsitellään kahta kansikuvaa, designtuotetta ja käyttöastiaa. Luvussa pohditaan designin ja käyttöastian eroa ja käsitellään kuvissa olevia esineitä tarkemmin. Luvussa 5.3 käsitellään myös kahta kansikuvaa, jotka ovat kuva-aiheeltaan samantyyppiset, mutta tunnelmaltaan menevät eri teemoihin. Ensimmäistä kuvaa käsitellään asumisen ahtauden teemoin ja toista kuvaa varakkaamman kansanosan väljän asumisen näkökulmin. Luvussa 5.4 käsitellään vain yhtä kansikuvaa, jonka teemaksi nousi kansikuvan ja kansikuvassa esiintyvän teoksen tekijä Rut Bryk. Luku 5.5 on ainoa, jossa käsitellään kolmea kansikuvaa, ja käsiteltäviksi näkökulmiksi nousivat maalaisromanttisuuden kaipuu ja toisaalta suuri muuttoliike maalta kaupunkiin. Luvussa 5.7 käsitellään yhtä kansikuvaa, jonka keskeisiksi teemoiksi nousivat naiskuvaston muutos ja naisen asema työelämässä. Luvun 5.8 aiheena on lisääntyvä vapaa-aika ja mökkikulttuuri Suomessa, jota käsitellään yhden kansikuvan avulla. Viimeisessä analyysiluvussa, luvussa 5.9, analysoin *Kauniin koti* -lehden ensimmäistä ja viimeistä kansikuvaa. Viimeisen analyysiluvun on tarkoitus nivoa yhteen merkittävimmät muutokset *Kauniin kodin* kansikuvissa vuosien 1948–1971 välillä.

## 2 KAUNIS KOTI – ERIKOISLEHTI NAISTENLEHTIEN KENTÄLLÄ

### 2.1 Naistenlehdet Suomessa

Tässä tutkimuksessa käytän termiä ”naistenlehti”, sillä *Kaunis koti* ja muut vastaavat aikakauslehdet, olivat pääosin naisille suunnattuja. Lehdet sisälsivät paljon naistenlehdille tyypillisiä ominaisuuksia, kuten muotia, käsityöohjeita ja reseptejä. Nämä lehdet olivat kuitenkin pääosin miesten toimittamia, joten lehdet sisälsivät jonkin verran miehisiä neuvoja ja ajatuksia siitä, mitä naisten tulisi harrastaa ja millaista sivistystä ja kulttuuria nainen kaipaa. Vasta 1920-luvun alkupuolella tähän asiaan tuli muutoksia, kun Ilmari Kianto sanoi *Naistenlehdessä* ja *Suomen Naisten ja Kotien äänenkannattajassa*, että naiset kaipaivat omaa erikoislehteään, joka pyristelisi eroon miehisestä auktoriteetista. Kiannon mielestä naiset tarvitsivat lehteä, jossa olisi:

”... enempi persoonallisuutta, enempi sydäntä, enempi naista, enempi ihmistä. Enempi hehkuvaisuutta, enempi elektrisiteettiä, enempi vapauden rakkautta.”<sup>46</sup>

Suomen naiset pääsivät vapauden tuntuun viimeistään 1920-luvun alkupuolella, sillä he saivat poliittiset ja yksilölliset oikeutensa vuosien 1864–1929 välisenä aikana. Aiemmin mainittu Edistysseurojen Kustannus Oy:n julkaisema *Naistenlehti* oli ensimmäinen naisnäkökulmasta julkaistu lehti, mutta lehden julkaisu loppui jo vuoden jälkeen taloudellisten vaikeuksien vuoksi. Lisäksi 1900-luvun alkupuoliskolla julkaistut *Oihonna*, *Nordisk Damtidning* ja *Helsingitär* kärsivät saman kohtalon. Tyhjiötä täyttämään perustettiin *Kotiliesi* vuonna 1922. Se oli ensimmäinen lehti Suomessa, joka oli selkeästi naisten ja kotien peruslehti. *Kotiliesi* oli opas nimenomaan kodin piirissä toimiville naisille.<sup>47</sup>

*Kotiliedellä* ei alkuun ollut kilpailijoita, kunnes Otava päätti lähteä kilpailuun mukaan perustamalla *Oma koti* -lehden vuonna 1931. Syntyi naistenlehdistön historian ensimmäinen kilpailupari. *Oman kodin* tarkoituksena oli antaa erityistä arvostusta perheenemäntien panostukselle kodinhoitoon liittyen. Tarkoitus oli nostaa vanhat hyvät tavat kunniaan ja tuoda esiin niitä asioita, jotka helpottivat kodinhoittoa ja virkistivät perheenjäseniä. *Oma koti* halusi tehdä perheen yksilöistä oma-toimisia, elämänhaluisia ja onnellisia ihmisiä. Lehden näytenumeron kansi antoi näistä tavoitteista hieman osviittaa, sillä kannessa esiintyi reipas, hiihtopukuinen, punaposkinen tyttö keskellä suomalaista talvimaisemaa. Kannen oli kuvittanut taiteilija Martta Wendelin, joka tuli omana aikanaan tunnetuksi herttaisista kuvituksistaan. Maailmanlaajuisen laman aikana kilpailu kahden lehden välillä oli sen verran kova, että kustantajat joutuivat yhdistämään voimansa, jonka seurauksena perustettiin *Yhtyneet Kuvalehdet Oy* vuonna 1934. Kahden samankaltaisen lehden julkaisu ei enää kannattanut, joten lopulta *Oma koti* sulautettiin *Kotilieteen*.<sup>48</sup>

1930-luvulla naisten asema parani entisestään ja kulttuurielämä puhkesi uuteen kukoistukseensa. Seuraelämän keveys kiinnosti, keskiluokkaisuus tuli muotiin ja naisten taloudellinen riippumattomuus kasvoi. Miina Sillanpäästä tuli ensimmäinen naisministeri vuonna 1926, ensimmäinen naisprofessori astui virkaansa vuonna 1930, suomalainen naiskauneus huomioitiin maailmalla, kun Ester Toi-

<sup>46</sup> Malmberg 1991b, 194, 196.

<sup>47</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 221.

<sup>48</sup> Malmberg 1991b, 201–203.

vonon valittiin Miss Euroopaksi vuonna 1934 ja ensimmäiset suomalaiset naisurheilijat kilpailivat Berliinin olympialaisissa vuonna 1936. Nämä uudet tuulet suomalaisessa naismaailmassa toivat kysyntää lehdille, jotka olisivat sallitun rajoissa jopa hieman turhamaisia. Kysyntään vastaamaan perustettiin 1930-luvulla naistenlehdet *Eeva* ja *Hopeapeili*.<sup>49</sup>

Näin oli syntynyt naistenlehdistön vahva kantakolmikko, joka palveli kaikenlaista naisväestöä: *Kotiliesi* perheenemäntiä, *Eeva* kauneudesta kiinnostuneita keski-  
luokkaisia ja *Hopeapeili* yläluokkaisia ja sivistyneitä kulttuurinaisia. *Kotiliesi* oli näistä kolmesta ehdottomasti laajalevikkisin 1940-luvun puolivälissä 190 000 tilaajallaan, kun taas *Eevalla* ja *Hopeapeilillä* levikki oli hiukan alle 100 000 kappa-  
leen.<sup>50</sup> Lukijakunnan todellista määrää on kuitenkin hankala todeta levikin mu-  
kaan, sillä lehtiä saatettiin lainata muiden luettavaksi, mikä nostaa lukijakunnan määrän todellista suuremmaksi.

1940-luvulla naistenlehdet, kuten muutkin yleisaikakauslehdet, joutuivat taistelemaan olemassaolonsa puolesta. Vuosikymmenellä olikin aivan omanlaisensa profiili aikakauslehtien historiassa, sillä niillä oli iso merkitys esimerkiksi sota-ai-  
kojen, ja sen jälkeisten vuosien, arjen parantamisessa. Suomen kansa maksoi sodistaan niin henkisiä kuin aineellisia jälkimaksuja, mutta se ei kuitenkaan vai-  
kuttanut kansalaisten lukuhaluihin<sup>51</sup>.

Pulavuosien ja säännöstelyn aikana lehdet joutuivat tasapainottelemaan niin pa-  
peripulan kuin monen muun pulan puristuksessa. Naistenlehdistöllä oli kuitenkin tärkeä rooli ankarien vuosien aikana, jolloin neuvojen avulla helpotettiin perheen-  
emäntien taakkaa. Lehdet tarjoilivat lukemattomia käytännön vinkkejä arkea hel-  
pottamaan. Kuinka saada kuuden markan luista useampi maittava ateria? Kuinka saada perheen vaatekupongit riittämään? Voisiko vauvani pukea paperiin? Kuinka kutoa ”sinne jonnekin” kypäränsuojukset, polvenlämmittäjät tai liipasin-  
sormilapaset? Käytännön vinkkien lisäksi lehdet toivat myös tervetullutta viihdettä muun muassa sodan keskelle, esimerkiksi sota-aikana monet miehet tilasivat *Ee-  
van* luettavakseen suojapaikoilleen.<sup>52</sup>

<sup>49</sup> Malmberg 1991b, 203–204, 206.

<sup>50</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 222.

<sup>51</sup> Malmberg 1991a, 130.

<sup>52</sup> Malmberg 1991b, 209.

Sodan aikana olemassa olevat lehdet, *Kotiliesi*, *Eeva* ja *Hopeapeili* säilyttivät ja vakiinnuttivat asemaansa ja vasta sodan jälkeen alkoi ilmestyä uusia naistenlehtiä. Vuonna 1945 ilmestyi naistenlehti *Viuhka*, joka kertoi olevansa ”lehti virkanaisille” ja lupasi luopua perhekeskeisyydestä ottamalla huomioon yksinäiset naiset. *Viuhkan* kustantajana toimi Lehtiyhtymä Oy, jolla oli myös kuusi muuta lehteä kustannettavanaan, joista esimerkeiksi mainittakoon lehdet: *Suomen Urheilulehti*, *Miten rakennan*, *Taiteen Maailma* ja *Kimmo*.<sup>53</sup>

Yksi merkki talouden elpymisestä näkyi naistenlehdistön määrässä, joka kasvoi huomattavasti 1940-luvulla. Kyseinen vuosikymmen oli omiaan erikoislehdille, joita ilmestyi tiuhaan. Yksi näistä oli käsityölehti *Omin käsien*, joka irtaantui *Kotiledestä* vuonna 1940. Samaan aikaan ilmestyi myös *Muoti ja kauneus*, joka kertoi olevansa ”*julkaisu, joka on puuttunut, muotia, kaavoja ja kauneutta sisältävä naisten palvelulehti*”. Myöhemmin lehti vaihtoi nimekseen *Muotikuva*.<sup>54</sup>

Lopulta alkoi erikoislehti *Kauniin kodin* aika vuonna 1948, mutta lehti ei suinkaan ollut ainoa erikoislehti, joka perustettiin 1940- ja -50-lukujen aikana. 1940-luvulla alkanut erikoislehtien aalto nousi huippuunsa 1950-luvulla.<sup>55</sup> 1950-luvulle tultaessa paperipula helpotti ja aikakauslehdistössä alkoi vuosikymmenen alussa uusi aika. Ihmisillä oli taas rahaa kulutettavaksi, henkinen ilmapiiri kasvoi, kansainvälisyys lisääntyi ja kilpailu koveni. Vanhat naistenlehdet kohennettiin ja ne kokivat nuorennusleikkauksen. Lisäksi perustettiin uusia lehtiä. Oli muotilehtiä, muun muassa *Chiffons* sekä *Muotikuvan* ja *Sorjan* fuusion seurauksena syntynyt *Sorja, joka naisen muotikuva*, ruokalehti *Kotikokki* ja vuonna 1956 perustettu *Kauneus ja Terveys*.<sup>56</sup>

1960-luvulla naistenlehtien välinen kilpailu kiristyi entisestään lehtivalikoiman määrän kasvaessa. Lisäksi television tulo suomalaisten olohuoneisiin vaikutti siihen, että naistenlehtien oli keksittävä uusia artikkelinaiheita lehtiensä sisältöön. Yleisesti naistenlehtiin alkoi tulla julkisuuden henkilöiden vyöry ja kulttuuripersoonat ohitettiin.

*Kauniissa kodissa* kuitenkin esiintyivät Suomen eturivin arkkitehdit ja taideteollisuuden henkilöt, jotka esittelivät kotejaan lehden artikkeleissa<sup>57</sup>. Lukijat pääsivät

<sup>53</sup> Malmberg 1991b, 211–212.

<sup>54</sup> Malmberg 1991b, 214–215.

<sup>55</sup> Malmberg 1991b, 225; Herneoja 2007, 37.

<sup>56</sup> Malmberg 1991b, 218–219, 222, 226–228.

<sup>57</sup> Sarantola-Weiss 2003a, 177.

kurkistamaan esimerkiksi Tapio Wirkkalan ja hänen vaimonsa Rut Brykin kotiin vuonna 1948<sup>58</sup>. Julkisuuden henkilöiden yksityiselämää seurattiin jokaista yksityiskohtaa myöten, ja he alkoivat osittain elämään julkisuuden varassa. Lehdet kokivat sisältömuutoksien vuoksi myös erilaisia rakennemuutoksia. Lehtiä perustettiin ja lakkautettiin, ilmestymistiheyttä muutettiin, kustantajat vaihtuivat ja konkurssit sekä lehtien yhdistämiset eivät enää olleet epätavanomaisia. 1960-luku oli lehtien perustamisen kulta-aikaa ja silloin ilmestyi useita kaupallisia naistenlehtiä. Esimerkkeiksi mainittakoon edelleenkin olemassa olevat *Anna* (1963), *Kodin Kuvalehti* (1967), *Avotakka* (1967) ja *Kaks'Plus* (1969).<sup>59</sup>

1930–1970-lukujen välisenä aikana naistenlehtien sisältö pysyi hyvin samankaltaisena. Samankaltaisina pysyivät vuosikymmenien läpi niin henkilöhaastattelut, ruoka- ja käsityöohjeet, muotikuvat, kysymys- ja vastauspalstat kuin jatkokertomuksetkin. Tietenkin henkilöt, muoti ja tyyli vaihtelivat eri vuosikymmeninä jättäen omanlaisensa leiman naistenlehtiin, mutta kaikkien lehtien tavoitteena oli kuitenkin antaa lukijoilleen hyötyä, tietoa ja hetkellistä pakoa arjen töistä.<sup>60</sup>

## 2.2 *Kaunis koti* -sisustuslehti

*Kaunis koti* -sisustuslehti oli jälleenrakennuskaudella ainoa suurelle yleisölle suunnattu lehti Suomessa, joka keskittyi pelkästään asumiseen ja kodin sisustamiseen<sup>61</sup>. Toki niitäkin lehtiä oli, joissa kotiin ja sisustukseen liittyviä asioita käsiteltiin jonkin verran. Aiemmin mainitussa *Kotiliedessä* esiteltiin 1900-luvun alkupuoliskolla paljon sen ajan maalaiskoteja, *Eevassa* esiintyivät sen ajan seurapiirihenkilöiden hienostuneet kodit ja vuonna 1937 *Hopeapeilissä* tiedusteltiin: ”Muistuttaako suomalainen koti rihkamakauppaa?”.

Suomalainen taideteollisuus ja kodin sisustus sai huomiota varhaisemmissa lehdissä, esimerkiksi *Taiteen Maailmassa* ja *Kuvassa*. Mutta *Domusta*, joka ilmestyi vuosina 1930–33 sekä suomeksi että ruotsiksi, voidaan pitää *Kaunistakotia* lähinnä vastaavana. *Domus* oli kuitenkin hyvin vahvasti taidelehti, joka sisälsi myös kuvanveistoa ja maalaustaidetta. Välissä oli reilun kymmenen vuotta kestänyt ajanjakso, jolloin sisustukseen keskittyvää lehteä ei ollut Suomessa. Vasta toisen maailmansodan jälkeen oli jälleen kysyntää *Kauniin kodin* kaltaiselle lehdelle,

<sup>58</sup> Halme 1948, 10–13.

<sup>59</sup> Malmberg 1991b, 229.

<sup>60</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 223.

<sup>61</sup> Herneoja 2007, 31.

sillä suomalainen muotoilu alkoi saada nostetta ja mainetta Suomessa ja maailmalla muun muassa Milanon triennaaleiden menestyksen takia.<sup>62</sup>

Voi siis todeta *Kauniin kodin* olleen aikansa edelläkävijä, eikä täysin vastaavalaista lehteä ollut Suomessa julkaistu aiemmin. Lehden laitto alulle Yhtyneiden kuvalehtien tytäryhtiö Valiolehdet ja lehti perustettiin Suomen Taideteollisuusyhdistyksen nimissä. Suomessa paperinsaantia säännösteltiin vuoteen 1949 asti, joten oli tärkeää, että Taideteollisuusyhdistys toimi taustalla, sillä näin paperinsaanti oli taattua. Ensimmäinen lehti ilmestyi 1948 näytenumeron muodossa luvaten lukijoilleen kauneutta käytännöllisyyden rinnalle.<sup>63</sup> *Kauniin kodin* ajatusmaailmana oli, että pula-ajan vallitessa kauneus oli opittava näkemään arjessa. Ajatus oli tärkeä siksi, että:

*”Sen, joka aikoo luoda itselleen sellaisen [kauniin kodin], on opittava tajuamaan myös kauniiden arkiesineiden merkitys. Hänen on ikään kuin imettävä itseensä kauneutta kaikkialta. Tarttuessaan yksinkertaiseen, arkiseen, mutta ääriviivoiltaan sopusuhtaiseen ja sulavaan juomalasiin tai siromuotoiseen lusikkaan hän tuntee siitä salaista iloa ja mielihyvää. Hän tietää, että katsoipa hän minne tahansa kodissaan, avasipa hän minkä kaapin tai laatikon tahansa, aina on häntä vastassa yksinkertaisessa käytännöllisyydessään kaunis ja aito arkiesine ja siis kauneus eri muodoissaan.”<sup>64</sup>*

Voisi sanoa, etteivät sisustuslehden alkuvuodet olisi voineet osua parempaan aikaan. Pula-aika oli helpottamassa 1950-luvun alkupuolella ja Suomi nousi niukkuudesta kohti parempia aikoja. Käytännöllisistä korvikemateriaaleista ja tilojen ahtaudesta haluttiin päästä eroon. Tuli tarve kohentaa kodin tiloja ja koteihin ostettiin uusia huonekaluja sekä koriste-esineitä. Ihmisille tuli tarve kerätä kauneutta ympärillensä sotien niukkuuden ja käytännöllisyyden jälkeen. *Kaunis koti* vastasi hyvin tämän ajan tarpeita, sillä keskiluokka alkoi muuttaa, rakentaa ja sisustaa kotejaan.<sup>65</sup> Koteja tarvittiin, sillä sota jätti suomalaisista joka kymmenennen kodittomaksi. Asuntoja rakennettiin enemmän kuin koskaan aiemmin, olivat ne kauniita tai sitten ei. Vaikka vielä 1950-luvun alussa suomalaisista suurin osa

<sup>62</sup> Herneoja 2007, 36; Malmberg 1991b, 215–216; Leino-Kaukiainen 1992b, 253.

<sup>63</sup> ”Mitä on kaunis koti” 1948, 3.

<sup>64</sup> ”Mitä on kaunis koti” 1948, 3, 30.

<sup>65</sup> Malmberg 1991b, 216; Leino-Kaukiainen 1992b, 254; Sarantola-Weiss 2003a, 154.



asui maalla, rakennettiin silti yhä useampi koti kaupunkiin tai kauppalaan, omakotialueelle, rivitaloon tai aravakerrostaloon. Monen asian muuttuessa muuttui myös koti ja tätä muutosta *Kaunis koti* pääsi seuraamaan läheltä.<sup>66</sup>

*Kaunis koti* otti omaksi asiakseen kehittää suomalaista asuntokulttuuria, jotta sen jälkeen voitaisiin keskustella ”kauniimmasta arkitavarasta”. *Kaunis koti* -lehden näytenuumerossa haastateltiin Arabian taiteellista johtajaa Kurt Ekholmia, ja hän otti omalta osaltaan kantaa keskusteluun. Hänen mielestään suomalaisten asuinolosuhteita oli parannettava ennen kuin käydään käsiksi keskusteluun kauniista arkitavarasta. Ekholmin mielestä kyse ei ole ”joidenkin kannujen, lasien ja lusioiden muodoista ja esteettisestä arvosta”, vaan hän piti asiaa paljon kauaskantoisempana. Ekholmin mukaan suomalaisesta taideteollisuuskoulusta valmistuvat taiteilijat eivät välttämättä sovi kuitenkaan suomalaisen teollisuuden pariin. Ensin taideteollisuuskoulutukseen olisi lisättävä teollisuusmuotoilua, jotta taiteilijat saataisiin teollisuuden palvelukseen. Lisäksi Ekholm kritisoi ostavaa yleisöä, jotka ostavat kaiken, mitä vain on tarjolla. Hän kysyykin, miksi teollisuusalalla olisi mielenkiintoa tuottaa kauniimpia arkitavaroita, jos ostavalle yleisölle kelpaa niin sanotusti mikä vain.<sup>67</sup>

Ruotsissa asuntokulttuurin kehittämiseen oli herätty jo 30 vuotta aiemmin, jonka yhteydessä käsiteltiin ”vackrare vardagsvara”-kysymystä. Gunnela Ivanonin väitöskirjassa *Vackrare vardagsvara – design för alla?* käsitellään kauniimman arkitavaran merkitystä Ruotsissa sekä käsitteen luoja Gregor Paulssonia. Vuonna 1919 ruotsalainen Gregor Paulsson julkaisi *Svenska Slöjdföreningens* ensimmäisessä propagandajulkaisussa artikkelin *Vackrare vardagsvara* -artikkelin arjen käyttöesineistä. Artikkelin oli osoitettu lähinnä valmistajille, ja sen tarkoituksena oli saada valmistajat tekemään edullisempia, mutta parempia käyttöesineitä. *Vackrare vardagsvara* -keskustelun tarkoituksena oli kertoa ruotsalaisille, mitä on *hyvä maku*.<sup>68</sup> *Kaunis koti* teki saman suomalaisille 30 vuotta myöhemmin ja lehden pääasiallisena tehtävänä oli muokata suomalaisten makutottumuksia. Ruotsin Taideteollisuusyhdistys järjesti Suomen Taideteollisuusyhdistyksen pyynnöstä näyttelyn ”Ruotsalainen koti ja sen käyttöesineet” Stockmannin tavarata-

---

<sup>66</sup> Paatero 1994, 167.

<sup>67</sup> I. A. 1948, 28.

<sup>68</sup> Ivanov 2004, 106, 110.

lossa, Helsingissä. Näyttelyn satoa esiteltiin *Kaunis koti* -lehden toisessa näytteenumerossa omassa artikkelissaan.<sup>69</sup> Ensin Suomessa olisi kuitenkin selviydyttävä ainepulasta, jotta saataisiin enemmän parempia raaka-aineita markkinoille, jolloin voitaisiin taas nousta sille tasolle, jolla oltiin ennen sotaa<sup>70</sup>.

Yhtyneiden Kuvalehtien toimitusjohtajan Jorma Reenpään toiveesta *Kaunis koti* -lehden päätoimittajaksi valittiin Eva Paloheimo, joka oli säveltäjä Jean Sibeliuksen tytär. Ajateltiin, että lehden keulakuvana olisi hyvä olla nimekäs kulttuuripersona, joka oli taiteen ja taiteilijoiden ystävä. Paloheimolla ei vain ollut kokemusta siitä, kuinka lehteä tulisi toimittaa, joten taustajoukkona toimi lehden toimituspäällikkö ja ideoija, Veikko Karumo, sekä joukko tunnettuja taiteilijoita ja asiantuntijoita. Lehden toimituskuntaan valittiin asiantuntijoita Taideteollisuusyhdistyksen toimesta, joita olivat muun muassa Eva Anttila, Rafael Blomstedt, Kurt Ekholm ja Werner West. Näistä edellä mainituista West kirjoitti itsekin lehteen, mutta muina tärkeinä asiantuntijakirjoittajina toimivat esimerkiksi Yki Nummi ja Olof Ottelin. Tämä toimituskunta ei kuitenkaan kokoontunut kertaakaan, joten Taideteollisuusyhdistys vetäytyi pian pois hankkeesta.<sup>71</sup>

Aluksi keskusteltiin siitä, tulisiko lehden olla huonekalumuotoiluun ja taideteollisuuden keskittyvä lehti, vai enemmän suurelle yleisölle sopiva lehti, joka keskittyisi kehittyvään kotiin. Lehden kaupallisuus ja saattaminen suuren yleisön tietoon oli Veikko Karumon päämäärä. Hänelle siirrettiinkin päätoimittajan tehtävät heti lehden sisäänajon jälkeen vuonna 1949. Karumon taustajoukkoina lehdessä työskentelivät muun muassa toimitussihteeri Pirkko Aho ja taittajana toimi Marja Vuorelainen, jonka jälkeen vastuu siirrettiin Guni Knüpferille. Avustajana lehdessä toimi Birgitta Tikkanen, joka teki sisustusjuttuja myös muihin aikakauslehtiin. Kun siirryttiin 1950-luvulle, antoi muu toimituskunta periksi Veikko Karumon ideoille, jonka jälkeen lehdessä toteutettiin Karumon kaavailema linja. Vuodesta 1950 lähtien lehteä kustansi Yhtyneet Kuvalehdet ja näin ollen *Kaunis koti* oli jatkossa puhtaasti kaupallinen hanke.<sup>72</sup> Vaikka Taideteollisuusyhdistys vetäytyi pois *Kauniista kodista*, osallistuivat taideteollisuuden tunnetut suunnittelijat siitä huolimatta aktiivisesti lehden tekoon yksityishenkilöinä<sup>73</sup>.

---

<sup>69</sup> K. E-m. 1948, 26–27.

<sup>70</sup> I. A. 1948, 28.

<sup>71</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 253–254; Karlsson 1996, 175; Paatero 1994, 167.

<sup>72</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 253–254; Kruskopf 1989, 177–178.

<sup>73</sup> Herneoja 2007, 36.

Suomen kuvalehden toimittaja Eila Jokela tuli *Kaunis koti*-lehden päätoimittajaksi vuonna 1952, mutta jatkoi samalla työskentelyään avustajana *Suomen Kuvalehdessä*. Tällainen lehdestä toiseen vaihtelu oli hyvin tavallista 1950-luvulla. *Kauniin kodin* alusta lähtien alkanut myötätuuli vaikutti vielä ja aiheita oli runsaasti, mistä valita. Oli hienoja saavutuksia, oli arvostusta saaneita taiteilijoita, joista esimerkkeinä aiemmin mainittujen lisäksi olivat muun muassa Heidi Blomstedt, Kaj Franck, Dora Jung, Lisa Johansson-Pape, Maija Isola, Birger Kaipainen, Marjatta Metsovaara, Toini Muona, Antti Nurmesniemi, Armi Ratia, Ilmari Tapiovaara ja Tapio Wirkkala. Lisäksi tehden myötätuuleen vaikutti se, ettei sille ilmaantunut kilpailijoita vielä 1950-luvulla.<sup>74</sup> *Kaunis koti* oli löytänyt oman linjansa Eila Jokelan tultua lehden päätoimittajaksi. *Kauniin kodin* vahva asema 1950-luvulla selittyi osittain Taideteollisuuden nousukaudella ja suomalaisten taiteilijoiden menestyksellä ulkomaisissa näyttelyissä, esimerkiksi Milanon triennaaleissa.<sup>75</sup>

Kalha puhui väitöskirjassaan ”Milanon ihmeestä”. Käsité muodostui Suomessa 1950-luvulla vallinneen taideteollisuuden nosteen vuoksi. Milanon triennaalimenestyksestä luotiin niin sanotusti suuri tarina Suomen lehdistössä, mikä vaikutti siihen, että Milanon triennaaleista saavutettuja voittoja pidetään edelleen yhtenä merkittävimmistä asioista suomalaisessa muotoilussa 1950-luvulla. H. O. Gummeruksella – joka ymmärsi markkinoinnin merkityksen – on suuri merkitys sillä, että menestys maailmalla tuotiin suomalaisten tietoon. *Kauniin kodin* tehtävänä oli valistaa ja kertoa, ja osittain myöskin markkinoida, suomalaisen taideteollisuuden ja sen tuottamien esineiden merkityksistä ja käyttötarkoituksista. Valistuksen ja markkinoinnin raja oli häilyvä. Valokuvien valistuksellisessa mielessä katetut ruokapöydät olivat myös taideteollisuuden ja yritysten arki- ja designesineiden mainoskuvia.<sup>76</sup>

Oli tärkeää, että lehdessä toimi nimekkäitä kirjoittajia, sillä heidän maineensa avulla saatiin lukijoiden mielenkiinto herätettyä. Pitkää ja näyttävää avustajaluetteloa pidettiin Ari Uinon mukaan aikakauslehdissä hyvän laadun takeena. Usein lehtiä kaupattiinkin tunnettujen nimien ja kulttuurielämässä vaikuttavien nimien avulla. Lehdet pyysivät mielellään kulttuurielämän vaikuttajilta kirjoituksia esimerkiksi hyvin myyntiä tuottaviin joulunumeroihin. Isolla avustajajoukolla oli lehdille muitakin vaikutuksia. Mitä enemmän ja mitä monipuolisempia avustajia lehdessä

<sup>74</sup> Malmberg 1991a, 139, Malmberg 1991b 217, 225–226.

<sup>75</sup> Malmberg 1991b, 225–226; Herneoja 2007, 37.

<sup>76</sup> Kalha 1997, 132, 154–155.

oli, sitä helpompi lehteä oli toimittaa. Lehdistä tuli myös luettavampia ja sisällöltään vaihtelevampia, mikä lisäsi tilaajien määrää ja sitä kautta myös ilmoittajien ja mainostajien joukko kasvoi. Tämän vuoksi on ymmärrettävää, miksi *Kaunis koti*-lehdessä oli nimekkäitä avustajia. Hyvän avustajajoukon merkitys oli suuri positiivisessa mielessä ja sillä oli kauaskantoisia vaikutuksia lehden menestykselle. Lehden avustajajoukon kirjavuus selittyy myös sillä, ettei Suomessa ollut vielä ammattitoimittajia *Kauniin kodin* alkuvuosina.<sup>77</sup>

Minna Sarantola-Weissin mukaan *Kaunis koti* edusti Eila Jokelan aikana avoimesti oikeistolaista ja kansalliskristillistä ajattelua, joka Sarantola-Weissin mielestä kuului osana 1950-luvun ajanhenkeen. Sarantola-Weiss haastatteli Eila Jokelaa 29.1.1996 ja haastattelussa Jokela kertoo pelänneensä nousukasmaisuutta, jonka vuoksi hän järjestelmällisesti kitki tällaiset piirteet pois toimituskunnasta. Eila Jokelan mukaan *Kaunistakotia* lukivat nuoret akateemiset perheet ja muu sivistynyt nuoriso: ”Ja minä olen kyllä siitä niin iloinen, ei kyllä kommunismi haissut mistään suunnasta.” Vaatimattomuus ja vaatimattomuuden kauneuden ihailu kuuluivat Eila Jokelan arvoihin.<sup>78</sup>

Eila Jokela siirtyi vuonna 1963 *Kotilieden* päätoimittajaksi ja hänen tilalleen tuli Anna-Liisa Ahmavaara (myöhemmin Rekola). Ahmavaara toimi päätoimittajana loppuun saakka, aina vuoteen 1971 asti. Anna-Liisa Ahmavaara oli uuden linjamuutoksen takana ja lehti alkoi osallistua muun muassa asunonäyttelyihin ja sisusti omia malliasuntoja<sup>79</sup>. Ahmavaaran aikana arkkitehtuurin osuus kasvoi lehdessä runsaasti. Painopiste oli niin asuntopolitiikan ja -rakentamisen eri näkökulmissa kuin värivalintojen, sisustuspulmien ja tekstiilihuollon ongelmien ratkomisessa. Lisäksi lehti sisälsi paljon taide- ja kulttuurihistoriallista tietoa. Ulkomaista muotoilua seurattiin *Kauniissa kodissa* jatkuvasti, mutta pääpaino oli kotimaisessa ja pohjoismaisessa – etenkin ruotsalaisessa ja tanskalaisessa – muotoilussa. Nimekkäät ja aikansa parhaat alan asiantuntijat jatkoivat edelleen lehden toimitus- ja avustuskunnassa, sillä alaan erikoistuneita toimittajia ei vielä liiemmin ollut.<sup>80</sup>

Lopulta *Kauniin kodin* kohtalon sinetöi uudempi sisustuslehti, *Avotakka*, joka perustettiin vuonna 1967 Olli Lyytikäisen toimesta. Lehteä pidettiin ensimmäisinä

<sup>77</sup> Uino 1991a, 49–50.

<sup>78</sup> Sarantola-Weiss 2003a, 109.

<sup>79</sup> Ks. esimerkiksi luvusta 5.1 ”Sisustuksen yksityiskohta”.

<sup>80</sup> Malmberg 1991b, 243–244; Sarantola-Weiss 2003a, 159, 161.

vuosinaan elitistisenä. *Avotakka* oli alkuun suunnattu varakkaammalle kansanosalalle, joten se ei saavuttanut suurta suosiota alkuvuosinaan. Kaksi samankaltaista sisustuslehteä oli kuitenkin liikaa Suomen aikakauslehdistön kentällä. Tämän vuoksi, juuri ennen energiakriisin puhkeamista, päädyttiin siihen, että *Kaunis koti* sulautettiin *Avotakkaan* vuonna 1972.<sup>81</sup>

Minna Sarantola-Weiss toteaa A-lehtien panostaneen *Avotakkaan* huomattavasti enemmän, kuin Yhtyneet Kuvalehdet *Kauniiseen kotiin*. Vuonna 1967 *Kaunista kotia* toimittivat vain päätoimittaja ja toimitussihteeri, kun taas *Avotakkaa* toimitti päätoimittajan lisäksi toimitussihteeri ja kolme toimittajaa. Molemmilla lehdillä oli toimituksen lisäksi taustajoukkona asiantuntijoita, sisustusarkkitehtejä, rakennusmestareita ja puutarhasuunnittelijoita. *Avotakalla* oli näiden lisäksi jopa oma studio, jonne oli helppo lavastaa sisustuksia. *Avotakalla* oli jo ensimmäisenä ilmentymisvuonnaan enemmän lukijoita kuin *Kauniilla kodilla*.<sup>82</sup> *Avotakka* selkeästi kiinnosti lukijakuntaa enemmän, kuin *Kaunis koti*. Luultavasti tilanne on alkuun selitettävissä uutuudenviehätyksellä, mutta luultavasti taustalla oli muutakin. *Avotakka* saattoi värikkäällä visuaalisuudellaan houkutella ostajia paremmin kuin *Kaunis koti*. Oletettavasti lukijat huomasivat *Avotakan* panostuksen toimitukseen, mikä teki siitä lehtenä houkuttelevamman.

### 3 MUOTOILU JA DESIGN KANSALLISENA JA KANSAINVÄLISENÄ ILMIÖNÄ

1940- ja -50-luvun suomalaisella muotoilulla on edelleen suuri merkitys muotoilun kentällä ja keräilijäharrastajien piireissä. Tänä päivänä kyseisen aikakauden huonekaluista ja esineistä saa maksaa melko paljon, ehkä jopa enemmän, mitä todellinen arvo onkaan. Harri Kalha toteaa väitöskirjassaan, että 1940– ja -50-luvun muotoilusta luotiin 1990-luvulle tullessa myytti, jonka taustoja ja sisältöjä ei tiedetä. Hän kirjoittaa, että ”*monille aikakausi on tullut merkitsemään ylihienostunutta muotokieltä ja keräilykulttuurin haltuunottamia esineitä, joihin vertaaminen ja vertautuminen on kasvanut rasitteeksi tämän päivän muotoilijakunnalle*”<sup>83</sup>. Varmasti näin onkin, mutta sitä ei voi kiistää, etteikö muotoilun kultakausi Suomessa olisi tehnyt hyvää kansalliselle identiteetille, joka sotien jälkeen kaipasi itsetunnon kohotusta. On siis selvää, että 1940– ja 50-luvun muotoilulla on edelleen

<sup>81</sup> Malmberg 1991b, 225, 244.

<sup>82</sup> Sarantola-Weiss 2003a, 165

<sup>83</sup> Kalha 1997, 15.

merkittävä vaikutus suomalaisessa muotoilussa, eikä samankaltaista taideteollisuuden nostetta ole koettu sen jälkeen.

Pekka Korvenmaa on teoksessaan *Taide & teollisuus – Johdatus suomalaisen muotoilun historiaan* tehnyt aikajanan merkittävimmistä hetkistä Suomen muotoilussa ja alla on merkittävimmät *Kauniin kodin* ilmestymisen ajalta:

- 1939–1945** Sotien vuodet,
- 1946** *Nordisk Konsthantverk* -näyttely Kööpenhaminassa,
- 1947** Domus Academican rakentaminen ja sisustaminen,
- 1948** *Kaunis koti* -lehti alkaa ilmestyä,
- 1949** näyttely *Kauneutta arkeen* Helsingin Taidehallissa,
- 1951** Milanon IX triennaali ja Marimekko perustetaan,
- 1952** viimeinen sotakorvausjuna lähtee Moskovaan ja Helsingin olympialaiset,
- 1954** Milanon X triennaali,
- 1957** näyttely *Teollinen muoto* Helsingin Taidehallissa,
- 1960** Milanon XI triennaali,
- 1961** Suomi liittyy EFTA:an (European Free Trade Association),
- 1965** Taideteollinen oppilaitos valtion hoiviin,
- 1973** Taideteollinen korkeakoulu syntyy.<sup>84</sup>

On mielenkiintoista huomata, kuinka Korvenmaa on nostanut *Kaunis koti* -lehden ilmestymisen mainitsemisen arvoiseksi. Tämä tarkoittaa sitä, että lehti oli merkittävä suomalaisen muotoilun saralla esitellen aina viimeisimpiä muotoilun uutuuksia.

Ilman Milanon triennaaleissa saavutettua menestystä suomalaisen taideteollisuuden kenttä ei olisi kehittynyt niin paljon kuin se kehittyi erityisesti 1950-luvulla. Suomalainen muotoilu sai laajaa huomiota Milanossa ja lehdistö niin Suomessa kuin ulkomaillakin huomioi tämän seikan. Esimerkiksi *Kauniissa kodissa* kirjoitettiin ahkerasti triennaaleista ja muun muassa Kerttu Niilonen kirjoitti vuonna 1954 artikkelin ”*Nykyhetken taideteollisuus Triennalen kuvastimessa*”. Artikkelissa esiteltiin ylpelydellä Suomen osastoa ja kerrottiin suomalaisten esineiden ja muotoilijoiden menestyksestä.<sup>85</sup>

<sup>84</sup> Korvenmaa 2009, 146, 174, 212.

<sup>85</sup> Niilonen 1954, 8–9.

### 3.1 Milanon triennaali

Milanon triennaali on tunnettu, kolmannesvuosittain järjestettävä taiteen ja taide-teollisuuden katselmus, joka on järjestetty Italian Milanossa vuodesta 1933 lähtien<sup>86</sup>. Milanon triennaali -näyttelyt käynnistyivät sodan jälkeen uudelleen vuonna 1947, mutta Suomi ei osallistunut vielä niihin, vaikka olikin ollut triennaaleissa aiemmin, vuosina 1933 ja 1936. Seuraavaan, vuoden 1951 näyttelyyn, Suomi päätti lähteä mukaan ja edustajaksi valittiin Tapio Wirkkala. Kokoelma vietiin Zürichin Kunstgewerbemuseumin kautta Milanoon. Zürich toimi tavallaan kenraali-harjoituksena Milanon paljon merkittävämmälle tapahtumalle. Zürichin näyttelyssä Suomen osaston vastaanotto oli erinomainen, mikä antoi itseluottamusta Milanoon suunnatessa. Milanossa näyttelymateriaali oli sama, vaikkakin Wirkkala oli seulonut tarkemmin lopullisen esillepanon.<sup>87</sup>

Taloudellisista tekijöistä muodostui kuitenkin ongelma, sillä kansainvälisiin taide-teollisuusnäyttelyihin osallistuminen oli kallista. Aiemmin opetusministeriö oli rahoittanut tällaisia projekteja, mutta nyt se ei katsonut voivansa rahoittaa koko operaatiota. Apuun tuli suomalaisen taideteollisuuden seuraavien vuosikymmenien kannalta merkittävä promoottori, Herman Olof Gummerus. Gummerus oli lapsena asunut Italiassa, joten hän osasi kielen ja tunsii maan. Näiden seikkojen vuoksi Gummerus oli Pekka Korvenmaan mukaan suomalaisnäkökulmasta poikkeuksellisen edustuskelpoinen henkilö. Gummeruksen onnistui vakuuttaa suomalainen taideteollisuus hankkeen tärkeydestä. Rahoituksen onnistuessa liikkeelle lähtivät kokoelma, näytteillepanotarvikkeet, Wirkkala puolisonsa Rut Brykin kanssa, Gummerus ja puuseppä Martti Lindqvist viemään suomalaisen taide-teollisuuden helmiä maailmalle. Seuraukset olivat merkittävät ja niitä tuskin osattiin etukäteen ennustaa. Suomalainen moderni taideteollisuus oli läsnä aivan eri tavalla mediajulkisuudessa kuin ennen sotia.<sup>88</sup> Lieveilmiöitäkin esiintyi menestyksen vuoksi. Esimerkiksi Milanon X triennaalissa kriitikot havahtuivat siihen, että edellisessä triennaalissa näytteillä olleet suomalaisesineet olivat vaikuttaneet kansainväliseen muotoiluun, muun muassa italialaisiin lasiesineisiin.<sup>89</sup>

Timo Keinäsen mukaan Suomen lehdistössä Milanon triennaaleja esiteltiin suurena, kansainvälisenä kulttuuritapahtumana, jossa suomalaiset muotoilijat saivat

---

<sup>86</sup> Konttinen & Laajoki 2000, 460.

<sup>87</sup> Hagelstam ym. 2003, 336; Kalha 1997, 95.

<sup>88</sup> Korvenmaa 2009, 166–167.

<sup>89</sup> Kalha 1997, 93.

mainetta maailmalla. Se kuitenkin jätettiin mainitsematta, että näyttelyllä oli myös kaupallinen puoli. Jokainen osallistujamaa joutui maksamaan omasta näyttelyosastostaan ja paikat arvostelulautakunnassa määräytyivät osastojen suuruuden mukaan. Näyttelyyn mukaan valittujen suomalaisten esineiden mukanaolo ei riittänyt, vaan niiden valmistajan täytyi osallistua taloudellisesti näyttelyn kustannuksiin. Näyttelyissä olikin yleensä edustettuna suuret yritykset, muun muassa litalan lasitehdas, Nuutajärven lasitehdas ja Arabia. Myös Riihimäen lasitehdas oli suppeilla esinekokoelmilla näyttelyissä mukana vuodesta 1954 lähtien.<sup>90</sup>

Kalhan mukaan Milanon vuoden 1951 näyttelyosasto esitteli suurelta osin 1940-luvun tuotantoa. Esittelyssä olivat muun muassa Alli Koroman *Nymphaea Alba* -ryijy (1943) ja *Orjantappura* -täkänä (1946), Toini Muonan 1940-luvun kapeat maljakot ja olipa mukana myös vuonna 1948 kuolleen Gunnel Nymanin tuotantoa. Nymanin tuotannon mukanaolosta kiisteltiin, sillä joidenkin mielestä ne eivät kuuluneet uuden taideteollisuuden näyttelyyn. Ankarimpien havaintojen mukaan Nymanin ja Tapio Wirkkalan teokset sulautuivat toisiinsa sommittelun vuoksi, joten kunnia meni näyttelyn suunnittelijalle, Wirkkalalle. Nuoremman polven lasitaitelijoiden, Kaj Franckin, Helena Tynellin ja Timo Sarpanevan, teokset jäivät näyttelystä pois. Tosin Franckin lasiesineitä oli otettu Milanoon mukaan, mutta ne jäivät varastoon. Näin kävi myös lukuisille muille esineille, sillä H. O. Gummeruksen mielestä mukaan oli otettava tiettyjen taiteilijoiden töitä, tulivat ne näytteille tai eivät. Näyttelyn suunnittelijan valinnat 1950-luvulla vaikuttivat suuresti yksittäisten taiteilijoiden mukanaoloon. Vuonna 1951 Toini Muonan esineitä toimitettiin näyttelyyn 19 kappaletta ja vuonna 1954 Kyllikki Salmenhaaran esineitä 12 kappaletta. Heidän esineensä saivat vuoron perään toimia katseenvangitsijoina näyttelyissä ja esineet toimivat matalilta pöydiltä korkealle kohoavina vertikaalimuotoina. Näyttelyn suunnittelijalta oli tarkkaan harkittu teko, että tietoisesti jätetään toinen suunnittelija näyttelystä pois ja näin annetaan toiselle enemmän näkyvyyttä.<sup>91</sup>

Vuoden 1954 Milanon X triennaalissa mitaleja jaettiin huomattavasti vähemmän, mutta Suomi sai niitä silti enemmän kuin edellisissä triennaalissa. Kolme vuotta myöhemmin Suomi sai itsellensä jopa neljäosan jaetuista palkinnoista. 1950-luvulla Suomi kulki voitosta voittoon triennaaleissa. Ulkomaisista näyttelyistä saa-

---

<sup>90</sup> Keinänen 1994, 163.

<sup>91</sup> Kalha 1997, 124–125.



vutettu menestys loi positiivisen kaiun uuden taideteollisuuden ylle ja teki Suomesta ympäristö- ja esinesuunnittelun ihmemaan, jota kansainvälinen lehdistö toistuvasti esitteli.<sup>92</sup> Milanon X triennaalin Suomen osaston näytteillepanoa keuhuttiin *Kauniin kodin* vuoden 1954 kuudennessa julkaisussa näin: ”Osaston hallitsevin piirre oli ilmava valoisuus, jonka muodostamassa ilmapiirissä jokainen näyttelyesine tuntui yksilönä pääsevän erinomaisesti oikeuksiinsa kokonaisuuden ollessa ehyt ja kaunis.” Tapio Wirkkalan sai suunnittelemaansa Suomen osastosta näyttelyn korkea-arvoisimman palkinnon, eli *grand prix*’in, kuten myös edellisissä Milanon IX triennaalissa.<sup>93</sup>

Harri Kalha on huomionut väitöskirjassaan, että 1950-luvun suomalaisten taideteollisuusnäyttelyjen osastoille yhteistä oli huonekalujen vähäinen lukumäärä. Kalha siteeraa H. O. Gummerusta, jonka mielestä suomalaiset ”*mööpelimaakarit eivät yksinkertaisesti olleet edustuskelpoisia*”. Tanskassa huonekalumuotoilu oli Kalhan mukaan edistyneempää ja epäedullista vertailua haluttiin tämän vuoksi välttää.<sup>94</sup>

1960-luvulla taideteollisuusnäyttelyihin ei suhtauduttu yhtä innostuneesti kuin edellisellä vuosikymmenellä, vaikka Suomi menestyikin vielä hyvin. Kenties 1950-luvulla vallinnut taideteollisuuden ja muotoilijoiden myyttisyys oli haihtumassa, eikä ihannointi ollut enää niin voimakasta. Saattaa olla, että taideteollisuuden menestyksestä oli tullut itsestäänselvyys meille suomalaisille.

Vuoden 1960 Milanon XI triennaalissa aiheena oli koti ja koulu. Suomi ei kuitenkaan noudattanut teemaa. Näyttelyn suunnittelija, Antti Nurmesniemi, asetti Suomen näyttelyosaston seinälle suuren, yli 20 metrin levyisen valokuvan talvisesta Suomenlinnan merimaisemasta. Esillä olivat myös Birger Kaipiaisen helmilinnut, jotka edustivat Helsingin vesialueilla asuvaa faunaa. Vuoden 1964 triennaalia – näyttely oli itseasiassa kvadriennaali – varten järjestettiin arkkitehtuurikilpailu, jonka voittivat Antti ja Vuokko Nurmesniemi. Aiheena oli tällä kertaa ”*Ihminen ja aktiivinen vapaa-aika*” ja Suomi osallistui näyttelyyn vain kuudentoista esineen kokoonpanolla. Suomi esittäytyi osastollaan urheilumaana ja esineiden joukosta löytyivät muun muassa potkukelkka ja purjekoneen pienoismalli. Vuoden 1964 triennaaleja voidaan pitää päätepisteenä, sillä seuraava, vuoden 1968 Milanon

<sup>92</sup> Hagelstam ym. 2003, 336; Korvenmaa 2009, 167.

<sup>93</sup> Niilonen 1954, 8–9.

<sup>94</sup> Kalha 1997, 123.

triennaali keskeytyi heti alkuunsa opiskelijoiden mielenosoitusten takia. Palkintoja ei voinut jakaa, sillä esineitä ryösteltiin ja tuhottiin mielenosoitusten aikana. Vuoden 1968 näyttelyosaston suunnittelusta vastasi Yrjö Kukkapuro ja osasto ehti saada kehuja rohkeasta värikkyystään.<sup>95</sup>

Seuraavaa triennaalia saatiin odotella hieman kauemmin, sillä se uskallettiin järjestää uudelleen Milanossa vasta vuonna 1973. Vuoden 1973 triennaalin aiheena oli lapsen ympäristö. Suomella ei ollut omaa osastoa, koska vuonna 1973 Pohjoismaat osallistuivat triennaaliin yhteisellä näyttelyllä. Näyttelyosaston suunnitelti suomalainen arkkitehti Tapio Periäinen, joka sai grand prixin suunnittelutyöstään.<sup>96</sup> Suomi sai grand prizejä jokaiselta Milanon triennaalilta, johon osallistui. Grand prix oli Milanon triennaaleilla jaettavista palkinnoista korkea-arvoisin ja palkinnon sai kaikkiaan 13 eri suomalaista taideteollisuuden ammattilaista<sup>97</sup>, joista osa sai palkinnon useampaan kertaan.<sup>98</sup>

Suomalaista taideteollisuutta esiteltiin Yhdysvalloissa saakka. Pohjoismaat tekivät yhteistyötä 1950–60 -luvulla, jolloin yhteisnäyttelyt kiersivät esimerkiksi USA:ssa, Kanadassa, Ranskassa ja Australiassa. Yhteisnäyttelyistä ensimmäinen, *Design in Scandinavia* (1954–57), kiersi Yhdysvaltoja ja Kanadan museoissa. Yhteisnäyttelyiden suhteen aloitteen teki H. O. Gummerus, mutta varsinaisen idean keksi Elisabeth Gordon, *House Beautiful* -lehden päätoimittaja, vierailtuaan Milanon IX triennaalissa vuonna 1951. *Design in Scandinavia* -näyttelyllä oli merkittävä vaikutus siihen, että pohjoismainen – ja eritoten suomalainen design – tuli tunnetuksi USA:ssa.<sup>99</sup> Suomalaiset kävivät muulloinkin maailmalla esittelemässä taideteollisuuttaan. Esimerkiksi Timo Sarpanevan suunnittelema näyttely *FINLANDIA* kiersi Eurooppaa vuosina 1961–64. Myös Montrealin maailmannäyttelyssä 1967 esiteltiin suomalaisia taideteollisuuden esineitä.<sup>100</sup>

Seppo Väkevän mukaan muotoilun menestys jäi Suomessa pääosin kulttuurin tasolle, eikä hänen mukaansa taideteollisuudella ollut teollisuudenalana kovin

<sup>95</sup> Hagelstam ym. 2003, 336; Suortti-Vuorio.

<sup>96</sup> Suortti-Vuorio.

<sup>97</sup> Palkintoja saivat: vuonna 1933: Elsa Elenius, Maija Kansanen ja Harry Rönehholm, vuonna 1936: Aino Aalto, vuonna 1951: Eva Brummer, Rut Bryk, Dora Jung ja Tapio Wirkkala (3kpl), vuonna 1954: Kirsti Ilvessalo, Dora Jung, Timo Sarpaneva ja Tapio Wirkkala (3kpl), vuonna 1957: Kaj Franck, Dora Jung, Kyllikki Salmenhaara, Timo Sarpaneva (2kpl) ja Uhra-Beata Simberg-Ehrström, vuonna 1960: Birger Kaipainen, Antti Nurmesniemi ja Tapio Wirkkala, vuonna 1964: Antti ja Vuokko Nurmesniemi ja Valmet Oy, vuonna 1973: Tapio Periäinen. Ks. Hagelstam ym. 2003, 337.

<sup>98</sup> Hagelstam ym. 2003, 337.

<sup>99</sup> Kalha 1997, 112–113.

<sup>100</sup> Hagelstam ym. 2003, 336.

suurta kansantaloudellista merkitystä. Väkevä kärjistääkin, että Finnish Designin tuottamasta liikearvosta suurimman hyödyn sai puunjalostusteollisuus, joka oli suomalaisen vientiteollisuuden tärkein ala. Muotoilun kansalliseksi tehtäväksi näin ollen muodostui suomalaisen teollisuuden osaamisen ja korkean laadun julistaminen maailmalle sekä toimiminen eräänlaisena suomalaisen kulttuurin ja elinkeinoelämän suurlähettiläänä.<sup>101</sup>

#### 4 KAUNIIN KODIN KANSIKUVAT

Vuosien 1948–1971 välillä lehtiä ilmestyi 146 numeroa. Lehti ilmestyi vuosina 1948–1953 neljä kertaa vuodessa, vuosina 1954–1964 kuusi kertaa vuodessa ja vuosina 1965–1971 kahdeksan kertaa vuodessa. Ensimmäisen vuosikerran lehdet olivat vain 36-sivuisia, kun taas viimeisen vuosikerran lehdet olivat kaikki lähes 100-sivuisia<sup>102</sup>. Kun vuosikertoja on 24, mahtuu tutkittavaan aikaväliin monenlaista kansikuvaa eri aihepiireineen ja tekniikoineen. Tämän vuoksi olen kansikuvien jaottelemiseksi tehnyt kolme eri taulukkoa: kansikuvien aihepiirit, kansikuvien tekniikka ja kansikuvien kuvaajat. Liitteissä olevat taulukot selventävät kansikuvien aihepiirit, tekniikan ja sen, ketkä kuvaajat kansikuvia kuvasivat. Taulukoiden avulla voi tutkia esimerkiksi sitä, milloin mustavalkokuvat väistyivät värikuvien tieltä, milloin mikäkin aihepiiri oli suosittu ja kuka on eniten kuvannut kansikuvia<sup>103</sup>.

##### 4.1 Kuva-aiheet ja tekniikka

Lehdissä kansilehtien ja sisällön visuaalisella muodolla pyrittiin tuomaan lehden lukijalle ilmi lehden toiminta-ajatus. Lukijoilla on yleensä muistissaan edellisten, saman lajin lehtien visuaalinen ilme, joten he pystyvät visuaalisten muotojen ja kuvien tuottaman informaation avulla tekemään johtopäätökset lehden sisällöstä ja sisällön tasosta. Yleensä lehden lajityyppi määrittää visuaalisen ilmeen.<sup>104</sup> Kansikuvien kuva-aiheiden jaottelun avuksi tein taulukon, joka löytyy liitteestä 1. Taulukossa on kuva-aiheet 13 eri aihepiirin alla, jotka ovat:

1. Ihmiset
2. Sisustuskuva
3. Sisustuksen yksityiskohta

<sup>101</sup> Väkevä 2003, 148.

<sup>102</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 253–254; Paatero 1994, 173.

<sup>103</sup> Ks. liitteet 1–3.

<sup>104</sup> Brusila 1997, 10, 52.

4. Asetelmat
5. Kukka-asetelma/kasviaihe
6. Käyttöastiat/käyttöesineet
7. Koriste, design, taidelasi
8. Tekstiili
9. Vanha esine<sup>105</sup>
10. Uskonnollinen aihe
11. Kuvakollaasi
12. Yksittäinen huonekalu
13. Ulkoarkkitehtuuri.

Jos kuvassa esiintyi ihminen, sijoitin kansikuvan silloin ”Ihmiset” -sarakkeen alle. Muutamina poikkeuksina mainittakoon vuosien 2/1950 (kuva 8) ja 6/1968 (kuva 6) kansilehdet, jotka ovat jaoteltu kahden eri sarakkeen alle: ”Ihmiset” ja ”Ulkoarkkitehtuuri”, sekä vuoden 1/1964 kansilehti, joka on jaoteltu myös kahden sarakkeen alle, ”Ihmiset” ja ”Tekstiilit”.

Ihmiset olivat suosittu aihe *Kaunis koti* -lehden kansikuvissa. Vaikka heitä esiintyikin kansikuvissa paljon, ei lehden sisällöstä kuitenkaan yleensä käynyt ilmi, kuka kuvassa on. Tämä voi luultavasti johtua siitä, että etenkin lehden alkutaipaleilla 1940- ja 50-luvuilla kuvissa saattoi esiintyä lehden omaa toimituskuntaa tai toimituskuntaan kuuluvien perheenjäseniä. Esimerkiksi *Hopeapellissä* käytettiin vielä 50-luvulla lehden toimittajia malleina, sillä varsinaisia ammattimalleja ei vielä ollut<sup>106</sup>.

Aihepiireissä ihmisiä (29 kuvaa), sisustuskuvia (22 kuvaa) ja sisustuksen yksityiskohtia (24 kuvaa) esiintyi kansikuvissa kaiken aikaa, käytännössä läpi lehden ilmestymisvuosien. Valokuvia käyttöastioista (7 kuvaa) oli vain lehden alkuvuosina, kunnes ne vaihtuivat vuosien 1955–1957 välisenä aikana koriste-, design- ja taidelasiaiheisiksi (18 kuvaa). Lehdessä esiteltiin selkeästi enemmän designtuotteita, minkä tulkitsemiseni mukaan, että suomalaisen designin menestys haluttiin tuoda laajasti esiin eri kansankerroksille. Lisäksi kansan vaurastuminen voi osiltaan selittää asiaa, sillä sisustajilla alkoi olla varaa ostaa muutakin kuin käytännöllisiä käyttöesineitä. Asetelmia ja kukka-asetelmia oli kansikuvien aihepiireissä melko tasaisesti vuodesta 1959 lähtien, vaikkakin joitain yksittäisiä näkyi jo aikaisempina vuosina. Tekstiilejä (17 kuvaa) esiintyi vaihtelevasti vuosien 1951–1969 välisenä aikana. Vanhoja esineitä (8 kuvaa) esiintyi kansikuvissa enintään kerran vuodessa ja niitä oli enimmäkseen vuosien 1954–1965 välisenä aikana, ja yksi

<sup>105</sup> Vanhalla esineellä tarkoitan ns. talonpoikaiskulttuuriin kuuluvia esineitä, esim. *Kaunis koti* 5/1969 kansikuvassa olevat rukiinlavat tai kuvan 9 talonpoikaistuoli.

<sup>106</sup> Karlsson 1996, 197.

vielä vuonna 1970. Uskonnollisia aiheita (4 kuvaa), yksittäisiä huonekaluja (7 kuvaa), kuvakollaaseja (3 kuvaa) ja ulkoarkkitehtuuria (4 kuvaa) esiintyi harvakseltaan kansikuvissa. Uskonnolliset aiheet sijoittuivat usein vuoden viimeisen lehden kanteen, mikä yleensä viittasi joulun ajan hartauteen ja uskonnollisuuteen. Kuvakollaaseja ilmestyi ainoastaan vuosina 1967–1968, joten niitä ei oletettavasti koettu lehden tyyliin sopiviksi.<sup>107</sup>

Kansikuvan yhteys lehden sisältöön jäi epäselväksi 65 tapauksessa. Näissä tapauksissa ei voi suoraan osoittaa kansikuvan aiheen liittyvän lehden sisällön artikkeleihin tai mainoksiin. Eräässä tapauksessa kansikuvan kuva-aihetta (kuva 8) on käytetty myöhemmin toisen lehden artikkelissa<sup>108</sup>, jolloin kansikuvan kuvaaja mainitaan ensimmäistä kertaa. Artikkelissa selviää, että valokuvan on kuvannut Eino Mäkinen, mutta hänen nimeään ei kuitenkaan merkitty kansikuvan yhteyteen. Tämän vuoksi olen merkinnyt taulukkoon kansikuvan 2/1950 kuvaajan tuntemattomaksi.

Kansikuvien tekniikat -taulukossa<sup>109</sup> olen luokitellut tekniikat kahdeksaan eri sarakkeeseen:

1. Mustavalkokuva
2. Värikuva
3. Väritetty/osittain väritetty
4. Graafinen/maalattu
5. Ulkokuva
6. Sisäkuva
7. Studiokuva
8. Sisällystietoja kannessa.

Alkuvuosina, jolloin *Kaunis koti* ilmestyi vain neljä kertaa vuodessa, oli lehti ulkoasultaan vaatimaton, 36-sivuinen julkaisu mustavalkoisine kuvineen. Eila Jokelan tultua päätoimittajaksi vuonna 1952 alkoi *Kaunis koti* -lehden artikkeleihin ilmestyä ensimmäiset värivalokuvat, ja lehti laajeni 44-sivuiseksi. Vuonna 1954 *Kaunis koti* alkoi ilmestyä kuusi kertaa vuodessa. Aulikki Herneoja tutki väitöskirjassaan muun muassa *Kaunis koti* -lehden sisustuskuvia ja hänen tarkastelujaksona aikana (1948–1955) värivalokuvia esiintyi lehden sisällöissä seuraavasti: 1952, 11 kpl; 1953, 9 kpl; 1954, 8 kpl; 1955, 15 kpl<sup>110</sup>.

---

<sup>107</sup> Liite 1.

<sup>108</sup> Salmio-Toiviainen 1954, 8–10.

<sup>109</sup> Ks. liite 2.

<sup>110</sup> Herneoja 2007, 37.

Useat aikakauslehdet, kuten myös *Kaunis koti*, kasvattivat sivumäärällistä kokoaan 1950-luvun alussa. Siihen vaikuttivat niin kasvavat levikkiluvut kuin mainonnan saadut tulot. Lehtien artikkelit pidentyivät, muuttuivat laadukkaammiksi ja aineisto selkiytyi. Mainoksissa piirroksot saivat väistyä valokuvien tieltä 1950-luvulla ja mainonta lisääntyi. Lisääntynyt mainonta vaikutti siihen, että uusia mainosvalokuvaamoja alettiin perustaa. Kasvavan mainosvalokuvaajajoukon vuoksi valokuvien taso parani kilpailun myötä, ja tuotettiin toinen toistaan erikoisempia mainosvalokuvia. Alkoi olla tavallista, että kameran eteen lavastettiin ohjattuja tilanteita ja kuvat muistuttivat lopputulokseltaan näyteltyjä kohtauksia. Usein valokuvista paistoi teennäisyys uudenlaisen fiktiivisyyden astuttua mainos- ja kansikuviin muodin ja teollisuuden alalla.<sup>111</sup>

Omien havaintojeni mukaan *Kauniin kodin* kansissa mustavalkokuvat (30 kuvaa) vaihtuivat värikuviin (103 kuvaa) asteittain vuosien 1953–1957 välillä. Tänä aikana osa valokuvista oli kokonaan mustavalkoisia, osa värikuvia ja loput taas olivat osittain väritettyjä (6 kuvaa). Osittain väritettyjä valokuvia esiintyi saman muutosajakajakson aikana, kunnes vuodesta 1958 lähtien kaikki kansikuvien valokuvat olivat värillisiä. Poikkeuksina ovat olleet muutamat graafiset/maalatut (5 kuvaa) kansikuvat, joita lehden kansissa on ollut vuosina 1954–1956, 1959 ja 1968–1969.

Studiokuvia (74 kuvaa) on huomattavasti enemmän kuin sisä- (47 kuvaa) ja ulkokuvia (15 kuvaa). Studiokuviksi olen laskenut ne kuvat, joista ei ole nähtävissä sisäkuville tyypillisiä elementtejä, esimerkiksi lattiaa ja seinää, tai ne eivät ole suoraan yhdistettävissä lehden sisällössä esiintyviin sisäkuviin. Sisäkuviissa näkyy kuvan aihepiirin taustalla elementtejä rakennuksen sisätiloista, tai ne ovat sisätiloissa kuvattuja. Joissain tapauksissa studiokuvamainen kuva on lehden sisällön vuoksi jaoteltu sisäkuvan alle, jolloin kansikuva on voinut olla esimerkiksi yksityiskohta lehden artikkelin kuvituksesta, jossa esitellään jonkun asunnon sisustusta. Ulkokuvat ovat pääosin kuvattu kesäaikaan, lukuun ottamatta *Kaunis koti* -lehden 1/1951 talvista kansikuvaa.

Kuvia pidetään sanoma- ja aikakauslehtien eniten kulutettuina aineistoina ja niiden käyttöaste on muuta sisältöä korkeampi. Käyttöaste tarkoittaa aineiston tarkastelua ja tutkimista lehden lukijan näkökulmasta. Kuvien käyttöastetta lisää esimerkiksi kuvien värillisyyden ja kuva-aiheet. Korkeampi käyttöaste on esimerkiksi

---

<sup>111</sup> Eskola 1999, 98.

viihteellisissä sekä rikos- että onnettomuuskuvin. Värien käyttöastetta kohottava merkitys on pääosin sidottuna aikaan, jolloin värikuvat lehtien sivuilla olivat uusi asia.<sup>112</sup>

Sanoma- ja aikakauslehtien rinnalle tuli erilaisia teknisiä viestintävälineitä. Elokuvat, radio, äänilevyt ja lopulta televisio vaikuttivat siihen, että lehtien oli uudistuttava, ja oli tuotettava parempaa sisältöä. Lehtikuvia oli parannettava ja oli kehitettävä kuvakerrontaa, jotta voitiin pysyä mukana ajan ilmiöissä. Haluttiin tarjota vain parasta kulutusyhteiskunnan esiasteella<sup>113</sup> eläville kansankerroksille, joille esimerkiksi elokuvissa käynti alkoi olla vakiohuvia. Lehden sisältöön ja kansikuviiin vaikuttivat kuitenkin sotien jälkeinen paperin säännöstely, joka oli vielä tiukkaa *Kauniin kodin* ensijulkaisun aikaan. Kuitenkin jo vuonna 1949 tammikuussa eduskunnassa päätettiin, että säännöstely koskisi enää ainoastaan sanomalehtiä. Paperipula ei kuitenkaan helpottunut täysin tämän jälkeen, mutta se ei vaikuttanut ihmisten tiedonjanoon. Ihmiset kaipasivat arjen vastapainoksi viihdelukemista, johon *Kaunis koti* sekä muut sen ajan aikakauslehdet ja kirjat sopivat erinomaisesti. Paperipulasta huolimatta uutta kirjallisuutta ja lehtisiä kustannettiin jatkuvasti ja luettiin ahkerasti.<sup>114</sup>

*Kauniin kodin* kansissa esiintyi lehden sisällystietoja 42 kansikuvassa<sup>115</sup>. Vuosina 1948–1952 ne löytyivät jokaisesta kansikuvasta, kun taas vuonna 1953 enää kahdesta kansikuvasta. Tämän jälkeen kansikuvissa ei esiintynyt minkäänlaista tekstiä – lukuun ottamatta lehden logoa, numerointia, hintatietoja ja toisinaan kuvaajan nimeä – ennen vuotta 1966, jolloin joihinkin kansiin ilmestyivät taas lehden sisältöä kuvaavat tekstit.

Lehden ensimmäisien vuosien aikana, 1948–1951, kansikuvien valokuvat olivat melko pieniä, pääosin noin A6 arkin kokoisia. Suurimmassa osassa kansikuvia kuvan sijainti oli alaoikealla, vastakkaisessa kulmassa kuin lehden logo. Pienikokoisten kuvien taustalla oli usein voimakas, yksivärinen tausta, jossa saattoi olla vaakasuoria viivoja, lehden sisältöön liittyviä mallipiirustusten ääriviivoja aseteltuna kuvan taakse vinosti tai esimerkiksi jopa verhokankaan ääriviivoja.

---

<sup>112</sup> Brusila 1997, 18.

<sup>113</sup> Ns. kulutusyhteiskunnan esiaste vallitsi Suomessa 1920- ja 1930-luvuilla, kunnes sota katkaisi sen. Ks. Heinonen & Konttinen 2001, 48–49.

<sup>114</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 193, 196–197, 257; Heinonen & Konttinen 2001, 99.

<sup>115</sup> Ks. liite 2.

Syväpainon ja offsetpainokoneiden yleistyminen mahdollisti uusien taittotyylien käytön, joita käytettiin myös *Kauniin kodin* kansikuvissa. Uusi painotekniikka antoi vapaammat kädet kuvien ja tekstin asetelulle, jolloin teksti voitiin asetella sivulle vinottain tai tekstirivit saattoivat mennä kuvien päälle. Lisäksi oli mahdollisuus käyttää erilaisia piirrettyjä kirjaimia ja rivejä entistä vapaammin. Painotekniikan kehityksen lisäksi lehtien taittoon ja typografioihin vaikutti sen ajan funktionalismi, joka muutti kirjapainojen, mainostoimistojen ja aikakauslehtien tapaa käyttää typografisessa suunnittelussa kuvan asemaa suhteessa tekstiin. Kuvien ja tekstin suhdetta alettiin käyttää entistä vapaamuotoisemmin.<sup>116</sup>

Lisäksi toimitustyön jälkeinen tuotantoprosessi loi aikakauslehtiin ja kansikuviin oman leimansa: laadun tai painotavan jälkinä. Kansikuvien laatuun ja väriin vaikuttivat niin paperin pinta kuin värikin, jonka kautta ne vaikuttivat myös kansikuvan ilmaisuun ja merkitykseen. Esimerkiksi käytetyn paperin harmaa sävy saattoi antaa kansikuville vaikutelman värin likaisuudesta. Edellä mainitut tekijät eivät kuitenkaan vaikuttaneet lehden sisältöön tai uskottavuuteen.<sup>117</sup> Etenkin *Kaunis koti* -lehden alkuvuosina paperin laatu oli huomattavasti heikompi kuin loppuvuosina. Pulavuosien paperinlaatu niin sanotusti karheampaa, nukkapintaista ja käytetyn paperin väri oli harmahtava. Paperin harmahtava sävy vaikutti siihen, että kansikuvissa käytetyt värit eivät olleet niin kirkkaita kuin loppuvuosien kansikuvissa.<sup>118</sup> Kansikuvien pinta muuttui mattapintaisista kiiltäväpintaisiin suurin piirtein samoihin aikoihin, kun värikuvat yleistyivät kansikuvissa 1950-luvun lopussa.

Aikakauslehdille oli tyypillistä, että painopiste oli kuvituksessa. Kuvitus lisääntyi käsikameroiden yleistyessä, ja kameroiden filmiherkkyyden nousu mahdollisti kuvauksen myös hankalissa olosuhteissa. Lehtien visuaalisen ilmeen kehitys oli yhteydessä kameroiden kehityksen kanssa. Kameroiden ja valokuvaajien yleistyessä oli varaa valita ja kuvia käytettiin runsaasti.<sup>119</sup>

Vuosina 1952–1953 kansikuvien valokuvien koko kasvoi ja yksiväristä taustaa näkyi enää vain kannen vasemmassa reunassa ja joissain tapauksissa ainoastaan kuva-aiheen yläpuolella otsikon alla<sup>120</sup>. Lisäksi vuoden 1953 jälkeen alkoi ilmestyä sellaisia kansikuvia, joissa kuva-aihe oli leikattu ääriviivojaan myöten ja

<sup>116</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 200.

<sup>117</sup> Brusila 1997, 76.

<sup>118</sup> Vrt. esimerkiksi ensimmäisen kansikuvan 1a/1948 taustaväriä (kuva 13) 1970-luvun alun kansikuvaan 5/1971, jossa värit ovat todella kirkkaita ja selkeitä (kuva 11).

<sup>119</sup> Uino 1991b, 102.

<sup>120</sup> Ks. esimerkiksi kuva 4.



aseteltu graafista tai yksiväristä taustaa vasten. Yksi tällainen esimerkki on vuoden 1953 viimeinen lehti, jossa Rut Brykin *Madonna* oli leikattu ääriviivojaan myöten ja aseteltu sinistä taustaa vasten, jossa on kynttilöitä. Kansikuvaa voi myös pitää *Kauniin kodin* ensimmäisenä värivalokuvana. Tämän kansikuvan tarkempi analyysi löytyy luvussa 5.4. Ensimmäiset, koko sivun kattavat värivalokuvat ilmestyivät vuonna 1956, mutta vasta vuoden 1957 jälkeen kaikki kansikuvien valokuvat olivat kokonaan värillisiä.

*Kaunis koti* saattoi olla hiukan aikaansa edellä verrattuna muihin aikakauslehtiin. Ainakaan missään nimessä se ei kehityksessä esimerkiksi värikuvien suhteen tullut jälkijunassa. Merja Salo kertoo artikkelissaan värikuvien tulosta *Kotiliesi* -lehteen. Hän lainaa Päivi Hovia kertoessaan *Kotilieden* olleen ensimmäinen aikakauslehti, joka alkoi julkaista värikansia<sup>121</sup>. Samalla hän kuitenkin toteaa, että ensimmäinen värillinen tupakkamainos julkaistiin lehdessä vuonna 1957.<sup>122</sup> *Kauniissa kodissa* värillisiä mainoksia ja artikkeleita esiintyi lehden sisällössä jo aiemmin ja ensimmäiset värikuvat alkoivat ilmestyä kansikuviin 1950-luvun puolivälin molemmin puolin.

Offsetkoneet edesauttoivat värikuvien yleistymistä lehtien kansissa, mutta muutoin värien käyttö ei ollut runsasta. Tilanne muuttui silloin, kun televisiot yleistyivät ja lehtien oli vastattava television asettamiin haasteisiin. Aikakauslehtien syväpainoissa lehtikuvien valmistus oli oma toimenpiteensä. Ensin valokuvaajien tuottamat negatiivit vietiin valokuvaamosta syväpainoon retusoitavaksi, jonka jälkeen ne vietiin takaisin valokuvaamoihin, joissa valmistettiin diapositiivit eli kuultokuvat tai diakuvat painamista varten.<sup>123</sup>

Sodan jälkeen myös valokuvausmateriaaleista oli huutava pula ja kuvaamiseen käytettävä välineistö oli Suomessa loppuun kulunut. Tuontilisenssien saanti oli hyvin vaikeaa ja vuonna 1946 se jäi puoleen verrattuna vuoden 1938 määrään. Tilanne koheni 1950-luvulle siirryttäessä, mutta kokonaan tuontisäännöstelystä luovuttiin vasta vuonna 1957.<sup>124</sup> Uusien kameroiden tulo markkinoille näkyi myös värikuvien lisääntymisenä *Kauniin kodin* kansikuvissa, sillä jo vuonna 1958 kaikki kansikuvien valokuvat olivat värillisiä<sup>125</sup>. Lisäksi kansikuvien kuvaajien määrä lisääntyi vuoden 1957 jälkeen, sillä vuonna 1958 nimeltä mainittuja kuvaajia oli

---

<sup>121</sup> Salo 1999, 154; Hovi 1990, 10.

<sup>122</sup> Salo 1999, 154.

<sup>123</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 200–201.

<sup>124</sup> Eskola 1999, 96.

<sup>125</sup> Liite 2.

neljä, kun aikaisempina vuosina niitä oli enimmillään kaksi ja usein kuvaajat jäivät tuntemattomiksi.<sup>126</sup> Tämä voisi antaa viitteitä siitä, että vuoden 1957 tuontisäänöstelyn vapautumisen jälkeen valokuvaajien määrä lisääntyi, sillä yhä useammalla oli mahdollisuus ja varaa ostaa kamera itsellensä.

1960-luvulla mainosvalokuvauksen kenttä ammattilaistui entisestään, valokuvaajien joukko kasvoi ja isoja mainosstudioita syntyi. 1950-luvulla mainonnassa alkanut kulutuksen viattomuuden aika jatkui pitkälti 1960-luvun puolelle. Television vallatessa mainosmarkkinat täytyi valokuvaajien olla entistä kekseliäämpiä. Kuvista alkoi tulla entistä graafisempia ja epäsovinnaisempia. Mainoskuvien sisältö muuttui, ja valokuvaajat käyttivät hyväksi erikoisia ratkaisuja laajakuvaobjektiivilla tehdyin vääristymin tai pelkistivät valokuvien sävyjä. Mainontaa ja kansikuvia kohdennettiin nuorille, sillä he alkoivat olla se suurin ostajajoukko. 1970-luvulle tultaessa öljykriisi alkoi olla käsillä, joten 60-luvun keveää koreutta paheksuttiin. Mainosten sävy muuttui asiallisemmaksi ja alettiin kampanjoida kotimaisten tuotteiden puolesta sekä torjua ulkomaiset tuontitavarat. Mainos- ja kansikuvissa ei enää hyväksytty käsikirjoitettua fiktiota, vaan mainosten tuli olla asiallisia ja hillittyjä.<sup>127</sup>

Valokuvauksessa väri voidaan ajatella kahdella eri tavalla. Se voi tuoda kuvan realistisuuden esiin, jolloin tavoitteena on ”oikeavärisyys”, tai se voi olla tunnelman ja tehon luoja, jolloin voidaan hyväksyä filmien puutteet ja niiden tapa näyttää maailma ”väärvärisenä”. Kuitenkin 1950-luvulta lähtien oikeavärisyys oli tavoiteltava ominaisuus, sillä se oli erityisen tärkeää etenkin muoti- ja tuotekuvissa. Silti vielä 1950-luvulla julkaistiin usein väritettyjä mustavalkokuvia, vaikka värifilmit olivat olleet maailman markkinoilla jo 15 vuoden ajan.<sup>128</sup>

1950-luvun alussa värikuvaus alkoi yleistyä Suomessa, jolloin järjestettiin erikseen erilaisia värivalokuvauskursseja. Esimerkiksi vuonna 1952 pidettiin ensimmäiset värivalokuvauskurssit valokuvaaja Jukka Kuusiston johdolla. Ensimmäinen värivalokuvauskoulu aloitti kurssitoimintansa vuonna 1956. Ennen värivalokuvauskoulun perustamista valokuvaajista monet kävivät hakemassa kuvausoppia Saksassa. Saksassa opissa kävivät esimerkiksi veljekset Aho & Soldan, jonka yrityksen värivalokuvilla oli suuri kysyntä 1950-luvulla. Oli kuitenkin myös

---

<sup>126</sup> Liite 3.

<sup>127</sup> Mäkelä 2002, 66, 94.

<sup>128</sup> Aho ym. 2010, 11.

niitä, jotka opiskelivat itse värikuvauksen saloja, esimerkiksi valokuvaaja Tuovi Nousiainen.<sup>129</sup>

Suomessa käytiin 1950-luvulla loputonta keskustelua valokuvien eri suunnista ja eroista. Kuinka esimerkiksi piktoriaaliset (taidevalo)kuvat eroavat dokumentaarisista (toistavista) kuvista. Keskustelujen myötä termeille haluttiin sopivat vastineet ja kielitoimiston hyväksynnän jälkeen alettiin käyttää nimityksiä kaunokuva ja asiakuva. Kaunokuvaa tavoitteli jokainen itseään arvostava valokuvaaja, oli hän sitten harrastaja tai ei. Asiakuvaa, joka oli otettu jonkun muun syyn takia kuin valokuvaajan sisäisen näkemyksen mukaan, ei arvostettu valokuvauspiireissä. Tilattua asiakuvaa pidettiin vielä 1950-luvun alussa pelkkänä mekaanisena toistona, jonka jokainen tekniikan hallitseva osasi kuvata. Valokuvalle haluttiin oikeutusta taiteen piirissä muiden kuvataiteiden joukossa. On siis ymmärrettävää, miksi 1950-luvulla tuli tarve etsiä oman alan kriteerejä. Suomen Kameraseurojen Liitto päätti hyväksyä vuonna 1955 myös asiakuvat kilpailutoiminnan piiriin, sillä ajateltiin, että asiakuvat voivat olla kaunokuvien lisäksi huomionarvoisia saavutuksia. Esimerkkinä tällaisista asiakuvista mainittiin muun muassa tilatut arkkitehtikuvat, vaikka toimeksiantonsa vuoksi niitä ei pidetty taiteena.<sup>130</sup>

Se, ovatko *Kauniin kodin* kansikuvien valokuvat asiakuvia vai kaunokuvia, riippuu paljolti valokuvaajasta, kansikuvan aiheesta ja valokuvan tyylistä. Omana aikanaan suurinta osaa näistä kansikuvista on varmasti pidetty asiakuvina, mutta nykykatsoja saattaa pitää *Kauniin kodin* kansikuvia nostalgisina kaunokuvina. Pääosin kansikuvien valokuvat olivat valokuvaajilleen vain toimeksiantoja. Välillä ei kuitenkaan voi olla huomioimatta sitä, että valokuvaaja on oletettavasti halunnut tuoda omia taiteellisia näkemyksiään toimeksiantoon<sup>131</sup>. Useat kansikuvat ovat sommiteltu tyylikkääksi kokonaisuuksiksi ja ne ovat edustavalla tavalla vertailukelpoisia taidekuvien rinnalla.

*Kaunis koti* -logon<sup>132</sup> kirjasintyyppi on muuttunut jonkin verran lehden ilmestymisaikana, ja etenkin alkuaikoina muutokset olivat selkeitä<sup>133</sup>. Vuoden 1948 lehden logo oli täysin poikkeava muihin verrattuna, sillä se oli kaunotyyliin kirjoitettu<sup>134</sup>.

<sup>129</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 202; Aho ym. 2010, 6, 11.

<sup>130</sup> Häivä 1994, 197–198.

<sup>131</sup> Ks. esimerkiksi kuvat 3, 4 ja 14.

<sup>132</sup> Logo on lehden muotoiltu nimi ja se on ensisijaisesti kuva, ei teksti. Ks. lisää: Rantanen 2007, 98.

<sup>133</sup> Vrt. esim. kuvien 7, 8 ja 13 logoja.

<sup>134</sup> Ks. kuva 13.

Jo seuraavana vuonna 1949 logossa oli siirrytty tekstaustyyliin, mutta logon typografia oli vielä huomattavasti koristeellisempi kuin myöhempien aikojen typografia. Vuosina 1950–1951 käytettiin ohuempaa tekstaustyyliä ja logot jäivätkin hieman huomaamattomiksi kansilehdissä<sup>135</sup>. Kuvien 1 ja 8 kansikuvien logon kirjasintyyppi oli antiikvaa, eli kirjaimissa oli ala- ja yläpääteviivat<sup>136</sup>. Oletettavasti logon kirjasintyylin huomaamattomuuden vuoksi siirryttiin lihavoituun fonttiin, joka oli käytössä vuosina 1952–1961<sup>137</sup>. Tälle fontille oli ominaista vino O-kirjain. Loppuuosien 1962–1971 logon fontti oli selkeästi yksinkertaisin ja O-kirjain suoristui<sup>138</sup>. Logojen kirjasintyyliä oli yhtenäistä – vuosien 1950-51 logoja lukuun ottamatta – groteski kirjasintyyppi. Groteskissa puuttuivat antiikvalle tyypilliset ylä- ja alapääteviivat<sup>139</sup>.

Kansikuvien visuaaliseen ilmeeseen vaikuttivat niin kilpailu lukijoista, lehden keskeinen sanoma kuin lehden oma visuaalinen säännöstönsä kansikuvan suhteen. Kilpailu markkinoista ja lukijoista vaikutti siihen, että ulkoasu uudistui jatkuvasti. Lehtien oli pidettävä lukijoiden mielenkiinto yllä visuaalisin keinoin ja tämän vuoksi ulkoasua muutettiin ennemmin kuin lehden sisältöä. Sisällöllisiä muutoksia tehtiin huomattavasti verkkaisemmin. Lehden taittajien ammattitaitoon kuului pysyä perillä jatkuvasti muuttuvista hyvän maun koodeista ja käyttää niitä asiantuntevasti.<sup>140</sup> Jokaisella lehdellä, niin myös Kauniilla kodilla, oli omat tietynlaiset käytäntönsä kuvituksen ja kuvankäyttötavan, typografian ja kuvajournalististen ratkaisujen suhteen. Paul Messariksen mukaan haluamme ostaa tuotteita, jotka ovat ladattu tietynlaisella imagolla, sillä haluamme ulkopuolisten näkevän meidät tuotteeseen liitettävien mielikuvien mukaisena<sup>141</sup>.

Analysoitavan aineiston yhteensä neljästätoista kuvasta kuusi on koko sivun kattavia värivalokuvia<sup>142</sup>, neljässä on pienempi, suorakaiteen muotoinen mustavalkoinen valokuva yksinkertaisella pohjalla<sup>143</sup>, kolme on niin sanotusti ”leikkaa ja liimaa”-tekniikalla tehtyjä<sup>144</sup> ja yhtä kansikuvaa on vaikea määrittellä. Se on yksityiskohta eräästä sisustuskuvausta, joka esiintyy lehden sisällössä<sup>145</sup>. Kansikuvien

---

<sup>135</sup> Ks. kuvat 1 ja 8.

<sup>136</sup> Brusila 1997, 57.

<sup>137</sup> Ks. kuvat 4, 5, 7, 9 ja 10.

<sup>138</sup> Ks. kuvat 2, 6, 11, 12 ja 14.

<sup>139</sup> Brusila 1997, 57.

<sup>140</sup> Brusila 1997, 15.

<sup>141</sup> Messaris 1997, xx-xxi.

<sup>142</sup> Kuvat 3, 6, 10, 11, 12 ja 14.

<sup>143</sup> Kuvat 1, 4, 8 ja 13.

<sup>144</sup> Kuvat 5, 7 ja 10.

<sup>145</sup> Kuva 2, ks. tarkemmin luvussa 5.1.

kuvankäsittelytekniikka hämärtää esimerkiksi viimeisen esimerkin tapauksessa rajaa valokuvan ja piirroskuvan välillä. Kaikilla kansikuvilla oli kuitenkin sama päämäärä eli niiden oli tarkoitus toimia katseenvangitsijana ja tukea lehden sisältöä ja logoa. Tässä mielessä voisi sanoa kansikuvien muistuttavan mainoskuvia<sup>146</sup>.

## 4.2 Valokuvaajat

Kansikuvien valokuvaajia tai tekijöitä *Kauniilla kodilla* oli yhteensä 24 nimeltä mainittua henkilöä, mikä ilmenee Kansikuvien valokuvaajat -taulukosta<sup>147</sup>. Luku voi todellisuudessa olla suurempikin, sillä kolmena ensimmäisenä vuonna ei kansikuvien kuvaajia mainittu missään yhteydessä. Valokuvaaja jäi tuntemattomaksi 31 tapauksessa, jolloin se ei ollut suoraan löydettävissä lehden kannesta tai sisällöstä. Lehden ilmestymisvuosien aikana jokaisena vuonna jäi – yksi tai useampi – kansikuvan kuvaaja tuntemattomaksi. Tähän voi olla osasyynä se, että kansikuvien kuvat ostettiin tai vuokrattiin usein muualta, ja yleensä kustantajien mielestä paras kuva oli halvin mahdollinen kuva<sup>148</sup>.

Kansikuvien valokuvaajat -taulukosta nousee erityisesti esiin kolme henkilöä, joita käsittelem yksityiskohtaisemmin myöhemmin. Esille nousevat Tuovi Nousiainen 30 kuvallaan, valokuvausyritys Aarne Pietinen Oy 11 kuvallaan ja Claire Aho (Aho & Soldan) 21 kuvallaan<sup>149</sup>. Näistä ensin mainittu, Tuovi Nousiainen, valokuvasi varmuudella kansikuvia *Kaunis koti* -lehteen vuosien 1951–1971 välillä, kun taas Pietinen valokuvasi vuosien 1952–1956 välillä ja Claire Ahon valokuvia löytyy vuosien 1953–1970 välillä. On oletettavaa, että yritys Aarne Pietinen Oy ja valokuvaaja Tuovi Nousiainen olisivat valokuvanneet myös alkuvaiheen kuvia. Heidän nimissään löytyi paljon lehden kuvituskuvia alkuvuosilta, vaikka aina ei lehden sisällössäkään mainittu kuvaajaa, vaan tapa yleistyi vasta myöhempinä vuosina. Alkuvaiheen kuvaajien tuntemattomuus voi kertoa siitä, ettei lehtikuvaajan ammattia vielä arvostettu kovinkaan korkealle<sup>150</sup>.

*Kauniin kodin* kansikuvien valokuvaajista selkeä enemmistö oli miehiä. Claire Aho olikin omana aikanaan harvoja valokuvaavia naisia, joka ansaitsi elantonsa

---

<sup>146</sup> Messaris 1997, vii.

<sup>147</sup> Liite 3.

<sup>148</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 202; Uino 1991a, 53.

<sup>149</sup> Liite 3.

<sup>150</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 202.

kuvaamalla. Yleensä naiset jäivät helposti ammattimiesten varjoon tai tuntemattomiksi, ja usein valokuvaus jäi harrastelijan tasolle. Naisvalokuvaajia käytettiin kuitenkin 1950-luvulla paljon muotikuvauksissa, sillä muun muassa alusvaatekuvauksia pidettiin vielä sen verran arkaluonteisena, ettei miehiä mielellään päästetty kuvaamaan vähäpukeisia naisia. Naiset pitivätkin usein henkilökuvaukseen keskittyneitä valokuvaamoita, kun taas miehille tyypillisimpiä kuvausaiheita olivat teollisuus-, tuote-, mainos- ja lehtikuvat. Nämä valokuvat olivat pääosin julkisia, joten osittain senkin vuoksi mieskuvaajat olivat naiskuvaajia tunnetumpia. Poikkeuksen tekee kuitenkin Claire Aho, joka oli naisena omana aikanaan muotikuvaajana yksi muutamista, tuote- ja mainoskuvaajana yksi harvoista ja elokuvaaajana ainoa.<sup>151</sup>

Tuovi Nousiainen merkittävä osuus kuvien määrästä voi selittyä sillä, että hän toimi valokuvaajana Yhtyneiden Kuvalehtien kuva-arkistossa ja Suomen Kuva palvelu Oy:ssa, joka perustettiin olympialaisia varten. 1940- ja 50-lukujen vaihteessa ja myöhemminkin oli tapana, että kaikki lehdet käyttivät yleisesti kuvatoimiston palveluita ostamalla ja tilaamalla heiltä valokuvia. Yhtyneiden kuva-arkisto järjesti yleensä lehdelle kaiken: kuvituksen, valokuvauksen ja lisäksi he maksoivat kuvat.<sup>152</sup>

Kahdestakymmenestäneljästä valokuvaajasta/kannen tekijästä neljätoista olivat sellaisia, joiden nimi esiintyy vain kerran "Kansikuvien valokuvaajat"-taulukossa<sup>153</sup>. Tämä voi johtua siitä, että osa kuvaajista on voinut olla freelancer -kirjoittajia, jotka tekivät lehteen artikkelin jonkin ulkomaan matkan yhteydessä. Usein tällaisissa tapauksissa kirjoittajat ovat voineet valokuvata artikkelinsa kuvat itse. Näin on voinut olla myös niissä tapauksissa, joissa kuvaaja jäi tuntemattomaksi. Esimerkiksi voisi mainita vuoden 1955 toisen lehden kansikuvan, jossa on yksityiskohta erään afrikkalaisen kylän talon seinästä. Artikkelin kirjoittajana toimi maisteri Alli Stenberg, joka todennäköisesti kuvasi myös artikkelin kuvat, sillä kuvaajaa ei mainita erikseen. Joissain "yhden kansikuvan tekijän" -tapauksista muutamat ovat sellaisia, jossa kansikuvan tekijän maalausta on käytetty kan-

---

<sup>151</sup> Aho ym. 2010, 12.

<sup>152</sup> Karlsson 1996, 212–213.

<sup>153</sup> Liite 3.

nessa. Esimerkiksi Guni Knüpfer, jonka nimissä on yksi hänen maalaamansa ke-säinen kansikuva<sup>154</sup>, tai Maija Isolan värikäs temperamaalaus vuoden 1959 kolmannessa lehdessä<sup>155</sup>.

Muita kansikuvien kuvaajia lehdessä ovat olleet muun muassa (Ä.) Fethulla, eli valokuvausyritys, jossa valokuvaajina ovat toimineet itse Ädhäm Fethulla sekä Tuovi Nousiainen, Eero Aarnio, joka valokuvasi *Kauniille kodille* neljä kansikuvaa, joista kolme liittyi hänen kirjoittamiinsa sisustusartikkeleihin vuonna 1966, J. Blomqvist, jonka nimissä on kahdeksan kansikuvaa vuosilta 1964 ja 1969–1970, Jussi Pohjakallio, joka kuvasi viisi kansikuvaa vuosien 1959–1963 välillä ja J. Levanto, joka kuvasi vuonna 1971 seitsemän kansikuvaa kahdeksasta<sup>156</sup>.

#### 4.2.1 Tuovi Nousiainen

Suomalaisen lehtikuvauksen uranuurtajana toiminut Tuovi Nousiainen oli nimes-tään huolimatta mies – hänen vanhempansa antoivat naisellisen etunimen suo-raan kalenterista, syntymäpäivän kohdalta. Valokuvaus oli Nousiaisen harrastus jo nuoresta pitäen, mutta valokuvaaja hänestä tuli sattuman kautta, sillä hän sai Porvoossa syväpainon asemoijana alan ammattitaudin eli bromimyrkytyksen. Tä-män vuoksi hänen oli keksittävä uusi leipätyö, joten hän kehitti itsellensä harras-tuksesta ammatin. Nousiainen opiskeli itse valokuvaamisen ja kehittämisen tek-niikan käyttäen apunaan Vilho Setälän oppikirjaa valokuvauksesta.<sup>157</sup>

Tuovi Nousiainen muutti Helsinkiin vuonna 1936 ja perusti kahden muun valoku-vaajan kanssa yhteisen yrityksen, joka kantoi nimeä *Kolmio*. *Kolmio* kuvasi mai-noskuvia esimerkiksi Arabialle ja Stockmannille. Yrityksen jäsenten yhteistyö ei kuitenkaan sujunut toivotulla tavalla, joten *Kolmio* lakkautettiin lopulta sotien jäl-keen. Nousiainen oli jo 1930-luvulla lähettänyt joitain valokuviaan *Kansan kuva-lehteen*, joten hänellä oli jonkin verran suhteita Yhtyneet Kuvalehdet Oy:hyn, jo-hon hän siirtyi vakinaiseksi valokuvaajaksi sotien jälkeen. Hän toimi yrityksen va-lokuvaajana vuodesta 1947 vuoteen 1973 asti, jolloin hän siirtyi eläkkeelle. Nou-siainen oli omana aikanaan ensimmäinen lehteen palkattu päätoiminen valoku-vaaja. Hän sai perustaa Yhtyneet kuvalehdet -yritykseen oman kuvaamon, johon

---

<sup>154</sup> *Kaunis koti* 3/1954.

<sup>155</sup> *Kaunis koti* 3/1959.

<sup>156</sup> Liite 3.

<sup>157</sup> Karlsson 1996, 262; Välkevirta 1990.

hankittiin talon puolesta kaikki välineet, lukuun ottamatta kameraa ja suurennuslaitetta, jotka olivat Nousiaisen omia. Tämän vuoksi Nousiainen sai palkan lisäksi korvauksen omien välineiden käytöstä. Käytännössä kuvaustoiminnot tehtiin siten, että talon toinen miestenhuoneista muutettiin laboratoriksi ja toimittajien kahviloista tuli kuvausateljee. Alkuvuosina hän toimi yksin, mutta myöhemmin sai avukseen oppilaan, jos toisenkin ja kopistin.<sup>158</sup> 1950-luvulla oli hyvin yleistä, että lehtien valokuvaajat saivat toimia hyvin alkeellisissa oloissa, ja laboratoriot järjestettiin usein väliaikaisiin tiloihin. Usein myös välineistä oli pulaa, joten esimerkiksi kameran vaihto-objektiiveja saatettiin käyttää hyödyksi suurennuskoineissa.<sup>159</sup>

#### 4.2.2 Aarne Pietinen Oy

Puusepäntehtailija ja valokuvaaja Aarne Pietisellä oli yritys Pietisen puusepäntehtas, joka joutui konkurssiin 1920- ja 1930-lukujen vaihteen pulavuosina. Tämän jälkeen hän keskittyi pelkästään mainosvalokuvaukseen ja siirtyi *Uuden Suomen* valokuvaajaksi 45-vuotiaana ja hän kuvasi *Uudessa Suomessa* aina vuoteen 1935 saakka. Pietinen oli kuitenkin harrastanut valokuvausta jo pidemmän aikaa ja hän kuului kameraseuraan. Aarne Pietinen oli esimerkiksi kuvannut itse kaikki Pietisen tehdas oy:n mainosvalokuvat. Konkurssin jälkeen Pietinen teki jonkin aikaa yhteistyötä valokuvaaja Akseli Neittamon kanssa, mutta pian vuonna 1933 Pietinen perusti oman valokuvausyrityksen, joka nimettiin Aarne Pietinen Oy:ksi. Uusi yritys menestyi heti hyvin ja sai asiakkaikseen muun muassa Aeron, Arabian tehtaot, Riihimäen lasin ja monet mainostoimistot. Pietisen valokuvaamo oli ensimmäinen mainosvalokuvaukseen erikoistunut studio, sillä teollisuus- ja tuotekuvien kysyntä kasvoi jatkuvasti. Lisäksi Pietisen kuvaamolla oli ennen sotia saatu yksinoikeus messukuvauksiin, joita yritykset käyttivät mainonnassa hyödykseen. Aarne Pietisen valokuvaamo oli kuuluisa kotimaan matkailukohteita esittelevistä kuvistaan. Valokuvaamolla oli *Peilissä Pietiset* -kirjan mukaan lähes tulkoon ylivaltainen asema sotien jälkeen. Sotien jälkeen valokuvia ottivat pääosin Aarnen pojat, Otso ja Matti Pietinen. Tätä yrityksessä toimivaa valokuvaajajoukkoa kutsuttiin ”Pietisten klaaniksi”. Pietisten klaanilla valokuvaamossaan oman suvun lisäksi muita vahvistuksia, esimerkiksi Kalle Hirn, jota pidettiin ”keskimmäisenä veljenä”.<sup>160</sup>

<sup>158</sup> Välkevirta 1990.

<sup>159</sup> Leino-Kaukiainen 1992b, 202.

<sup>160</sup> Heinonen & Konttinen 2001, 92–93, 128; Häkkinen 2017, 24, 30.



Pietisten klaani hyötyi suomalaisen designin noususta ja he saivat kuvattavakseen taideteollisuuden esineitä. Iittala järjesti vuonna 1947 kilpailun taidelasin kuvaamisesta kolmen valokuvaamon kesken, jonka Otso Pietinen hoiti käytännössä yksin. Hänen kuvansa olivat valovoimaisia ja kiinnittivät raadin ja muun maan huomion. Lisäsysteilyn valokuvauksen suosion nousulle antoi Tapio Wirkkalan ja Timo Sarpanevan voitot Milanon IX triennaalissa vuonna 1951. Tämä johti siihen, että Pietisten kuvat suomalaisesta designista levisivät laajasti maailmalle.<sup>161</sup>

Matti Pietisellä, joka oli erikoistunut taideteollisuuteen, oli oma pysyvä studionurkkauksensa Arabian tehtaalla, jossa hän vieraili säännöllisesti ottamassa tuotekuvia lehtiin. Myös Otso Pietinen kuvasi runsaasti taideteollisuuskuvia yli 30 vuoden ajan ja hän kirjoittikin vuonna 1957 opastavia artikkeleita esinekuvauksen saloista. Esinekuvien lisäksi Otso Pietinen kuvasi paljon arkkitehtuuria.<sup>162</sup> Otso Pietinen oli Suomessa yksi arkkitehtuurin kuvauksen uranuurtajia. Hän toimi Valokuvaajain liiton puheenjohtajana ja oli *Valokuvaaja* -lehden päätoimittajana. Esinevalokuvaukseen liittyvien artikkelien lisäksi hän julkaisi artikkelin ”Miten kuvaan arkkitehtuuria”, jossa hän kertoi kollegoilleen, kuinka on tärkeää teknisen osaamisen lisäksi tuoda ilmi se, mihin arkkitehti oli pyrkinyt, mikä oli rakennukselle tunnusomaista ja kuinka tuoda se kuvassa parhaiten esiin.<sup>163</sup>

Pietisten valokuvaamon sotien jälkeen alkanut voittokulku sai lisää nostetta olympiavuonna 1952. Armi Kuuselan valinta Miss Universumiksi oli yritykselle onnenpotku, sillä Otso Pietinen keksi monistaa postikortteja Kuuselasta otetusta uimapukukuvasta. Tätä varten Otso Pietinen perusti yrityksen, Pietisen Kortti Oy:n, joka tuotti näitä kortteja. Lisäksi valikoimaan kuului kortteja Helsingin nähtävyyksistä, mutta ne eivät olleet yhtä suosittuja kuin uimapukukuva Miss Universumista. Kun yrityksen toiminta laajeni, tarvittiin lisää työvoimaa. Juoksupojiksi korttipuolelle palkattiin muun muassa Pauli Bergström ja Aarne Tynnilä, Esko Eerikäinen ja Jorma Virén. Näistä kaikista kehittyi ajan myötä ammattivalokuvaaja Otso Pietisen, Matti Pietisen ja Kallen Hirnin opissa. Toiminta ja henkilökunta laajenivat niin suuresti, että Pietisten kuvaamosta tuli lopulta Pohjoismaiden suurin mainoskuvaamo hetkeksi, 1960-luvun alussa, uuden studion myötä. Toiminimi oli muuttunut vuonna 1957 Pietinen Mainosvalokuvaamoksi ja yhtiömuoto muuttui avoimeksi. Alkujaan Jalusta Oy:na alkanut Aarne Pietinen Oy muuttui lopulta

---

<sup>161</sup> Häkkinen 2017, 30–33.

<sup>162</sup> Häkkinen 2017, 31–33.

<sup>163</sup> Häivä 1994, 197.

Kiinteistö Oy Pietiseksi, jonka tehtävänä oli hallita Lauttasaaren vuokratonttia ja sille nousevaa uutta studiorakennusta. Toiminta oli alkuvuosina laajaa ja suurta uudessa studiossa, jossa kuvattiin useita mainos- ja tuotekuvia. Pian kuitenkin studion huomattiin olleen yli-investointi, joten ensimmäiset ajatukset yrityksen myynnistä heräsivät jo 1960-luvun puolivälissä. Lopulta veljekset lähtivät eri teille. Otso osti Matin yrityksestä ulos ja pian tämän jälkeen Matti perusti omalla nimellään uuden mainosvalokuvaamon, vieden samalla yhden valokuvaajan ja ison osan asiakkaista. Jäljelle jäivät Otso Pietinen ja Kalle Hirn, jotka saivat lopulta myytyä yrityksen liiketoiminnan, tilat, kaluston ja henkilökunnan PF-studiolle vuonna 1976.<sup>164</sup>

#### 4.2.3 Aho & Soldan ja Claire Aho

Vuonna 1925 elokuvaajana ja valokuvaajana toiminut Heikki Aho ja hänen velipuolensa, Björn Soldan, perustivat yhteistyökumppaneidensa kanssa Aho, Soldan & Co -elokuvavalmistamon. Veljesten elokuvavalmistamo siirtyi lopulta kokonaan Heikki Ahon ja Björn Soldanin omistukseen vuonna 1932, jolloin nimeksi vaihdettiin Aho & Soldan. Yhtiö toimi pääosin lyhytelokuvien valmistajana ja Aho & Soldan -yrityksen nimiin filmattiin ja tuotettiin lähes 400 lyhytelokuvaa, 12 dokumenttielokuvaa sekä yksi täyspitkä teatterielokuva *Juha*. Tuotantoon sisältyi dokumenttien lisäksi korkeatasoisia ja kulttuurihistoriallisesti arvokkaita uutis-, propaganda-, opetus-, mainos-, ja yritysfilmejä. Yrityksen arkistoon tallentui myös arviolta 20 000 valokuvaa. Vuodesta 1946 lähtien 20-vuotias Claire Aho työskenteli yrityksessä elokuvaajana ja valokuvaajana isänsä ja setänsä yhtiökumppanina kymmenen vuoden ajan. Claire Aho sai muun muassa olla heidän mukanaan valokuvausmatkoilla Lapissa ja hän oppi tuntemaan hyvin yrityksen toimintaperiaatteet. Claire Aho kuvasi ainoana naisena Helsingin olympialaisissa 1952 ja toimi kymmenen vuotta kansainvälisen uutiskuvatoimiston, Warner Pathé Newsin, elokuvaajana Suomessa. Yritys houkutteli Ahoa palkkalistoilleen New Yorkiin, mutta hän ei tahtonut lähteä Helsingistä pois. Claire Aho sai kuitenkin merkityksellisiä toimeksiantoja, hän esimerkiksi sai kuvattavakseen Eleanor Rooseveltin Suomen vierailun vuonna 1950. Warner Pathé News ei ollut ainoa ulkomaalainen yritys, joka houkutteli Claire Ahoa riveihinsä, sillä hän vastasi kieltävästi myös ruotsalaisen *Allers* -lehden tiedusteluihin.<sup>165</sup>

<sup>164</sup> Häkkinen 2017, 32–35, 41–42.

<sup>165</sup> Leino ym. 2014, 13, 56; Suomen valokuvataiteen museo; Aho ym. 2010, 5–6, 9, 12.

Vuoden 1953 viimeinen kansikuva ilmoitettiin Aho & Soldanin kuvaamaksi, mutta todennäköisesti se oli Claire Ahon kuvaama. Tarkkoja tunnisteita ei kuitenkaan ole löydettävissä valokuvissa. Björn Soldan kuoli 1953, joten 1950-luvun kuvat olivat pääosin joko Heikin tai Clairen kuvaamia. Useat Claire Ahon kuvaamat 1950-luvun kuvat nimettiin yrityksen nimiin ja tätä menettelyä moitti Clairen isoäiti Venny Soldan-Brofeldt. Hänen mielestään valokuvat tuli merkitä tekijänsä mukaan. Isänsä ja setänsä lisäksi Aho sai valokuvaamiseen vaikutteita isoäidiltään, joka opetti nuorelle tytölle kuvan rajauksen merkityksen tupakka-askin avulla ja kannusti Claire Ahoa muutenkin kuvantekoon. Isoäiti Venny ja pojantytär Claire olivat erityisen läheisiä ja varmaan osittain siksikin Venny Soldan-Brofeldt moitti perheyrityksen poikia siitä, etteivät he tuoneet esiin yksilöllisiä taidekuvia, vaan signeerasivat kaikki työt yhteisesti yrityksensä nimiin. Aho & Soldan yrityksen tarina päättyi Heikki Ahon kuoltua vuonna 1961, jonka jälkeen Claire Aho jättäytyi freelance-kuvaajaksi. Yrityksen lopettaminen johtui elokuva-alan suurista muutoksista television yleistyessä, mikä vei samalla tärkeitä tilauksia Aho & Soldanin elokuvatuotannolta. Claire Aho ei kuitenkaan jäänyt toimeettomaksi, sillä hän oli opiskellut Yhteiskunnallisessa korkeakoulussa journalistiikkaa. Hän siis tunsu valokuvaajaksi tultuaan useita toimittajia, jotka olivat tulleet tutuiksi opiskeluaikoina. Tämä edesauttoi sitä, että hän pääsi tekemään paljon lehtikuvauksia uransa aikana.<sup>166</sup>

*Kauniin kodin* kansikuvista Claire Aho kuvasi 21, jos mukaan lasketaan vuoden 1953 kuva, joka oli Aho & Soldanin nimissä. Muut kuvat olivat kuvattu vuosien 1958–1959 (2 kuvaa), 1962 (1 kuva), 1964–1966 (14 kuvaa), 1968 (3 kuvaa) ja 1970 (1 kuva) aikana. Kansikuvien valokuvaajat -taulukosta tulee ilmi se, että Aho kuvasi *Kauniille kodille* paljon 1964–66 välisenä aikana.<sup>167</sup> Hän kuvasi paljon sisustuskuvia, jolloin niitä tehtiin usein yhteistyössä arkkitehtien tai sisustusarkkitehtien kanssa. Aiheet käsittelivät usein yksittäisten kotien sisustuksia tai sitten tehtiin isoja juttusarjoja, esimerkiksi ”kymmenen lastenhuonetta” tai ”kymmenen keittiötä”. Claire Aho oli miellyttävä henkilö ja hyvä kuvaaja, joten luultavasti sen vuoksi hänet valittiin usein artikkeleiden kuvaajaksi.<sup>168</sup>

<sup>166</sup> Leino ym. 2014, 13; Aho ym. 2010, 9, 13, 44.

<sup>167</sup> Ks. liite 3.

<sup>168</sup> Aho ym. 2010, 44.

Claire Aho oli oman aikansa huippua suomalaisessa värivalokuvaamisessa, mikä oli harvinaista sen ajan naiselle. Hänen isänsä oli aikanaan ollut tyytymätön suomalaisten värikuvien ja -painatuksien laatuun, joten hän sopi Clairen kanssa, että tytär ryhtyisi kehittämään yrityksen väriosaamista. Tähän tarkoitukseen Yhdysvalloista tilattiin Kodakin 9x12 cm:n väridiafilmiä laakafilmikameralle ja muualta ulkomailta tilattiin useita värivalokuvausta käsitteleviä kirjoja.<sup>169</sup>

Claire Aho teki jopa satoja kansi- ja muotijuttuja aikansa naistenlehtiin, muun muassa *Eevaan*, *Viuhkaan*, *Hopeapeiliin*, *Me Naisiin* ja *Annaan*. Näiden lisäksi hän kuvasi muoti- ja sisustuskuvia esimerkiksi Marimekolle. Hän piti myös sisustuskuvien ottamisesta ja *Kauniin kodin* lisäksi niitä nähtiin myös *Avotakassa*. Jossain vaiheessa valokuvaus jäi kuitenkin vähemmälle ja vuonna 1974 Claire Aho muutti pysyvästi Tukholmaan yhdessä poikansa Jussin kanssa. Aho vaihtoi alaa täysin ja siirtyi toimistotöihin. Hän ei kuitenkaan luopunut valokuvauksesta kokonaan, vaan toimistotöidensä ohessa kirjoitti ja kuvasi pariin lehteen Ruotsissa. Lisäksi Aho toimitti uutiskuvia Suomeen, *Hufvudstadsbladetiin*. Vuodesta 1991 lähtien Claire Aho oli eläkkeellä, mutta hän jatkoi kuitenkin valokuvaamista itsekseen ja auttoi Aho & Soldan -arkiston järjestämisestä.<sup>170</sup> Claire Aho menehtyi 90-vuotiaana kotonaan Sveavägenillä Tukholmassa sattuneessa tulipalossa<sup>171</sup>.

## 5 KANSIKUVAT KULTTUURINSA KUVASTAJINA

Kansikuvien analyysissä käytän soveltaen ikonologian ja ikonografian menetelmiä ja konnotaation käsitettä. Konnotaation käsitteen avulla tarkastelen, *kuinka* kansikuvat ovat kuvattu. Esimerkiksi otan kansikuvissa huomioon esimerkiksi sen, mistä kuvakulmasta kansikuva on kuvattu. Kuvakulmat tarkoittavat yläkulmaa, tasokulmaa ja alakulmaa. Kun kohdetta kuvataan yläkulmasta, näkee katsoja kuvattavan kohteen ylhäältä päin ja kohde katsojaan nähden alaspäin, ikään kuin pieni, heikko ja alistetussa asemassa oleva. Tasokulma on tasavertaisempi, sillä kohde on kuvattu katsojan silmien korkeudelta. Alakulma on taas alhaalta päin kuvattu, jolloin katsoja katsoo kohdetta ylöspäin ja näin tulee vaikutelma, että kohde on mahtavampi ja ylempiarvoisempi kuin katsoja. Alakulmaa käytetään tyypillisesti, kun kuvataan poliitikkoja pitämässä puhetta. Paul Messariksen

<sup>169</sup> Aho ym. 2010, 10–11.

<sup>170</sup> Aho ym. 2010, 14, 44, 80.

<sup>171</sup> HS.fi, 1.12.2015.

mukaan mainoksissa tyypillisimmät kuvakulmat ovat tasokulmia, jolloin katsoja on kuvattavan kohteen kanssa samalla tasolla. Ylä- ja alakulmaa on mainoskuvauksessa käytetty harvemmin. Kuvakulmia käyttämällä voidaan määrittää katsojan paikka. Kansikuvissa kuvakoko ja kuvakulmat vaikuttavat paljon katsojan huomion kiinnittymiseen.<sup>172</sup>

Kulttuurintutkimuksessa valokuvan eri käyttötavoista voidaan erottaa kuvan käyttö tutkimusvälineenä tai tutkimuskohteena. Edellisessä olennaista on kuvan pintarakenne, eli mitä tapahtumaa tai esinettä valokuva esittää. Valokuva on luotettava tutkimusväline, sillä kamera kykenee tallentamaan myös sen, mitä tutkija ei vielä välttämättä tajua havainnoineensa. Valokuvan ollessa tutkimuskohteena, kohdistuu tutkijan mielenkiinto siihen, mitä on kuvien takana eli kuvauskohteen kontekstiin ja mahdollisiin sosiaalisiin suhteisiin. Tällöin valokuvassa tutkimuksen kohteena ovat ne asiat, jotka ovat näkymättömissä eikä välttämättä ole havaittavissa kuvan pintarakenteessa. Valokuvaa pidetään yleisesti luotettavana todellisuuden välittäjänä. Riitta Brusilan mukaan on myös väitetty, että jos kuvan ja tekstin välillä on ristiriita, niin kuvan katsoja on taipuvainen luottamaan kuvaan enemmän.<sup>173</sup>

Analysoitavat kansikuvat voi jakaa karkeasti kahteen eri luokkaan: realistisiin ja lavastettuihin kuviin. Realistiset kuvat ovat luonnollisuutta tavoittelevia eli jos kuvassa on esimerkiksi auringonvalossa kylpevä henkilö, joka seisoo ikkunan äärellä, eikä kuvasta voi sanoa, onko se lavastettu vai ei, voi kuvaa kutsua realistiseksi. Jos taas kuvan lavastus on selkeä tai luonnollisuuden tavoittelu on epäonnistunut, voi kuvaa silloin pitää lavastettuna kuvana. Lavastetut kuvat tulkitaan yleensä fiktiivisiksi, käsikirjoitetuiksi ja rakennetuiksi.<sup>174</sup> Kuva-aiheiltaan realistisia kansikuvia ovat kuvat 1, 6, 8, 10 ja 13. Selkeästi lavastettuja kansikuvia ovat taas kuvat 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12 ja 14.

Kansikuvia tarkastellessani toimin yleiskatsojana enkä katso kansikuvia niinkään ammattilaisnäkökulmassa, jolloin tulisi arvioida kuvia tekniikoiden ja materiaalien näkökulmasta. Kansikuvissa olevia vanhoja valokuvia voi tarkastella Kalhan mukaan kolmella eri tavalla. Ensinnäkin taide- ja tyylihistoriallisesti tarkastellen, jolloin voi arvuutella mahdollisia vaikutesuhteita tai suhteuttaa valokuva suureen

---

<sup>172</sup> Messaris 1997, 28–29, 34–47.

<sup>173</sup> Tuomisto & Uusikylä 1995, 11–12.

<sup>174</sup> Brusila 1997, 44.

kertomukseen, kuten suomalaisuuden olemukseen. Toisekseen kulttuurihistoriallisesti tarkastellen, jolloin kartoitetaan valokuvan sosiaaliset ulottuvuudet, esimerkiksi luokan tai sukupuolen käsitteitä soveltaen tai paikallis- ja henkilöhistoriaa hyödyntäen. Kolmanneksesi esteettisesti tarkastellen, mikä tarkoittaa syventymistä valokuvan sommitelmiin, sävyihin, tunnelmiin, tilanteisiin tai kuvissa esiintyviin ihmishahmoihin.<sup>175</sup> Käytän löyhästi kahta jälkimmäistä tapaa tarkastellessani kansikuvia. Tutkin kansikuvia kulttuurihistoriallisella otteella silloin, kun kansikuva tuo jotenkin ilmi sen hetkistä yhteiskunnallista tilaa ja esteettisellä otteella silloin, jos kansikuvassa on jokin objekti, joka vaatii syvempää tarkastelua.

En analysoi kansikuvia pelkästään kuvallisten representaatioiden avulla. Kansikuvien visuaaliseen analyysiin vaikuttaa myös kuviin liittyvät erilaiset tekstit, kuten haastattelut, kirjoitukset ja kuvatiedot. Toisin sanoen, visuaalisuus ei ole aina sama asia, kuin kuvallisuus. Joskus kuvien representaatioita tulkittaessa ei voi olla huomioimatta siihen liittyvää tekstiä. Toisinaan visuaalisuutta tutkittaessa teksti on yhtä tärkeä kuin itse kuva.<sup>176</sup> Joissain tapauksissa teksti voi tärkeydessään mennä kuvan edelle, sillä se voi muuttaa kuvan ”tarinan” ja tulkinnan täysin. Niiden kansikuvien analyyseissä, joissa kansikuvat ovat yhdistettävissä lehden sisältöön, on hyödynnetty tekstin tuoma tarina, joka on antanut lisäarvoa analyyksille. Niissä tapauksissa, joissa kansikuva ei ollut yhdistettävissä lehden sisältöön, muodostuu kansikuvien tarina eri tavalla. Silloin huomio kiinnittyy ainoastaan kuvallisten representaatioiden tuottamiin mielikuviin.

Visuaalisen kulttuurin tuotteita, esimerkiksi kuvastoja ja esineistöjä, voi tarkastella monista eri näkökulmista. Janne Seppäsen mukaan visuaalista kulttuuria tutkiessa on mahdollista keskittyä joko kuvallisuuteen, identiteettien rakentumiseen, ruumiillisuuteen, katseiden toimintaan, muotoiluun tai arkkitehtuuriin. Seppäsen tiivistääkin visuaalisen kulttuurin olevan ”*näköaistiin nojautuvaa merkitysvälitteistä toimintaa ja tämän toiminnan tuotteita, kuten julkisuuden kuvastoja*”.<sup>177</sup> Suhtaudun tutkittaviin kansikuviin visuaalisen kulttuurin tuotteina, jotka välittävät tietoa oman aikansa kulttuuriympäristöstä, kuten esimerkiksi asenteista, muotoilusta tai arkkitehtuurista.

Ikonologiaa hyödynnän kansikuvissa siten, että yritän luoda kansikuvista selkeää kuvailua, luokittelua ja tulkintaa. Ensimmäiseen, eli esi-ikonografiseen tulkintaan

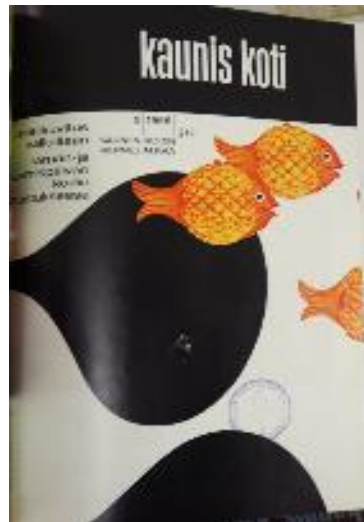
<sup>175</sup> Kalha & Tahvanainen 2014, 11.

<sup>176</sup> Seppänen 2005, 28.

<sup>177</sup> Seppänen 2005, 17.

kuuluvat muun muassa valokuvaan kuuluvien objektien tai hahmojen tunnistaminen ja kuvailu ilman viittauksia muihin lähteisiin. Tämän jälkeen selvitän ja tiedostan kansikuvien objektit tai hahmot ja tulkiten niiden välittämät mahdolliset tarinat. Lopuksi menen tulkinnoissa ”kuvien taakse”, jolloin yritän selvittää kansikuvan kulttuurisen kontekstin, jonka jälkeen yhdistän kansikuvat omaan aikaansa. Lisäksi selvitän, kuka on kuvannut kansikuvan, mitä kansikuva kertoo omasta ajastaan ja mihin kansikuvan aihe liittyy.<sup>178</sup>

### 5.1 Sisustuskuvan ja sisustuksen yksityiskohtan ero kansikuvissa



Kuva 1. Sisustuskuva, *Kaunis koti* 3/1951. Kuva 2. Sisustuksen yksityiskohta, *Kaunis koti* 5/1966.

#### *Sisustuskuva*

Kuvan 1 kansilehti on tyypillinen, kun sitä vertaa muihin *Kauniin kodin* 1950-luvun alun kansilehtiin<sup>179</sup>. Taustaväriyys kansikuvassa on yksivärinen, sävyiltään petroolinsininen ja mustavalkoinen valokuva on sijoiteltu kansilehden alaosaan oikealle puolelle. Valokuvan koko on pieni taustaan suhteutettuna, mutta kuvan taustalla oleva pohjapiirros jatkaa teemaa, sillä se on pohjapiirros kuvassa näkyvästä asunnosta. Kansilehden alaosassa on lyhyesti mainittu, mitä aiheita lehden sisällystöstä löytyy. Valokuvan aiheesta kerrotaan lyhyesti sen olevan: ”*Eräs arkkitehtikoti*”<sup>180</sup>.

Kansilehti on kokonaisuudessaan visuaalisesti hyvin pelkistetty. Valokuvan sisustus on vähäeleistä ja harkittua, ja sama vähäeleisyys toistuu kuvan taustassa.

<sup>178</sup> Ockenström & Fält 2012, 191; Ockenström 2012, 213.

<sup>179</sup> Ks. esim. kuvat 8 & 13.

<sup>180</sup> Kuva 1. *Kaunis koti* 3/1951.

Taustalla olevasta pohjapiirroksesta voidaan havaita, että kuvassa olevan huoneen sisustus on muutaman huonekalun varassa. Huonekaluina ovat kirjahylly, työpöytä, sohva, lepotuoli, suuri matto ja kokonaisuutta täydentävä kattovalaisin.

Vuoden 1951 kolmas kansikuva on kuva-aiheet -taulukossa<sup>181</sup> sisustuskuva alla. Kansikuva on tyypitelty sisällönanalyysin keinoin sisustuskuvaiksi sen selkeän ja laajan interiörikuva vuoksi. Kuvassa näkyy iso osa asunnon sisustuksesta. Valokuvassa on havaittavissa interiöörin<sup>182</sup> selkeitä elementtejä, lattiaa, seinää ja kattoa. Kansikuvan kuva-aiheen voi mieltää realistiseksi, sillä kyseessä on oikeasti erään perheen koti. Sisustus vaikuttaa muutoinkin kokonaiselta, joten se olisi tulkittavissa realistiseksi myös siinä tapauksessa, vaikka ei olisi artikkelin tekstiä selventämässä kuvan sisustusta todeksi.

*Kauniin kodin* artikkelissa selviää kuvituksen olevan ”arkkitehti-perhe” Liedon kotoa. Arkkitehti Olavi Lieto ja koristetaiteilija Liisa Lieto kertovat artikkelissaan kotinsa sisustuksesta, joka on yhdistelmä omaa ja myös muiden suunnittelemaa tuotantoa. Sisustuksessa harmoniassa ovat niin arkkitehti-isän suunnittelemat vuoteet, koristetaiteilijäidin painattamat kankaat, Rauha Aarnion sommittelema matto kuin Helena Tynellin suunnittelema hissivalaisin.<sup>183</sup>

Joten vuoden 1951 kansikuvan sisustuskuva – samoin kuin valokuvan taustalla oleva asunnon pohjapiirros – löytyy suoraan lehden sisällöstä, artikkelista *Arkkitehti asuu näin*. Artikkelin kuvien valokuvaajaksi on merkitty ”Havas”. Kansikuvan valokuvassa ja lehden artikkelissa esitellään lahtelaisen arkkitehtiperheen kotia ja sen sisustusta. Artikkelissa esiintyvä arkkitehtiperhe asuu ”Karihovi”-nimisessä kerrostalossa Lahden Kariniemessä, joka oli 1950-luvun alussa nopeasti kehittyvä moderni asuinalue<sup>184</sup>. Kariniemi oli – ja on edelleen – asuinalueena arvostettu, ja se sijaitsee Kariniemen harjun kupeessa Pikku-Vesijärven läheisyydessä<sup>185</sup>.

Kansikuvien valokuvaajat taulukosta<sup>186</sup> selviää, että valokuvaaja Heikki Havas on kuvannut vain yhden kansikuvan *Kauniille kodille*. Heikki Havas oli arkkitehti, joka

---

<sup>181</sup> Ks. liite 1.

<sup>182</sup> Interiööri, (ranskaksi intérieur < lat. interior=sisempi) sisusta > sisäkuva. Konttinen ym. 2000, 157.

<sup>183</sup> ”Arkkitehti asuu näin” 1951, 18–19.

<sup>184</sup> ”Arkkitehti asuu näin” 1951, 18–19.

<sup>185</sup> ESS.fi, 9.2.2012.

<sup>186</sup> Ks. liite 3.



erikoistui erityisesti arkkitehtuurivalokuvaukseen. Valokuvaajana hän oli harrastelija, vaikka hän oli Maija Häivän mukaan maineikkain ja tuotteliain arkkitehtuurivalokuvaaja 1950-luvulla. Häivä myös sanoo, että Heikki Havasta pidetään valokuvaajana yhtenä merkittävänä 1950-luvun hengen ilmentäjänä. Hänen vanhempansa olivat molemmat ammattivalokuvaajia, ja Havas itse voitti nuorena valokuvauskilpailuja. Havas kertoi uransa alkuvaiheista näin: ”... ilmeisesti arkkitehdit halusivat jotakin vaihtelua, ja koska he tiesivät minun harrastavan valokuvausta, he pyysivät palveluksiani”.<sup>187</sup>

Sirkka Tarumaa kirjoitti vuonna 1953 *Kauniin kodin* eräässä artikkelissa olohuoneen käyttötarkoituksen muutoksista verrattuna edellisiin vuosikymmeniin. Tarumaan mukaan olohuoneen käyttötarkoituksiin kuului muun muassa: ”... rentoutumista ja lepoa, virkistystä ja ajanvietettä, harrastuksia ja työskentelyä sekä seurustelua ja ruokailua ...”<sup>188</sup> Aulikki Herneojan mukaan jälleenrakennuskauden olohuoneen tyypillisimpiä toimintoja oleskelun lisäksi olivat muun muassa kirjoituspöydän ääressä työskentely, radion kuuntelu, käsitöiden teko, nukkuminen ja ruokailu. Olohuoneen kalustus oli usein mattojen päälle aseteltuja huonekaluryppäitä, jotka olivat kattovalon heijastaman piirin sisällä.<sup>189</sup> Huonekalusuunnittelija Olof Ottelin kirjoitti eräässä vuoden 1950 *Kauniissa kodin* artikkelissa ryhmähuonekalujen puolesta:

*”Näitä eri ryhmiä olohuoneeseemme sovitellessamme koetamme jättää aina keskilattian tyhjäksi, jos juuri tuollainen keskelle sijoitettu suunnitteluryhmä tekee muutenkin pienen huoneen kovin ahtaaksi ja lisäksi eristää ryhmät toisistaan.”*

Ottelinin mielestä keskilattian jättäminen vapaaksi huonekaluista mahdollisti huonekalujen siirtelyn vapaasti ryhmästä toiseen.<sup>190</sup>

Edellä mainittujen kommenttien valossa Liedon arkkitehtiperheen koti on tulkittavissa 1950-luvulla vallitsevien ihanteiden mukaiseksi, sillä se ei ollut vieraita varten tehty edustustila, vaan koko perheen yhteinen huone. Pohjapiirroksen ja kannen valokuvan mukaan sisustus oli toteutettu ajan hengen mukaisesti, eli kuvassa näkyvä huonekalurypäs oli sijoiteltuna suuren maton päälle, kattovaloi-

---

<sup>187</sup> Häivä 1994, 198.

<sup>188</sup> Tarumaa 1953, 21.

<sup>189</sup> Herneoja 2007, 143–144.

<sup>190</sup> Ottelin 1950, 9.

simesta tulevan valokehän suojaan. Lisäksi työpöytä ja rottinkikori työpiirustuksiin valokuvan etualalla tuovat ilmi sen, että Liedon perheen olohuoneessa myös työskenneltiin.

Upseerin ja näyttelijän poika, taiteellisesti suuntautunut Olavi Lieto (1919–2005), valmistui Ateneumista sisustusarkkitehdiksi vuonna 1945. Lieto sai heti valmistuttuaan töitä Lahdesta Askon huonekalutehtaalta, jossa hän toimi taiteellisena johtajana ja oli mukana uudistamassa tehtaan mallistoja. Lieto perusti 1950-luvun puolivälissä kokonaissisustuksiin keskittyvän suunnittelutoimiston, jossa hän jatkoi töitään 1980-luvun loppupuolelle saakka. Oman suunnittelutoimiston töiden ohella Lieto toimi myös Kulutusosuuskuntien keskusliiton arkkitehtiosastolla ja työskenteli Lahden teknisen oppilaitoksen tuotesuunnittelun lehtorina.<sup>191</sup>

Altti Kuusamo on tutkinut *Kaunis koti* -lehden 1950-luvun sisustuskuvia. Hän teki havainnon, ettei kotikuvauksissa ihmisiä saanut näkyä kuvissa, vaan kotiesittelyjen kotien tuli muistuttaa äärimmilleen pelkistettyjä, Milanon triennaaleista tutuksi tulleita näyttelyosastoja. Tutkittavana olevan kansilehden kuva-aihe (kuva 1) tuo kuitenkin piristävää vaihtelua täysin pelkistettyihin sisustuskuviin muun muassa huonekasvien runsaan määrän vuoksi. Ne tuovat ”luonnon” sisustukseen ja sitä myötä ne tuovat heti kodin tuntua valokuvaan, eikä se siksi ole samankaltainen, kuin Kuusamon mainitsema esimerkki ”triennaali-kodeista”. Kuusamon mukaan *Kauniin kodin ”vuosikerrat muodostavat ehkä parhaan sääntökokoelman suomalaisten esineiden uudelle järjestykselle”*. *Kauniilla kodilla* oli suuri rooli makukäsitteiden ja esineiden järjestyksen välittämisessä laajoille kansankerroksille. Lehdeä seurattiin niin keskiluokan kuin myös alemman keskiluokan kerroksissa.<sup>192</sup>

### *Sisustuksen yksityiskohta*

Sisustuksen yksityiskohdalla tarkoitan sisustuskuvaa, joka ei ole laaja interiöörikuva, vaan kuva on rajattu tiukemmin. Yksityiskohtaisessa kuvassa ei välttämättä ole tunnistettavissa kaikkia interiöörin elementtejä, eli lattiaa, seinää ja kattoa.

Kuvan 2 kansilehdessä on koko sivun kattava kuva, jossa on voimakkaat kontrastit, mustavalkoinen tausta ja taustan voimakasta mustavalkoisuutta rikkovat kirkkaanoranssit kalat kansikuvan oikeassa reunassa. Kansikuvassa näkyy kaksi kokonaista kalaa, joiden uimasuunta on vasemmalta oikealle. Aivan oikeassa

<sup>191</sup> HS.fi, 29.3.2005.

<sup>192</sup> Kuusamo 1992, 165–166.

reunassa näkyvät kaksi muuta kalaa, jotka ovat osittain kuvan ulkopuolella; toisesta näkyy vain aavistus ja toinen on vielä puolittain kuva-alueella. Kalojen taustalla on kaksi pyöreähköä abstraktiota, joista toinen näkyy kokonaan ja toinen osittain kansilehden alareunassa. *Kauniin kodin* logo on hieman epätavallisella paikalla, kansilehden mustassa yläpalkissa kultaisen leikkauksen kohdalla oikealla. Tyypillisimmin lehden logo on ollut sijoiteltuna kansilehden vasempaan yläreunaan.

*Kauniin kodin* kansikuva 5/1966 on Eero Aarnion (1932–) kuvaama. Aarnio teki *Kauniiseen kotiin* artikkelisarjan sisustamisesta vuonna 1966 ja kansikuva liittyi erääseen artikkeliin. Kansikuvien valokuvaajat -taulukosta<sup>193</sup> selviää, että Eero Aarnio kuvasi neljä kansikuvaa, joista kolme oli kuvattu vuonna 1966 ja yksi seuraavana vuonna. Kansikuvan otsikko selviää lehden sisällöstä, ja siinä kerrotaan sen olevan ”*Detalji sisustuksesta ’Mielikuvitus valloillaan’*. Valokuvannut Eero Aarnio.”<sup>194</sup>. Kansikuvaa voisi luonnehtia lähikuvaksi, sillä huomio on haluttu kiinnittää sisustuksen yksityiskohtiin. Kansikuvan kuva-aihe on lavastettu. Tietoon vaikuttavat niin artikkelin tiedot kuin kuvan epärealistisuus.

*Kaunis koti* järjesti 1966 laajan lukijakilpailun ”*Mielikuvitus valloillaan tämän ja huomispäivän kodin sisustuksessa*”, jonka suunnittelijaksi haluttiin Svenskbergin mukaan ”tulevaisuuden muotoilija” Eero Aarnio. Hänelle oli määrätty työryhmä artikkelisarjan tekoon, mutta hän vastasi kuvauskohteiden sisustuksista ja kuvauksista lähes täysin yksin yhdessä vaimonsa Pirkko Aarnion kanssa. Eero Aarnio itse kertoi artikkelisarjastaan näin:

*”Alussa sain ison työryhmän vetääkseni, mutta huomasiin, ettei siitä mitään tule. Kuvissa aidoilta näyttäivät sisustukset ovat muuten pääosin feikkiä, mutta huomioin silti myös yksityiskohdat. Sorvautin jopa kaappien vetimet. Kuvassimme kaikein keinovalolla, pitkällä valotusajalla ja yhdellä otolla. Pirkko toimi ’lampun jalkana’. Virheisiin ei ollut varaa, sillä lavasteet purettiin illalla ja aamulla rakennettiin jo uutta...”*<sup>195</sup>

5/1966 kansikuvan voisi ensikatsomalta luulla olevan postmoderni maalaus, kunnes lehden sisältöä tutkimalla selviää sen olevan Eero Aarnion suunnitteleman sisustuksen yksityiskohta. Kuvitus esittää katosta riippuvia japanilaisia paperisia

<sup>193</sup> Ks. liite 3.

<sup>194</sup> *Kaunis koti* 5/1966, 3.

<sup>195</sup> Svenskberg 2016, 111.

kultakalalyhtyjä Eero Aarnion maalamaa mustavalkoista seinää vasten. Kuitenkin: kun kansikuvaa tarkastelee lähempää, huomaa sen olevan piirretty yksityiskohta sisustuksesta. Oletettavasti se on luonnos lehden sisällöstä löytyvästä kuvasta<sup>196</sup>. Kansikuvan oransseilta kultakalalyhdyiltä puuttuvat sähköjohdot, jotka kuitenkin näkyvät artikkelin kuvituksena käytetyissä valokuvissa.

Kansikuva hätkähdyttää yksinkertaisuudellaan ja kontrasteillaan. 1960-luvun loppupuoliskolla alkanut sisustuksen rohkeus tulee valokuvasta ilmi. Uskallettiin käyttää värejä, isoja printtejä ja erikoisia detaljeja. Tiina Huokuna väitöskirjassaan tuo esille 1960-luvun loppupuolen väri-iloittelun. Hänen mukaansa 1960-luvun loppupuolen amerikkalaiset postimyyntiluettelot osoittavat sen, että silloin elettiin värikkäintä aikaa, mitä muodin suhteen oli nähty. Värit ja muodit päästettiin irti ja väreillä sai leikkiä vapaasti.<sup>197</sup>

Kansikuva tuo hyvin ilmi sen, kuinka Eero Aarnio oli ajan hermoilla artikkelin sisustusta tehdessään. Seinän mustavalkoisuus on kuin suoraan op-taidesuuntauksen<sup>198</sup> malliesimerkki. 1960-luvulla mustavalkoisuus tuli suosituksi niin sisustuksessa kuin erilaisissa esineissäkin. 1960- ja -70-lukujen sisustustyyliille oli ominaista voimakkaat värit, kekseliäät muodot ja yllätykselliset materiaalivalinnat. Tämän kaltaista sisustusta alettiin kutsua 1970- ja 80-luvuilla arkkitehtuurissa postmodernismiksi ja muotoilun ja sisustuksen suhteen käytettiin joko post- tai neomodernismia. Edellä mainituille tyypillistä olivat uudet ja kekseliäät huonekalumuodot, esimerkiksi huulien muotoinen sohva ja kaktuksenmuotoinen nauklakko.<sup>199</sup> Kansikuvan tapauksessa kirkkaan oranssit kultakalalyhdyt, yhdessä mustavalkoisen abstraktioseinän kanssa, ovat ilmiselvä esimerkki post- ja neomodernismista.

Eero Aarnio pyrki Ateneumiin sisustuslinjalle vuonna 1954 ja pääsi ensiyrittämällä sisään. 150 hakijan joukosta sisustuslinjalle valittiin hakijoista vain 10 prosenttia, joten aivan yksinkertaista ei sisäänpääsy ollut. Aarnio sai paljon vaikutteita muun muassa opettajiltaan Runar Engblomilta ja Ilmari Tapiovaaralta. Nuori ja taitava oppilas tuntui saavan nimekkäiltä muotoilijoilta erityishuomiota, mikä antoi Aarniolle hyvän lähtökohdan tulevaisuutta varten. Eero Aarnio pääsi Tapiovaaran avustajaksi piirtäen lopulta kaikki hänen kilpailutyönsä. Tapiovaaran

<sup>196</sup> Ks. Niilonen 1966, 34.

<sup>197</sup> Huokuna 2006, 37.

<sup>198</sup> Op-taide on 1960-luvun puolivälillä tullut taidetermi, jolla tarkoitettiin ihmisten näkemistä ja havaintojen tekemistä hyödyntävää abstraktia taidetta. Ks. lisää: Konttinen ym. 2000, 307–308.

<sup>199</sup> Seppälä-Kavén 2014, 59.

jälkeen Aarnio siirtyi työskentelemään Antti Nurmesniemelle, jonka työskentelytapa ja ajatukset olivat toisenlaista kuin Tapiovaaralla. Aarnio itse kertoo saaneensa vaikutteita molemmalta nimekkäältä muotoilijalta.<sup>200</sup>

Oppi kokeneiden muotoilijamestareiden seurassa auttoi Eero Aarniota löytämään oman tyyliensä huonekalusuunnittelussa ja -muotoilussa. Aarnion muotokielen on Svenskbergin mukaan usein sanottu olevan pop-henkistä iloittelua ja hänen sanotaan olevan suomalaisen muotoilun luonnollinen jatkumo Milanon triennaaleista tutuksi tulleen teollisuusmuotoilun kultakauden päätyttyä. Hänen kynästään on lähtenyt muun muassa tunnetut Pallotuoli (1963), Pastilli (1967) ja Kuplatuoli (1968) ja vähän uudemmat muotoilun klassikot Tuplakupla-lamppu (2003), Puppy (2005) ja Doggy (2015).<sup>201</sup>

### *Eroavaisuudet*

Kansikuvapariksi valitsin täysin poikkeavat sisustuskuvat, joissa on kuitenkin samoja sisustuksen elementtejä; valaisimia ja seinää. Vuoden 1951 (kuva 1) kansikuvan voi mieltää selkeäksi sisustuskuvaksi taustalla olevine pohjapiirustuksineen, mutta vuoden 1966 (kuva 2) kansikuva aiheuttaa hämmennystä ensinäkemältä, sillä siitä ei välttämättä heti ymmärrä, että kansikuvan kuva-aiheena on yksityiskohta sisustuksesta.

Liitteestä 1 ilmenee, että sisustuskuvia on esiintynyt kansikuvissa 22 kertaa ja niitä on kansikuvien kuva-aiheina ollut käytännössä läpi lehden ilmestymisvuosien<sup>202</sup>. 1950–60-luvuilla oli vain muutamia vuosia, jolloin kansikuvien kuva-aiheista ei sisustuskuvaa löytynyt. Sisustuksen yksityiskohta -aiheisia kansikuvia esiintyi lähes saman verran (25 kappaletta). Sisustuksen yksityiskohtia esiintyi kansikuvien kuva-aiheina tasaisin väliajoin lehden alkuvuosista loppuvuosiin saakka<sup>203</sup>. Sisustuskuvien runsaus *Kauniin kodin* kansikuvissa ei ole yllättävää, sillä se vain osoittaa lehden olevan nimensä mukaisesti kauniita koteja esittelevä sisustuslehti.

Vielä 1950-luvulla keskusteluja hallitsi kansallis-kristillinen ajattelu, joka vastusti kommunismia ja amerikkalaista kulttuuria, mikä näkyi vielä ajoittain muotoilukes-

<sup>200</sup> Aarnio 2003, 52–55.

<sup>201</sup> Svenskberg 2016, 194–211.

<sup>202</sup> Liitteen 1 taulukon mukaan sisustuskuvia kansikuvissa ei esiintynyt vuosina 1953, -55, -58–59, -61, -63–64 ja -66.

<sup>203</sup> Sisustuskuvia ei poikkeuksellisesti esiintynyt vuosina 1948–50, -62, -64 ja -68.

kusteluissa ja sisustuksen konservatiivisuutena. 1950-luvulla kuluttamiseen, ylellisyyteen ja runsauteen suhtauduttiin vielä tuomitsevasti, mutta siihen alkoi tulla muutosta jo vuosikymmenen loppupuolella. Kulutustottumuksiin ja keskusteluihin tuli muutos 1960-luvulla, jolloin keskusteluihin tuli nuorempien sukupolvien ääniä, näkökulmia ja esittämisen tapoja. Underground-kulttuuri, nuoret radikaalit ja populaari nousivat yhä enemmän näkyville, minkä saattoi huomioda esimerkiksi sisustamisessa uusina väreinä ja muotoina.<sup>204</sup>

Kansikuvaparin muutokset tuovat hyvin esiin sen, kuinka asenne sisustusta kohtaan muuttui reilussa kymmenessä vuodessa, sillä muutos 1940- ja -50-luvun konservatiivisesta ja säännönmukaisesta sisustuksesta 1960-luvun rohkeaan ja leikilliseen sisustukseen on merkittävä. Kun 1951 vuoden kansikuvassa on selkeästi viitteitä 1940 -luvun lopun romantiikasta ja sisustus on hillittyä ja harmoista, on taas 1966 vuoden kansikuva värien ja kontrastien iloittelua oransseine kalalyhtyineen ja mustavalkoisine seinineen. 1960-luvun muotoilijat alkoivat etsiä uusia muotoja, joita voitiin kuvailla sanoilla: ”*tulevaisuus, nuori, leikillinen, vapaus ja nautinto*”, ja tähän uuteen muotoiluun mahdollisuuden antoivat teollisuuden uudet raaka-aineet ja menetelmät, joiden avulla saattoi leikkiä tekotavoilla, muodoilla ja väreillä<sup>205</sup>.

1950-luvulla vaikuttaneet Milanon triennaalit, muotoilun perinteet ja taideteollisuuden johtohahmojen mielipiteet alkoivat saada kritiikkiä 1960-luvulle siirryttäessä. Muutokseen vaikuttivat poliittinen liikehdintä, kulttuuriradikalismi ja yhteiskunnassa nopeasti tapahtuneet muutokset. 1960-luvun sanotaan alkaneen vuoden 1961 EFTA-vapaakauppasopimuksesta ja päättyneen vuoden 1973 energia-kriisiin. Yli kymmenen vuotta kestänyttä 60-luvun muotoilua ohjasivat niin käytännöstä lähteneet ideat kuin ideologiset tekijätkin. Teollisuudessa otettiin isoja harppauksia eteenpäin ja teollisen muotoilun opetus alkoi vuonna 1961 Taideteollisessa oppilaitoksessa.<sup>206</sup>

Kansikuvia tarkastellessa on kuitenkin hyvä ottaa huomioon, että *Kauniin kodin* kansikuvat eivät välttämättä anna täysin totuudenmukaista kuvaa suomalaisesta sisustuksesta. Useimmiten sisustuskuvat ovat pääosin kuvattu arkkitehtikodeissa – kuten esimerkiksi käsiteltävänä kuvan 1 sisustuskuva – asuntonäyttelyissä tai

<sup>204</sup> Sarantola-Weiss 2003b, 13–14; Heinonen 1998, 249–256.

<sup>205</sup> Sarantola-Weiss 2003b, 18.

<sup>206</sup> Korvenmaa 2003, 28, 30, 32.

asuntomessujen sisustusosastoissa. Lisäksi kansikuvissa on esitelty myös erilaisia esimerkkisisustuksia, niin kuin Eero Aarnion sisustuksen yksityiskohdassa kuvassa 2. On pidettävä mielessä, että kansikuvissa nähtävät sisustukset eivät ole olleet välttämättä realistisia saavuttaa kokonaisuudessaan, vaan sisustukseen liittyvät kuvat ovat voineet toimia inspiraationa kodin sisustajille. Sisustusvinkkejä omiin koteihin on voitu poimia valikoiden, on voitu ottaa yksi elementti sieltä ja toinen toisaalta. Yksi *Kauniin kodin* tarkoituksista oli tarjota kodin sisustajille uusia ja käytännöllisiä sisustusvinkkejä.

## 5.2 Kansikuvapari designtuote vs. käyttöastia



Kuva 3. Designtuote, *Kaunis koti* 5/1964. Kuva 4. Käyttöastia, *Kaunis koti* 1/1953.

### *Designtuote*

Kansikuvan kuva-aihe (kuva 3) on koko sivun kokoinen värikuva, joka tuo esille lasiesineiden hienovaraisen värimaailman. Tässä tapauksessa yksikään kuvan lasiesineistä eivät näy kokonaan valokuvan rajauksen ja esineiden asettelun vuoksi. Lisäksi valokuvassa on lyhyt syväterävyys, jolla on selkeästi haluttu korostaa etualan esineistöä, etenkin etualan korkeaa lasimaljakkoa. Kuvan asettelu, rajaus ja lyhyt syväterävyys tuovat ilmi sen, mitä kuvassa on haluttu korostaa; eli lasimaljakoiden muotoilua ja pinnan struktuuria. Kuva on tarkoituksella abstrakti ja taiteellinen, sillä se tuo hyvin ilmi sen, että kuvassa on haluttu tuoda esiin suomalaisen muotoilun kauneus. Kansikuvaa voisi pitää erityislähikuvana sen tiukan rajauksen vuoksi. Mitä lähempänä kuvattava kohde on, sitä suurempi huomioarvo sillä on kuvassa ja lähikuva kohdistaa katsojan katseen haluttuun yksityiskohtaan tehokkaasti<sup>207</sup>.

<sup>207</sup> Messaris 1997, 28–29.

Design tuotteen kansikuvassa (kuva 3) ei ole muuta tekstiä, kuin lehden logo ja hinta, joten kansikuvasta ei ole nähtävillä, liittyykö valokuva sisältöön. Kuvan katsoja tietää kuitenkin kuvassa esiintyvän erikokoisia lasiastioita ja -maljoja. Kansikuvassa on kuvattu Nanny Stillin suunnittelemat maljakot, jotka ovat sijoiteltuna tiiviisti jonkin tason päälle, osa esineistä oli kumollaan tai alassuin. Tämän tyylinen sijoittelu kuvassa antaa mielikuvan siitä, että kuvan tuotteissa muotoilua oli haluttu korostaa. Riihimäen lasin valmistamista maljakoista ei ole erikseen kirjoitettua artikkelia tai Riihimäen omaa mainosta lehden sisällössä, joten kuva on oletettavasti otettu vain esteettisyyden kannalta tai niin sanotusti ”esi” mainosmielessä. Ainoa maininta, joka kansikuvasta löytyy, on lehden pääkirjoituksen yläpuolella: ”*Lasimetsä’ Nanny Stillin lasimaljakoista (Riihimäen lasi Oy) Valok. Claire Aho*”.<sup>208</sup>

Myöhemmin, vuoden 1965 neljännessä lehdessä, selviää ensimmäistä kertaa lasimaljakoiden olevan *Neptuna* -sarjaa. Lehdessä on Riihimäen lasin mainos, jossa on kuvattu *Neptuna* -sarjan lasipulloja korkkimateriaalista valmistettuine korkkeineen.<sup>209</sup> Nanny Still suunnitteli kuvan lasiesineet, maljakot ja juomalasit, vuonna 1964 ja ne olivat Riihimäen lasin tuotannossa vuosina 1964–1965. Sarjan kaikki lasiesineet valmistettiin läpikuultavan vihreästä lasista.<sup>210</sup>

Suomessa taidelasista enemmän tietävät henkilöt tuntevat suunnittelija Nanny Stillin ja tietävät hänen kuuluneen maan kuuluisimpien lasimuotoilijoiden joukkoon. Tästä päästään vielä syvemmälle pohdintoihin siitä, kuinka tämä kansikuva näyttäytyi aikalaisilleen verrattuna siihen, millaisena se näyttäytyy tämän päivän katsojalle. Ovatko aikalaiset mieltäneet kannen valokuvan lasiesineet designiksi vai ovatko ne olleet kuvan katsojalle vain tuttua ”Tilliä”<sup>211</sup>? Nykypäivänä mielämme epätasaisen struktuurin omaavat, sävytetyt lasiesineet 1960- ja -70 -luvun tuotantoon, jolloin useat suomalaiset muotoilijat toivat niitä tuotantoon. Muista suunnittelijoista esimerkkinä mainittakoon Nanny Stillin lisäksi Timo Sarpaneva, joka tuli tunnetuksi epätasaisen struktuurin omaavista lasiesineistään<sup>212</sup>.

<sup>208</sup> *Kaunis koti* 5/1964, 7.

<sup>209</sup> *Kaunis koti* 4/1965, 5.

<sup>210</sup> Designlasi.com.

<sup>211</sup> Kun Nanny Still toi hyttimestarin työstettäväksi uudenlaisen, modernin maljakon, *Juhannussalon*, kerrottiin hyttimestarin puuskahtaneen: ”*Taasko se Tilli tekee niitä p...keleen Juhannussalokojaan!*”. Ks. kirjasta Still ym. 2001, 22.

<sup>212</sup> Sarpaneva 2017.



Nanny Stillin lasimaljakoiden struktuuri ja värimaailma tuovat mieleen suomalaisen luonnon, joko jään epätasaisuuden tai vedenpinnan väreilyn. Still, kuten myös monet muut aikalaisensa, sai teoksiinsa inspiraatiota suomalaisesta luonnosta<sup>213</sup>. Oletettavasti Pohjoismaiden ulkopuolella asuvat eivät saa samankaltaisia mielleyhtymiä suomalaisesta designista, sillä vain harva on päässyt lähietäisyydeltä katsomaan, miltä järven jää, tai hennosti väreilevä järvivesi, todella näyttää lähietäisyydeltä tarkasteltuna.

Alkuperäiseltä koulutukseltaan Nanny Still oli metallitaiteilija, jonka vuoksi hän osasi valmistaa uransa alkuvaiheessa tehtyjen puuesineiden mallikappaleet. Hän valmistui metallitaiteilijaksi Taideteollisesta oppilaitoksesta vuonna 1949. Still yritti uransa alkuaikoina päästä erään helsinkiläisen kultasepän alaisuuteen, mutta kultaseppä ei pitänyt taiteilijaa päteväenä. Eila Pajastien mukaan tämä oli kuitenkin suomalaisen lasitaideteollisuuden onni. Valmistumisvuonnaan 1949 Still osallistui Riihimäen lasin järjestämään avoimeen kilpailuun käyttölasisarjan piirustuksella, joka lunastettiin Riihimäen käyttöön. Kenties tästä rohkaistuneena Still päätti ottaa Riihimäkeen yhteyttä ja pääsi sinne kahden viikon koeajalle. Tämän jälkeen hänet kiinnitettiin tehtaan palvelukseen ja näin metallinpakottajasta tuli lasिताiteilija – lasिताiteilija, jonka useat taideteokset ja käyttöesineet ovat laajojen kansankerroksien tuntemia, läpi sukupolvien.<sup>214</sup>

### *Käyttöastia*

Kansilehdessä (kuva 4) on *Kauniin kodin* siihen aikaan tyypilliseen tapaan kirkas pohjaväri ja mustavalkoinen valokuva. Lisäksi kansilehdessä on lyhyesti esiteltyä lehden sisältö, kannen valokuvan aihe ja kuvaaja. Lehden alkutaipaleella lehden sisältöä kuvaavia tekstejä oli kansilehdissä, kunnes ne myöhemmin hävisivät lähes kokonaan. Kansilehden mustavalkoinen kuva vie kansilehdestä noin kaksi kolmasosaa ja tämä oli melko tyypillinen asettelu vuosien 1952–1953 kansilehdissä. Valokuva on hyvin selkeä ja siihen on saatu kontrastia valoilla ja varjoilla, joiden avulla on tuotu esiin astioiden puhdasta muotoilua: esineiden selkeää perusmuotoa ja monikäyttöisyyttä. Kova valo on aseteltu vinosti astioiden yläpuolelle, mikä luo voimakkaat varjot esineiden alapuolelle. Ruuan puuttuminen korostaa kuvassa astioiden puhtautta. Esineet ovat sijoiteltuna väljästi ja valokuva on lähikuva, joten selkeästi kuvan tarkoituksena on nostaa jokainen esine

<sup>213</sup> Esimerkiksi Stillin suunnittelema Ambra -sarja sai vaikutteensa suonsilmästä. Ks. Still ym. 2001, 32.

<sup>214</sup> Pajastie 1959, 45–47.

näkyville katsojan tarkasteltavaksi ja mielikuva geometrisesta muotoleikistä on vahva.

Astioiden asettelu valokuvassa henkii vahvasti 1950-luvun alun näytteillepanoa, joka oli sommittelultaan harkitun vähäeleistä, tehokeinoiltaan niukkaa, mutta yksinkertaisuudestaan huolimatta vaikuttavaa. Esimerkiksi vuosikymmenen alkupuolen näyttelykuvat Milanon triennaaleista kuvaavat hyvin sen ajan tyyppisintä näytteillepanoa. Puhtaasti muotoillut esineet ovat sijoiteltuna näyttelytilaan näennäisen vapaamuotoisesti matalille, erikorkuisille tasoille ja seiniin asetettujen tasojen päälle. Matalat pöytätasot, jotka olivat Wirkkalan ideoimat, toivat elegantisti esiin niiden päälle harvakseltaan sijoitetut esineet. Suomalaiset taideteollisuuden muotoilijat saivat lukuisia palkintoja Milanon triennaaleista erityisesti 1950-luvulla. Muotokielen puhtaus ja näyttelytilojen vähäeleisyys tekivät vaikutuksen näyttelyvieraisiin ja tuomareihin.<sup>215</sup>

Kansikuvassa (kuva 4) esitellään Kaj Franckin suunnittelemaa uutta käyttöastioita, *Kiltaa*. Kansikuvassa valokuvan yläpuolella lukee: ”*Arabian uusia käyttöesineitä. Valok. Aarne Pietilä Oy*”. *Kauniin kodin* toimitus halusi vuoden ensimmäisessä numerossaan esitellä uusia, käytännöllisiä astioita ja toimituksessa oli tiin riemastuneita siitä, että kukkakoristelut väistyivät elegantin yksinkertaisuuden tieltä. Kaj Franck toimi lehden neuvottelukunnassa, joten se on oletettavasti yhtenä osasyynä siihen, miksi hänen suunnittelema astiastonsa esiintyy lehden kannessa.<sup>216</sup> Neuvottelukunnan jäsenillä oli todennäköisesti vaikutusvaltaa siihen, millaisia esineitä lehdessä esitellään, ja käsitykseni mukaan se oli keino tuoda esille omaa tuotantoaan.

1950-luku toi muotoilun saralle muutoksia keraamisiin käyttöastioihin, joita Suomessa valmisti pääosin Arabia. Modernistien harmiksi sotien jälkeinen kaipuu koristeellisuuteen ja viihtyisyyteen pysyi vahvasti pinnalla, josta hyvänä esimerkkinä toimii kahviastiasto *Myrna*, joka oli kansalaisten suosiossa vuodesta 1942 jopa 2000-luvulle asti. Tämä ei kuitenkaan riittänyt, vaan ulkopuolelta tuli painostusta siitä, että yrityksen valikoimista puuttui se ”kauniimpi arkitavara”, eli ajanmukainen ja modernistisesti suunniteltu tuotanto. Ruotsissa keskustelu kauniimmasta arkitavarasta alkoi jo 1910-luvun loppupuolella teoreetikko Gregor Paulssonin

<sup>215</sup> Kalha & Warius 2013, 10, 16–17; Korvenmaa 2009, 167, 170.

<sup>216</sup> *Kaunis koti* 1/1953.

aloitteesta<sup>217</sup>. Kauniimman arkitavara kritiikkiin vastattiin Kaj Franckin suunnittelema monikäyttöisellä *Kilta*-astiasstolla. Franck suunnitteli astiaston jo 1948, mutta silloin sitä pidettiin liian radikaalina markkinoita ajatellen, joten tuotantoon *Kilta* otettiin vasta 1953. Asenteet ja makutottumukset olivat muuttuneet merkittävästi pulakauden hellittämisen jälkeen, jolloin siirryttiin nostalgisoivasta romantiikasta laajasti hyväksytyyn modernismiin. Kaj Franckin nerokkuus oli siinä, että hän onnistui muotoilussaan olemaan radikaalisti moderni, mutta ei kuitenkaan loukannut suuren yleisön kaipuuta herkkään kauneuteen. Antaumuksellinen esteettisyys oli aineellisen pulan vastineena.<sup>218</sup> Hänen suunnittelemat astiat olivat esillä Milanon X triennaalissa, jossa ne otettiin hyvin vastaan, saaden kunniadiplomin. *Kauniin kodin* triennaali -esittelyssä hänen astioita kuvataan näin:

*”Kaj Franckin suunnittelemat käyttöesineet edustivat suomalaista tarkoituksen mukaisuutta ja hyvää industrial designia. Diplome d’honneur.”*<sup>219</sup>

Annikki Toikka-Karvosen artikkeli ”Hyvä käyttöesine on käytännöllinen, halpa ja kaunis” vuoden 1955 toisessa lehdessä nostaa esiin *Kilta* -astiaston käytännöllisyyden ja sen, kuinka astiastosta tuli suosittu pian sen julkaisemisen jälkeen:

*”Kaj Franckin uusi keramiikka-astiasto on parissa vuodessa valloittanut kotimaisen yleisön, nimenomaan nuoret kodit, joissa käytännöllisyydelle ja teeskentelemättömälle yksinkertaisuudelle annetaan arvoa, mutta osataan toisaalta olla myös esteettisessä mielessä vaativaisia.”*

Toikka-Karvonen korostaa artikkelissaan Kaj Franckin esineiden koristelemattomuuden hienovaraisuutta ja arvottaa hänet muotoilijana korkealle. Käyttöesineitä kuvaillessaan hän toteaa ”kruusatun” olevan aina huonon maun ilmentymä ja kauneuden olevan sama asia kuin yksinkertaisuus, luontevuus ja uskollisuus materiaalin vaatimuksille.<sup>220</sup>

Satu Kähkönen on väitöskirjassaan (2011) *Ornamentti, koristeellisuus ja yksinkertaisuus 1800—1900-lukujen arkkitehtuuri ja taideteollisuuskeskustelussa* tutkinut koristeellisuuden ja koristelemattomuuden suhdetta eri arkkitehtien ja muotoilijoiden keskustelujen kautta. Hän nostaa esiin koristelemattomuudessa muun muassa arkkitehtien Loosin ja Le Corbusierin ajatuksia. Loos piti koristelua kansantaiteena, eikä se kuulunut enää modernin kaupunkilaisen elämänpiiriin. Le

<sup>217</sup> Ivanov 2004, 106.

<sup>218</sup> Korvenmaa 2009, 163, 165; Kalha & Warius 2013, 142.

<sup>219</sup> Niilonen 1954, 8.

<sup>220</sup> Toikka-Karvonen 1955, 20.

Corbusier arvosti karsimista, puhdistamista ja valintaa. Loosin mietteet koskivat enemmän arkkitehtuurin ornamentiikkaa ja hän korosti luonnollista kulttuurin kehitystä koristeellisuudesta koristeettomaan; vain ihmiskunnan huipulla saattoi ymmärtää koristeettomuuden kauneuden. Koristeettomuudella saattoi vähentää käsityöläisten taakkaa ja lisätä taloudellisuutta. Le Corbusier oli pitkälti Loosin kanssa samoilla linjoilla, mutta hän otti kantaa myös muotoiluun. Hänen mielestään taide ja käyttöesineet oli selkeästi erotettava toisistaan. Koristeettomuus oli merkinä demokraattisesta esteettisyydestä. Köyhien ja rikkaiden esineiden tuli näyttää samanlaisilta, mutta ne poikkesivat toisistaan laadultaan. Erot tulivat ilmi siinä, kuinka ne oli valmistettu ja viimeistely. Kähkösen mukaan Le Corbusier oli sitä mieltä, että koristelu tarkoitti rihkamaa sekä huonosti valmistettuja esineitä ja tämän vuoksi sivistyneet ihmiset välttelivät koristeellisia esineitä. Kähkönen tuo esille myös arkkitehti Reyner Banhamin ajatukset siitä, että luopuminen koristeellisuudesta ei ollut kulttuurin luonnollista kehitystä, vaan se oli arkkitehtien ja suunnittelijoiden tietoinen valinta.<sup>221</sup>

### *Eroavaisuudet*

Molemmat kansikuvat (kuvat 3 ja 4) ovat miellettäviissä lavastetuiksi, sillä molempien kansikuvien on tarkoitus olla mainos, jossa pääosassa ovat kuvien kohteina olevat esineet. Kansikuvien kuva-aiheiden taulukosta<sup>222</sup> selviää, että koriste-esineiden, designin ja taidelasin osuus kansikuvien joukossa on huomattavasti suurempi kuin käyttöastioiden ja -esineiden osuus. Designesineiden kuvia oli 146 kansilehden joukossa 18, kun taas kuvia käyttöastioista oli 7. Käyttöastioita esiintyy kansikuvien aiheissa *Kauniin kodin* alkuvuosina, aina vuoteen 1957 asti, jonka jälkeen niitä ei enää esiinny lainkaan. Design tuotteita ei taas esitelty alkuvuosina 1948–1954 ollenkaan, lukuun ottamatta yhtä poikkeusta vuonna 1949. Vuoden 1954 jälkeen designesineitä, koristeita ja taidelasia esiintyi kansikuvien aihepiireissä säännöllisesti ja kolmena vuonna (1963, 1964 ja 1971) jopa useaan kertaan.

Tämä eroavaisuus tuo hyvin ilmi muutoksen suomalaisessa yhteiskunnassa, sillä *Kauniin kodin* alkuvuosina käyttötavaroiden esittelylle oli omat syynsä. Haluttiin esitellä uutta muotoilua ja tuoda vaihtoehtoja koristeellisen tyylin tilalle. Lehdellä

<sup>221</sup> Kähkönen 2011, 122–124.

<sup>222</sup> Liite 1.

oli omana aikanaan tärkeä rooli kansan maun muokkaamisessa ja se olikin lehden oma tavoite läpi ilmestymisaikansa. Asiaan saattoi vaikuttaa se, että lehti oli pitkään ainoa laatuaan, mutta myöskin se, että lehden taustajoukoissa toimi monia sen ajan tunnettuja muotoilijoita, esimerkiksi jo aiemmin mainitut Kaj Franck ja Tapio Wirkkala.

Käyttöastioiden esittelylle ei ollut enää tarvetta lehden lukijakunnan vaurastuessa, joten lukijat halusivat enemmän koristella kotejaan uutta muotoilua henkivillä lasiesineillä. Ensimmäistä kertaa oli varaa ostaa muutakin kuin järkeviä käyttöastioita. Tiina Huokuna oli tehnyt väitöskirjassaan samankaltaisen havainnon. Hän toteaa, että vielä 1950-luvulla suomalaiset säästivät saadakseen ostettua arkea helpottavia peruskoneita, kun taas 1960-luvulla alkoi vaurauden aika, jolloin kotitalouksiin ilmestyivät televisio ja kulutusluotto. Niukka tavaroiden määrä oli vaihtunut tavarapaljouteen.<sup>223</sup>

Kun 1950-luvun puolivälissä säännöstely loppui kokonaan, alkoi kaappoihin tulla uusia tuotteita, joita ostettiin. Vapaa-ajan kulutuksen osuus kotitalouksien kaikesta kulutuksesta kasvoi merkittävästi. Se oli 1900-luvun alussa noin 1,5 prosenttia, kun taas 1950-luvulla kulutus oli kasvanut runsaaseen 5,5 prosenttiin. Kulutuskulttuurin kasvu näkyy siinä, että suomalaiset alkoivat 50-luvun puolivälin jälkeen hankkia erilaisia ajoneuvoja, alkoivat matkustella ja käydä ravintoloissa. Kodinkoneiden ja viihde-elektroniikan ostaminen alkoi heti kun siihen oli varaa. Etenkin 1960-luvun kuluessa televisioita ostettiin niin paljon, että vuosikymmenen lopulla jo miljoona kotitaloutta oli ostanut televisioluvan.<sup>224</sup>

Suomalainen yleisö oli hämillään uuden lasimuotoilun edessä, eikä ostava yleisö aina ymmärtänyt sitä. Useissa ulkomaisissa näyttelyissä palkitut kauniit taidelasit, joita olivat muotoilleet muun muassa Tapio Wirkkala, Alvar Aalto, Saara Hopea, Kaj Franck, Timo Sarpaneva ja Nanny Still, jäivät ostamatta niiden epäkäytännöllisyyden vuoksi. Tässä ongelmassa *Kauniilla kodilla* oli oma paikkansa. Lehti yritti toimia siltana käytännöllisyyden ja taiteen välissä.<sup>225</sup>

---

<sup>223</sup> Huokuna 2006, 48–49.

<sup>224</sup> Heinonen 2008, 112.

<sup>225</sup> Paatero 1994, 173.

Raja designin ja käyttöastioiden ja -esineiden välillä on häilyvä – lasimaljakot voidaan laskea myös käyttötavaraksi. Kansikuvissa ero ilmenee parhaiten kuvaustyylissä. Usein designtuotteet on kuvattu läheltä<sup>226</sup>, yksityiskohtaisesti, jolloin niiden muotokieli tulee paremmin esille, kun taas käyttöastioiden ja -esineiden kuvissa kuvauskulma on laajempi<sup>227</sup> ja esineet ovat yleensä sijoiteltuna väljemmin kuvaustasolle. Tämän kaltainen asettelu tuo paremmin esiin käyttötavaroiden funktionaalisuuden. Myös kuvausasetelma tuo hyvin ilmi muutoksen vuosikymmenten välissä: 1953 kuvattuun käyttöastiakuvaan on harkiten sijoitettu muutama esine, kun taas 1964 kuvatussa designkuvassa tuntuu, että valokuva on lähes tulkoon ylitsevuotavan täynnä lasimaljakoiden määrästä.

### 5.3 Asumisen tavat – 1954 vs. 1968



Kuva 5. Ahdas kaupunkiasunto, *Kaunis koti* 2/1954. Kuva 6. Väljä asuminen, *Kaunis koti* 6/1968.

#### *Ahdas kaupunkiasunto*

Kuvassa 5 oranssinruskealla pohjalla on pienempi, geometrinen valkoinen alue, jolle on sijoiteltuna valokuva, jossa leikki-ikäinen lapsi pitää kiinni auki olevan oven kahvasta ja katsoo kameraan. Lapsen takana näkyy pieni osa, oletettavasti kaupunkiasunnon, keittiöstä. Kuvassa näkyy tiskipöydän kulmaa, sähköliesi ja sen päällä kattila, kiinteä nurkkakaappi ja hiukan ikkunaverhoa. Kansikuvassa pohjaväriin oranssinruskea sävy toistuu hieman tummempana lapsen vaatetuksessa, keittiön verhoissa ja liedellä olevassa kattilassa. Kansikuvan sävy maailma, yhdessä lapsen hieman myrtyneen ilmeen ja keittiön pienuuden kanssa luovat ankeahkon tunnelman, aivan kuin kansikuvan ankeus ja lapsen myrtynyt ilme

<sup>226</sup> Kuva 3.

<sup>227</sup> Kuva 4.

olisi suora kritiikki asunnon ahtaudelle. Lapsi on kuvattu hieman yläviistosta ja sen on oletettavasti tarkoituksena osoittaa, että kuvan katsoja on aikuinen ja katsoo lasta hieman alaspäin. Messaris kertoo tämän kaltaisen kuvaustason olevan yläkulma<sup>228</sup>, eli silloin kun kohde on kuvattuna yläviistosta, näkee katsoja kuvan ylhäältä päin, jolloin kohde on katsojan alapuolella ikään kuin pienenä, heikkona ja alistetussa asemassa.

Kansikuva (kuva 5) on melko tyypillinen vuoden 1954 kansikuvaksi sen niin sanotulla kollaasiteknikalla. Vuoden 1954 kansikuvista neljä kuudesta on samalla kollaasiteknikalla tehty eli kuva-aihe on leikattu ääriviivoineen ja aseteltu yksiker-  
 taisen pohjan päälle. Tämän kaltaisia kansikuvia esiintyi jonkin verran vuosien 1953–1957 välillä: vuonna 1953 niitä oli yksi kuudesta<sup>229</sup>, vuonna 1955 kolme kuudesta, vuonna 1956 kolme kuudesta ja vuonna 1957 kaksi tai kolme kuudesta, katsantotavasta riippuen. Kuvamanipulaation – kuva-aihe on leikattu ääri-  
 viivojaan myöten ja pienet yksityiskohdat keittiössä ovat väritettyjä – vuoksi kansikuvan voi mieltää lavastetuksi.

Kansikuvan kuvaajaa ei ole tiedossa, eikä sen aihe ole suoraan liitettävissä lehden sisältöön. Lehden sisällöstä löytyy kaksi artikkelia, joihin kansikuva voisi olla yhdistettävissä: varatuomari Kauko Sipposen artikkeli ”*Kuinka kannattaa asua Arava-huoneistossa*” tai diplomiarkkitehti Irja Ervannen artikkeli ”*Maalaistalon keittiö*”. Oletan kuitenkin kansikuvan liittyvän – tunnelmansa vuoksi – Arava-asuntoihin. Kenties kansikuvan tarkoituksena on olla kommentti pieniä, mutta kal-  
 liita asuntoja kohtaan.

Kansikuvan ilmestymisvuonna 1954 jälleenrakennuskausi oli vielä voimissaan ja perheet hankkivat asuntoja Aravalainojen turvin. Valtiolla oli merkittävä rooli jäl-  
 leenrakennuksen asuntopolitiikassa. Kaupunkien ja kerrostalojen rakentaminen alkoi toden teolla vuonna 1949, jolloin voimaan tuli valtion asuntolainajärjestelmä eli Arava. Arava-asunnot painottuivat pääosin perinteisten korttelikaupunkien ul-  
 kopuolelle, minne rakennettiin uusia metsälähiöitä.<sup>230</sup>

Aravasta uutisoitiin Helsingin Sanomissa 22.10.1948. Uutisessa kerrottiin, että asuntopulan voittamiseksi ollaan perustamassa uutta erikoisvirastoa, ARAVAa. ARAVA-nimen lyhenne tulee sanoista ”asuntorakennustuotannon valtuuskunta”.

---

<sup>228</sup> Messaris 1997, 34.

<sup>229</sup> Ks. esimerkiksi kuva 7.

<sup>230</sup> Saarikangas 2004, 39.

Uutinen kertoo, että tarkoituksena on keskittyä asuntokeskuksiin ja että asunto-markkinoiden tasapainon saavuttamiseksi on rakennettava uusia asuntoja 13 000–14 000 edellä mainittuihin asuntokeskuksiin. Kuitenkin huomattava osa alkuvuosien aravatuotannosta oli omakotitaloja, sillä hartiapankkirakentaminen oli käytännössä perusedellytys asunnon rakentumiselle. Sodan köyhdyttämässä Suomessa täytyi ensin keskittyä teollisuuden rakentamiseen, siksi omatoimista rakentamista suosittiin alkuun. Aravan piti olla vain väliaikainen, jotta siitä voitaisiin luopua sitten kun asuntopula on hellittänyt, mutta asuntoa vailla olevien ruokakuntien määrä jatkoi vuosikymmenten edetessä edelleen kasvuaan.<sup>231</sup>

Pieniä Arava-asuntoja kritisoitiin laajasti 1950-luvulla, mikä selviää esimerkiksi Riitta Nikulan artikkelista *Asuntopolitiikka ja kaupunki*. Artikkelista löytyy runsaasti lainauksia Väestöliitonasuntoasiain toimiston julkaisemasta *Asuntopolitiikka* -lehdestä, jossa kerta toisensa jälkeen arvosteltiin useita aravakerrostaloja, joita rakennettiin suuriin kaupunkeihin. Lehteen kirjoittelevien arkkitehtien mielestä oli epäinhimillistä laittaa tuhansittain ihmisiä asumaan ”*valtavan suuriin, uusiin asuntokasarmeihin*”. Lehden toimituskunnassa toimi useita nimekkäitä arkkitehtejä, joista esimerkkeinä mainittakoon Alvar Aalto, Otto-I. Meurman ja Maiju Gebhard.<sup>232</sup>

Myös *Kauniin kodin* artikkelissa voi havaita kritiikkiä arava-asuntoja kohtaan. Arava-asuntoja pidettiin kalliina ja välillä jopa kannattamattomana. Varatuomari Kauko Sipposen mukaan asumisen kustannukset tulevat liian kalliiksi tavallisille työläisperheille, ja etenkin niille, joissa äiti on kotona hoitamassa lapsia. Sipponen otti esimerkiksi hyväpalkkaisen metallityöntekijän palkan, joka on noin 35 000 markkaa kuussa. Yleensä arava-asunnon asumiskustannukset olivat alkuunsa noin 16 000 markkaa kuukaudessa. Hän piti kohtuuttomana sitä, että perheen isän palkasta lähtisi asumiskustannuksiin lähes puolet kuukauden palkasta. Sipponen laskeskeli, että perheen isän tulisi ansaita vuodessa noin 800 000–900 000 markkaa, jotta perhe kykenisi asumaan kahden huoneen ja yhden keittiön arava-asunnossa. Sipponen oli sitä mieltä, että perheen äitien olisi hyvä olla kotona lapsien kanssa, mutta asumisen kalleus pakotti myös naiset palkkatöihin. Sipposen mielestä elämä ei välttämättä ollut onnellisempaa silloin, kun lapset vietiin hoitoon ja vanhemmat kävivät ansiotöissä. Hän suosittelikin perheitä otta-

---

<sup>231</sup> Valtion asuntorahasto 1999, 2, 5–6.

<sup>232</sup> Nikula 1994, 78, 81.



maan useamman huoneen asuntoon alivuokralaisen, jotta vuokratuloilla saisi ka-  
tettua osan arava-asunnon vuokrasta. Harva kykeni maksamaan asumiskustan-  
nukset ilman apuja. Sipponen hämmästeleekin sitä, kuinka oli mahdollista, että  
yli 30 000 aravahuoneistoa oli saatu myydyksi ja ostajia olisi lisääkin. Sipponen  
tiedosti, että aravahuoneistot olivat varakkaampien etuoikeus ja kipeästi asuntoa  
tarvitsevat jäivät yhä asuntoa vaille tai joutuivat jättäytymään vuokralautakuntien  
armoille.<sup>233</sup>

Vuonna 1953 säädettiin uudet aravalait, jonka jälkeen aravastandardit uudistettiin  
ja aravalainoin saatavien osakehuoneistojen varustelutasosta tuli korkeatasoista.  
Aravastandardit olivat kuitenkin liian kalliita ja iso osa arava-asunnoista päätyi  
ylemmän keskiluokan omistukseen. Vuoden 1953 uudistuksilla yritettiin korjata  
tilanne, jolloin rajoitettiin lainoitettavien asuntojen keskipinta-alaa 50 neliömetriin.  
Tämä aiheutti oravanpyörän ja lopulta tilanne johti siihen, että pieniin asuntoihin  
sijoittaminen kannatti, mutta pienituloiset perheet jäivät edelleen vaille sopivaa  
asuntoa. Vuonna 1959 tehtiin lainmuutos, jolla yritettiin korjata keskipinta-alara-  
joituksista koitunut asuntopula. Käyttöön otettiin 10 prosentin lisälaina, jonka  
saannin ehdoksi asetettiin enimmäistuloraja. Lisäksi lainoituksessa tuli ottaa etu-  
sijalle asunnottomat ja heikoissa oloissa asuvat.<sup>234</sup>

*Kaunis koti* otti heti kantaa Arava-lakiesitykseen. Vuoden 1953/3 lehden pääkir-  
joituksessa tiedusteltiin huolestuneena, että ajaako uusi Arava-lakiesitys suoma-  
laisten asunnot kohti ”slummeja”. Pääkirjoitus otti reippaasti esille sen, että asun-  
tojen kokoa ei tulisi pienentää, sillä perheet tarvitsisivat riittävästi tilaa asumiseen.  
Lapsilla tulisi olla omat huoneet, jotta asumismukavuus säilyisi.<sup>235</sup>

Kaupunkien tiivistä rakentamista ja kerrostaloarkkitehtuuria kritisoitiin pääosin  
arkkitehtien toimesta, esimerkiksi Otto-I. Meurmanin *Asemakaavaopissa (1947)*  
ja Heikki von Hertzenin teoksessa *Koti vaiko kasarmi lapsillemme (1946)*. Ah-  
taasti rakennettuja kaupunkikeskustoja pidettiin sosiaalisesti epäterveinä. Arkki-  
tehdit arvostivat orgaanisuutta ja luonnonmukaisuutta, ja jos vain mahdollista, ra-  
kennukset pyrittiin sulauttamaan ympäröivään maastoon.<sup>236</sup> Kirsi Saarikankaan  
*Rakennetun ympäristön muutos ja asumisen mullistus* artikkelin mukaan monille

<sup>233</sup> Sipponen 1954, 10–11.

<sup>234</sup> Valtion asuntorahasto 1999, 6–7.

<sup>235</sup> ”*Kohti slummejako?*” 1953, 9.

<sup>236</sup> Saarikangas 1994, 138.

suomalaisille muutto uusiin kerrostaloasuntoihin oli askel kohti parempaa elämää. Oli nimittäin ennen kuulumatonta, että vettä ei tarvinnut enää kantaa ulkoisalle, vaan vesi tuli suoraan oman keittiön kraanasta. Artikkelista löytyy lainaus erään perheenäidin sanoista juoksevan veden ihmeellisyydestä:

*”Mieleen jäävä oli ensimmäinen aamu omassa keittiössä, jossa ensimmäisen kerran sai laskea käsille lämmintä vettä ’omasta’ kraanasta, ei tarvinnut vintata ämpärillä jäätyneestä kaivosta. Sitä onnea!”<sup>237</sup>*

### Väljä asuminen

Kuvassa 6 huomio kiinnittyy leikki-käiseen lapseen, joka kurkottelee sinisen oven kahvaa ja koettaa avata sitä. Kuvan tarkennus vie huomion lapseen ja talon ulkoveen, sillä puu etualalla on sumeampi. Kansikuvan valokuvan rajaus on mielenkiintoinen. Kuvan tapahtumat sijoittuvat kansikuvan vasempaan reunaan, mikä on epätyypillistä verrattuna muihin *Kauniin kodin* kansikuviin<sup>238</sup>. Lapsi hädin tuskin yltää kahvaan, sillä hän joutuu nousemaan varpailleen kurotellessaan ja ottamaan tukea oven pielestä. Kansikuva on kuvattu kesällä, sillä nurmikko ja etualan puun lehdet vihertävät. Sen voisi päätellä myös lapsen vaatetuksesta, joka on hyvin kevyt: lapsella on kenkien ja sukkiensa lisäksi päällään ainoastaan vaaleansininen t-paita ja alushousut. Laajassa kokokuvassa kuvan katsoja on lapsen kanssa samalla tasolla, joten kuva on kuvattu tasokulmassa. Kuvan tunnelmasta tulee mielikuvat siitä, että kansikuvan lapsi voisi hyvinkin olla kesänvietossa vanhempiensa – tai jopa isovanhempiensa kanssa – kesähuvilalla.

Lehden sisällysluettelon yhteydessä selviää kansikuvan tiedot: ”Kannen kuva *Sinisen oven takana* kuvannut A. Taskinen. Bruunkullasta enemmän ss. 44–48.”<sup>239</sup> Kannen valokuvaajat -taulukosta<sup>240</sup> selviää, että A. (Antti) Taskinen on valokuvannut kaksi kansikuvaa *Kauniille kodille* vuosina 1967–68. Ritva Sieväsen artikkelista ”*Sinisen oven takana*” selviää kansikuvassa olevan talon asukkaat: talossa asuvat Erik ja Sinikka Bruun perheineen<sup>241</sup>. Kansikuvan luonteen vuoksi – kuva on kuvattu perheen kodin ulkopuolelta ja ovenkahvassa oleva lapsi onkin oletettavasti perheen poika – kuva 6 on helppo luokitella realistiseksi kuvaksi. On

<sup>237</sup> Saarikangas 2008, 150–152.

<sup>238</sup> Tyypillisimmin *Kauniissa kodissa* kuva-aiheet ovat sijoiteltuna kansikuvan oikealle puolelle, lähelle kultaista leikkausta. Vertaa viereiseen kuvaan 7. Mikäli kansikuva on koko sivun kokoinen, on se yleensä ollut kauttaaltaan tarkka.

<sup>239</sup> *Kaunis koti* 6/1968, 4.

<sup>240</sup> Liite 3.

<sup>241</sup> Sievänen 1968, 44.

mahdollista, että kuvaa ei ole millään tavoin lavastettu, eikä kuvan lasta ole välttämättä tarvinnut asetella kuvaa varten.

Talo on rakennettu 1940-luvulla, mikä voi olla vaikea uskoa kansikuvaa silmäillessä, sillä se tuo mieleen vanhan karjalaistalon tummine hirsiseinineen ja sinisine ovineen. Sieväsen artikkelin mukaan Bruunin perhe teki taloon runsaasti muutoksia muuttaessaan sinne ja teki talosta oman näköisensä. Tämän vuoksi mielikuvat karjalaistalosta eivät ole välttämättä keksittyjä, sillä Erik Bruun oli kotoisin Karjalasta, Viipurin maakunnasta, Säiniön kylästä. Oletettavasti Erik Bruunin vahva kotiseuturakkaus on vaikuttanut asunnon ulkomuodon muuttumiseen.<sup>242</sup>

Pirjo Hounin *Eeva*-lehteen kirjoittamasta artikkelista selviää, että Erik Bruun edelleen muistelee haikeudella Karjalaa ja kaipaa takaisin kotiseuduilleen<sup>243</sup>. Talon isäntä Erik Bruun on yksi tunnetuimmista graafikoista Suomessa, sillä hänen käsialaansa ovat muun muassa 1950–60-luvun Hartwall Jaffa -julisteet, Luonnonsuojeluliiton juliste Saimaan norppa vuodelta 1974 ja 1980-luvulla suunniteltujen markan seteleiden kääntöpuolet.<sup>244</sup>

Sieväsen artikkelissa selviää, että taiteilijapariskunta oli ja ei ollut tyytyväinen kotitaloonsa. He olivat erittäin kiintyneitä siihen, mutta talo oli käynyt jo liian pieneksi kuusihenkiselle perheelle. Sievänen myös arveli, että taloon oltiin hiukan kyllästyneitä. Hän oli sitä mieltä, että taiteilijan luonteenlaatuun kuuluu eteenpäin meneminen ja siksi hän oletti, että taiteilijapariskunta halusi niin sanotusti uuden työmaan itsellensä edellisen työmaan tullessa valmiiksi.<sup>245</sup> Tämä voisi hyvinkin pitää paikkaansa, mutta *Eevan* artikkelista kuitenkin selviää, että Erik ja Sinikka Bruun perheineen muuttivat Suomenlinnan Länsi-Mustasaareen 1970-luvun alussa<sup>246</sup>. Erik ja Sinikka Bruun asuvat edelleenkin samassa talossa, joten on oletettavaa, että sinisen oven talosta muutettiin pois ennemminkin tilanahtauden kuin kyllästyksen takia.

### *Eroavaisuudet*

Valitsin kuva-aiheeltaan samankaltaiset kansikuvat, jotka kuitenkin ovat tunnelmaltaan täysin poikkeavat keskenään. Kuvan 5 kansikuvassa lapsi kurottelee

---

<sup>242</sup> Sievänen 1968, 44.

<sup>243</sup> Houni 2017.

<sup>244</sup> Bruundesign.com, 2017.

<sup>245</sup> Sievänen 1968, 44.

<sup>246</sup> Houni 2017.

ovenkahvaan ja taustalla näkyy pienen kaupunkiasunnon keittiö, kun taas kuvan 6 kansikuvassa lapsi yrittää avata tilavalta vaikuttavan omakotitalon ulko-ovea. Silmämääräisesti arvioiden lapset ovat kuvissa lähestulkoon saman ikäisiä, korkeintaan parin vuoden erotuksella. Molemmat kansikuvat ovat jaoteltuna ”Kansikuvien kuva-aiheet”-taulukoon<sup>247</sup> ”Ihmiset”-sarakkeen alle. Kuva 6 on ”Ihmiset”-sarakkeen lisäksi myös sarakkeessa ”Ulkoarkkitehtuuri”.

Voisi kuvitella, että 1948–1971 välisenä aikana kuilu varakkaiden ja vähävaraisten välillä asumisen suhteen olisi syventynyt entisestään sotien jälkeen. Sodan jälkeen aluksi saattoikin olla näin, sillä kotinsa menettäneitä oli Suomessa yli puoli miljoonaa ja monet joutuivat oleilemaan tilapäismajoituksissa, esimerkiksi alivuokralaisasunnoissa, ullakoissa, kellareissa, pommisuojuissa ja jopa korsuissa, eli maakuopissa. Monilla väliaikaiset asumisjärjestelyt kestivät 1950-luvulle asti. Kuitenkin, jälleenrakennuskausi ja lähiörakentaminen yhdenmukaistivat asuntokantaa. Asuntojen tilanjärjestely standardisoitui ja asunnot käsittivät yleensä keittiön, olohuoneen ja yhden tai useamman makuuhuoneen. Aiemmin asuinpaikka ja asukkaiden sosiaalinen asema vaikuttivat asumiseen, määrittäen asuntojen koot ja varustelun. Varattomimmat asuivat maaseuduilla tai kaupungeissa kahden huoneen asunnoissa, tuvan ja kamarin tai keittiön ja huoneen käsittävissä asunnoissa. Varakkaissa porvarisasunnoissa taas oli useita huoneita eri toiminoille. Sotien jälkeen asuminen nykyaikaistui samaan aikaan kuin yhteiskunta kehittyi, Suomi kaupungistui ja rakentaminen teollistui rakentamisen standardien myötä. Ydinperheelle sopiva asumisen malli – keittiön, olohuoneen ja yhden tai useamman makuuhuoneen asunnoissa – yleistyi kaikkien yhteiskuntaluokkien keskuudessa, ja kuilu asumiseroissa laventui.<sup>248</sup>

Vaikka asunnot rakentamisen standardoitumisen jälkeen alkoivat näyttää eri yhteiskuntaluokkien välillä samalta, niin *Kauniissa kodissa* tuskailtiin edelleen pienien asuntojen sisustamisen kanssa, sillä kasvavilla perheillä ei ollut varaa isompaan asuntoon. Lehdessä pohdittiinkin usein, kuinka saada yhden keittiön ja kahden huoneen asunto miellyttäväksi nelihenkiselle perheelle, tai kuinka sisustaa yksiö mukavaksi<sup>249</sup>.

---

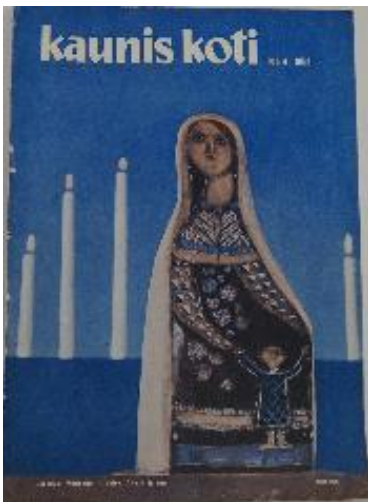
<sup>247</sup> Liite 1.

<sup>248</sup> Saarikangas 2008, 143.

<sup>249</sup> Esimerkiksi *Kaunis koti* -lehden toisessa näytenumerossa kerrottiin, kuinka eräs ruotsalaisperhe sisusti ”tulitikkulaatikon kokoisen” asuntonsa. Lisäksi ”Kysykää me vastaamme” -palstalla annettiin yhden asukkaalle sopivia sisustusvinkkejä. Ks. Reijonen 1948, 21–23; ”Kysykää me vastaamme” 1948, 32–33.

Ehkäpä suurin ero eri yhteiskuntaluokkien välillä oli vapaus. Kun varattomien oli muutettava työpaikkojen perässä maaseudulta kaupunkiin, oli varakkaammilla vapaus valita itse asuinpaikkansa. Varattomat muuttivat sinne, minne pääsivät ja he muuttivat usein työn perässä, lähelle työpaikkojaan, sillä autoon ei välttämättä ollut varaa. Varakkaammat taas saivat valita asuinpaikkansa, he saattoivat myös asua lähellä mahdollisia työpaikkojaan, mutta heillä oli varaa asua siellä, missä halusivat. Varakkaimmalla perheillä oli todennäköisemmin auto, jolla pääsi hyvin kulkemaan pidempiäkin matkoja. Voisi hyvin kuvitella, että kuvassa 5 esiintyvän lapsen perhe taloudellisten olosuhteiden vuoksi joutunut muuttamaan ahtaaseen kaupunkiasuntoon, kun taas kuvan 6 lapsella on vanhempiensa freelance-luonteisten töiden vuoksi mahdollisuus asua maaseudun idyllissä, omassa talossa.

#### 5.4 Ensimmäinen värikuva – Rut Bryk: *Madonna*



Kuva 7. Rut Brykin *Madonna*, *Kaunis koti* 4/1953.

Kuvan 7 kansikuvassa Madonna -figuuri seisoo harmaan tason päällä ja taustassa on kahta eri sinistä. Tummempi sininen on vaarasuorassa olevien kynttilöiden alapuolella, ja vaaleampi sininen kynttilöiden takana hallitsee kansikuvaa, sillä 2/3 osaa taustasta on vaaleamman sinisen sävyllä. Figuuri on aseteltu kanteen kultaisen leikkauksen kohdalle kannen oikealle puolelle, mikä on toimiva tehokeino kannen asettelussa ja tekee kannesta mielenkiintoisen. Kansikuva on epätyypillisen harras tunnelmaltaan verrattuna muihin *Kauniin kodin*<sup>250</sup> kansikuviiin, eikä kuva-aihe ole yhdistettävissä lehden sisältöön. On siis oletettavaa, että toimituksessa ollaan haluttu tuoda joulunajan harras henki kansikuvan muodossa

<sup>250</sup> Kansikuva on ainoa, jossa on selkeästi yhdistetty sekä kynttilät että uskonnollinen aihe.

lukijoille ilmi. Figuuri on kuvattu suoraan edestä, katsojan silmien korkeudelta, mikä antaa mahdollisuuden tarkastella kohteen yksityiskohtia tarkasti.

Vuoden 1953 viimeinen lehti on jaoteltu ”Uskonnollinen” -aihepiirin alle, sillä kyseessä on ennen joulua ilmestynyt lehti. Silloin ei voi olla ottamatta huomioon kansikuvan pyhää aihetta, joka on rinnastettavissa joulun ajan hartauteen. Kannessa on lyhyt maininta valokuvasta: ”*Rut Bryk: Madonna – Valok. Aho & Soldan.*”<sup>251</sup> Kannen kuvan on kuvannut hyvin todennäköisesti Claire Aho, sillä hän työskenteli isänsä ja setänsä valokuvausyrityksessä ja vastasi tuohon aikaan erityisesti yrityksen värivalokuvista. Hänen setänsä kuoli vuonna 1953, joten hän ei ole ainakaan kansikuvan kuvaaja.<sup>252</sup> Kuvan 7 kansikuvan voi määrittellä lavastetuksi, sillä kansikuva on kollaasitekniikoin tehty. Kuva-aihe on ääriään myöten leikattu ja aseteltu piirrettyä taustaa vasten.

Se, miksi kansikuvan valokuva on ”Valokuvien tekniikka”-taulukossa jaoteltu värikuvien alle, eikä väritetyn/osittain väritetyn alle, johtuu pitkälti kuvaajasta. On tiedossa – kuten aiemmin on jo mainittu – että valokuvausyritys Aho & Soldan, eritoten Claire Aho, oli värivalokuvauksen edelläkävijöitä Suomessa 1950-luvulla. Tämän vuoksi on syytä olettaa, että valokuva on värillisenä painettu kansikuvaan. Kun tutkii muita Rut Brykin ”Äiti ja lapsi” -figuureita, on teosten värimaailma hyvin yhteneväinen kansikuvan Madonnan kanssa<sup>253</sup>.

### *Kansikuvan merkitykset*

Kansikuva esittää Rut Brykin suunnittelemaa ”Äiti ja lapsi” -figuuria, jonka taustalle on aseteltu neljä eri kokoista, valkoista kynttilää vaakasuoraan riviin. Vaikka kansikuvan elementit olisi sijoitettu eri tavoin tai figuuri olisi mustavalkoinen, ei sen aihepiiri muuttuisi siltikään. Ikonografisella tasolla voidaan mennä syvemmälle kansikuvan tulkinnassa. Koska olen jaotellut kansikuvan uskonnollisen aihepiirin alle, on oletettavaa, että sininen on liitettävissä uskontoon. Tämän yleistyksen voi tehdä sillä perusteella, koska olemme kulttuurissamme oppineet, että Madonna-aiheiset teokset ovat liitettävissä uskontoon. Kristillisessä maailmassa Neitsyt Maria ja Jeesuslapsi-aiheiset teokset ovat ehkä kuvatuin aihe, ja aihetta on löydetty Rooman katakombien koristelusta, jotka ovat peräisin jopa 300-luvulta<sup>254</sup>. Neitsyt Maria on kuva-aiheena ollut tunnettu vuosisatojen ajan, joten

<sup>251</sup> *Kaunis koti* 4/1953.

<sup>252</sup> Aho ym. 2010, 10–11.

<sup>253</sup> Ks. esimerkiksi Kalha 2016, 143; Bukowskis.com.

<sup>254</sup> Väisänen & Peretto 2015, 100.

näitä kuvia voidaan katsoa ”keskiaikaisen kirkkotaiteen ikonografian” keinoin. Käsitteellä tarkoitetaan esimerkiksi niitä vakiintuneita kuvatapoja ja toistuvia kuvatyyppejä, joilla on Neitsyt Mariaa tulkittu kautta aikojen.<sup>255</sup> Yleistys siitä, että aihe on liitettävissä uskontoon, saattaa tulla jopa tiedostamassa, sillä konnotatiiviset arvot saatetaan lukea helposti denotatiivisiksi tosiasioiksi<sup>256</sup>.

Suomessa ei olla vielä päästy yksimielisyyteen siitä, symboloiko esimerkiksi siniristilippumme taivaansininen väri sinisiä järviämme vaiko taivasta. Kirkoissa värin voi nähdä saarnatuolin katoksessa, jolloin se kuvastaa taivasta. Toisinaan myös kirkontornien katot ovat sinisiä ja niissä kimaltelevat lukuisat kultaiset tähdet. Sininen väri on kuitenkin ennen muuta yhdistettävissä Neitsyt Mariaan ja kansikuvan tapauksessa voidaan yhdistää sininen tausta kuvassa esiintyvään Neitsyt Mariaan ja Jeesus-lapseen. Maalauksissa Neitsyt Marialla on usein sininen vaate tai viitta, joka kuvaa hänen taivaallista rakkauttaan ja ilmaisee hänen olevan taivaan kuningatar.<sup>257</sup> Rut Brykin Äiti ja lapsi -figuurissa voimakas sininen tausta yhdessä figuurin sinisten yksityiskohtien kanssa vahvistavat tätä uskonnollista mielikuvaa.

Kynttilät figuurin taustalla liittyvät suomalaisten mielikuvissa vahvasti joulun. Katolisissa ja ortodoksisissa kirkoissa kynttilät viittaavat Jeesuksen ihmiseksi tulemiseen ja Neitsyt Mariaan. Lepattava kynttilänliekki taas kuvaa Jeesuksen juma luutta ja sitä, kuinka Kristus otti voiton pimeyden voimista. Lisäksi kynttilöiden määrällä on symbolinen merkitys. Tavallisina pyhinä alttarille sytytetään kaksi kynttilää, mutta erityisinä juhla-aikoina ja pyhinä, sytytetään kynttilöitä neljä, joka on kahden kerrannaisluku. Lisäksi neljällä kynttilällä voidaan viitata neljään evankeliuminkirjoittajaan, mutta todennäköistä on, että kansikuvassa neljällä kynttilällä symboloidaan joulun aikaa ja neljää adventtia.<sup>258</sup>

*Kaunis koti* -lehden kansikuvassa esiintyvä Rut Brykin Äiti ja lapsi -figuuri on hie man erilainen kuin Kalhan kirjoissa kuvatut figuurit. Kirjassa näkyvissä kahdessa figuurissa Neitsyt Maria pitelee Jeesus-lastaa sylissään yhden käden varassa ja yhdessä figuurissa Neitsyt Marian kädet lepäävät ristissä Jeesus-lapsen pään päällä ja samalla Jeesuslapsi kurottaa käsiään äitinsä käsiä kohden, kuin pääs täkseen syliin.<sup>259</sup> Kansikuvassa Jeesus-lapsen kädet ovat myös ylhäällä, mutta

<sup>255</sup> Ockenström & Fält 2012, 189–190.

<sup>256</sup> Fiske 1992, 115.

<sup>257</sup> Lempiäinen 2002, 385, 387.

<sup>258</sup> Lempiäinen 2002, 153, 157.

<sup>259</sup> Kalha 2016, 143.

kuvan figurista huomaa, kuinka Neitsyt Maria pitelee Jeesus-lastaa molemmista käsistä kiinni. Tulee mielikuva siitä, että äiti pitelisi pystyssä juuri seisomaan opinutta lastaan. Figuurin äitihahmo luo mielikuvan hoivaavasta äidistä, joka äidillisen rakkauden avulla kannattelee lastaan. Tämä hieman arkisempi asento näiden kahden välillä luo ajatusta siitä, että Rut Bryk taiteilijanvapaudellaan arkipäiväisesti muutoin pyhää aihetta. Usein Neitsyt Maria ja Jeesus-lapsi aiheisissa teoksissa Jeesus-lapsi on tiukasti äitinsä sylissä.

### *Rut Brykin Äiti ja lapsi -teokset*

Rut Brykin ensimmäisiä tunnettu *Äiti ja lapsi* -teos oli reliefi, joka koostui kahdesta laatasta. Ensimmäistä kertaa teos esiteltiin Artekin yksityisnäyttelyssä vuonna 1950 kahtena eri versiona. Näyttely oli merkittävä Rut Brykin uran kannalta, sillä sen myötä hän nousi varteenotettavaksi toimijaksi kuvataidekentällä. *Kaunis koti* -lehteenkin artikkeleita kirjoittanut Eila Pajastie piti näyttelyä ”alkusyksyn huomattavimpana yksityisnäyttelynä”. *Äiti ja lapsi* -reliefi oli seuraavana vuonna 1951 esillä Milanossa osana grand prix palkittua kokoelmaa. Kansainvälisessä keramiikkakilpailussa Cannesissa teos palkittiin hopeamitalilla ja siitä tehtiin muutamia versioita, jotka olivat eri tavoin lasitettuja.<sup>260</sup> Rut Brykin uran teokset häilyivät taideteollisuuden ja taiteen rajoilla. Esimerkiksi hänen tunnetut seinäreliefit ja -laatat olivat usein hyvin arkkitehtonisia ja yhdistettävissä graafiikkaan, joka oli hänen alkuperäinen alansa. *Äiti ja lapsi* -figuurit menevät kuitenkin selkeästi taiteen puolelle. Yhteistä kuitenkin näille kaikille Brykin teoksille oli hänelle ominainen herkkä naivistisuus ja tyylikäs modernismi.<sup>261</sup>

Rut Brykista tuli äiti 1948, mikä kenties innoitti hänet äiti ja lapsi aiheisten teosten pariin. Useissa teoksissa oli Rut itse poikansa Samin kanssa, mutta yhtä lailla niissä oli myös ne tuhannet muut suomalaisäidit, jotka olivat suurten ikäluokkien äiteinä. Vaikka Suomesta alkoi kehittyä hyvinvointivaltio 50-luvun vaihteessa, ei äitiyden arki kuitenkaan aina ollut helppoa. Sen vuoksi Rut Bryk kenties halusi ylevöittää aihetta liittäen sen vuosisatoihin jatkuneeseen Madonnakuvien perinteeseen. Bryk teki useita *Äiti ja lapsi* -aiheisia figureja, joista osa on selkeästi ulkonäkönsä perusteella yhdistettävissä itse Rut Brykiin ja hänen poikaansa Samiin. Kalhan kirjassa esitellään kolmea *Äiti ja lapsi* -figuuria, joissa kahdessa on Jeesus-lapsella silmälasit. Silmälasipäisiä Jeesuksia ei tunneta taiteessa, mutta

<sup>260</sup> Kalha 2016, 140.

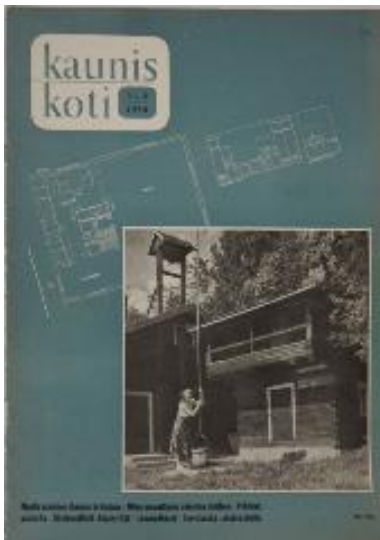
<sup>261</sup> Hagelstam ym. 2003, 357–358.



Sami Wirkkalalla oli lapsuuden valokuvissa silmälasit.<sup>262</sup> Tämä antaa osviittaa siitä, että Rut Bryk – jopa hieman humoristisesti – asetti itsensä ja poikansa pyyhään asemaan.

Kansikuvan Jeesus-lapsella ei silmälasia näy ja kansikuvan lapsen kasvot ovat selkeästi sumeammat kuin muiden figuurien. Kalhan kirjassa esiintyvillä figuurilla – Kalha itse kirjoittaa ”maaemoista”, sillä figuurit muistuttavat bysanttilaista ikonitaidetta niiden karkeiden muotojen ja maanläheisen sävy maailman vuoksi – on kaikilla selkeämmät kasvonpiirteet<sup>263</sup>. Kalha nostaa kirjassaan esiin Brykin arvostuksen Madonna-aiheisiin taideteoksiin, jotka ovat varmasti olleet taiteilijalle yksi inspiraation lähteistä. Rut Bryk sai *Äiti ja lapsi* teoksiinsa innoitusta matkoiltaan. Hän oli nähnyt 1930 -luvulla Wienin Stephanskirchessä bysanttilaistyyllisen Madonnan, joka on temperamaalaus puupohjalla. Kansanomaiseen tyyliin tehty maalaus tunnetaan ”itkevänä Madonnana”. Lisäksi *Kauniin kodin* artikkelissa<sup>264</sup> on kuva Rut Brykistä yhdessä poikansa kanssa, jossa näkyy taustalla pieni, kulta-kehysissä oleva Madonna-aiheinen postikortti.<sup>265</sup> Edellä mainittujen yksityiskohtien valossa voi tehdä oletuksen siitä, että uskonnolliset aiheet – etenkin Madonna -aihe Jeesus-lapsineen – oli Rut Brykille tärkeitä.

## 5.5 ”Maalla asumisen ihanuus ja kurjuus”



Kuvat 8, Arkkielämä maaseudulla, *Kaunis koti* 2/1950. Kuva 9. Maaseudulta kaupunkiin, *Kaunis koti* 4/1954. Kuva 10. Maalaisromanttisuuden kaippuu, *Kaunis koti* 4/1961.

<sup>262</sup> Kalha 2016, 140–141.

<sup>263</sup> Ks. Kalha 2016, sivun 143 kuva.

<sup>264</sup> Halme 1948, 10–13.

<sup>265</sup> Kalha 2016, 140–145.

Maaseudun ja talonpoikaiselämän ihannointi näkyi *Kauniissa kodissa* usein kuvituksen ja artikkelien muodossa. Maaseudulle kaivattiin, mutta toisaalta muuttoliikenne kaupunkeihin kasvoi jatkuvasti lehden ilmestymisaikana. Kaikki kuvat ovat kuvattu tasokulmassa, joten kuvan katsoja kokee olevansa tasavertainen kuvien kohteissa olevien henkilöiden kanssa. Suurimmat vaihtelut kansikuvissa on valokuvien kuvakoissa ja kuvauksen etäisyyksissä. Kuvia 8 ja 10 voi pitää realistisina, sillä ne voisivat ihan hyvin olla tilanteita todellisesta elämästä, kun taas kuva 9 on miellettävissä lavastetuksi. Kuvassa 9 varsinainen kuva-aihe – nainen katso-  
massa vanhaa tuolia – on kollaasitekniikalla liitetty kuvan piirrettyä taustaa vas-  
ten.

### *Arkielämä maaseudulla*

*Kaunis koti* -lehden 2/1950 kansikuvan valokuvassa (kuva 8) on nainen nostamassa vettä vinttikaivosta<sup>266</sup> ja ympäristönä on selvästi maalaistalon pihapiiri aitarakennuksineen. Laaja yleiskuva tuo hyvin esiin ympäristön ja vaikka kuva on mustavalkoinen, on siinä silti havaittavissa kesän vehreys ja lämpö. Naisella on kevyemmin vaatetta päällään, nilkkojen yläpuolelle ulottuva hame, lyhythihainen paita ja päässään huivi, taivas on lähes pilvetön ja talojen ympärillä olevat puut ovat täydessä lehdessään. Valokuva on kuin vanhan ajan postikortti maaseudun kesäisestä idyllistä. Ennen postikortteja lähetettiin ahkeraan lomamatkoilta, joita tehtiin ympäri Suomea, ja postikortteihin oli yleensä kuvattu suomalaista luontomaisemaa<sup>267</sup>. Valokuvan aiheena on tyypillinen maaseudun arki, sillä kuvassa esiintyy selkeästi maatilan emäntä, jonka arkirutiineihin esimerkiksi kuului nostaa ja kantaa vettä pihakaivosta sisätiloihin tai karjasuojiin eläimille. Vanhalla vinttikaivolla olikin tärkeä merkitys maalaistalon toimintojen keskipisteenä; sen ympärillä saatettiin peseytyä, juottaa hevosta tai siellä saatettiin istuskella kaivonkannella ja vaihtaa kuulumisia<sup>268</sup>.

Jaottelin kuvan 8 kansikuvan kahden eri aihepiirin alle: ”Ihmiset” ja ”Ulkoarkkitehtuuri”<sup>269</sup>. Kansikuva liittyy todennäköisesti Birgitta Tikkasen kirjoittamaan artikkeliin ”*Maalla asumisen ihanuus ja kurjuus*”, jossa esiteltiin maalla asumisen eri puolia<sup>270</sup>. Valokuvaa ei lehden sisällöstä löydy, joten ei voida suoraan osoittaa

<sup>266</sup> Vinttikaivo, eli vipukaivo. Vastapainon avulla sangollinen vettä nousee helpommin. Ks. esim. Riikonen & e-Oppi Oy.

<sup>267</sup> Anttila 2008, 177.

<sup>268</sup> Salmio-Toiviainen 1954, 8.

<sup>269</sup> Liite 1.

<sup>270</sup> Tikkanen 1950, 7–9.

kansikuvan lehden sisältöön, vaikka kansikuvassa esiintyvät pohjapiirrokset löytyivätkin artikkelista. Kansikuvan pohjapiirrokset olivat Työtehoseuran suunnitellut piirrokset pienviljelijäkodin keittiöstä. Kansikuvan valokuvaaja ei kuitenkaan selvinnyt lehden sisällöstä ja oletettavasti kannen valokuvaa ei ole kuvattu samalla, kun oli kuvattu muut artikkeliin liittyvät kuvat. Kansikuvan valokuva esiintyi kuitenkin myöhemmin toiseen kertaan *Kauniissa kodissa*, sillä vuonna 1954 valokuva löytyi erään artikkelin kuvituksesta. Artikkelin otsikkona oli ”*Kotipihan kaivo*”. Samalla selvisi kansikuvan valokuvaaja Eino Mäkinen. Valokuvan käyttäminen uudestaan antaa luultavasti osoituksen siitä, että kuvia kierrätettiin ja tilattiin eri kuvapankeista. Artikkelisiin on ehkäpä haluttu kaivoaiheisia kansikuvia, joten kuvat olivat joko etsitty lehden omista arkistoista tai ne tilattiin edellä mainitusta kuvapankista.

Riitta Brusilan mukaan kuvaajat ottivat valokuvia huomattavasti enemmän kuin niitä voitiin julkaista. Toimituksen oli vaikea tietää etukäteen, miten valokuvaaja kuvauskeikoille mentäessä kuvallisesti näki kuvauskohteensa. Usein valokuvat kansikuviiin ja artikkeleihin valittiin toimituksessa ilman, että kuvaajaa konsultoitiiin millään tavalla.<sup>271</sup> Tämän kaltainen toiminta selittää hyvin sen, miksi kuvia saatettiin käyttää moneen kertaan tai miksi kansikuvan kuva-aihe ei aina ollut suoraan liitettävissä lehden sisältöön. Kuvaajilla ei välttämättä ollut päätäntävaltaa kuviensa suhteen, eikä kuvaajia aina koettu tärkeäksi mainita kuvan yhteydessä. Toimituksella saattoi joskus myös olla kuvia käytettävänään yli omien tarpeiden.

Kuvan 8 kansikuva on hyvin tyypillinen *Kauniin kodin* alkuaikojen kansikuvaksi, eli pienehkö valokuva on sijoiteltuna kansikuvan oikeaan reunaan hieman alas ja pohjaväriin selkeästi yksivärinen turkoosi. Kansikuvan kuva-aiheen taustalle, kuvan yläpuolelle vasemmalle ja päälle, on sijoitettu kaksi pohjapiirroskuvaa hieman vinoon diagonaalisesti, mikä luo kansikuvaan hiukan jännitettä.

1920-luvulla painotekniikan kehittyessä saatettiin leikkiä sommittelun avulla niin mainos- kuin kansikuvissakin. Päivi Hovin mukaan uudet sommittelumallit levisivät Suomeen ulkomaisten mainosten ja mainosalan kirjojen välityksellä. Painotekniikan kehityksen myötä oli mahdollista sijoittaa mainoksessa kuvat ja teksti epäsymmetrisesti suhteessa toisiinsa.<sup>272</sup>

---

<sup>271</sup> Brusila 1997, 20.

<sup>272</sup> Hovi 1990, 54.

Kuvan 8 kansikuvan valokuvan alapuolella kerrotaan lyhyesti lehden sisällöstä sanoin: ”*Maalla asumisen ihanuus ja kurjuus – Miten ammattimies rakentaa itselleen – Viihtyisä puutarha – Käytännöllisiä kirjahyllyjä – Lomamökkejä – Tarvitaanko seinävaatteita*”. Valokuvan pihapiiri on melko perinteinen talonpoikainen pihapiiri. Talonpoikaisia pihapiirejä leimasi – ja leimaa osittain edelleenkin – rakennusten runsas määrä. Maaseudut ja maatilat Suomessa ovat perinteisesti luonnon keskellä, joten monet elämäntoiminnot kytkeytyivät luontoon ja tämä edellytti niihin soveltuvia rakennuksia ja rakenteita. Pihapiireihin kuuluivat asuinrakennuksen lisäksi muun muassa talouskeskus, jonka lähetyvillä saattoi olla aittoja ja talli, kellari, luhti, keittokota ja jopa karjasuojia. Lisäksi kauempana saattoi olla venevaja, latoja, sauna, riihi ... Rakennuksia yhdellä maatilalla saattoi olla kymmenen ja reilusti ylikin, eikä se ollut lainkaan tavatonta vielä 1950-luvun maatilallekaan.<sup>273</sup>

On huomioitava, että maaseuduilla ja syrjäkylillä elettiin asutuksen suhteen kukoistuksen aikoja vielä 1950-luvun alussa, jolloin metsätyöt, asutuspolitiikka ja työllistämistyömaat pitivät maaseudut virkeinä<sup>274</sup>. Suomalaisista vajaat 70 prosenttia asui vielä tuohon aikaan maaseuduilla ja heistä 42 prosenttia sai elantonsa maa- ja metsätaloustöistä. Valtaosa suomalaisista, etenkin maaseudun, asunnoista olivat kuitenkin vielä hyvin vaatimattomia varustelutasoltaan. Asunnoista vain neljänneksellä oli vesijohto, vajaalta kolmannekselta löytyi viemäri ja vielä harvemmalta, vajaalta viidennekseltä, löytyi wc.<sup>275</sup> Kansikuvan vahva positiivisuuden henki tuo ilmi sen, kuinka usko tulevaisuuteen oli vielä vahvana. Kova työ ja säästäväisyys oli palkittu ja Suomi oli 1950-luvun alussa hyvässä talouskasvussa. *Kauniin kodin* 2/1951 kansikuvasta saa sellaisen vaikutelman, ettei maaseudun rauhasta ole mikään kiire muuttaa pois kaupungin hälinään.

### *Maaseudulta kaupunkiin*

Kansikuva (kuva 9) on aikakaudellensa tyypillinen, sillä vuosien 1953–57 välillä ääriviivoiltaan leikattuja kuva-aiheita yksinkertaisella pohjalla esiintyi paljon<sup>276</sup>. Kokokuvan mustavalkoisessa kansikuvassa moderni ja nuori nainen tarkastelee näennäisen pohdiskelevästi kuvassa esiintyvää talonpoikaistuolia. Kansikuvan

<sup>273</sup> Korhonen 1999, 138–139.

<sup>274</sup> Rannikko 1999, 215.

<sup>275</sup> Heinonen 1998, 247–248.

<sup>276</sup> Luvussa 5.3 käsittelin näitä lukumääriä tarkemmin.

kuva-aiheen tausta on väritetty osittain: lattia on kirkkaanpunainen ja seinä naisen taustalla on piirretty kaupunkimaisema. Luultavasti lattian kirkas punainen oli tarkoituksella väritetty voimakkaan sävyiseksi, jotta kansikuvaan saadaan mielenkiittoa ja väriä. Taustan kerrostalojen ääriviivat ovat luonnosteltu vapaalla kädellä ja oletettavasti lyijykynällä. Kuvassa kohtaa urbaanin modernin naisen ja kaupunkiaiheisen taustan vuoksi ja agraarisuus kuvassa esiintyvän talonpoikaistuolin kautta.

Jaottelin kansikuvan (kuva 9) aihepiiriltään "Ihmiset" ja "Vanha esine" -sarakkeiden alle "Kansikuvien kuva-aiheet" -taulukkoon<sup>277</sup>. Valokuvaajaa ei sen sijaan voi varmuudella sanoa. Artikkelin kuvituksessa on käytetty kahdeksaa eri valokuvaa, joista yhdessä esiintyy kansikuvan nainen. Artikkelin kahdeksasta kuvasta vain kahdessa on mainittu valokuvaajat, jotka ovat Heikki Havas ja Aarne Pietinen Oy. Mainintaa valokuvaajasta ei kuitenkaan löydy siitä valokuvasta, jossa kansikuvan nainen esiintyy.<sup>278</sup>

Kansikuva 4/1954 on liitettävissä lehden sisältöön, sillä muotoilija Werner West oli kirjoittanut lehteen artikkelin "Vanhojen ja uusien huonekalujen yhdistäminen". West neuvoo artikkelissaan, kuinka yhdistää sisustuksessa vanhat tyylihuonekalut uusien huonekalujen kanssa. Hänen toteaa 1930-luvulla alkaneen funktionalismin tuominneen "kalustot kuolemaan", jonka jälkeen sisustuksissa keskityttiin pääosin "parittomiin" huonekaluihin, joita oli helpompi yhdistellä keskenään. West korostaa artikkelissa, että jos antiikkisia tyylihuonekaluja lähdetään yhdistelmään uusien kanssa, tulisi se tehdä tyyllillä, kuten seuraavasta lainauksesta ilmenee.

*"Me hankimme ne [huonekalut], jotka palvelisivat meitä koko elämäme ajan ja sitten kulkisivat perintönä seuraavissa sukupolvissa. Paitsi tarkoituksenmukaisuutta täytyy nykyaikaisilla huonekaluilla senvuoksi olla niin loppuunajatteltu ja hyvä muotoilu, ettemme väsy niihin muutaman vuoden kuluttua, vaan viihdymme niiden parissa kuten hyvien ystävien seurassa. Jos moderni huonekalu täyttää nämä vaatimukset, voimme rauhallisina yhdistää sen minkä tyylihuonekalun kanssa tahansa."*<sup>279</sup>

---

<sup>277</sup> Liite 1.

<sup>278</sup> West 1954, 14–17.

<sup>279</sup> West 1954, 14–17.

Altti Kuusamon mukaan 1950-luvulla muotiin tuli uuden ja vanhan yhdistäminen tyylikkäästi: vanhat kertaustyylliset esineet kelpuutettiin uusien Artekin kalusteiden rinnalle. Nuhjuisuutta ei kuitenkaan sallittu lehden sisustusvisioissa, vaikka torppien nostalgisuus nostettiinkin lehdessä esille. Kuusamo toteaaakin, että ”sisustuksen piti olla talonpoikaista, mutta nykyisyyden urbaanissa kontekstissa”.<sup>280</sup>

Kansikuva on ainoa laatuaan, sillä yhdessäkään *Kauniin kodin* kansikuvassa ei näy kaupunkimaisemaa ja tässäkin kuvassa se on vain piirrettyä taustalle. Taus-tan takia yhdistän kansikuvan 1940–1970-lukujen välillä tapahtuneeseen ja alati kiihtyneeseen muuttoliikkeeseen. Vaikka väestö alkoi yhä enenevässä määrin asuttaa kaupunkeja ja esikaupunkeja, oli silti suomalaisten identiteetti syvällä maaseudulla, punaisen tuvan ja perunamaan äärellä.

Muuttoliikenne kaupunkeihin alkoi jo 1940-luvulla pientilojen perustamisesta huolimatta. Esikaupunkeja ja metsälähiöitä muodostui nopeaan tahtiin, etenkin Helsingin seudulle. Vuoden 1944 jälkeen Suomen poliittinen painopiste oli siirtoväen ja rintamamiesten asuttamisessa, jolloin 420 000 henkilöä, eli noin 11 prosenttia Suomen väestöstä, oli kodittomana. Kun teollisuuden työpaikkoja ei riittänyt siirtoväelle, luotiin maaseudulle lisää pientiloja. Maaseutuyhdyskuntien ja pientilojen perustamisella uskottiin, että voidaan ratkaista jo aikaisemmin alkanut ”maalta-paon probleemi”. Todellisuudessa edellä mainitut toimenpiteet vain siirsivät suuria rakennemuutoksia parilla vuosikymmenellä.<sup>281</sup> Suomessa oli hetki 1960-luvun alussa, jolloin Suomen väestö oli 1900-luvulla tasaisimmin jakautunut maantieteellisesti, mikä oli seurausta väestönkasvusta ja siirtoväen asuttamisesta. Tilanne muuttui kuitenkin vain muutamassa vuodessa ja alkoi laajamittainen maasta- ja maaltamuutto. Siirtolaisuus Ruotsiin saavutti huippunsa ja Suomessa muutettiin isoin joukoin kannattamattomilta pientiloilta kaupunkeihin. Suuret ikäluokat alkoivat olla työkäisiä 1960-luvulla, jolloin he muuttivat teollisuuden ja palvelualan työpaikkojen perässä Etelä-Suomen kaupunkeihin. Muuttoliike maalta kaupunkiin saavutti huippunsa 1970-luvun puolivälissä, jolloin suomalaisista 270 000 vaihtoi asuinkuntaa. Lopulta muuttoliike hidastui noin 200 000 henkeen vuodessa.<sup>282</sup>

<sup>280</sup> Kuusamo 1992, 167–169.

<sup>281</sup> Kolbe 1999, 164–166.

<sup>282</sup> Löytönen 1999, 60–64.

Kansikuvan naista katsellessa voisi kuvitella hänen olevan niin sanotusti kahden tulen välissä. Hän on moderni, hyvin koulutettu kaupunkilaisnainen, mutta toisaalta kaupunkielämän vastapainoksi hän kaipaisi maaseudun rauhaa. Naisen voisi kuvitella pohdiskelevan – humoristisesti ehkäpä – että onko hän puhdasve-rinen kaupunkilainen vai sydämeltään kuitenkin maalaistyttö. Suuri muutto maalta kaupunkiin 1960– ja 70-luvulla sai ihmiset tajuamaan, että lähiö- ja kaupunkimaisemat eivät vedä vertoja Suomen kesäisille maalaismaisemille, sillä esimerkiksi vanhoja kotitiloja muutettiin kesäasuttaviksi ja mökkejä rakennettiin perintö- ja ostotonteille<sup>283</sup>. Uskoisin valtaosan suomalaisista pohtivan näitä asioita edes joskus elämänsä aikana. Usein kesälomat vietetään kesämökeillä maaseudulla ja sieltä kaupunkiin palaaminen voi tuntua monesta ahdistavalta pitkän ajan jälkeen. Kuinka palata takaisin normaaliarkeen, kun kesän on voinut viettää kauhuneissa mökkivaatteissa, omassa rauhassaan.

### *Maalaisromanttisuuden kaipuu*

Kansikuva (kuva 10) on koko sivun kokoinen värillinen laaja yleiskuva, mikä oli melko tyypillistä *Kauniin kodin* kansikuvissa vuodesta 1957 lähtien. Kannessa ei ole valokuvan lisäksi muuta kuin lehden logo, numerointi ja hinta, 150 mk. Valokuva henkii ympäristönsä ja naisen vaatetuksen vuoksi menneen ajan tunnelmaa. Kuvan keskialalla on 1700-luvun vaatteisiin pukeutunut nainen, joka istuu punamullatun vanhan talon edessä. Naisen takana pieniruutuisesta ikkunasta näkyvät kirkkaanpunaiset pelargoniat, jotka toimivat valokuvassa katseenvangitsijoina. Valokuvaa katsellessa tulee mielikuva kuumasta kesäpäivästä. Aurinko paistaa kovana ja kirkkaana kuvan etualalle ja kuvan nainen istuu vanhan talon ja vehreän lehtipuun varjoissa, hakien helpotusta kuumuudelle. Kovin kärsivältä nainen ei kuitenkaan näytä, sillä hän hymyilee istuessaan pitkän penkin päädystä sivuttain, kädet sylissä. Kuvaa tarkastellessa huomaa, ettei hänen käsissään ole mitään, vaikka ensisilmäykseltä voisi kuvitella näkevän naisen tekevään käsitöitä.

Sisällysluettelon yhteydessä näkyvä kuvateksti paljastaa kuvan olevan Tuovi Nousiaisen valokuvaama ”Kesäpäivä Turun Luostarinmäellä”. Lehdessä oli laajassa artikkelissa esitelty Turun Luostarinmäen käsityöläismuseota ja Turun linnaa, jonne artikkelin kirjoittaja Viena Ritvanen yhdessä valokuvaaja Tuovi Nousiaisen kanssa ”ovat suorittaneet Kaunistä Kotia varten pienen kulttuurivaelluksen

---

<sup>283</sup> Kolbe 1999, 182.

*Suomen Turkuun*<sup>284</sup> Kansikuvan jaottelin ”Ihmiset” ja ”Ulkoarkkitehtuuri” -sarakeisiin ”Kansikuvien kuva-aiheet” -taulukkoon<sup>285</sup>.

Kansikuvaa voisi luonnehtia dokumentaariseksi reportaasikuvaksi, jolle on ominaista kohteen ”todellisen olemuksen” kunnioitus, manipuloimattomuus ja suora viivaisuus. Dokumentaarisisissa reportaasikuvissa esimerkiksi valokuvaajalla on kuvaa ottaessaan ollut puolueettoman tarkkailijan rooli, eikä kuvan kohdetta tai ihmisiä ole aseteltu valokuviin. Reportaasikuvissa on usein kuvattu kohde tasokulmasta, eli valokuvaaja on ollut kuvattavan kanssa samassa tasossa. Tasokulman vuoksi kuvan katsoja pystyy helpommin samaistumaan kuvan kohteena olevan henkilön kanssa.<sup>286</sup> Artikkelin reportaasimaisen luonteen vuoksi kansikuvan voi mieltää reportaasikuvaksi. Kansikuvan (kuva 9) nainen on selkeästi töissä Luostarimäen käsityöläiskorttelissa. Eli valokuvaaja ja artikkelin kirjoittaja eivät ole pukeneet naista 1700-luvun vaatteisiin, vaan he ovat korkeintaan asettelleet naisen kuvaan. On hyvin mahdollista, että kuvan nainen on pitämässä taukoa töistään, ja Tuovi Nousiainen on hyödyntänyt tilanteen ja ottanut valokuvan.

Varsinainen urbaani Suomi syntyi vasta 1950-luvun jälkeen, jolloin yhteiskunnan nopea kehitys loi pohjaa urbanisoitumiselle. Urbanisuus kehittyi Suomessa nopeasti, kun nuoret sukupolvet muuttivat kaupunkeihin ja kaupunkielämää alettiin ihannoida. Muutos on Laura Kolben mukaan nähtävissä muun muassa elokuvissa, joissa kaupunkia ja maaseutua kuvattiin toistensa vastakohtina. Jos aikaisempina vuosikymmeninä kaupunkeja ei pidetty ihmisen normaalina elinympäristönä, muuttui tilanne jo 1960-luvulla elokuvien myötä.<sup>287</sup>

Vaikka yhteiskunta urbanisoitui, arvostettiin silti *Kauniissa kodissa* kulttuuriperintöä. Kansikuvista on havaittavissa, kuinka lehdessä arvostettiin vanhaa ja kulttuuriperinnön säilymistä pidettiin tärkeänä. Pidettiin myös tärkeänä, että Turun Luostarimäen kaltaisia paikkoja olisi, jotta ihmiset pääsisivät halutessaan katsomaan, millaista elämä ennen oli ollut. Urbanisoituvasta yhteiskunnan rakenteesta huolimatta Suomen perintö oli vahvasti agraarinen ja talonpoikainen. Tämä on myös huomioitu *Kauniissa kodissa* muulloinkin kuin Luostarimäen käsityöläiskorttelin ja Turun linnan esittelyn muodossa. Esimerkiksi Viena Ritvanen oli esitellyt aiemmin kolmiosaisessa artikkelisarjassaan talonpoikaistupien sisustusta

---

<sup>284</sup> Ritvanen 1961, 17.

<sup>285</sup> Liite 1.

<sup>286</sup> Ks. Seppänen 2001, 108–123.

<sup>287</sup> Kolbe 1999, 165–167.



eri puolilta Suomea. Artikkeleissa oli sisustuksia sanoin ja kuvin, ja niissä esiteltiin niin biedermeiertuoleja, Könnin kelloja kuin taidokkaita talonpoikaisia puuhuonekalujakin<sup>288</sup>.

Kulttuuriperinnön vaaliminen ei ollut uusi asia *Kaunis koti* -lehdessä. Jo vuonna 1948 lehdessä puhuttiin talonpoikaiskotien kauneuden ja alkuperäisyyden puolesta. Lehden artikkelissa ”*Talonpoikaiskodin kaunistus on talonpoikaisuus*” paheksuttiin ”kaupunkilaista pintakiiltoa” ja ”nousukasmaisuutta”, joka oli jo 1940-luvulla saapunut maaseuduille ”rumentamaan maaseutunäkymiä”.<sup>289</sup> On mielenkiintoista havaita, kuinka *Kaunis koti* uudenaikaisena sisustuslehtenä piti asiaan valistaa lukijoitaan myös kulttuuriperinnön suhteen. Lehdessä ymmärrettiin, kuinka tärkeää oli vaalia Suomen rikasta kulttuuriperintöä. Vaikka *Kauniissa kodissa* ei suoraan otettu kantaa 1950-luvulla alkaneeseen vanhan rakennuskannan purkamisvimmaan, piti lehti kuitenkin tärkeänä sitä, että uusille sukupolville jäisi entisajan maailmasta jotain konkreettista, mikä kertoisi nuorille menneen elämän tavoista ja kulttuurista.

Modernisoinnin innossa hävisivät monista kaupungeista iso osa vanhasta rakennuskannasta, ja monet kaupungit alkoivat muistuttaa toisiaan. Modernisoitumisen aallon myötä alkoi kaupunkien keskustoja hallita 1955–1970-luvuilla rakennetut harmaat, toistensa kaltaiset liike- ja asuinrakennukset. Suomessa tunnetuin modernisoinnin aallon kokenut kaupunki oli Turku. 1980-luvulla Turussa vallinneelle vanhan rakennuskannan purkamisvimhalle annettiin nimikin, *Turun tauti*. Vuosien 1955–1982 välillä Turun keskustasta purettiin lukuisia arvorakennuksia ja tilalle rakennettiin tilanpuutteen vuoksi tilavampia rakennuksia.<sup>290</sup>

1960-luvulla useimmat kaupungit kaavoitettiin uudelleen. Uusissa kaavoissa jätettiin tarkoituksella vain joitain rakennusmuistomerkkejä esimerkiksi menneestä ajasta. Muuten haluttiin yhdenmukaistaa kaupunkien rakennuskantaa. Joissain tapauksissa uudet kaavoitukset jäivät kuitenkin toteutumatta. Toteutumatta jäi esimerkiksi Kokkolan keskustasuunnitelma, joka hyväksyttiin Kokkolan valtuustossa vuonna 1964. Pääosin vanhaan rakennuskantaan suhtauduttiin väheksyvästi. Esimerkiksi Käpylässä kaupunkisuunnittelulautakunta oli sitä mieltä, että ei pitäisi ”*pakottaa säilyttämään nykyisiä puurakennuksia*”. Pispalan vanhasta ra-

<sup>288</sup> *Kaunis Koti* 4/1955, 16–17; *Kaunis Koti* 5/1955, 24–25; *Kaunis Koti* 6/1955, 38–39.

<sup>289</sup> Niilonen 1948b, 6–8, 34.

<sup>290</sup> Lahtinen 2013, 8.

kennuskannasta oltiin sitä mieltä, että ”1890 – 1920-luvuilta peräisin oleva rakennuskanta on syntynyt varsin puutteellisissa taloudellisissa edellytyksissä ja teknillinen taso on sen mukainen”.<sup>291</sup> Kun suhtautuminen oli edellä mainitun kaltaista, ei ole ihmeäkään, että vanhaa rakennuskantaa ei Suomessa ole enää paljoa jäljellä.

Viena Ritvanen esittelee monisivuisessa artikkelissaan ”Meilläkin on historia” innokkaasti Turun arvokkaita kulttuuriperintökohteita. Hän piti vierailemiaan kohteita, Turun linnaa ja käsityöläiskortteliä, käymisen arvoisina kohteina. Artikkelissa erityishuomion sai käsityöläiskortteli, jossa oli vahvasti aistittavissa 1700-luvun arkielämä.<sup>292</sup> Näiden kulttuuriperinnöllisesti arvokkaiden kohteiden olemassaoloa – kuten aiemmin on jo mainittu – pidettiin ensiarvoisen tärkeänä. Tämä on aavistuksen ristiriitaista, sillä artikkelin kirjoittamishetkellä näiden kulttuuriperintökohteiden lähellä, Turun ydinkeskustassa, purettiin toisia kulttuuriperintökohteita surutta pois. Viena Ritvasen kirjoittaman artikkelin perusteella on aistittavissa se, että kulttuuriperinnöllisesti arvokkaan kohteen statuksen saivat ne kohteet, jotka olivat museoituja, kun taas ne kohteet, jotka sijaitsivat kaupunkien keskustoissa, olivat ennemminkin rasitteita kuin säilyttämisen arvoisia. Ikään kuin olisi annettu hiljainen hyväksyntä muun rakennuskannan purkutöille, kun muualla oli kuitenkin säilytetty jotain muuta vanhaa.

## 5.6 Nainen remontoi – naiskuvaston muutos ja naisen asema Suomessa



Kuva 11. Nainen ja lapsi remonttipuuhissa, *Kaunis koti* 5/1971.

<sup>291</sup> Kairamo 2006, 16–17.

<sup>292</sup> Ritvanen 1961, 16-23, 62.

Kansikuvassa 5/1971 tasokulmasta kuvatut äiti ja lapsi kunnostavat yhdessä kotia maalailleen seinää kirkkaan punaisin ja keltaisin värein. Koko kannen kattavasta värivalokuvasta tulee vaikutelma, että äiti on se, joka seinää pääosin on maalailnut ja poika on sulkahattu päässään tullut leikin keskeltä auttelemaan äitiään. Kannen valokuvassa poika istuu kuvan vasemmassa reunassa talousjakkaralla ja äiti maalaa seinää kuvan keskivaiheilla. Kuvan henkilöillä on katsekontakti ja kuvasta tuleekin vaikutelma, että heillä on hyvántahtoinen keskustelu käynnissä, sillä molemmilla on iloinen ilme kasvoillaan. Valokuva on selvästi lavastettu. Maalipurkit äidin jalkojen takana ja valokuvan etualalla yhdessä maalatusisäseinän antavat vaikutelman siitä, että kansikuvassa on haluttu mainostaa kodin sisätilojen maalaamiseen tarkoitettuja maaleja.

*Kaunis koti* -lehden kansikuva (kuva 11) on fiktiivinen. Riitta Brusila toteaa, että fiktivisoidussa kuvassa henkilöt ovat jollain tavalla irrotettu omista ympäristöistään, ja kuvan ympäristöksi on liitetty teknisesti jotain aihetta sivuavaa. Tulkittavan kansikuvan tapauksessa ympäristönä toimii kuvausstudio ja katsoja huomaa, että kuvaustilanteella ei ole tekemistä arkipäivän todellisuuden kanssa, vaan se on *rakennettu järjestelmä* arkipäivän tilanteesta. Kuvattavilla malleilla saattaa olla ympärillään kuvaukseen liittyvää rekvisiittaa, jotka tuovat ilmi kuvan symbolisuuden. Rekvisiitan ja henkilöille määrätyn toiminnan avulla saamme mielikuvan siitä, että kansikuvassa on sisätilojen remontointi meneillään.<sup>293</sup> Kansikuvan fiktiivisyyden vuoksi kuva-aihe on helppo kategorisoida lavastetuksi.

Kansikuvan (kuva 11) olen jaotellut kansikuvien kuva-aiheet taulukkoon<sup>294</sup> ”Ihmissiä”-sarakkeen alle. Vaikka kansikuvan aiheen tarkoitus on todennäköisesti mainostaa kuvassa näkyviä maaleja, kiinnittyy huomio silti valokuvassa esiintyviin henkilöihin, jotka representoivat äitiä ja lasta maalauspuuhissa. Anita Seppä on kirjassaan tuonut esille äidin merkityksen semiotiikassa. Seppä hyödyntää Saussuren ajatuksia äitiydestä. Saussuren mielestä saman kulttuurin edustajat käsittelevät ”äiti” -käsitteen samalla tavalla. Länsimaissa äiti on se henkilö, joka on synnyttänyt lapsen. Lisäksi länsimaaisessa kulttuurissa äitiä pidetään myyttisenä, ja *äitiin* on yhdistettävissä pyyteettömän hoivan ja jumalallisen rakkauden ajatuksia. Sana *äiti* tarkoittaa myös sitä, mitä *se ei ole*, eli äiti on ei-täti, ei-isä jne.<sup>295</sup>

<sup>293</sup> Brusila 1997, 97.

<sup>294</sup> Liite 1.

<sup>295</sup> Seppä 2012, 130.

Lehden sisällysluettelosivulta selviää kansikuvan ”*Maalari maalaa kotia...*” olevan Jouko Levanton kuvaama ja Satu-Irmeli Uotin suunnittelema<sup>296</sup>. Lehden sisällöstä olevassa *Sisustuspalvelu* -artikkelissa vastataan lukijoiden sisustukseen liittyviin pulmiin. Eräässä vastauksessa annetaan kattavat maalausohjeet siitä, kuinka maalata katto- tai seinäpintoja ja kalusteita, ovia ja ikkunoita.<sup>297</sup> Vuoden 1971 5. julkaisu on sisällöltään hyvin remonttipainotteinen, joka sisältää pääkirjoituksen mukaan ”... eräänlaisen rautaisannoksen kodin kunnostustöiden eri alueilta. Olemme käyttäneet hyväksemme niin amatöörien kuin ammattilaistenkin kokemuksia ja toivomme, että niistä olisi hyötyä tulevissa korjaustöissänne”<sup>298</sup>. Kansikuva ei ole suoraan liitettävissä lehden sisältöön, mutta kansikuva tuo ilmi sen, että julkaisun teemana on kodin kunnostustyöt.

Kansikuvien valokuvaajat -taulukosta<sup>299</sup> selviää, että kansikuvan kuvaaja, Jouko Levanto, kuvasi vuonna 1971 seitsemän kansikuvaa kahdeksasta. Kyseinen vuosi oli ainoa, jolloin hän kuvasi *Kaunis koti* -lehden, mikä on melko poikkeuksellista. Kenelläkään muulla *Kauniin kodin* valokuvaajalla ei ollut yhden vuoden aikana nimissään seitsemän valokuvaa, etenkin kenelläkään sellaisella, joka olisi kuvannut kansikuvia vain yhtenä vuonna. Kansikuvien valokuvaajat -taulukon mukaan Tuovi Nousiaisella oli vuonna 1967 nimissään kuusi *Kauniin kodin* kansikuvaa, mutta hän olikin lehden valokuvaajista yksi tuotteliaimmista.<sup>300</sup>

Vertaan kansikuvaa mainoskuviin, sillä valokuvalla ei ole ollut kuvanottohetkellä taiteellista funktiota. Mainoskuvat, kuten myös *Kauniin kodin* kansikuvat, joissa esiintyy ihmisiä, toistavat jatkuvasti aikansa vallitsevia ihanteita. Valokuvissa esiintyvät ovat pääosin ihannenaaisia, ihanneperheitä ja ihannelapsia. Ihanteiden mukaiset henkilöt esiintyvät kansikuvissa tyylytellyn luonnollisesti. Kansikuvien tyylytely luonnollisuus menee luonnottomuuden puolelle, eivätkä ne välttämättä vastaa täysin tavallisen ihmisen arkielämää.<sup>301</sup> Kansikuvan valokuvassa äiti ja lapsi ovat molemmat tervehenkisiä ja normaalimitoissa ja valokuva henkii onnellisuutta ja tekemisen riemua. Valokuvan äitiä ei näytä hermostuttavan lainkaan vaatteiden likaantuminen, lapsen naamassa ja rintakehässä olevat maali-

<sup>296</sup> *Kaunis koti* 5/1971, 3.

<sup>297</sup> ”*Sisustuspalvelu*” 1971, 10, 66–67, 73–74.

<sup>298</sup> Ahmavaara 1971, 15.

<sup>299</sup> Liite 3.

<sup>300</sup> Ks. liite 3.

<sup>301</sup> Rossi 2001, 196.

tahrat, maalipurkkien paljous ja pieni sotkuisuus. Kuvan etualalla yksi maalipurkeista on kaatunut ja keltaista maalia on levinnyt lattialle yli sanomalehden, joka on maalipurkkien alla lattian suojana. Maalipurkin sisällön leviäminen lattialle korostaa teennäisen luonnollisuuden luonnottomuutta. Oikeassa arkielämän tilanteessa seinää maalaava äiti ei välttämättä suhtautuisi niin rennosti leviävään maaliin, sillä voisi kuvitella, ettei maalia todellisuudessa ostettaisi yli tarpeen. Lisäksi laajalle levinneen maalin siivous voi olla hankalaa, jos maalia ei siivota heti pois. Todellisuuden vääristäminen toimii kansikuvissa, sillä ihminen havaitsee helposti vieraita ja outoja asioita, jotka eroavat odotuksistamme<sup>302</sup>.

Philip Bellin mukaan se, mikä kansikuvassa puuttuu, on olennainen tieto kansikuvia tutkittaessa<sup>303</sup>. Mitä voimme siis päätellä siitä, että kansikuvassa on nainen ja lapsi, mutta ei miestä? *Kauniin kodin* kansikuvissa ei miehiä esiinny, lukuun ottamatta vuoden 1967 4. lehteä. Miehiä puuttuminen kansikuvissa antaa viitteitä siitä, että lehti on suunnattu kotiaan sisustaville naisille. Valokuvan nainen vaikuttaa toimeliaalta ja itsenäiseltä naiselta. Häneltä vaikuttaa onnistuvan niin remonttityöt kuin lapsen kasvatustakin. Useat *Kauniin kodin* kansikuvat antavat mielikuvan siitä, että kodin visuaalinen ilme on naisen vastuulla.

1960-luvulla Ruotsista rantautui Suomeen keskustelu sukupuolten rooleista ja vuonna 1965 perustettiin naisten ja miesten yhteysjärjestö *Yhdistys 9*. Yhdistyksen tarkoituksena oli muuttaa jäykkiä sukupuolirooleja ja tavoitteena oli osoittaa, etteivät naiset ja miehet ole pohjimmiltaan sukupuolina kovin erilaisia. Tämän vuoksi *Yhdistys 9* oli sitä mieltä, että sukupuolten välistä tasa-arvoa tulisi edistää. Eräs tärkeistä vaatimuksista oli lasten kunnallisen päivähoiton järjestäminen ja tämän jälkeen katseet suuntautuivat yksityiselämän puolelle. Pyrkimyksenä oli murtaa perinteiset sukupuoliroolit ja perheiden sisäiset mies- ja naisroolit. Tämä oli 1970-luvulla vielä uusi ja radikaali ilmiö, sillä aiemmin suomalaisessa naisasiakentässä tarkoituksena oli saada muutoksia naisille ja yhteiskunnallisille päätöksille. Nyt ajatuksena oli osoittaa naisen pärjäävän arkielämässä ilman miestä.<sup>304</sup>

Tulkinnan kohteessa olevassa kansikuvassa nainen oletettavasti värien päättämisen lisäksi hoitaa myös kodin kunnostamisen. Kansikuva on ainoa laatuaan, sillä muissa naisia esittävässä *Kauniin kodin* kansikuvissa nainen ei tee mitään kodin kunnostukseen liittyvää. Kansikuvissa naiset ovat tehneet pääosin kotiin

<sup>302</sup> Messaris 1997, 7.

<sup>303</sup> Bell 2001, 25.

<sup>304</sup> Juvonen 2010, 264–267.

liittyviä kevyitä töitä, esimerkiksi kastellut kukkia, asetellut mattoa lattialle tai ha-  
kenut pihakaivosta vettä<sup>305</sup>. Suurimmassa osassa kansikuvia nainen kuitenkin  
vain poseeraa joko kauniissa ympäristössä tai oleilee rennosti valokuvassa ole-  
valla huonekalulla ja joissain tapauksissa seisoo huonekalun vierellä<sup>306</sup>. *Kauniin  
kodin* kansikuvissa, joissa on nainen, tulee mielikuva siitä, että naisilla on *aikaa*.  
On aikaa ottaa rennosti tai 5/1971 kansikuvan tapauksessa on aikaa remontoida  
kotiaan. Tämä pitää varmaankin melko hyvin paikkaansa, sillä kulutusyhteiskun-  
nan kehityksen myötä tulleet kodinkoneet helpottivat perheen äidin arkea huo-  
mattavasti.

Kun 1950-luvulla suomalaiskodit alkoivat nykyaikaistua, lisääntyi myös perheen-  
äitien vapaa-aika. Ensimmäinen sähköistetty pyykinpesukone esiteltiin Suo-  
messa vuonna 1948 Työtehoseuran suurnäyttelyssä, mutta silloin niitä ei kyetty  
vielä ostamaan säännöstelyn vuoksi. Pyykinpesukoneet yleistyivät kuitenkin heti  
sotakorvausten maksamisen jälkeen 1950-luvulla, sillä niille oli ilmeinen tarve.  
Pyykkäminen oli haastavaa Suomen olosuhteissa, etenkin talvella, jolloin pesu-  
vesi täytyi kantaa avannosta. Ensimmäiset pesukoneet olivat puisia pyykkisäili-  
öitä, joita pyöritettiin käsin. Vuonna 1953 mainostettiin Työtehoseuran suosittela-  
maa ”Veisko”-pyykinpesukonetta, jonka pesutuloksen laatu on parempi kuin säh-  
kökäyttöisissä pesukoneissa. Enää ei tarvinnut käyttää pyykkilautaa, lipeäkiveä  
ja muuripataa. Lopulta puiset pesukoneet väistyivät metallisten tieltä ja pesuko-  
neiden automaatiota lisättiin. Viimein 1950-luvun lopulla Työtehoseura sai testat-  
tavakseen täysin automaattisen rumpupesukoneen, joka mullisti pyykinpesun.  
Perheenäitien vaivannäkö helpotti automaattikoneiden myötä ja näin ollen aikaa  
jäi enemmän muille askareille.<sup>307</sup> Ylimääräisen ajan saattoi käyttää esimerkiksi  
yhdessäoloon perheen kesken tai jopa kodin kunnostustöille.

Visa Heinosen mukaan Suomessa naiset kävivät poikkeuksellisen laajasti ansio-  
töissä ja naisten työssäkäynti oli vain muutamissa sosialistisissa maissa yleisem-  
pää kuin Suomessa. Jo vuonna 1940 naisten työssäkäynti oli noussut neljään-  
kymmeneen prosenttiin koko Suomen ammatissa toimivasta väestöstä ja lukema  
pysyi suhteellisen samana 1970-luvulle asti.<sup>308</sup> Naisten iso osuus työelämän  
työntekijöistä selittyy sotavuosilla, sillä sotavuosina 1940-luvulla muuttui naisten

---

<sup>305</sup> Ks. esimerkiksi kuva 8.

<sup>306</sup> Ks. esimerkiksi kuvat 10 ja 12.

<sup>307</sup> Pantzar 2000, 43–44, 87.

<sup>308</sup> Heinonen 1998, 248.

asema merkittävästi. Perheen miehet olivat rintamalla ja sillä aikaa perheen naisten tuli tehdä miesten työt. Perheiden sisäiset asetelmat muuttuivat merkittävästi, sillä naiset tekivät miesten puolesta peltotyöt, olivat ammuslataamolla, ohjasivat raitiovaunuja, kantoivat postia, uittivat tukkeja ja toimivat jopa raastuvassa oikeusneuvosmiehen sijaisena. Sodan jälkeen kuitenkin tuli hämmennys, kun naiset palasivat takaisin niiden kotitöiden pariin, joissa olivat ennen sotia olleet. Alkoi pieni kiista siitä, voisivatko naiset pitää ne paikat, joissa olivat sodan aikana olleet. Pian tuli ilmi, ettei ”olemassaolon taistelu ollut loppunut, vaikka rajan pinnassa olikin hiljaista”.<sup>309</sup>

Julkisen sektorin alat alkoivat lisääntyä 1950- ja 60-luvuilla, kun rakennettiin keskus- ja aluesairaalarjestelmä. Kun Suomen hyvinvointi ja työelämän tasa-arvo kasvoivat, alkoi yhä enenevässä määrin laajeneva julkinen sektori työllistää pääosin naisia. Naisten työssäkäynti lisääntyi huomattavasti, eikä heidän enää tarvinnut pysyä kotona kotitöiden ja lasten parissa.<sup>310</sup> Naisten työssäkäynti kiihdytti elintason nousua ja lisäsi perheiden käytettävissä olevien tulojen kasvua merkittävästi. Vuonna 1960 ansiotyössä olevia naisia oli jo 45 prosenttia, mutta määrä lisääntyi merkittävästi läpi 1960- ja 70-luvun. Lopulta työssäkävien naisten osuus oli vuonna 1975 jo 65 prosenttia.<sup>311</sup>

1970-luvulla kiinnostuttiin naiskuvatutkimuksesta ja silloin kritisoitiin valtavirran mukaisia, stereotyyppisiä ja kapea-alaisia naiskuvia – eritoten naistenlehtiä, mainoksia, elokuvia ja televisiosarjoja – jotka toistivat totuttua kaavaa. Perinteisten naiskuvastojen rinnalle haluttiin positiivisia roolimalleja, joihin naiskatsojat voisivat samaistua. Naiskuvakritiikki heräsi jo vuonna 1968, jolloin feministiaktivistit kritisoivat Miss Amerikka -kilpailuja niiden seksismistä, rasismista, alentavista kauneushanteista ja naisten esineellistämisestä. Tämä kritiikki vaikutti siihen, että perinteisiin naiskuvastoihin alettiin tehdä muutoksia. Susanna Paasonen kuitenkin toteaa, että naiskuvatutkimuksen perusteita kritisoitiin jo 1970-luvulla. Kuinka todeta, että jokin naiskuva olisi oikeampi, kuin toisenlainen niin sanottu väärä naiskuva? Paasonen kysyykin, onko iltapukuun ja kruunuun sonnustautunut missi valheellisempi kuin traktorin kauhalla istuva maalaisemäntä.<sup>312</sup> *Kauniin kodin* kansikuva osoittaa sen, että muutos naiskuvauksessa rantautui myös Suomeen ja lehti osoitti kansikuvallaan olevan ajan hermoilla tuottamalla kuvan,

<sup>309</sup> Malmberg 1991b, 209.

<sup>310</sup> Hannikainen 2008, 73.

<sup>311</sup> Heinonen 2008, 112.

<sup>312</sup> Paasonen 2010, 43–44.

jossa nainen ei ollut enää koristuksena, vaan työtä pelkäämätön, nykyaikainen ja toimelias nainen. Voisi väittää, että seinää maalaava nainen lapsensa kanssa on huomattavasti samaistuttavampi hahmo *Kaunis koti* -lehden lukijoille kuin järven selällä puhallettavassa muovituolissa lepäävä täysissä vaatteissa oleva nais-hahmo seuraavan alaluvun kansikuvassa (kuva 12).

## 5.7 Vapaa-ajan lisääntyminen ja mökkeily



Kuva 12. Nainen lepäilee Blow -nojatuolissa järven selällä, *Kaunis koti* 5/1969.

Kuvan 12 koko kansikuvan käsittävässä laajassa kokokuvassa näkyy kaksi muovista, täytettävää nojatuolia, punainen ja keltainen, jotka kelluvat järven selällä. Etualan punaisessa nojatuolissa lekottelee naishahmo, joka paistattelee kaunista päivää täysissä pukeissa, sanomalehti kädessään. Jopa kengät on jätetty jalkaan. Kuvan etualassa heiluvat kaislat ja väreilevä vedenpinta tuovat mieleen perinteisen suomalaisen mökkimaiseman. Kansikuvan teennäisyydestä huolimatta suomalaisen kesän voi kuitenkin aistia. Naishahmon runsaan pukeutumisen vuoksi tulee tunne siitä, että olisi alkukesä ja alkukesän viileät päivät. Kuvassa 12 esiintyvän naisen elämä vaikuttaisi kuitenkin olevan kiireetöntä, sillä hänellä on aikaa lueskella lehteä rauhassa. Oletettavasti kiireettömyyden tuntu luultavasti viittaa kuvan naishahmon olevan kesälomalla, tai vähintäänkin viikonlopun vietossa. Viikonlopun vietto voisi myös olla hyvinkin mahdollinen, sillä vuonna 1965 säädetyin lain puitteissa palkkatyöläisten työviikko lyheni viiteen päivään, jolloin lauantaista tuli sunnuntain lisäksi vapaapäivä<sup>313</sup>.

Kansikuvan ”*Elokuun laineilla*” olivat suunnitelleet Eeva Siltavuori ja Matti Lukkari<sup>314</sup>. Valokuvaajana toimi Mauno Hämäläinen, joka Kansikuvien valokuvaajat

<sup>313</sup> Heinonen 2008, 112.

<sup>314</sup> *Kaunis koti* 5/1969, 3.



-taulukon<sup>315</sup> mukaan oli valokuvannut *Kauniille kodille* vain yhden kansikuvan. Kansikuva ei ole yhdistettävissä lehden sisältöön. Aihepiiriltään kansikuva on ”Kansikuvien kuva-aiheet”-taulukon<sup>316</sup> jaoteltu ”Ihmisiä”-sarakkeen alle, vaikka oletettavasti kansikuvassa pääosassa ovat puhallettavat Blow-nojatuolit. Kansikuvan voi epärealistisuutensa vuoksi luokitella lavastetuksi kuvaksi.

Kansikuvassa esiintyvä puhallettava nojatuoli oli italialaista tuotantoa. Zanotan *Blow* -niminen puhallettava nojatuoli oli neljän suunnittelijan yhteistyö, ja tuoli esiteltiin Italiassa ensimmäisen kerran vuonna 1967. Tuoli oli valmistettu PVC-muovista ja sen osat ”hitsattiin” yhteen, jolloin se piti hyvin ilmaa. Designindexin mukaan ilmalla täytettävä nojatuoli sai pian kulttimaineen ja levisi pian maailmalle, jopa Suomeen saakka, kuten kuva 12 todistaa.<sup>317</sup>

Kansikuva on melko epätyypillinen *Kauniin kodin* kansikuva. Puhallettavassa nojatuolissa lepäily järven selällä – ja vielä täysissä pukeissa – on oletettavasti muutoinkin kuva-aiheena melko harvinainen Suomessa. Mallia on oletettavasti otettu nojatuolin ulkomaisista mainoksista, sillä Designindexin<sup>318</sup> sivuilla näkyy kaksi mainoskuvaa samasta nojatuolista, jotka ovat kuvattu meren äärellä. Sivuston mainoskuvissa mainoksen nainen lepäilee myös rennosti nojatuolin päällä, mutta Suomen kuvasta poiketen, nojatuoli on aseteltu rannalle eikä veteen.

*Kaunis koti* -lehden 5/1969 kansikuva viestii lukijalle nykyaikaisempaa ja leikillisempää suhdetta sisustamiseen ja henkii vahvasti lisääntyneen vapaa-ajan huolettomuutta. Elämä on niin mukavaa, että sitä voi nautiskella kesästä ”rennosti”, lepäillen puhallettavassa nojatuolissa järvenselällä. Käsite vapaa-aika linkittyy olennaisesti yhteiskunnan muutoksiin kaupungistumisen ja teollistumisen myötä. Kulutusyhteiskunnan myötä palkkatyöläisten arki jäsenyi työ- ja vapaa-aikaan. Vapaa-aikana ihmisillä oli mahdollisuus harrastuksiin, huvituksiin, lepoon ja vapaana olemiseen ilman ulkopuolisia pakkoja. Suomalaisen modernin matkailun lisääntyminen liittyy vahvasti vapaa-ajan kehityssuuntiin.<sup>319</sup>

Lisäksi autoilun lisääntyminen Suomessa oli yksi kulutusyhteiskunnan kehityksen mittareista. Ensin oma auto löytyi kaupunkilaisilta, sillä vielä 1960-luvun alussa

---

<sup>315</sup> Liite 3.

<sup>316</sup> Liite 1.

<sup>317</sup> Designindex.it.

<sup>318</sup> Designindex.it.

<sup>319</sup> Heinonen 2008, 111.

maanviljelijöistä peräti 85 prosentilla ei ollut omaa autoa. Kaupungeissa oli enemmän varakkaampia ihmisiä, joilla oli varaa ja tarvetta omalle autolle, kun taas maaseudulla kuljettiin vielä hevoskyydein. Maaseuduilla liikkuminen oli muutoin monimuotoisempaa kuin kaupungeissa: siellä liikuttiin yhdistellen niin hevoskyytejä, pyöriä, junia, linja-autoja kuin höyrylaivojakin. Yksityisautoilu lisääntyi runsaasti 1960-luvun lopulla. Vuoden 1966 kotitaloustiedustelusta selviää ensimmäisen kerran, millaista suomalainen autoilu oli tuohon aikaan. Puolen miljoonan henkilöauton raja oli juuri menossa rikki tutkimusta tehdessä, ja edellisen viiden vuoden aikana autojen myynti oli kaksinkertaistunut. Kotitalouksilla noin 31 prosentilla oli henkilö-, paketti- tai farmariauto. Nopea kasvu näkyi myös siinä, että kolmannes autoilijoista ajoi ensimmäistä autoaan, kun taas neljänneksellä oli jo toinen auto käytössä. Autojen käyttäjäkunta laajeni ja ensimmäistä autoaan ajoivat maanviljelijät ja alempi keskiluokka. Työmatkaliikenne, lisääntynyt vapaa aika ja varallisuus vaikuttivat autoilun yleistymiseen Suomessa. Kotimaan matkailu lisääntyi samaa tahtia kuin kulutuskulttuuri kehittyi.<sup>320</sup>

Vuonna 1917 eduskunnassa hyväksyttiin kahdeksan tunnin työaikalaki, joka ei kuitenkaan koskenut maanviljelijöitä tai yrittäjiä, jotka itse määrittelivät työaikansa. Kahden viikon vuosiloma palkkatyöntekijöille määrättiin vuonna 1939 ja 1960-luvun alussa lomat pidennettiin neljään viikkoon. Vuonna 1946 säädetyn lomalain mukaan työläisten kesäloman pituus oli 12–14 päivää, työsuhteen pituudesta riippuen. Toimihenkilöiden kesäloman pituus oli 3–4 viikkoa<sup>321</sup>. Ensimmäisen vuoden jälkeen toimihenkilöllä oli oikeus kolmen viikon lomaan ja 10 vuoden jälkeen palkkatyöläisellä oli oikeus neljän viikon lomaan. Vuoden 1965 hyväksytyn lain puitteissa palkkatyöläisten työviikko lyheni viiteen päivään, joka tarkoitti sitä, että sunnuntain lisäksi myös lauantaista tuli vapaapäivä. Ylimääräisen vapaapäivän myötä perheiden mahdollisuudet harrastamiseen sekä oleiluun lisääntyivät ja vapaa-ajan kulutus kasvoi. Suomalaisten vapaa-aikaan alkoi yhä enemmän kuulua urheilu- ja ulkoiluharrastukset, elokuvat, lukeminen, kulttuuri, matkailu ja mökkeily ja eri viestintävälineiden, kuten radion ja television, seuraaminen.<sup>322</sup>

Anu-Hanna Anttilan mukaan suomalaisia on perinteisesti pidetty mökkikansana<sup>323</sup>. Suomessa kahden kodin – kaupunki- ja vapaa-ajan asunnon – perinne

<sup>320</sup> Mauranen 2008, 185–193.

<sup>321</sup> Anttila 2008, 177.

<sup>322</sup> Heinonen 2008, 111–112.

<sup>323</sup> Anttila 2008, 177.

alkoi varakkaimmilla jo 1700-luvulla, jolloin säätyläiset ja rikkaat kaupunkilaiset saattoivat omistaa maakartanoita tai maatiloja tai vaihtoehtoisesti vuokrasivat kesän ajaksi kalastustorppia. Ensimmäiset huvilakeskittymät alkoivat ilmestyä maalaisäädännön vapautumisen jälkeen 1890-luvulla, mikä lisäsi tonttien ja huvilapalstojen myyntiä ja muodostumista. 1900-luvun alkaessa kesähuviloita oli Suomessa noin tuhatkunta ja huvilakulttuuri levisi entisestään urbanisoitumisen ja teollistumisen myötä murentaen työn ja vapaa-ajan, kesän ja talven sekä kaupungin ja maaseudun välisiä suhteita. Ensimmäinen maailmansota katkaisi huvilarakentamisen, jatkuen sen jälkeen hitaasti, mutta tasaisesti. Suomessa 1930-luvulla käyttöön otettu lakisääteinen lomavapaa loi pohjan kesäasumisen leviämiseksi. Käännekohtana voidaan kuitenkin pitää 1950-lukua, jolloin kesämökkeily alkoi olla koko väestön vapaa-ajan viettotapa.<sup>324</sup>

Mökkeilyn suosion kasvu on havaittavissa myös *Kauniin kodin* kansikuvissa. Vuodesta 1962 lähtien alkoi kansikuvissa säännöllisesti esiintyä mökkiaiheisia valokuvia ja niitä esiintyi lehden viimeiseen ilmestymisvuoteen saakka, kahta poikkeusta lukuun ottamatta<sup>325</sup>. Kansikuvista kahdeksan ovat sellaisia, jotka ovat selkeästi liitettävissä mökkeilyyn tai maaseudulla vietettyyn vapaa-aikaan ja kesälomailuun. Lisäksi kansikuvista kolme ovat sellaisia, jotka voisivat myös liittyä kesälomailuun, mutta niitä ei voi varmaksi todeta.

Anttilan mukaan suurinta suomalaista mökkikantaa oli rakentamassa ”jälleenrakennuksen sukupolvi”, joka synnytti myös suuret ikäluokat. 1960-luvun alussa mökkejä arveltiin olevan noin 90 000, eli noin joka kymmenennellä kotitaloudella oli kesäasunto. Väestönlaskennan yhteydessä 1970-luvun alussa saatiin tarkemmat lukemat mökkikannasta ja tuolloin mökkejä arvioitiin Suomessa olevan jo 176 000. Mökkien omistajia löytyi lähestulkoon kaikista yhteiskuntaluokista ja lähes neljäsosa mökeistä olivat työntekijäperheiden omistuksessa. 1960– ja 1970-lukujen vaihteessa koettu suuri muuttoliike maalta kaupunkiin vaikutti mökkien yleistymiseen. Kaupunkilaiset kaipasivat luonnon ja maaseudun rauhaan, joten tämän vuoksi monet siirtyivät vapaa-aikanaan lomakoteihinsa viettämään aikaa.<sup>326</sup>

1960-luvulla kesämökeistä alkoi tulla hieman paremmin varusteltuja, ja ensimmäiset nestekaasuliedet ja -jääkaapit alkoivat ilmestyä mökeille. Aiemmin ruokaa

<sup>324</sup> Kolbe 2004, 62–63.

<sup>325</sup> Poikkeukset olivat vuosina 1964 ja 1966.

<sup>326</sup> Anttila 2008, 177–182; Kolbe 2004, 63.

valmistettiin alkeellisemmissä oloissa ja säilytettiin maakellareissa, eikä kaupunkikodeista tutuksi tulleita keittiöitä nähty vielä mökeillä. Sisustus oli vaatimattomampaa ihan jo käytännön syistä, sillä mökeille tuotiin kaupunkiasunnoita poistettut, keveämmät huonekalut. Raskaita, pehmustettuja sohvia ei mökeille tuotu, sillä ne eivät kestä mökin vaihtuvia kosteus- ja lämpöolosuhteita. Tämän lisäksi kevytrakenteisissa huonekaluissa eivät hyönteiset tai kosteus viihtyneet. Rottin-kikalustot olivat mökeillä suosittuja, sillä keveytensä vuoksi ne sai helposti kuljettua pihalle säiden sallittua.<sup>327</sup> Kansikuvassa esiintyvät Blow-nojatuolit ovat hyvä esimerkki keveistä huonekaluista. Ne eivät painaneet paljoa, kestivät vettä ja vaihtelevia sääolosuhteita ja lisäksi ne saatiin pieneen tilaan talven varalle. *Kauniin kodin* 5/1971 esiintyi samankaltaisia muovisia, puhallettavia esineitä, jotka olivat sijoiteltuna ulkoterassille<sup>328</sup>.

Suomalaisten elinpiiri laajenee kesäisin ja usein leppoisa ajanvietto ja pitkät ruokahetket vietettiin ulkona perheen kesken. Verannalla juotiin kahvia ja kuunneltiin transistoriradiota, makkaraa paistettiin rantanuotiolla tai hiiligrillissä ja 1960-lopun keskioluen myynnin vapautuminen näkyi mökeillä, kun saunaoluet alettiin nauttia ulkoilmassa suoraan pullon suusta. Rannassa olevilla kesämökeillä uitiin ja saunottiin sekä otettiin aurinkoa joko huovan päällä, rantapatjoilla tai pihassa löytyvällä aurinkotuolilla. Rantaelämään tarkoitetut aurinkotuolit yleistyivät 1960-luvulla.<sup>329</sup> Vuoden 1969 kansikuvan (kuva 12) voi todeta kuvastavan oman aikansa rentoa ja vapaamielistä elämäntyyliä leppoisine vapaa-ajan viettoineen ja värikäine Blow -nojatuoleineen.

---

<sup>327</sup> Anttila 2008, 180–181.

<sup>328</sup> *Kaunis koti* 5/1971 kansikuvassa etualalla näkyy jonkinlainen puhallettava lepotuoli ja takalalla Blow'n kaltainen nojatuoli ilman kuvassa 12 esiintyvää päätukea.

<sup>329</sup> Anttila 2008, 181.

## 5.8 Ensimmäinen lehti vs. viimeinen lehti



Kuva 13. Ensimmäinen lehti, *Kaunis koti* 1a/1948. Kuva 14. Viimeinen lehti, *Kaunis koti* 8/1971.

*Ensimmäinen lehti*

Kuvan 13 kuva-aiheena on mustavalkoinen kokokuva sisustuksesta. Kansikuvan sisustus on melko tyyliteltyä. Sisustuskuvassa näkyvä arkkitehtuuri on hyvin funktionalistista ja kuvassa on aikakaudelle tyypillisen avotakan eteen sijoitettu suuri karvalankamatto, jonka päällä on vinottain aseteltuna mukavan näköinen nojatuoli, jonka viereen on vielä vinommin aseteltu pieni lukupöytä. Kuva-aiheen keskiössä ovat selvästi avotakka ja nojatuoli pikkupöytineen. Kuvan tarkoituksena on kenties esitellä idea siitä, kuinka sisustaa oma lukupaikka mukavasti tai kenties antaa osoitus siitä, että olisi hyvä järjestää itselle pieni hetki omaa aikaa ja syventyä hetkeksi hyvän kirjan pariin. Katsoja pystyy kuvaa katselemalla luomaan mielikuvan siitä, kuinka olisi mukava istahtaa pehmeään nojatuoliin lueskelemaan hyvää kirjaa takkatulen loimottaessa. Kuitenkin valokuvan sisustusta katsoessa huomaa kuvan olevan hieman teennäinen sisustuskuva ja kuvasta puuttuukin kodinomainen henki. Kuvan esineet, nojatuoleista kukka-asetelmaan ja seinällä olevaan tauluun, ovat selvästi tarkkaan harkituilla paikoillaan. Kuvasta on havaittavissa se, että sisustuksessa jokainen pieni yksityiskohta on tärkeä ja tarkoin harkittu. Tuoli ja pikkupöytä ovat näennäisen huolettomasti vinossa avotakan edessä, vaikka todellisuudessa on varmaan tarkoin mietitty, kuinka ne ovat aseteltu kuvanottohetkellä sisustuskuvaan. Sisustuskuvien on tarkoituksena tuoda kuvauksen kohteena olevien objektien parhaat puolet esille.

Kuvan 13 kansikuvasta on aistittavissa 1940-lopun romanttisuuden henki ja vahva usko tulevaan. Kansikuvan hieman kömpelö typografia ja logon levottomuus vaihtelevine kirjasintyypeineen kertovat vain sen, että lehti kokeili ja haki

vielä omaa tyyliään. Kuva-aihe oli muutoin tyyliiltään ja sijoittelultaan hyvin samankaltainen kuin tulevien vuosien numeroissakin. Kuva-aiheen sijoittelu kansikuvan oikeaan alareunaan oli tyypillistä *Kaunis koti* -lehden vuosina 1948–1952 ilmestyneille numeroille.

Kaikkien aikojen ensimmäisessä *Kauniin kodin* kansikuvassa valokuva on aikalaisiaan suurempi, vaikka muutoin se sijaitsee tavallisella paikallaan eli kansilehden oikeassa alareunassa. Tausta on yksivärinen, murrettu keltavihreän sävyinen. Lehden logo on koko kansisivun leveydellä yläosassa ja se on hiukan levoton vaihtelevan kirjasintyyppinsä vuoksi; sana ”kaunis” on koukeroisella tekstaus-tyyllillä, kun taas ”koti” on isoin tikkukirjaimin. Kansikuvassa oleva logo oli selkeästi kertaluonteinen kokeilu, sillä muulloin vastaavan näköistä logoa ei lehdessä ollut. Sanan ”kaunis” alla lukee ”N°1 A NÄYTENUMERO 1948” ja teksti on samassa tasossa ”koti”-sanon alareunan kanssa. Kuva-aiheen vasemmalla puolella alaosassa on lehden sisältö kuvailtuna ja sen alapuolella on vielä lehden hinta ”60 mk”.

Kansikuvan kuvaaja ei ole tiedossa, eikä se ole yhdistettävissä suoraan lehden sisältöön. Oletettavasti kuva on ostettu kuvapankista, josta on valittu aihepiiriltään sopiva valokuva kanteen. Lehdessä on esitelty niin suomalaisia mattoja, suomalaisen huonekaluteollisuuden tilaa kuin ruotsalaisia kotejakin. Kansikuva on kuva-aiheensa perusteella jaoteltu sisustuskuvaksi ”Kansikuvien kuva-aiheet” -taulukkoon<sup>330</sup>. Kansikuvan kuva voi hyvin olla kuva jonkun tavallisen kodin sisustuksesta, joten sen vuoksi kuvan voi mieltää realistiseksi. Kuvassa ei ole viitteitä siitä, että se olisi lavastettu.

Kansikuvan keltavihreän taustaväriä voi ajatella symboliseksi. Vihreä väri kuvastaa toivon lisäksi luonnon, kasvun ja kevään väriä. Nuoren ja vihreän lehden sävy on toivon ja luottamuksen symboli.<sup>331</sup> Keltavihreä sävy muistuttaa paljon alkukesän vehreyttä. On siis hyvin mahdollista, että toimituksessa on tietoisesti haluttu ensimmäiseen lehteen värisävy, joka kuvastaa uuden alkua. On haluttu osoittaa, että lukijalla on käsissään aivan uusi lehti, ensimmäinen sisustukseen painottuva lehti Suomessa.

---

<sup>330</sup> Liite 1.

<sup>331</sup> Ylikarjula 2014, 59.

*Viimeinen lehti*

Kuvan 14 kansikuvan tunnelma on vahvojen ääriviivojen, kontrastien ja ristinmuotojen varassa. Ei voi välttyä ajatukselta, etteikö kuvassa olisi tietynlaista symboliikka harmaan vaaleutensa ja ristin muotojensa takia. Risti mielletään yleensä elämän ja kuoleman symboliksi, joten oletettavasti kuvissa esiintyvät ristit ilmaisevat selkeästi erään aikakauden päättymistä, *Kaunis koti* -lehden loppua ja uuden aikakauden alkua *Avotakka* -lehden muodossa. Vaikka muodot ovat epäsymmetrisiä, ovat ne silti tunnistettavissa ristin muodoiksi. Jo se, ettei lehdessä ole annettu kuvan maljoista tarkempaa tietoa, tukisi tätä ajatusta, että kansikuvalla olisi mahdollisen mainosarvon lisäksi selkeä symbolinen arvo.

Kansikuva on poikkeuksellisen hillityn värinen verrattuna muihin oman aikansa kansikuviin<sup>332</sup>. Kuvassa on pääosin harmaan ja valkoisen eri sävyjä, paitsi kuvan yläosassa on hiukan sinisen sävyjä. Kuvan hillitty värimaailma vahvistaa kuvan symbolista arvoa. Harmaa ei kuulu spektrin väreihin, vaan se sitä voi pitää mustan ja valkoisen välimuotona. Yleisesti harmaan sävyt kuvastavat surua ja se on tuhkan ja tomun väri. Mitä tummempaa harmaan sävy on, sitä lohduttomampi se on. Harmaata voi pitää myös usvan ja epävarmuuden värinä.<sup>333</sup> Kansikuvan harmaan ja sinisen sävyt ovat vastapainona muiden kansikuvien värikkäälle ilmeelle. Oletettavasti hillityllä väriasteikolla on haluttu korostaa alakuloisuutta – ja hiukan ehkä suruakin – lehden päättymisen vuoksi.

Kansikuvan lopputulos on hyvin moniselitteinen ja se on saatu aikaan erikoislähikuvulle ominaisella tiukalla kuvanrajauksella. Kuva on otettu melko läheltä ja lasiset maljakot ovat hyvin lähellä toisiaan. Tämä aiheuttaa sen, ettei välttämättä voi olla heti varma siitä, mitä kuva varsinaisesti esittää. Valokuvaaja, tai vasta mahdollisesti kuvan valitsija, halusi antaa lukijalle mahdollisuuden kuvan tulkintaan. Kansikuvan tulkinta riippuu katsojasta ja yksilön oppimasta kulttuurista. Ilman kulttuurillisia oppimisprosesseja ei voida ymmärtää, mitä kuva kertoo katsojalleen. Tämän kansikuvan tulkinta olisi täysin toisenlainen, jos kansikuva olisi ilmestynyt jonain toisena vuonna eri yhteydessä. Nyt tulkintaan vaikuttaa tieto siitä, että kansikuva oli *Kauniin kodin* viimeinen kansikuva.

Kuvan 14 kansikuvaa voi ”viimeisen numeron” -leimansa vuoksi pitää osittain uskonnollisena aiheena. Vaikka maljakoiden suuaukon risti ei olekaan symmetrinen

<sup>332</sup> Vrt. esimerkiksi kuvaan 11.

<sup>333</sup> Ylikarjula 2014, 71–78.

kreikkalainen risti<sup>334</sup>, ei kuvan katsojalle silti jää epäselväksi, että kyseessä on ristin muoto. Ristejä voi löytää kaikkialta, hautausmailta, kirkoista tai jopa kaulakoruista, ja ristejä pidetään yleisesti kristinuskon tunnuksena. Risti ei kuitenkaan aina liity kirkollisiin yhteyksiin, vaan niillä voi olla myös kansallisia symbolimerkityksiä.<sup>335</sup> Muista merkityksistä huolimatta kansikuvan ristikuvio merkitsee todennäköisimmin sitä, että *Kauniin kodin* ”muistoksi” on haluttu valita designaiheinen kansikuva, jossa maljakoiden suuaukot ovat ristin muotoisia.

Kaikkien aikojen viimeisen *Kauniin kodin* kansikuvan jaottelin ”Kansikuvien kuva-aiheet” -taulukon designin alle<sup>336</sup>. Kansikuvan valokuvan otti eräs lehden pitkäaikaisimmista valokuvaajista, Tuovi Nousiainen. Tämä on melko mielenkiintoinen seikka, sillä vuoden 1971 seitsemän muuta kansikuvaa valokuvasi Jouko Levanto<sup>337</sup>. Luultavasti viimeisen kansikuvan kunnia haluttiin antaa lehden toimituksessa juuri Nousiaiselle. Kansikuva ei ole yhdistettävissä lehden sisältöön ja ainoat tiedot, mitä kansikuvasta ilmenevät, löytyy lehden sisällysluettelon yhteydessä: ”*Lasinen kirkko’ sommitellut Marita Leppänen, kuvannut Tuovi Nousiainen.*”. Logo on vuosille 1970–1971 tyypilliseen tapaan sijoiteltuna aivan kansilehden vasempaan yläkulmaan, jossa se on toisinaan lähes huomaamaton. Vuosina 1970–71 muutoksia logossa oli ainoastaan värin vaihteluissa, valkoisesta mustaan. Kansilehdessä ei ole logon lisäksi muuta tekstiä kuin lehden numerointi, vuosi ja hinta, 3,5 mk.<sup>338</sup> Koska kansikuva on niin sanotusti selkeä mainoskuva, voi kuvan mieltää lavastetuksi kuvaksi.

### *Eroavaisuudet*

Kuvan 13 kansikuva merkityksiltään melko yksinkertainen ja kuva-aiheen perusteella on helppo mieltää *Kaunis koti* nimenomaan sisustuslehdiksi. Kansikuvan typografia haki vielä muotoaan ja kansikuvan valokuva saattaa todennäköisesti olla kuvapankista poimittu kuva. Luultavasti kuva on valittu niillä perusteilla, että sen on tarkoitus kuvastaa lehden linjaa. Ensimmäisessä numerossa tuntemattoman kirjoittajan pääkirjoituksessa pohditaan: ”Mitä on kaunis koti”. Pääkirjoitus alkaa sanoin: ”*Kaunis koti on varmaan jokaisen päämäärä ja kodin kauneuden*

<sup>334</sup> Kreikkalaisessa ristissä kaikki sakarat ovat yhtä pitkiä. Ks. Lempiäinen 2002, 50.

<sup>335</sup> Lempiäinen 2002, 47–48.

<sup>336</sup> Liite 1.

<sup>337</sup> Liite 3.

<sup>338</sup> *Kaunis koti* 8/1971.



*vaaliminen jokaisen sydämenasia.*” Lisäksi kirjoituksessa linjataan hiukan lehden tulevaa suuntaa, sillä se toteaa kodin viihtyisyyden olevan ”*paitsi jokaisen yksilön myös koko yhteiskunnan kannalta ensiarvoisen tärkeää*”. Lehden yhtenä linjauksena oli siis antaa ohjeita ja neuvoja siihen, kuinka luoda kaunis koti, ja toisena linjauksena voidaan pitää lehden kantaaottavuutta, sillä lehti otti myös kantaa yhteiskunnassa velloviin asumiskeskusteluihin.<sup>339</sup>

Yksi selkeä ero kansikuvien välillä on painotekniikan muutos. Ensimmäisestä kansikuvasta huomaa, ettei paperin laatu ole paras mahdollinen. Kansikuvan koko on pienempi ja kuva-aihe on pienempi. Luultavasti lehdessä käytetty paperi oli hiukan harmaaseen taittava, sillä kuva-aiheen tausta ei ole väriltään kirkas, vaan hieman jopa likaisen oloinen. Paperin laatu on karkeampi ja mattapintaisempi kuin viimeisessä kansikuvassa. Viimeisen kansikuvan painotekniikan kehityksen huomaa esimerkiksi värimaailmassa ja paperin laadusta. Kansilehden paperi on kiiltäväpintainen ja värit toistuvat kirkkaina. Lisäksi kansikuvan koko on kasvanut ja typografia on harmonisempi.

Kuvassa 14 olevan viimeisen kansikuvan tunnelma on dramaattisempi niin värimaailmansa kuin kuva-aiheensa vuoksi. Ilman Anna-Liisa Ahmavaaran pääkirjoitusta kansikuvan merkitys voisi olla toinen. Janne Seppäsen mukaan visuaalisessa analyysissä teksti voi joskus olla yhtä tärkeässä osassa kuin kuva, sillä kuvan visuaalisuutta tarkastellessa voidaan analysoida myös siihen liittyvää haastattelua, kirjoitusta tai lehtijuttua<sup>340</sup>. Pääkirjoituksesta tulee hyvin ilmi, kuinka toimituksessa oltiin harmissaan *Kaunis koti* -lehden loppumisesta. Tässä tapauksessa se pitää paikkansa, sillä Anna-Liisa Ahmavaaran pääkirjoituksessa ”Viimeinen numero” summataan yhteen lehden koko taival vuodesta 1948 vuoteen 1971. Ahmavaaran mielestä kyse ei ollut vain sisustuslehdestä, vaan hän mieltää lehden olleen *tapahtuma*, jonka nimi oli ”*Kaunis koti*”.<sup>341</sup>

Ensimmäinen ja viimeinen kansikuva poikkeaa tunnelmaltaan toisistaan ja onhan niillä myös aivan erilaiset merkitykset kansikuvina. Kuvan 13 kansikuva on kaikkien aikojen ensimmäinen numero, kun taas kuvan 14 kansikuva on viimeinen. Yksi merkittävimmistä eroista kansikuvien välillä on aihevalinnan rohkeus. Mikään muu *Kaunis koti* -lehden kansikuvista ei ole niin kantaaottava, kuin viimeinen kansikuva. Viimeisen kansikuvan ristiaiheella on selkeästi haluttu tuoda esiin

<sup>339</sup> ”*Mitä on kaunis koti*” 1948, 3.

<sup>340</sup> Seppänen 2005, 28.

<sup>341</sup> Ahmavaara 1971, 23.

lehden ”kuolema”. Ristiähän käytetään yleensä silloin, kun joku haudataan. Kansikuvan kuva-aihe symbolisoi sitä, että oli aika haudata *Kaunis koti* -lehti. Jos kuvan 14 kansikuva olisi ilmestynyt jonain toisena ajankohtana, olisi se silloin vain yläkulmasta kuvattu, lähelle rajattu ja yksityiskohtainen valokuva designmaljakoista.

Kansikuva on aiheeltaan rohkea sen symboliikkansa vuoksi. *Kauniissa kodissa* ei alkuvuosina näkynyt kansikuvia, joissa olisi jonkinlainen selkeä symbolinen laatus. Ainoat alkuvuosien kansikuvista, jotka saattoi symboliikaltaan yhdistää johonkin, olivat vuosien 1949 ja 1952–1954 viimeiset numerot. Näissä viimeisissä numeroissa oli joulun uskonnollisuuteen ja hartauteen liittyvää kuva-aineistoa, esimerkiksi Neitsyt Maria ja Jeesus-lapsi<sup>342</sup>, kynttilä<sup>343</sup> ja tuomaanristi<sup>344</sup>.

Ensimmäisen ja viimeisen kansikuvan väliin mahtuu 24 vuosikertaa, ja tämä 24:n vuosikerran aikaväli oli merkittävä Suomen hyvinvointiyhteiskunnan kehittymisen aikakausi. *Kaunis koti* -lehti kansikuvineen kertookin tarinan yhdestä ajanjaksosta. Ajanjaksosta, joka piti sisällään pulavuosien ankaruuden, joka muuttui pikkuhiljaa yltäkylläisyydeksi, kunnes lopulta päädyttiin lähelle energiakriisin aikaa, jolloin totutut kulutustottumukset joutuivat ravistelun kohteeksi.

---

<sup>342</sup> *Kaunis koti* 4/1949 ja *Kaunis koti* 4/1953.

<sup>343</sup> *Kaunis koti* 4/1952.

<sup>344</sup> *Kaunis koti* 4/1954.

## 6 LOPUKSI

Tätä maisterintutkielmaa aloittaessani lähdin siitä oletuksesta, että kansikuvissa on havaittavissa selkeä muutos tutkittavalla aikavälillä 1948–1971, ja että yhteiskunnassa tapahtuneet muutokset heijastuvat kansikuvista. Tutkielmassani sain historiallisen aikaperspektiivin avulla selville, kuinka *Kaunis koti* -sisustuslehden kansikuvat peilaavat omaa aikaansa. Kansikuvat ovat tutkimusaineistona erinomainen kurkistusikkuna menneeseen. Kansikuvissa on nähtävissä muutos sota-aikojen jälkeisestä niukkuudesta kohti energiakriisiä edeltänyttä yltäkylläisyyttä. *Kauniin kodin* kansikuvat tuovat esiin lehden linjan sisustuslehtenä eli kansikuvissa on nähtävissä taideteollisuutta, taidetta, sisustusta ja arkielämää. Yksi asia, mikä kansikuvissa pysyi muuttumattomana, oli luonto ja ihmiset. Luonto näkyi kansikuvissa aina jossain muodossa läpi lehden ilmestymisvuosien, joko ulkokuvien, sisätilojen viherkasvien, ikkunasta avautuvan maalaismaiseman tai kukka-asetelmien representaatioissa. Ihmisiä, lähinnä naisia ja lapsia, esiintyi kansikuvissa kaiken aikaa.

Aikakauslehtien kansikuvat ovat olleet omana aikanaan arkisia tilaustöitä muodostaen laajan kokonaisuuden ajankuvasta, ja siksi näillä kansikuvilla on meidän aikanamme suuri kulttuurihistoriallinen arvo. Valokuvaajat kohtasivat oman aikansa kuvateknisiä haasteita ja yleisimpiä kulttuurisia sekä yhteiskunnallisia ilmiöitä, jotka kertovat meidän sukupolvemme ihmisille omaa tarinaansa valokuvia tarkastellessa. Heidän aikanaan kansikuvat olivat vain tilauskuvia, ja niin sanottuja lehden pakkauksia, kun taas meille se valottaa hyvin menneiden vuosikymmenien ajankuvaa, kun tarkastellaan kansikuvia kolmelta eri vuosikymmeneltä.

Alkuvuosien kuvamanipulaatio on selkeästi silmin havaittavissa, eikä niissä ole pyritty häivyttämään kuvankäsittelyä, vaan se sai selkeästi näkyä. Nykypäivän digitaalista kuvankäsittelyä on toisinaan hankala havaita. Tämän päivän kansikuvia katsoessa ja analysoidessa täytyisi pitää mielessä, että esimerkiksi kuvan kohteena olevien henkilöiden kasvon ryppyjä tai vartalon muhкуроita on saatettu silotella lähes poikkeuksetta. Tätä ongelmaa ei ole *Kauniin kodin* kansikuvia tarkastellessa. Vaikka kansikuvissa tilanne saattoi olla lavastettu, pystyi silti luottamaan siihen, ettei kuvien henkilöiden ulkomuotoon ole koskettu millään tavoin.

Alkujaan *Kaunis koti* -lehden kansikuvat olivat pieniä, kuva-aiheet olivat pieniä ja paperin laatu oli karkeaa. Muutos tuli pikkuhiljaa 1950-luvun puolivälin jälkeen, jolloin myös värikuvat lisääntyivät kansikuvissa. Elämäntyylin muutos on myös

nähtävissä kansikuvissa. Ensin ajat olivat kovemmat ja maaseuduilla arki täyttyi askareista vielä 1950-luvun alussa (kuva 8), kun taas jo 1960-luvulla lisääntynyt vapaa-aika ja kesämökkielämä alkoi näkyä kansikuvissa. Uusi, leppoisa elämäntyyli kuvastuu hyvin kuvassa 12. 1950-luvun puolivälin jälkeen maalauskodit vähenivät *Kauniin kodin* kansikuvissa ja tilalle tulivat kesämökkikuvat. Mökkikuvien määrä kasvoi vapaa-ajan lisääntymisen myötä kansikuvissa 1960-luvulla ja 1970-luvun alussa. *Kauniilla kodilla* oli etuoikeus seurata tätä muutosta läheltä ja niin sanotusti tuottaa ajan hermoilla olevia artikkeleita ja kuvia lukijoilleen.

*Kaunis koti* oli kansikuva- ja juttuaiheiltaan melko perinteinen ja nosti näkyvästi esiin esimerkiksi 1950-luvun muotoilun kultakauden ja suomalaisten menestyksen Milanon triennaaleissa. Triennaaleissa esiteltyjä esineitä näkyi toisinaan myös kansikuvissa (esim. kuva 4). Arjen merkityksellisyys pysyi tärkeänä *Kauniin kodin* artikkeleissa läpi ilmestymisvuosien, vaikkakin painopiste siirtyi alkuvuosien tavarapulasta tavarapaljouteen. Lehden vakaa linja säilyi lähes muuttumattomana läpi vuosikymmenten, eikä lehti ollut välttämättä ollut lopulta tarpeeksi muuntautumiskykyinen. Ei siis ole kovin ihmeellistä, että uusi, modernimpi *Avotakka* -lehti lopulta syrjäytti *Kauniin kodin*.

Yhdeksi havainnoksi nousi se, että ulkotiloissa kuvatuissa kansikuvissa yhdesäkään ei näy urbaania kaupunkimaisemaa. Syy voi olla siinä, että lehteä lukivat pääosin ylemmän keskiluokan edustajat, jotka asuivat kaupungeissa, joten he kaipasivat arjen vastapainoksi niin sanottuja maaseudun kuvia. Ainoat kaupunkiin liittyvät kansikuvat ovat niitä, joissa on esimerkiksi valokuva kaupunkiasunnon sisustuksesta<sup>345</sup>. Ulkokuvissa esiintyi useimmiten maaseudun näkymiä, vanhoja rakennuksia, kesänviettoa mökillä ja veden tai metsän äärellä ja ulkoterasseja sisustuksellisine yksityiskohtineen. Nämä kaikki esimerkit, yhtä maaseutukuvaa<sup>346</sup> lukuun ottamatta liittyvät jotenkin vapaa-ajanviettoon, tai siihen, kuinka saada arkea mukavammaksi.

*Kauniin kodin* kansikuvien on helppo tulkita olevan suunnattuja kaupunkilaisille ja varakkaille, pääosin nuorehkoille perheille, ja eritoten sisustuksesta kiinnostuneille nuorille naisille ja perheenäideille. Lehti seurasi tarkasti aikansa ilmiöitä ja sen sisältö muuttui Anna-Liisa Ahmavaaran aikana esineellisyydestä asumiseen. Sen huomasi muun muassa asuntoesittelyjen kasvaneesta määrästä. *Kauniille*

---

<sup>345</sup> Esimerkiksi kuva 1.

<sup>346</sup> Kuva 8.

*kodille* palkattiin arkkitehtejä sisustamaan esimerkkiasuntoja, toimituskunta kävi tutustumassa asuntonäyttelyihin ja kotiesittelyjä tehtiin enemmän.

### *Kaunis koti -lehden kansikuvat tutkimusaineistona*

Tutkielma toimii hyvän poikkileikkauksen siitä, millaisia *Kaunis koti* -lehden kansikuvat ovat. Kansikuvista on mahdollista saada näkökulmaa vaihtamalla tai tarkentamalla useampia tutkimuksia aikaiseksi. Tekemiäni taulukoita (liitteet 1–3) tarkastelemalla huomaa, että aihepiirejä, joita tarkastella, on kaikkiaan 13. Aihepiirejä voisi todellisuudessa olla enemmänkin, mutta taulukkoon valitsin alkuvaiheen tarkastelun perusteella 13 selkeästi esiin nousevaa kansikuva-aihetta. *Kaunis koti* -lehden kansikuvia voisi myös tarkastella syvemmin tekniikan osalta tai kansikuvien valokuvaajien osalta. Itseäni jäi kiinnostamaan esimerkiksi valokuvaajien Tuovi Nousiaisen ja Claire Ahon kuvaamien kansikuvien runsas määrä. Löytyisikö vaikkapa Tuovi Nousiaisen kuvaamista kansikuvista joitain tyypillisiä ominaisuuksia esiin, joista tunnistaa kansikuvat hänen kuvaamakseen?

Ikonologian käyttäminen aineiston analyysin pohjana auttoi luomaan kontekstin jokaisen kansikuvan ympärille. *Kaunis koti* -lehden kansikuvat osoittautuivat jossain tapauksissa melko haastaviksi tulkita. Alun perin kansikuvia oli valittu analyysiin enemmän, mutta tutkimustyön edetessä huomasin, että karsintaa oli tehtävä, muutoin analyysit jäisivät liian suppeaksi tai vaihtoehtoisesti tutkielma olisi kasvanut mittasuhteiltaan liian haastavaksi käsitellä. Analysoinnissa 14 kansikuvaa oli lukumäärältään sopiva ja koen, että kykenin paneutumaan jokaiseen riittävästi. Näkökulmia olisi voinut laajentaa tai vaihtaa, mutta koen että tämä maisterintutkielma toimii myös tällaisena. Huomasin kuitenkin, että alkuvaiheessa suunnittelun yhteydessä olisi pitänyt perehtyä syvemmin esimerkiksi eri valokuvauksen tyyppeihin ja aihepiireihin. Sitä kautta tekemiini taulukoihin olisi tullut täsmällisemmät jaottelut ja asiantuntevampi ote oikeilla termeillä.

Tutkimuksen alussa koin epävarmuutta siitä, antaisivatko kansikuvat minulle vastauksen tutkimuskysymyksiin ja osaisinko löytää niistä sen oleellisen. Mielestäni onnistuin siinä, tai ainakin koen tutkimusmatkani olleen mieluista. Uppouduin jokaiseen kansikuvaan, jotta löytäisin jokaisesta tarinan ja niiden yhteyden omaan aikaansa. Aihepiiriin uppoutuminen tuotti yhden maisterintutkielman verran tekstiä. Ahmavaaran sanoja lainatakseni, tätä tutkimusta tehdessäni olen kokenut olleeni mukana tapahtumassa. Tapahtumassa, jonka nimi oli ”Kaunis koti”.

## LÄHTEET

Ahmavaara, Anna-Liisa. 1971. *Tärkeä mutta iloinen asia – Remontti. Kaunis koti* 5/1971, 15.

Ahmavaara, Anna-Liisa. 1971. *Viimeinen numero. Kaunis koti* 7/1971, 23.

*”Arkkitehti asuu näin”* 1951. *Kaunis koti* 3/1951, 18–19.

Halme, Kyllikki. 1948. *Väriä ja satua. Kaunis koti* 1b/1948, 10–13.

*”He luovat kauniimpaa ja parempaa...”*, *Kaunis koti* 2/1950, 26–27.

I. A. 1948. *Arkiesineilläkin on arvonsa. Kaunis koti* 1a/1948, 10–11, 28.

*Kaunis koti* 1a/1948.

*Kaunis koti* 4/1949.

*Kaunis koti* 2/1950.

*Kaunis koti* 3/1951.

*Kaunis koti* 4/1952.

*Kaunis koti* 1/1953.

*Kaunis koti* 4/1953.

*Kaunis koti* 3/1954.

*Kaunis koti* 4/1954.

*Kaunis Koti* 4/1955, 16–17.

*Kaunis Koti* 5/1955, 24–25.

*Kaunis Koti* 6/1955, 38–39.

*Kaunis koti* 3/1959.

*Kaunis koti* 5/1964.

*Kaunis koti* 4/1965.

*Kaunis koti* 5/1966.

*Kaunis koti* 6/1968.

*Kaunis koti* 5/1969.

*Kaunis koti* 5/1971.

*Kaunis koti* 8/1971.

K. E-m. 1948. *Ruotsalainen koti ja sen käyttöesineet*. *Kaunis koti* 1a/1948, 26–27.

”*Kohti slummejako?*” 1953. *Kaunis koti* 3/1953, 9.

”*Kysykää me vastaamme*”. 1948. *Kaunis koti* 1b/1948, 32–33.

”*Mitä on kaunis koti*”. 1948, *Kaunis koti* 1a/1948, 3, 30.

Niilonen, Kerttu. 1948a. *Painettua kauneutta*. *Kaunis koti* 1a/1953, 14–15.

Niilonen, Kerttu. 1948b. *Talonpoikauskodin kaunistus on talonpoikaisuus*. *Kaunis koti* 1b/1948, 6–9, 34.

Niilonen, Kerttu. 1953. *Käyttöesineittemme uudet kasvot*. *Kaunis koti* 1/1953, 31–33.

Niilonen, Kerttu. 1954. *Nykyhetken taideteollisuus Triennalen kuvastimessa*. *Kaunis koti* 6/1954, 6–9.

Niilonen, Kerttu. 1966. *Mielikuvitus valloillaan*. *Kaunis koti* 5/1966, 32–39, 66.

Ottelin, Olof. 1950. *Seurusteluryhmä*. *Kaunis koti* 1/1950, 8–9.

Pajastie, Eila. 1959. *Nanny Still levitti siipensä ja lähti*. *Kaunis koti* 5/1959, 45–47.

Reijonen, Tuuli. 1948. *Ruotsalainen nuoripari sisustaa*. *Kaunis koti* 1b/1948, 21–23.

Ritvanen, Viena. 1961. *Meilläkin on historia*. *Kaunis koti* 4/1961, 16–23, 62.

Salmio-Toiviainen, Tarja. 1954. *Kotipihan kaivo*. *Kaunis koti* 1954/3, 8–10.

Sievänen, Ritva. 1968. *Sinisen oven takana*. *Kaunis koti* 6/1968, 44–48.

Sipponen, Kauko. 1954. *Kuinka kannattaa asua Arava-huoneistossa*. *Kaunis koti* 2/1954 10–11.

”*Sisustuspalvelu*”. 1971. *Kaunis koti* 5/1971, 10, 66–67, 73–74.

Tarumaa, Sirkka. 1953. *Olohuone – kodin keskus*. *Kaunis koti* 2/1953, 20–21.

Tikkanen, Birgitta. 1950. *Maalla asumisen ihanuus ja kurjuus*. *Kaunis koti* 2/1950, 7–9.

Toikka-Karvonen, Annikki. 1955. *Hyvä käyttöesine on käytännöllinen, halpa ja kaunis*. *Kaunis koti* 2/1955, 20–24, 40.

West, Werner. 1954. *Vanhojen ja uusien huonekalujen yhdistäminen*. *Kaunis koti* 4/1954, 14–17.

## TUTKIMUSKIRJALLISUUS

Aarnio, Eero. 2003. *Eero Aarnio muistelee opiskeluaikojaan*. Teoksessa: Aarnio, Eero, Kalha Harri, Kudel, Silja & Snellman, Tomi. *Oleta pyöreä tuoli: Eero Aarnion 60-luku = Assume a round chair : Eero Aarnio and the 60's*. Helsinki: Helsingin taidehalli : Taideteollinen korkeakoulu, 2003, 52–55.

Aho, Claire, Salo, Merja & Salokorpi, Sinikka. *Claire Aho: Makupaloja*. Helsinki: WSOY, 2010.

Anttila, Anu-Hanna. 2008. *Mökkeily*. Teoksessa: Häggman, Kai & Seppo Aalto. *Suomalaisen arjen historia: [4], Hyvinvoinnin Suomi*. Helsinki: Weilin + Göös, 2008, 176–183.

Bell, Philip. 2001. *Content Analysis of Visual Images*. Teoksessa: Jewitt, Carey, and Theo van Leeuwen. *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage, 2001, 10–34.

Brusila, Riitta. *Realismista fiktion: Visuaalisuus ja suomalaiset aikakauslehdet*. Tampere: Tampereen yliopisto, 1997.

Eskola, Taneli. 1999. *Otteita historiaan 1920–1970*. Teoksessa: Kukkonen, Jukka & Vuorenmaa, Tuomo-Juhani. *Valoa: Otteita suomalaisen valokuvan historiaan 1839–1999*. Helsinki: Suomen valokuvataiteen museo, 1999, 88–157.

Fiske, John. *Merkkien kieli: Johdatus viestinnän tutkimiseen*. Tampere: Vastapaino, 1992.

Hagelstam, Wenzel, Hämäläinen, Pirjo & Hagelstam, Katja. *Uusi antiikkikirja 1900–1980*. Helsinki: WSOY, 2003.



Hannikainen, M. 2008. *Lapionvarresta näyttöpäätteelle*. Teoksessa: Häggman, Kai & Aalto, Seppo. *Suomalaisen arjen historia: [4], Hyvinvoinnin Suomi*. Helsinki: Weilin + Göös, 2008, 70–87.

Heinonen, Visa & Konttinen, Hannu. *Nyt uutta Suomessa!: Suomalaisen mainonnan historia*. Helsinki: Mainostajien Liitto, 2001.

Heinonen, Visa. *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki: Kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Helsinki: Suomen historiallinen seura, 1998.

Heinonen, Visa. 2008. *Vapaa-aika, matkailu, harrastukset*. Teoksessa: Häggman, Kai & Aalto, Seppo. *Suomalaisen arjen historia: [4], Hyvinvoinnin Suomi*. Helsinki: Weilin + Göös, 2008, 111–125.

Herneoja, Aulikki. *Jälleenrakennuskauden kodin väriä: Arki ja arkkitehtuuri*. Oulu: Oulun yliopisto, 2007.

Hovi, Päivi. *Mainoskuva Suomessa: Kehitys ja vaikutteet 1890-luvulta 1930-luvun alkuun*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu, 1990.

Huokuna, Tiina. *Vallankumous kotona!: Arkielämän visuaalinen murros 1960-luvun lopussa ja 1970-luvun alussa*. Helsinki: Yliopistopaino, 2006.

Häivä, Maija. 1994. *Arkkitehtuurivalokuvauksesta – asiakuva vai kaunokuva*. Teoksessa: Nikula, Riitta & Hawkins, Hildi. *Sankaruus ja arki - Suomen 50-luvun miljöö: Heroism and the everyday - Building Finland in the 1950s*. Helsinki: Suomen rakennustaiteen museo, 1994, 195–199.

Häkkinen, Hannu. *Peilissä Pietiset*. Helsinki: Museovirasto, 2017.

Juvonen, Tuula. 2010. *Naisaktiivisuuden muuttuvat ehdot*. Teoksessa: Juvonen, Tuula, Rossi, Leena-Maija, Saresma, Tuija, Juvonen, Tuula, Eräsaari, Leena & Harjunen, Hannele. *Käsikirja sukupuoleen*. Tampere: Vastapaino, 2010, 257–273.

Kairamo, Maija. *Restaurointitappeja aikaraitteella: Puoli vuosisataa rakennussuojelua ja restaurointia Suomessa*. Espoo: Teknillinen korkeakoulu, arkkitehti-osasto, 2006.

Kalha, Harri & Tahvanainen, Harri. *Nimettömät: Kansanvalokuvauksen maaginen maailma*. Helsinki: Maahenki, 2014.

Kalha, Harri & Warius, Niclas. *Muodon vuoksi: Lasin ja keramiikan klassikoita*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2013.

Kalha, Harri. *Muotopuolen merenneidon pauloissa: Suomen taideteollisuuden kultakausi : mielikuvat, markkinointi, diskurssit*. Helsinki: Suomen historiallinen seura : Taideteollisuusmuseo, 1997.

Kalha, Harri. *Rut Bryk: Elämän taide*. Espoo: EMMA - Espoon modernin taiteen museo, 2016.

Kantola, Anu, Moring, Inka & Väliverronen, Esa. *Media-analyysi: Tekstistä tulkitaan*. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 1998.

Karlsson, Risto. *Kansikuva uusiksi: Kuusikymmentä vuotta elämää ja ihmisiä Yhtyneissä kuvalehdissä*. Helsinki: Yhtyneet kuvalehdet, 1996.

Keinänen, Timo. 1994. *Suomalainen taidelasi Milanon triennaalinäyttelyissä*. Teoksessa: Nikula, Riitta & Hawkins, Hildi. *Sankaruus ja arki - Suomen 50-luvun miljö: Heroism and the everyday - Building Finland in the 1950s*. Helsinki: Suomen rakennustaiteen museo, 1994, 162–165.

Kolbe, Laura. 1999. *Suomalainen kaupunki*. Teoksessa: Kolbe, Laura & Löytönen, Markku. *Suomi: Maa, kansa, kulttuurit*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1999, 156–170.

Kolbe, Laura. 2004. *Unelma kahdesta kodista*. Teoksessa: Saarikangas, Kirsi, Mäenpää, Pasi, Sarantola-Weiss, Minna, Julkunen, Raija, Korkiakangas, Pirjo & Lönnqvist, Bo. *Suomen kulttuurihistoria: 4, Koti, kylä, kaupunki*. Helsinki: Tammi, 2004, 62–64.

Konttinen, Riitta, Laajoki, Riitta & Turtia, Kaarina. *Taiteen sanakirja*. Helsinki: Otava, 2000.

Korhonen, Teppo. 1999. *Maaseudun elämäntavan muutos*. Teoksessa: Kolbe, Laura & Löytönen, Markku. *Suomi: Maa, kansa, kulttuurit*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1999, 136–155.

Korvenmaa, Pekka. 2003. *Näkyä vai palvella? – Muotoilusta Suomessa 1960-luvulla*. Teoksessa: Teoksessa: Aarnio, Eero, Kalha, Harri, Kudel, Silja & Snellman, Tomi. *Oleta pyöreä tuoli: Eero Aarnion 60-luku = Assume a round chair : Eero Aarnio and the 60's*. Helsinki: Helsingin taidehalli : Taideteollinen korkeakoulu, 2003, 28–50.

Korvenmaa, Pekka. *Taide & teollisuus: Johdatus suomalaisen muotoilun historiaan*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu, 2009.

Kruskopf, Erik, Ekholm, Rauno & Suortti-Vuorio, Auli. *Suomen Taideteollisuus: Suomalaisen muotoilun vaiheita*. Porvoo ; Helsinki ; Juva: WSOY, 1989.

Kunelius, Risto. *The News, Textually Speaking: Writings On News Journalism and Journalism Research*. Tampere: University of Tampere, 1996.

Kuusamo, Altti. 1992. *Esineiden järjestyksestä. Sisustuksen marginaalit 1950-luvulla*. Teoksessa: Makkonen, Anna. *Avoin ja suljettu. Kirjoituksia 1950-luvusta suomalaisessa kulttuurissa*, 1992, 163–177.

Kuusamo, Altti. *Tyylistä tapaan: Semiotikka, tyyli, ikonografia*. Helsinki: Gaudeamus, 1996.

Lahtinen, Rauno. *Turun puretut talot*. 5. p., 1. uud. p. Turku: Sannakko, 2013.

Leino, Eino, Aho, Claire, Aho, Heikki, Hökfelt, Marjut, & Adams, Elina. *Aho & Soldan: Helsinki 1950-luvun väreissä = Helsingfors i 1950-talets färger = Helsinki in 1950's colours*. Helsinki: Gummerus, 2014.

Leino-Kaukiainen, Pirkko. 1992. *Aikakauslehdistön itsenäistymisvuodet 1918-1955*. Teoksessa: Tommila, Päiviö. *Suomen lehdistön historia: 10, Aikakauslehdistön historia : Aikakauslehdistön kehityslinjat*. Kuopio: Kustannuskiila, 1992, 179–287.

Lempiäinen, Pentti. *Kuvien kieli: Vertauskuvat uskossa ja elämässä*. Helsinki: WSOY, 2002.

Löytönen, Markku. 1999. *Ihmiset maisemassa*. Teoksessa: Kolbe, Laura & Löytönen, Markku. *Suomi: Maa, kansa, kulttuurit*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1999, 55–69.

Malmberg, Ritva. 1991a. *Yleislehtien kuohuvat vuodet 1934–1989*. Teoksessa: Tommila, Päiviö & Uino, Ari. *Suomen lehdistön historia: 8, Aikakauslehdistön historia : Yleisaikakauslehdet*. Kuopio: Kustannuskiila, 1991, 107–188.

Malmberg, Ritva. 1991b. *Naisten ja kotien lehdet aikansa kuvastimina*. Teoksessa: Tommila, Päiviö & Uino, Ari. *Suomen lehdistön historia: 8, Aikakauslehdistön historia : Yleisaikakauslehdet*. Kuopio: Kustannuskiila, 1991, 191–290.

Mauranen, Tapani. 2008. *Autolla arkeen*. Teoksessa: Häggman, Kai & Aalto, Seppo. *Suomalaisen arjen historia: [4], Hyvinvoinnin Suomi*. Helsinki: Weilin + Göös, 2008, 185–197.

Messarís, Paul. *Visual persuasion: The role of images in advertising*. Thousand Oaks (Calif.): SAGE, 1997.

Miettinen, Jorma. *Sanomalehtien lukeminen: Maakuntien ykköslehtien lukijoiden kiinnostus sekä väline- ja sisältökäyttö*. Espoo: Weilin + Göös, 1980.

Mäkelä, Asko. *Mainosvalokuva 1920–2000*. Helsinki: Suomen valokuvataiteen museon säätiö, 2002.

Nikula, Riitta. 1994. *Asuntopolitiikka ja kaupunki – ohjelma ja todellisuus*. Teoksessa: Nikula, Riitta & Hawkins, Hildi. *Sankaruus ja arki - Suomen 50-luvun miljö: Heroism and the everyday - Building Finland in the 1950s*. Helsinki: Suomen rakennustaiteen museo, 1994, 77–98.

Ockenström, Lauri & Fält, Katja. 2012. *Ikonografia*. Teoksessa: Waenerberg, Annika, ym. *Taidetta tutkimaan: Menetelmiä ja näkökulmia*. Jyväskylä: Kampus Kustannus, 2012, 189–208.

Ockenström, Lauri. 2012. *Erwin Panofskyn ikonologia ja sen perintö*. Teoksessa: Waenerberg, Annika, et al. *Taidetta tutkimaan: Menetelmiä ja näkökulmia*. Jyväskylä: Kampus Kustannus, 2012, 211–230.

Paasonen, Susanna. 2010. *Sukupuoli ja representaatio*. Teoksessa: Juvonen, Tuula, Rossi, Leena-Maija, Saresma, Tuija, Eräsaari, Leena & Hannele Harjunen. *Käsikirja sukupuoleen*. Tampere: Vastapaino, 2010, 39–48.

Paatero, Kristiina. 1994. *Kaunis koti*. Teoksessa: Nikula, Riitta & Hawkins, Hildi. *Sankaruus ja arki - Suomen 50-luvun miljö: Heroism and the everyday - Building Finland in the 1950s*. Helsinki: Suomen rakennustaiteen museo, 1994, 167–173.

Palin, Tutta. 1998. *Merkistä mieleen*. Teoksessa: Elovirta, Arja & Lukkarinen, Ville. *Katseen rajat: Taidehistorian metodologiaa*. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 1998.

Panofsky, Erwin. 1971. *Ikonografisesta tutkimuksesta*. Teoksessa: Rantavaara, Irma. *Nykyestetiikan ongelmia: Antologia*. Helsinki, 1971, 27–38.

Pantzar, Mika. *Tulevaisuuden koti: Arjen tarpeita keksimässä*. Helsinki: Otava, 2000.

Rannikko, Pertti 1999. *Savottojen ja väestökadon Suomi*. Teoksessa Kolbe, Laura & Löytönen, Markku. *Suomi: Maa, kansa, kulttuurit*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1999, 211–221.

Rantanen, Lasse. *Mistä on hyvät lehdet tehty?: Visuaalisen journalismin keittokirja*. Helsinki: Hill and Knowlton Finland, 2007.

Rossi, Leena-Maija. *Kuvista toisin sanoin: Feministikatsojan näkökulmia*. Helsinki: Omakirja, 2001.

Saarikangas, Kirsi. 1994. ”Arkipäivän arvokkuus” – 1950-luvun asuntoarkkitehtuurista. Teoksessa: Nikula, Riitta & Hawkins, Hildi. *Sankaruus ja arki - Suomen 50-luvun miljö: Heroism and the everyday - Building Finland in the 1950s*. Helsinki: Suomen rakennustaiteen museo, 1994, 133–151.

Saarikangas, Kirsi. *Kuvasta tilaan: Taidehistoria tänään*. Tampere: Vastapaino, 1998.

Saarikangas, Kirsi. 2004. *Metsän reunalla: Suomen rakentaminen 1900-luvulla*. Teoksessa: Saarikangas, Kirsi, Mäenpää, Pasi, Sarantola-Weiss, Minna, Julkunen, Raija, Korhokangas, Pirjo & Lönnqvist, Bo. *Suomen kulttuurihistoria: 4, Koti, kylä, kaupunki*. Helsinki: Tammi, 2004, 22–61.

Saarikangas, Kirsi. 2008. *Rakennetun ympäristön muutos ja asumisen mullistus*. Teoksessa: Häggman, Kai & Aalto, Seppo. *Suomalaisen arjen historia: [4], Hyvinvoinnin Suomi*. Helsinki: Weilin + Göös, 2008, 142–163.

Salo, Merja. 1999. *Valokuva tavaran lumoissa*. Teoksessa: Kukkonen, Jukka & Vuorenmaa, Tuomo-Juhani. *Varjosta : tutkielmia suomalaisen valokuvan historiasta*. Helsinki: Suomen valokuvataiteen museo, 1999, 148–177.

Sarantola-Weiss, Minna. *Sohvaryhmän läpimurto: Kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 2003a.

Sarantola-Weiss, Minna. 2003b. *Pallotuolin Suomi*. Teoksessa: Aarnio, Eero, Harri Kalha, Kudel, Silja & Snellman, Tomi. *Oleta pyöreä tuoli: Eero Aarnion 60-luku = Assume a round chair : Eero Aarnio and the 60's*. Helsinki: Helsingin taidesali : Taideteollinen korkeakoulu, 2003, 10–23.

Seppä, Anita. *Kuvien tulkinta: Menetelmäopas kuvataiteen ja visuaalisen kulttuurin tulkitsijalle*. Helsinki: Gaudeamus, 2012.

Seppälä-Kavén, Ulla. *Sisustuksen ajat: Katsaus suomalaiseen sisustamiseen ja asumiseen 1800-luvun lopulta nykypäivään*. Turku: Turun ammattikorkeakoulu, 2014.

Seppänen, Janne. *Valokuvaa ei ole*. Helsinki: Musta taide : Suomen valokuvataiteen museo, 2001.

Seppänen, Janne. *Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Tampere: Vastapaino, 2005.

Still, Nanny, Kasvio, Liisa, Saanila, Marianne & Kokkonen, Jüri. *Nanny Still*. Helsinki: Amos Andersonin taidemuseo, 2001.

Svenskberg, Aila. *Eero Aarnio: Värin ja ilon muotoilija*. Helsinki: WSOY, 2016.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 5. uud. p. Helsinki: Tammi, 2009.

Tuomisto, Anja & Uusikylä, Heli. *Kuva, teksti ja kulttuurinen näkeminen*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1995.

Uino, Ari. 1991a. *Autonomian ajan kuvalehdistö*. Teoksessa: Tommila, Päiviö & Uino, Ari. *Suomen lehdistön historia: 8, Aikakauslehdistön historia : Yleisaikakauslehdet*. Kuopio: Kustannuskiila, 1991, 11–78.

Uino, Ari. 1991b. *Kuvalehdistä yleisaikakauslehdiksi 1918–1934*. Teoksessa: Tommila, Päiviö & Uino, Ari. *Suomen lehdistön historia: 8, Aikakauslehdistön historia : Yleisaikakauslehdet*. Kuopio: Kustannuskiila, 1991, 79–106.

Valtion asuntorahasto. *Aravaa kautta aikojen*. Helsinki: Valtion asuntorahasto, 1999.

Väisänen, Liisa & Peretto, Marco. *Mitä symbolit kertovat: Taidetta pintaa syvemältä*. Helsinki: Kirjapaja, 2015.

Väkevä, Seppo. 2003. *Taideteollisuus, käsityö ja muotoilu*. Teoksessa: Molarius, Päivi. *Suomen taide ja kulttuuri*. Helsinki ; Lahti: Helsingin yliopisto, Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 1993.

Ylikarjula, Simo. *Värillä on väliä: Värien symboliikkaa ja merkityksiä*. Vantaa: Katiharos, 2014.

## SÄHKÖISET LÄHTEET

Bruundesign.com, 2017. *Erik Bruun 90*. Saatavilla: <https://bruundesign.com/fi/erik-bruun/> [Viitattu 4.1.2017].

Bukowskis.com. *Rut Bryk, keramiikkaveistos*. Saatavilla: <https://www.bukowskis.com/fi/auctions/F172/150-rut-bryk-keramiikkaveistos> [Viitattu 7.11.2017].

Designindex.it. *Blow – Zanotta*. Saatavilla: <http://www.designindex.it/index/design/blow-zanotta.html#0> [Viitattu 2.1.2018].

Designlasi.com, 2015. *Still Nanny, Neptuna*. Saatavilla: <http://www.designlasi.com/en/content/neptuna-still-nanny> [Viitattu 12.10.2017].

ESS.fi, Etelä-Suomen Sanomat. *Kariniemi*. 9.2.2012. Saatavilla: <http://www.ess.fi/teemat/koti/2012/02/09/kariniemi> [Viitattu 1.12.2017].

Houni, Pirjo. 2017. *Henkilöt – Graafikko Erik Bruun, 91: ”Eläkkeelle jääminen ei kuulu suunnitelmiini”*. Saatavilla: <https://www.eeva.fi/jutut/henkilot/graafikko-erik-bruun-91-elakkeelle-jaaminen-kuulu-suunnitelmiini> [Viitattu 4.1.2017].

HS.fi, Helsingin Sanomat. *Muistot, Claire Aho*, 1.12.2015. Saatavilla: <https://www.hs.fi/muistot/art-2000002869907.html> [Viitattu 7.11.2017].

HS.fi, Helsingin Sanomat. *Muistot, Olavi Lieto*. 29.3.2005. Saatavilla: <https://www.hs.fi/muistot/art-2000002625182.html> [Viitattu 8.12.2017].

Ivanov, Gunnela. *Vackrare vardagsvara - design för alla? : Gregor Paulsson och Svenska slöjdföreningen 1915–1925*. Umeå universitet, Umeå, 2004. Saatavilla:

<http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:142915/FULLTEXT01.pdf> [Viitattu 24.1.2018].

Kähkönen, Satu. *Ornamentti, Koristeellisuus Ja Yksinkertaisuus 1800–1900-lukujen Arkkitehtuuri- Ja Taideteollisuuskeskustelussa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2011. Saatavilla: <https://jyu.finna.fi/Record/jykdok.1815504> [Viitattu 24.1.2018].

Pantzar, Mika & Visa Heinonen. 2014. ”Hyvä käyttöesine on käytännöllinen, halpa ja kaunis” – Maaseudun ja kaupungin välinen jännite *Kaunis Koti* -lehden kodinsisustusvisioissa 1950-luvun puolivälissä. Tahiti 03/2014. Saatavilla: <http://tahiti.fi/03-2014/tieteelliset-artikkelit/%E2%80%9Dhyva-kayttoesine-on-kaytannollinen-halpa-ja-kaunis%E2%80%9D-%E2%80%93maaseudun-ja-kaupungin-valinen-jannite-kaunis-koti-lehden-kodinsisustusvisioissa-1950-luvun-puolivalissa/> [Viitattu 11.1.2018].

Riikonen, Jorma & e-Oppi Oy. *eYmpäristööppi luokille 1–4 – Vipu*. Saatavilla: <https://peda.net/oppimateriaalit/e-oppi/n%C3%A4ytekirjat/alakoulu/ops-2004/el1/fyke/vki2/yll/oosl/mok/vevoyvsvnkhkvtva> [Viitattu 11.1.2018].

*Sarpaneva design – Finlandia*, 2017. Saatavissa: <https://sarpanevedesign.com/stories/finlandia/> [Viitattu 28.9.2017].

Suomen valokuvataiteen museo. *Heikki Aho*. Saatavilla: <http://kukakuvasi.valokuvataiteenmuseo.fi/#valokuvaaja/2555> [Viitattu 6.11.2017].

Suortti-Vuorio, Auli. *Design Forum Finland. Milanon Triennaalit*. Saatavilla: <http://www.designforum.fi/assets/files/PDF/Milanon%20Triennaalit.pdf> [Viitattu 28.11.2017].

Välkevirta, Leila. 1990. *Valokuvaaja Tuovi Nousiainen Aikakauslehtikuvauksen pioneeri*. Helsingin sanomat 7.1.1990. Saatavilla: <https://www.hs.fi/ihmiset/art-2000002952588.html> [Viitattu 1.11.2017].



## KUVALUETTELO

Kaikki kuvat ovat Ella Järvisen ottamia (2017). Kuvien laatu vaihtelee, sillä osa lehdistä on nidotussa muodossa.

Kuva 1. Sisustuskuva, *Kaunis koti* 3/1951.

Kuva 2. Sisustuksen yksityiskohta, *Kaunis koti* 5/1966.

Kuva 3. Designtuote, *Kaunis koti* 5/1964.

Kuva 4. Käyttöastia, *Kaunis koti* 1/1953.

Kuva 5. Ahdas kaupunkiasunto, *Kaunis koti* 2/1954.

Kuva 6. Väljä asuminen, *Kaunis koti* 6/1968.

Kuva 7. Rut Brykin *Madonna*, *Kaunis koti* 4/1953.

Kuva 8. Arkielämä maaseudulla, *Kaunis koti* 2/1950.

Kuva 9. Maaseudulta kaupunkiin, *Kaunis koti* 4/1954.

Kuva 10. Maalaisromanttisuuden kaipuu, *Kaunis koti* 4/1961.

Kuva 11. Nainen ja lapsi remonttipuuhiissa, *Kaunis koti* 5/1971.

Kuva 12. Nainen lepäilee Blow -nojatuolissa järven selällä, *Kaunis koti* 5/1969.

Kuva 13. Ensimmäinen lehti, *Kaunis koti* 1a/1948.

Kuva 14. Viimeinen lehti, *Kaunis koti* 8/1971.

LIITE 1 Taulukko kansikuvien kuva-aiheista.

Kansikuvien kuva-aiheet

	Ihmiset <sup>1</sup>	Sisustus- kuva	Sisustuksen yksityiskohta	Asetelmat <sup>2</sup>	Kukka- asetelma/ kasvialue	Käyttö- astiat/ -esineet	Koriste, design, taidelasit <sup>3</sup>	Tekstiilit	Vanha esine	Uskon- nollinen	Kuva- kollaasi	Yksittäinen huonekalu	Ulkoarkki- tehtuuri
1948	1	2	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-
1949	-	2	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-
1950	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
1951	-	1	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-
1952	3	1	1	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-
1953	1	-	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-
1954	4	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-
1955	-	-	1	-	1	1	2	-	1	-	-	-	-
1956	-	1	1	-	-	1	1	1	-	1	-	-	-
1957	2	1	1	-	-	1	1	1	-	-	-	2	-
1958	2	-	2	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-
1959	1	-	2	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-
1960	1	2	1	-	1	-	-	1	1	-	-	-	-
1961	2	-	1	-	-	-	1	3	-	1	-	-	1
1962	-	1	-	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-
1963	-	-	1	1	2	-	2	-	1	-	-	-	-
1964	1 <sup>4</sup>	-	-	-	-	-	3	1	1	-	-	-	-
1965	-	2	2	4	-	-	-	-	1	-	-	-	-
1966	-	-	1	2	2	-	1	1	-	-	-	-	-
1967	2	1	1	1	1	-	1	2	-	-	2	1	1
1968	1 <sup>5</sup>	2	-	1	1	-	1	1	-	-	1	-	1
1969	2	1	2	-	-	-	-	3	-	-	-	1	-
1970	2	1	2	2	1	-	-	-	1	-	-	1	-
1971	3	1	3	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-
<b>YHT</b>	<b>29</b>	<b>22</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>4</b>

1948–1953 lehtiä ilmestyi 4kpl vuodessa, 1954–1964 6kpl vuodessa ja 1965–1971 8kpl vuodessa.

<sup>1</sup> Joista naisia 13, lapsia 13, naisia ja lapsia 2 ja perhettä 1.

<sup>2</sup> Joista kattauksia 4.

<sup>3</sup> Joista koruja 1.

<sup>4</sup> Vuoden 1/1964 on lisäksi "Tekstiilit" -sarakkeen alla.

<sup>5</sup> Vuosien 2/1950 ja 6/1968 kansikuva on jaoteltu myös "Ulkoarkkitehtuuri" -sarakkeen alle.

LIITE 2 Taulukko kansikuvien tekniikasta.

Kansikuvien tekniikka

	MV-kuva	Värikuva	Väritetty/osiittain väritetty	Graafinen/maalaattu	Ulkokuva	Sisäkuva	Studiokuva	Sisällystietoja kannessa
1948	4	-	-	-	-	3	1	4
1949	4	-	-	-	-	2	2	4
1950	4	-	-	-	1	2	1	4
1951	4	-	-	-	1	2	1	4
1952	4	-	-	-	1	2	1	4
1953	2	1	1	-	1	-	3	2
1954	2	-	2	2	-	1	2	-
1955	3	1	1	1	-	-	4	-
1956	1	3	1	1	-	1	3	-
1957	2	3	1	-	-	3	3	-
1958	-	6	-	-	1	2	3	-
1959	-	6	-	1	-	3	3	-
1960	-	6	-	-	-	4	2	-
1961	-	6	-	-	1	1	4	-
1962	-	6	-	-	-	1	5	-
1963	-	6	-	-	1	-	5	-
1964	-	6	-	-	-	1	5	-
1965	-	8	-	-	-	2	6	-
1966	-	8	-	-	-	3	5	4
1967	-	8	-	-	2	2	4	4
1968 <sup>1</sup>	-	7	-	1	1	2	4	3
1969	-	6	-	1	2	3	1	3
1970	-	8	-	-	2	3	3	4
1971	-	8	-	-	1	4	3	2
<b>YHT:</b>	<b>30</b>	<b>103</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>47</b>	<b>74</b>	<b>42</b>

4 krt / V

6 krt / V

8 krt / V

Vuodesta 1952 eteenpäin kansikuvien valokuvat suurenevät, sitä ennen ne ovat usein olleet n. 1/3 kannen koosta ja niiden tausta on ollut useimmiten yksivärinen, jossa on ollut jonkinlainista kuviota.

1953 vuoden 4. lehti oli ensimmäinen, jossa värivalokuva.

<sup>1</sup> 2/1968 kansikuva on luokiteltu sekä sisä-, että studiokuvan alle.

LIITE 3 Taulukko kansikuvien valokuvaajista.

	Tuovi Noussi aininen	H. Havas	Aame Pietti- nenOy	(Claire) Aho& Soldan	Guni Gnup- fer	Martti Ouna- mo	(A.) Fet- hulla	Maija Isola	Inge Espen- Hansen	Jussi Pohja- kallio	Martta Vuore- lainen	Juhani Haus- man	J. Blom- qvist	P.-O. We- lin	Lavi- nia	Eero Aar- nio	A. Tas- kinen	Mika Gnup- fer	Li Eng- lund	M. Julk- nen	M. Hämä- läinen	M. Saa- nio	J. Le- vanto	Y	X	
1948	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	4	
1949	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	4	
1950	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	4	
1951	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	
1952	3	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	
1953	-	-	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	
1954	-	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	1	
1955	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	
1956	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3	
1957	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	5	
1958	1	-	-	1	1	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	
1959	-	-	-	1	-	2	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1	
1960	2	-	-	-	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	
1961	3	-	-	-	-	2	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	
1962	4	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	
1963	3	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-	
1964	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	
1965	1	-	-	5	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-	
1966	-	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	4	-	
1967	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	6	-	
1968	2	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	3	1	
1969	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	3	1	-	-	1	1	
1970	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	4	-	
1971	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	3	
YHT:	30	1	11	22	1	9	1	1	1	5	1	1	8	1	1	4	2	1	1	4	1	1	1	7	65	31

<sup>1</sup> Y, ei ole suoraan osoitettavissa, että kansikuvan aihe liittyyisi lehden sisältöön.

<sup>2</sup> X, eli kuvaaja/kannen tekijää ei ole suoraan mainittu lehden kannessa tai sisällyssä.