

# Arjen esineestä muotoilun klassikoksi

Käyttöhuonekalun ja designklassikon piirteitä Ilmari Tapiovaaran  
Mademoiselle-nojatuolissa

Niina Kovanen

Taidehistorian kandidaatintutkielma

Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos

Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta

Jyväskylän yliopisto

Kevät 2017

# Sisällys

1 Johdanto .....	2
2 Arjen konteksti .....	4
2.1 Suomalaisen muotoilun kultakausi.....	4
2.2 Arjen muotoilija Ilmari Tapiovaara .....	6
2.3 Asumisen ideologia.....	9
3 Designklassikon konteksti .....	11
3.1 Designklassikon määrittelyä .....	11
3.2 Klassikoiden uustuotanto ja Tapiovaaran nykyinen suunnittelijastatus .....	13
3.3 Muotoilun estetiikka.....	14
4 Tapaus Mademoiselle .....	17
4.1 Mademoiselle arjen käyttöesineenä .....	18
4.2 Mademoiselle designklassikkona .....	23
4.3 Klassikkoaseman muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä.....	28
4.3.1 Kotimaisuus arvona ja kansainvälinen tunnettuus.....	28
4.3.2 Nostalgian kaipuu ja uustuotannon luoma asema .....	30
4.3.3 Ajattomuuden ja arvostuksen merkitys.....	32
4.4 Funktionaalisuuden ja esteettisyyden yhteisvaikutus.....	33
5 Päätäntö .....	36
Lähteet.....	38

# 1 Johdanto

*”Tuoli ei ole vain istuin – se on avain koko sisustuskokonaisuuteen.”<sup>1</sup>*

Huonekaluilla ja sisustuksella on välittävä sekä kokoava rooli muotoilun alalla. Tilan ja huonekalujen kokonaissuunnittelu antaa usein kontekstin kodin tekstiileille ja muille esineille. Samaan aikaan huonekaluilla on kuitenkin myös itsenäinen luonne yhdistävänä tekijänä suhteessa muihin esineisiin, irrallaan taideteollisuuden niihin liittämistä merkityksistä. Sisustus on arkkitehtuurin suoranainen ja täydentävä jatke, jonka keskeisin huonekalu on tuoli, koska se noudattaa käytettävyyden, teollisen valmistuksen, materiaalien ja kustannuksien vaatimuksia. Edellä mainitut käytännön näkökohdat ovat olemassa huolimatta huonekalun saamista muista merkityksistä.<sup>2</sup>

Kandidaatintutkielmani tavoitteena on tutkia suomalaisen muotoiluesineen muodostumisprosessia arjen käyttöesineestä *designklassikoksi*<sup>3</sup>. Lähestyn aihetta taideteollisuuden näkökulmasta ja ajallisesti tutkimukseni sijoittuu *suomalaisen muotoilun kultakaudesta*<sup>4</sup> nykypäivään. Olen rajannut tutkimukseni käsittämään huonekalumuotoilua, koska huonekalut, erityisesti tuolit, määrittävät selkeästi funktioltaan käyttöesineiksi.

Tarkastelen aihetta tapaustutkimuksen kautta valitsemalla tutkimuskohteeksi Ilmari Tapiovaaran *Mademoiselle-tuolin*<sup>5</sup> ja erittelemällä syitä, joiden kautta se on ilmestymisensä jälkeen muodostunut käyttöesineestä designklassikoksi. Vaikka lähtökohtaisesti designklassikko on myös käyttöesine, kaikki käyttöesineet eivät kuitenkaan saa designklassikon statusta. Tutkimuksessani pyrin selvittämään, miten Tapiovaaran *Mademoiselle*stä on muodostunut huonekalumuotoilun klassikko. Tutkin huonekalua kahdesta näkökulmasta: millaiseen käyttötarkoitukseen huonekalu on alun perin suunniteltu ja millaisia merkityksiä se on saanut nykypäivän kontekstissa.

Käytän tutkimuskirjallisuutena ja lähdeaineistona pääasiassa suomalaisen taideteollisuuteen liittyvää kirjallisuutta ja aiempaa tutkimusta, joiden pohjalta pyrin tulkintojen ja vertailun kautta luomaan käsityksen tutkimusaiheesta. Tämän lisäksi haen tulkinnoilleni pohjaa

---

<sup>1</sup> Sitaatti Ilmari Tapiovaaralta, esim. Korvenmaa 2014b, 13.

<sup>2</sup> Korvenmaa 2010, 39.

<sup>3</sup> Muotoilualan tuote, joka on saavuttanut klassikkoaseman.

<sup>4</sup> Suomalaisen muotoilun kultakauden katsotaan ajoittuvan 1950- ja 1960-luvuille, esim. Kruskopf 1998, 351.

<sup>5</sup> Ilmari Tapiovaaran vuonna 1956 suunnittelema huonekalu. Korvenmaa 1997, 99.

*asumisen ideologian*<sup>6</sup> sekä *muotoilun estetiikan*<sup>7</sup> käsitteistä. Hyödynnän tutkimukseni aineistoina myös aikakausjulkaisuja *Kaunis Koti* ja *Avotakka* -lehtien representaatioiden osalta, joiden kautta tarkastelen median luomaa kuvaa ja sen vaikutusta Mademoisellen asemaan. Näiden lisäksi tutkin arkistomateriaalia Lahden museon hallinnoiman Huonekalutehdas Askon arkiston sekä Designmuseon arkiston Ilmari Tapiovaaraan ja hänen tuotantoonsa liittyvien aineistojen osalta. Aineistoa lähestyn lähiluvun kautta, jonka avulla pyrin muodostamaan tulkintoja hyödyntämällä hermeneuttisen analyysin lähtökohtia. Uskon näiden avulla parhaiten löytäväni merkityksiä myös tekstisisällöistä, jotka eivät suoranaisesti koske klassikkoaseman muodostumista. Koska kyseessä on laadullinen hermeneuttinen tutkimus, joka perustuu tulkintoihin, haluan tässä yhteydessä korostaa tulkintojeni subjektiivisuutta.

Tutkimuksen tavoitteena on lisätä tietoa designklassikon muodostumiseen liittyen, erityisesti Mademoiselle-huonekalun osalta. Muotoilun kohdalla klassikkoasemaan vaikuttaa *esteettisyyden* lisäksi vahvasti myös esineen *funktionaalisuus*, eli se, kuinka hyvin tuote soveltuu käyttöesineeksi. Tutkimuksen merkitys näkyy myös huonekalumuotoilun kohdalla laajemmin, sen tuloksia voidaan soveltaa muihin huonekaluihin ja tämän perusteella arvioida klassikkopiirteiden ilmenemisen kautta mahdollisia tulevia klassikoita. Samoja perusteita hyödyntämällä voidaan myös tutkia klassikon muodostumista päinvastaisesta näkökulmasta, miksi tietty huonekalu ei, ominaisuuksistaan huolimatta, saavuta klassikkoasemaa.

Tutkin aihetta omista intresseistä lähtöisin. Olen kiinnostunut erityisesti suomalaisesta muotoilusta sekä lähtökohdista, joiden vuoksi Suomeen on syntynyt merkittävä ja kansainvälisestikin tunnettu designteollisuus.<sup>8</sup> Taideteollisessa muotoilussa kiehtoo eniten tutkimani aiheen syvempi merkitys. Se, miten käytäntö, arki ja käsityö yhdistettyinä taiteeseen muodostavat mielenkiintoisen kombinaation: taideteoksen ja käyttöesineen yhdistelmän.

Tutkielman luvussa 2 tarkastelen ensin suomalaisen huonekalumuotoilun menneisyyttä ja taustoitan tältä osin tutkielmalle keskeisiä ajankohtaan, muotoilijaan ja asumiseen liittyviä seikkoja. Tämän jälkeen luvussa 3 tarkastelen aihealuetta nykykontekstin näkökulmista. Lopuksi luvun 4 varsinaisessa analyysiosuudessa yhdistän nämä kaksi kontekstia vertailemalla niiden antamia merkityksiä valitsemalleni huonekalulle. Näiden merkityksien kautta pyrin muodostamaan käsityksen, kuinka klassikkoasema muodostuu kyseisen huonekalun kohdalla.

---

<sup>6</sup> Asumisen ideologiaan sisällytän tässä yhteydessä ruotsalaisen *folkhem* (kansankoti) -käsitteen sekä *vackrare vardagsvara* (kaunis arkitavara) -käsitteen, jotka avaavat tarkemmin luvussa 2.3.

<sup>7</sup> Naukkarinen 2009, 51.

<sup>8</sup> Korvenmaa 1999, 52.

## 2 Arjen konteksti

*”Tuolin tulisi ennen kaikkea olla hyvä istuin. Sen on oltava apulainen, joka suorittaa mahdollisimman paljon palveluksia, mahdollisimman nöyrästi.”<sup>9</sup>*

Ilmari Tapiovaaran mukaan tuolin ensisijainen ominaisuus on sen funktionaalisuus: kuinka hyvin se palvelee käyttötarkoitustaan istuimena. Tässä luvussa esitellään tutkimuskohteeksi valitun huonekalun historiallinen konteksti aikakauden, suunnittelijan sekä aikakauden asumiseen liittyvien ilmiöiden osalta. Näiden seikkojen kautta pyritään perustelemaan huonekalun alkuperäistä asemaa nimenomaan arjen ja ennen kaikkea funktionaalisuuden näkökulmasta.

### 2.1 Suomalaisen muotoilun kultakausi

Suomalaisen muotoilun kultakauden katsotaan ajoittuvan sotien jälkeiseen aikaan, erityisesti 1950–1960-luvuille. Ajanjakso ei kuitenkaan ole syntynyt itsestään, vaan siihen on osaltaan vaikuttanut koko taideteollisuuden rakentamisen aikakausi.

Varsinaisesti suomalaisen taideteollisuuden rakentaminen on saanut alkunsa sotien jälkeen 1940-luvulla ja sillä on ollut keskeinen asema Suomen jälleenrakentamisessa. Sotia seurannut pula-aika ja aineelliset rajoitukset haastoivat taitelijoiden kekseliäisyyden pyrkiä luomaan tarkoituksenmukaisella suunnittelulla ylellistä kauneutta arkeen.<sup>10</sup> Niukkuudesta huolimatta sotia seuranneet pulavuodet ja jälleenrakennusaika yllättäen merkitsivät useille taideteollisuusaloille menestystä.<sup>11</sup> Sotien jälkeinen pula-aika taittui lopulta 1952, jolloin sotakorvaukset Neuvostoliitolle kuitattiin maksetuiksi.<sup>12</sup>

Sotien jälkeisessä muotoilussa esiintyi kaksi vastakohtaista kilpailevaa linjaa koko taideteollisuuden kultakaudeksi nimetyn ajan läpi. Toinen linjoista tukeutui romantiikkaan ja sen koristeellisuus syntyi sodan jälkeisten niukkojen vuosien vastareaktiona. Toinen taas oli huomattavasti askeettisempi pohjautuen muotojen yksinkertaisuuteen ja käytännöllisyyteen. Tämä linja näkyi erityisesti huonekaluteollisuudessa, jossa kotimaisia puulaatuja hyödynnettiin funktisvaikutteisessa huonekaluissa.<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> Sitaatti Ilmari Tapiovaara, Heiskanen/Yle Elävä arkisto: 2006, 00:49–01:15.

<sup>10</sup> Maunula 1990, 149.

<sup>11</sup> Korvenmaa 2009, 147.

<sup>12</sup> Korvenmaa 2009, 169.

<sup>13</sup> Kruskopf 1998, 351.

Sotia seuranneina vuosikymmeninä 1950-luvun alkupuolelta lähtien Suomen taideteollisuuden kenttä muuttui olennaisesti monipuolisemmaksi kehittyen niin määrällisesti kuin laadullisesti. Muutokset olivat nähtävissä kulutuksessa, teollisuuden teknologisessa kehityksessä sekä ammattikentässä. Onnistunut modernismin läpivienti teki Suomesta myös kansainvälisesti merkittävän taideteollisuusmaan ja tämä kansainvälinen menestys jatkui aina vuoden 1951 Milanon IX Triennaalista seuraavan vuosikymmenen lopulle. Näkyvyys näyttelyissä ja mediassa kiihdyttivät kansainvälisen kysynnän lisäksi kysyntää myös kotimaan markkinoilla.<sup>14</sup>

Samoihin aikoihin suomalainen yhteiskunta alkoi muuttua kohti modernia kulutusyhteiskuntaa. Yhteiskunnallisina ilmiöinä modernisoituminen ja rakennemuutos aiheuttivat teollistumista, kaupungistumista, työnjaon muuttumista sekä kulutuksen roolin kasvua. Tästä muutoksesta johtuen kuluttajien ostovoima vahvistui ja kulutustavaramarkkinat syrjäyttivät sotien jälkeisen säännöstelyjärjestelmän. Muotoilutuotteiden kysyntä lisääntyi erityisesti kotimaisten arkipäivän käyttötavaroiden kohdalla ja mainonnasta tuli entistä tärkeämpi menekin edistäjä. Kauniin arkiympäristön, yksilöllisyyden ja viihtyvyyden tavoittelu korostui kuluttajien keskuudessa lisääntyvän vapaa-ajan myötä ja moni johtavista muotoilijoista alkoi suhtautua kunnianhimoisesti myös arkitavaran muotoiluun ja arjen estetiikkaan, vaikka arjen näkökulmia harvoin huomioitiin taideteollisuusalan edustusnäyttelyissä. Rakennemuutoksen etenemisen, elintason paranemisen ja kotia kohtaan lisääntyneen kiinnostuksen myötä myös aikaisemmin ylellisyystavaroina pidetyt muotoilutuotteet, kuten teollisesti tuotetut huonekalut, alkoivat arkipäiväistyä kulutustavaroiksi.<sup>15</sup>

Sodan jälkeisellä muotoilun nousulla on pohja sotia edeltävässä taidekoulutuksessa. 1930-luvun alussa suomalainen taideteollisuus oli jo suhteellisen vakaassa asemassa, ammattia arvostettiin ja tästä johtuen työtehtäviä oli runsaasti tarjolla.<sup>16</sup> Sotien jälkeisellä kultakauden ajalla taideteollinen koulutus lisääntyi ja alkoi lähentyä tuotantoelämää muun muassa työharjoitteluiden ja teknologisen kehityksen huomioimisen osalta. Tämän lisäksi kansainväliset vaikutteet alkoivat näkyä myös muotoilijoiden koulutuksessa esimerkiksi sarjatuotannon kehittämisen osalta. Koulutuksen lisääntymisen ja eri taideteollisuusalojen yhdistysten perustamisen myötä ammattimaistuminen sekä ammatillinen eriytyminen kehittyivät. Tästä kehityksestä huolimatta taideteollisuuden toimijoiden määrän ollessa

---

<sup>14</sup> Korvenmaa 2009, 170; 175–176.

<sup>15</sup> Heinonen 2011, 151; 153–154; 159.

<sup>16</sup> Kruskopf 1998, 351.

suhteessa pieni verrattuna muihin ammattikuntiin, moni muotoilija toimi usealla taideteollisella ja jopa koulutuksestaan poikkeavalla alalla.<sup>17</sup>

## 2.2 Arjen muotoilija Ilmari Tapiovaara<sup>18</sup>

Suomalaisen muotoilun yksi keskeisimpiin lukeutuva muotoilija on Ilmari Tapiovaara (1914–1999)<sup>19</sup>, jota on luonnehdittu omana aikanaan erityisesti arjen suunnittelijaksi. Nykypäivänä Ilmari Tapiovaara ja hänen suunnittelemansa huonekalut kuitenkin tunnetaan kenties paremmin designklassikoina kuin arkisuuden edustajina, mutta alun perin Tapiovaaran suunnitteluperiaatteet nojasivat vahvaan funktionaalisuuden ulottuvuuteen.

Tapiovaara opiskeli ammattiinsa vuosina 1933–1937 Helsingin Taideteollisuuskeskuskoulussa, joka on nykyisen Aalto-yliopiston Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun edeltäjä. Koulun perinnesidonnaisesta ilmapiiristä poiketen Tapiovaara omaksui jo opiskeluaikanaan modernismin esteettiset ja ideologiset periaatteet lähtökohdiksi omalle suunnittelijantyölleen. Tapiovaaralle moderni muodostui demokraattisen suunnittelun lähtökohdaksi, jonka mukaan kaikilla tulisi olla oikeus huonekaluihin, jotka ovat kohtuuhintaisuuden lisäksi hyviä ja käytännöllisiä.<sup>20</sup>

Urallaan Tapiovaara toimi Asko-Avonius Oy:n palveluksessa taiteellisena johtajana vuosina 1938–1941 sekä Keravan puuteollisuuden taiteellisena johtajana ja talousjohtajana vuodesta 1941 vuoteen 1951, jolloin hän katsoi olevansa tarpeeksi kokenut perustamaan Helsinkiin oman suunnittelutoimistonsa, joka toimi aina vuoteen 1985. Monet nuoret suunnittelijat, kuten esimerkiksi Eero Aarnio, toimivat harjoittelijoina Tapiovaaran toimistossa ennen siirtymistä itsenäiselle uralle.<sup>21</sup> Tapiovaaran toiminnan keskeisimmät osa-alueet olivat sisustus- ja huonekalusuunnittelu, mutta hän laajensi tuotantoaan myös esimerkiksi muuhun tuotesuunnitteluun, yrityskuvaan ja graafiseen suunnitteluun. Muussa tuotesuunnittelussa Tapiovaara keskittyi hyötyesineisiin, kuten keittiövälineisiin ja valaisimiin. Graafisen suunnittelun puolella Tapiovaara toteutti elokuva- ja tuotejulisteita sekä erilaisia graafisia ohjeistuksia.<sup>22</sup> Suunnittelutehtäviensä lisäksi Tapiovaara on osallistunut suomalaisen elokuvan kehitystyöhön sekä erilaisten kokeilevien mainosvalokuvien ja -elokuvien tekemiseen.<sup>23</sup>

---

<sup>17</sup> Korvenmaa 2009, 176–182.

<sup>18</sup> Tapiovaarasta nimitystä *arjen muotoilija* on käyttänyt ainakin Sarantola-Weiss 1999, 116.

<sup>19</sup> Savolainen 2014, 7.

<sup>20</sup> Korvenmaa 2014b, 13–14.

<sup>21</sup> Korvenmaa 2014b, 14; 16–17.

<sup>22</sup> Korvenmaa 2014b, 48.

<sup>23</sup> Svenskberg 2014, 134; 139.

Sodan aikana Tapiovaara keskittyi toimimaan Itä-Karjalan rintamalla upseerina ja hänen tehtäviinsä kuului suunnitella kasarmeja, kanttiineja ja korsuja. Hänen vastuulleen jäi kaikkien valmistettavien rakennusten sekä huonekalujen suunnittelu ja toteutus alkeellisimpia välineitä hyödyntäen.<sup>24</sup> Erityisesti sodan jälkeen Tapiovaara omaksui tuotantoonsa muotoilun sosiaalisen vastuun ja asettui suunnittelijana yhteiskunnallisen hyvän puolelle. Tämä muotoilijan sosiaalinen vastuu jatkui läpi Tapiovaaran uran perustavana suunnittelun periaatteena, johon kuuluivat vastuullinen työskentely, elämäntapa ja tuotanto. Tapiovaaralle muotoilun sosiaalinen vastuu koostui muun muassa demokraattisuudesta, paikallisuudesta, solidaarisuudesta, ekologisuudesta ja humanitaarisesta toiminnasta.<sup>25</sup>

Tapiovaaran aikana taideteollisuus ja muotoilu eivät olleet vielä vakiintuneita termejä ja eri yhteyksissä käytettiin eri termejä kuvaamaan näitä käsitteitä. Tapiovaara itse kutsui muotoilua nimellä *tehdastaide*<sup>26</sup> tai *hyötytaide*, kuten hän taideteollisuutta nimittää niukkuuden estetiikkaan keskittyvässä artikkelissaan *Hyötytaide ja teollisuus – tuotantokriisiajan kysymyksiä*, joka on julkaistu vuonna 1945 Ornamon vuosikirjassa.<sup>27</sup> Tapiovaaran mukaan ”*niukkuus löytää itse tyylinsä, siitä tulee nähtävästi lähivuosien taideteollisuutemme merkittävin elementti, pakon luoma tyylitekijä. Tyylimuotona se ei ole väheksyttävä, päinvastoin*”.<sup>28</sup> Näihin niukkuuden estetiikkaa ilmentäviin periaatteisiin myös suurin osa Tapiovaaran tuotannosta tuli myöhemmin perustumaan.

Tapiovaaralle teollisen muotoilun opetuksen käynnistäminen Suomessa oli tärkeä asia. Vuonna 1951 hänet nimitettiin Taideteollisen oppilaitoksen huonekalupiirustuksen yliopettajaksi ja hän alkoi tässä virassa järjestää myös teollisen muotoilun opetusta. Vuosina 1952–1953 Tapiovaara toimi vierailevana apulaisprofessorina Chicagon Illinois Institute of Technologyssa ja työskenteli alan johtavien muotoilijoiden, kuten Mies van der Rohen, kanssa. Suomalaisen teollisen muotoilun opetusohjelma muotoutui näiden opetuskokemuksien pohjalta. Virkavapaat veivät kuitenkin aikaa opetustyöltä ja vuonna 1956 Tapiovaara erosi yliopettajan virasta.<sup>29</sup> Tapiovaaran rooli suomalaisen muotoilun pedagogina esimerkiksi alan opetusohjelmien suunnittelijana on ollut merkittävä. Urallaan Tapiovaara on saanut myös useita kansainvälisiä ja kansallisia tunnustuksia ja palkintoja. Hän on menestynyt Milanon triennaaleissa voittaen enemmän kultamitaleja kuin kukaan muu muotoilija ja hänen esineitään on esitelty kansainvälisesti näyttelyissä esimerkiksi Pohjois-Amerikassa ja Iso-

---

<sup>24</sup> Korvenmaa 2014b, 15.

<sup>25</sup> Saloniemi 2014, 95.

<sup>26</sup> Kalha 1997, 14.

<sup>27</sup> Kalha 1997, 83.

<sup>28</sup> Tapiovaara 1945, 14–15.

<sup>29</sup> Kalha 1999, 159–160. Woodham 2014, 152.



Britanniassa.<sup>30</sup> Kotimaassa hän on saanut yhteiskunnallista tunnustusta muun muassa Pro Finlandia mitalilla vuonna 1959, Suomen valtion muotoilupalkinnolla 1971, Suomen kulttuurirahaston elämäntyöpalkinnolla 1990<sup>31</sup> sekä valinnalla Sisustusarkkitehtien liiton SIO ry:n kunniajäseneksi vuonna 1986.<sup>32</sup>

Tapiovaara oli urallaan kansainvälisesti suuntautunut erityisesti suunnittelemiensa huonekalujen viennin ja ammatillisen toimintansa osalta. Hänellä oli jatkuva pyrkimys toimia kansainvälisellä kentällä. Tapiovaara työskenteli 1930-luvun loppupuolella muuan muassa Lontoossa ja Le Corbusierin toimistossa Pariisissa. Sotien jälkeen hänen huomionsa kiinnittyi viennin osalta erityisesti Manner-Eurooppaan ja Iso-Britanniaan sekä Yhdysvaltoihin, jossa hän menestyi näyttelyissä hyvin ja hänen huonekalujaan otettiin paikalliseen tuotantoon. Sarjatuotantoon liittyvät periaatteensa, joiden myötä hän oli kiinnostunut vain muotoilun tuotteista, joita voi valmistaa suurina määrinä edullisesti, mutta korkealaatuisena, Tapiovaara omaksui Yhdysvalloista, jossa massatuotanto oli vallalla. Edellä mainittujen lisäksi Tapiovaara toimi myös kehitysmaissa Yhdistyneiden Kansakuntien neuvoa-antavana asiantuntijana huonekalusuunnittelussa, kuten raaka-aineiden käytössä.<sup>33</sup>

Tapiovaara-tutkimuksen näkökulmana on ollut pääasiassa Ilmari Tapiovaara. Tutkimuksen painopisteestä johtuen naisen miehen takana, Annikki Tapiovaara, on jäänyt melko vähälle huomiolle, vaikka tiedetään, että Ilmari ja Annikki toteuttivat paljon suunnittelutöitä yhteistyössä. He käyttivät myös yhteistä piirustusleimaa *Annikki ja Ilmari Tapiovaara – huonekaluarkkitehdit* vuosina 1951–1971. Vaikka Annikki Tapiovaara oli saanut saman koulutuksen kuin Ilmari, osoittanut huomattavaa lahjakkuutta ja osallistunut myös suunnittelutyöhön, jäi hänen panoksensa usein näkymättömäksi taustatyöksi, ihmisten ja asioiden hoidoksi, perheestä ja kodista huolehtimiseksi sekä kirjeenvaihdoksi ja kirjanpidoksi. Puolisoiden välit etääntyivät työelämässä 1950-luvulla Ilmarin keskittyessä itsenäisiin projekteihinsa. Annikki Tapiovaara ei juuri korostanut itseään tai työtään julkisuudessa ja ehkä juuri tästä syystä hän on jäänyt myös tutkimuksessa miehensä varjoon. Annikki vaikutti kuitenkin olennaisesti puolisonsa menestykseen muotoilun alalla.<sup>34</sup>

Vuonna 1984 Ilmari Tapiovaara lahjoitti silloiselle Taideteollisuusmuseolle (nykyisin Designmuseum), kattavan ja huolellisesti taltioidun piirustuskokoelmansa ja samana vuonna museon toimesta järjestettiin näyttely, joka esitteli laajasti muotoilijan elämäntyötä.

---

<sup>30</sup> Woodham 2014, 155.

<sup>31</sup> Korvenmaa 1997, 278.

<sup>32</sup> Designmuseon lehtileikearkisto: SIO ry kunniajäsen 1986.

<sup>33</sup> Korvenmaa 2014b, 14; 20–22.

<sup>34</sup> Aaltonen 2014, 59–60; 84; 89; 90.

Näyttelyssä kyse ei ollut kuitenkaan Tapiovaarasta historiallisena henkilönä, vaan ennemminkin muotoilijasta, jonka ura oli alkanut hiipua. Näyttelyä seurasi pitkä hiljaisuus, jonka aikana ainoastaan Tapiovaaran Domus-tuolia valmistettiin, mutta sitäkin vain tilauksesta.<sup>35</sup>

### 2.3 Asumisen ideologia

Tässä yhteydessä asumisen ideologialla käsitetään sotien jälkeiseen muotoilun kultakauteen viittaavia ja sen arkisuutta korostavia ilmiöitä. Ilmiöt on liitetty asumisen ideologia -käsitteen alle, koska niissä korostuu erityisesti hyvän elämän ja arjen tavoittelu ajan niukkuudesta huolimatta. Osaltaan juuri sodan jälkeisestä niukkuudesta johtuen Suomi nousi toisen maailmansodan jälkeen yhdeksi merkittävimmistä muotoilumaista: niukkuus käännettiin eduksi estetisoimalla arkea, opettamalla ihmisiä erottamaan laatutavara huonosta ja asettamalla arkkitehdit määrittelemään rakennusstandardeja.<sup>36</sup> Ideologisella tasolla modernismi kiinnitti huomiota ihmisten arkeen ja jokapäiväiseen elämään, kotiin. Koti rakensi ja heijasteli sen asukkaiden identiteettiä.<sup>37</sup>

*Folkhem* (kansankoti) on ruotsalaisen Per Albin Hanssonin sosiaalidemokraattisesta Kansankoti-puheesta (1928) lähtöisin oleva käsite. Sen mukaan koti ja yhteiskunta, sekä yksilö ja sosiaalinen kytkeytyvät toisiinsa ja yhteiskunta rinnastetaan suuren perheeseen, jonka jokaisesta jäsenestä pitää huolehtia.<sup>38</sup> Sotien jälkeiselle suomalaiselle asutosuunnittelulle kansankoti-aate otettiin malliksi, koska sen perusajatuksena oli "*parempi koti, parempi yhteiskunta*". Jälleenrakennusprojekteissa sisustuksiin ja yksityiskohtiin kiinnitettiin enemmän huomiota ja sisustusarkkitehtien toimenkuva laajeni huonekalujen suunnittelun lisäksi kattamaan kokonaisia tiloja. Sisustuksen lähtökohtina olivat arkiset seikat, kuten taloudellisuus, hygieenisuus ja kodikkuus. Näin ollen jälleenrakennuskauden muotoilu kytkeytyy laajempiin yhteiskunnallisiin ja taloudellisiin muutoksiin.<sup>39</sup>

*Vackrare vardagsvara* (Kaunis arkitavara) on ruotsalaisen Gregor Paulssonin vuonna 1919 julkaisema ohjelmajulistus taideteollisuuden sosiaalisesta päämäärästä ja asemasta teollisuudessa ja kaupankäynnissä. Julistuksen mukaan taiteilijan tulisi luopua yksilöllisyytensä korostamisesta ja työskennellä organisaation ehdoilla, kun hän työskentelee teollisen tuotannon alaisuudessa. Paulsson kritisoi julistuksessaan luksusesineiden valmistusta ja uskoi teollisuuden ja taiteen yhteistyön, taideteollisuuden, olevan yhdistävä tekijä

---

<sup>35</sup> Korvenmaa 2014a, 8.

<sup>36</sup> Designmuseum Uusi aika -verkkonäyttely 2012, etusivu.

<sup>37</sup> Aaltonen 2009, 51.

<sup>38</sup> Saarikangas 2002, 43.

<sup>39</sup> Designmuseum Uusi aika -verkkonäyttely 2012, etusivu.

yhteiskuntaluokkien välillä. Julistuksen tavoitteena oli yhteiskunnallinen tasa-arvo vastuullisen suunnittelun ja edullisten hintojen kautta. Suunnittelun eettisiksi tekijöiksi tulisi nostaa sosiaalinen vastuu ja ekologinen ajattelu. Tällä Paulssonin julistuksella on ollut vahva vaikutus pohjoismaisen muotoilun suunnitteluperiaatteisiin.<sup>40</sup>

Sotien jälkeisessä Suomessa Kaunis arkitavara -keskustelu nousi ajankohtaiseksi muun muassa sodan ja pulan herättämän sosiaalisen tietoisuuden myötä. Myös taidekäsityö oli omaksunut kauniin arkitavaran muodot, tosin ilman sen ohjelmallista sisältöä. Toisaalta funktionalismin ja taidekäsityön välillä vallitsi ristiriitoja ja keskustelua oli käyty aiemmin myös taiteen ja arkitavaran erottamisesta.<sup>41</sup> Materiaali- ja tarvikepulan jatkuessa 1950-luvulle pula koski jopa arjen käyttöesineitä. Arjen estetiikkaa ja yleisön hyvän käyttöesineen tunnistamista huonosta pyrittiin edistämään erilaisten näyttelyiden avulla Taideteollisuusyhdistyksen ja Koristetaiteilijain liitto Ornamon toimesta.<sup>42</sup>

Sotien välisenä aikana puhtauden sekä siihen liittyvien esteettisten ja hygieenisten arvojen huomioiminen oli keskeisessä asemassa käytännöllisen asunnon muotoutumisessa ja puhtaaseen elinympäristöön alettiin kiinnittämään entistä enemmän huomiota erityisesti asuntosuunnittelun ja arkkitehtuurin osalta. Tällainen puhdas, tehokas ja moderni asunto alkoi määrittyä funktionalismin vaikutuksesta 1920–30-luvuilla.<sup>43</sup> Tämän myöhemmin *puhtauden estetiikaksi* nimetyn suunnitteluperiaatteen mukaan luonnollisesti asunnon sisustus liittyy asutuskokonaisuuteen ja myös huonekaluissa näkyi puhtauden ja hygieenisyyden vaatimukset.

Kansan makua parantamaan perustettiin myös Kaunis Koti -lehti, jonka avustajakuntaan palkattiin eri suunnittelualojen huippuedustajia.<sup>44</sup> Koska teollinen tuotanto saavutti yksittäisiä taide-esineitä suuremmat kuluttajaryhmät, sisustuslehti välitti tietoa tuotteista ja trendeistä näille ryhmille.<sup>45</sup> Kaunis koti -lehteä julkaistiin vuosina 1948–1972 Taideteollisuusyhdistyksen toimesta ja se ilmestyi kuudesta kahdeksaan kertaa vuodessa. Myöhemmin se sulautui Avotakka-lehteen, jota on julkaistu vuodesta 1967 ja on yhä aktiivinen aikakausjulkaisu.<sup>46</sup>

---

<sup>40</sup> Kupke 2008, 185.

<sup>41</sup> Kalha 1997, 81–83.

<sup>42</sup> Designmuseo Uusi aika -verkkonäyttely 2012, etusivu.

<sup>43</sup> Saarikoski 2002, 48–50.

<sup>44</sup> Designmuseo Uusi aika -verkkonäyttely 2012, etusivu.

<sup>45</sup> Peltonen & Peltonen 2006, 179.

<sup>46</sup> FINNA/JYKDOK teostiedot hakusanoilla: Kaunis Koti: Taideteollisuusyhdistyksen julkaisu, Avotakka

## 3 Designklassikon konteksti

*”Onnistunut esine on luontaisesti veistos, ilman, että siihen on tietoisesti edes pyritty.”<sup>47</sup>*

Huonekalut saavuttavat klassikon aseman harvoin heti ilmestyessään ja yleensä klassikot syntyvätkin ajan kuluessa. Nykypäivän kontekstista tarkasteltuna näyttäisi siltä, että erityisesti useat muotoilun kultakauden esineet ovat ajan kuluessa muodostuneet klassikoiksi.<sup>48</sup> Tässä luvussa tarkastellaan nykyajan näkökulmista klassikon määrittymistä ja uustuotannon merkitystä sekä Ilmari Tapiovaaran nykyasemaa muotoilijana. Funktionaalisuuden näkökulman lisäksi muotoilussa korostuvat taideteollisuuden ja tuotteen esteettisyyden näkökulmat. Näitä näkökulmia pyritään selventämään muotoilun estetiikan avulla.

### 3.1 Designklassikon määrittelyä

Designklassikon määrittämiselle ei löytyne suoranaista kaavaa, vaan asema klassikkona muodostuu esineestä riippuen eri tekijöiden vaikutuksesta. Mademoisellen kohdalla spesifejä klassikkostatuksen muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä eritellään tarkemmin luvussa 4, mutta tässä yhteydessä klassikon määritelmää tarkastellaan yleisemmällä tasolla.

Yleisen määritelmän mukaan klassikko on joko tunnustettu ja vakiintuneen aseman saavuttanut mestari, esimerkiksi taiteilija, tai vaihtoehtoisesti merkittävä, yleisesti hyväksytty teos. Klassikosta johdettu sana klassinen taas voi tarkoittaa ehdottoman arvon ja ihailun saavuttanutta taiteilijaa tai taideteosta tai yleisesti hyväksyttyä, esikuvallista ja arvoltaan pysyvää asiaa. Klassinen merkitsee myös erinomaisen tunnettua ja vakiintunutta asemaa.<sup>49</sup> Jo näiden yleisten määritelmien perusteella voidaan olettaa, että esimerkiksi suomalaisen muotoilun kultakauden keskeisimmät muotoilijat ja useat heidän suunnittelemistaan huonekaluista lukeutunevat klassikoiden piiriin.

Edellä mainittujen yleisten määritelmien mukaiset ominaisuudet pätevät siis myös designklassikkoihin. Yleisen ja laajan määritelmän lisäksi on syytä kuitenkin tarkastella klassikon määrittelyä hieman yksityiskohtaisemmista lähtökohdista, erityisesti niiden piirteiden ja ominaisuuksien kautta, mitkä ovat muotoilun klassikoille tyypillisiä. Designklassikot ovat pysyvän arvostuksen saaneita, ajattomia muotoilun tuotteita. Tarkemmin ajattomuus tarkoittaa erityisesti kontekstista, eli aikakaudesta

---

<sup>47</sup> Designmuseon lehtileikearkisto: Vesalainen 1986, 52. Ilmari Tapiovaaran vastaus kysymykseen onko huonekalu veistos.

<sup>48</sup> Peltonen 2009, 6.

<sup>49</sup> Koukkunen 2002, 242.

riippumattomuutta: se sopii yhteen eri tyylien ja aikakausien esineiden kanssa ja on yhdistettävissä moniin erilaisiin kokonaisuuksiin. Näin ollen se ylittää sukupolvien rajat.

Yleisesti klassikkohuonekalun tulee siis näyttää ajattomalta. Vaikka se olisi tunnistettavissa tietyn aikakauden muotoiluksi tai tietyn muodissa olleen menneen tyylin edustajaksi, sen täytyy olla nykypäivän kontekstissa edelleen kiinnostava ja katseenkestävä. Klassikoksi päätyminen edellytyksiin kuuluu usein myös se, että huonekalun täytyy olla tunnettu sekä tunnustettu. Kalusteen tulee olla elinvoimainen, joka tarkoittaa sitä, että se on edelleen tuotannossa ja jatkuvasti saatavilla. Historiallisen ja esineellisen arvon lisäksi klassikolla on myös muita arvoja.<sup>50</sup> Tällaisiin arvoihin voitaneen lukea esimerkiksi eräänlainen käännteentekevyys omana aikanaan tai jonkinlainen poikkeavuus suhteessa aiemmin totuttuun.

Esineen asema designklassikkona synnyttää usein kopioimista. Kopioiminen tarkoittaa, että yleisesti tunnetusta esineestä pyritään valmistamaan sen ulkoisia ominaisuuksia hyödyntäviä jäljennöksiä ja näin ollen esimerkiksi tarjoamaan kuluttajille edullisempia vaihtoehtoja kalliiden designesineiden tilalle ja samalla hyötymään alkuperäisen esineen klassikkoasemasta taloudellisesti. Klassikkoaseman tavoittelu edistää myös muita lieveilmiöitä, kuten designvääreännöksiä. Useista designin kultakauden tuotteista on tehty uusia tuotantoeriä niin luvallisesti kuin luvatta.<sup>51</sup> Auktorisoidut<sup>52</sup> esineet ovat virallisesti aitoja ja tulevat usein myös alkuperäisiltä valmistajilta, mutta niihin on saatettu tehdä joitakin muutoksia. Kopiot ja luvattomat jäljennökset poikkeavat tällaisesta auktorisoidusta esineestä. Kopioiden ja vääreännösten tunnistaminen on usein helppoa huonomman valmistusmateriaalin ja epätavallisten yksityiskohtien vuoksi.<sup>53</sup> Uustuotantoon otettu designklassikko lienee usein yksi tyypillisimmistä esimerkeistä auktorisoituna esineenä.

Myös museot ovat omalla toiminnallaan osallisia muotoilun esineen klassikkoaseman syntymisessä. Ne toimivat eräänlaisina kulttuurin portinvartijoina päättämällä, erityisesti näyttely- ja julkaisutoiminnan välityksellä, mitkä esineet ovat kunkin aikakauden keskeisiä teoksia. Näin ollen museoiden velvollisuus ja vastuu on oikeiden valintojen kautta suojella jatkuvasti kehittyvää muotoilun historiaa. Museoiden lisäksi taidesäätiöillä, huutokaupoilla ja muilla designesineiden välittäjillä on osallisuutensa klassikkoaseman synnyssä.<sup>54</sup>

---

<sup>50</sup> Kallio & Nevaluoma 2011, 183.

<sup>51</sup> Wright 2015, 21.

<sup>52</sup> Auktorisoitu merkitsee laillisesti pätevää: auktorisoida = valtuuttaa, hyväksyä (Koukkunen 2002, 72).

<sup>53</sup> Wright 2015, 21.

<sup>54</sup> Wright 2015, 19.

Myös medially, erityisesti sisustusalan aikakausjulkaisuilla, näyttäisi olevan osallisuutta klassikkoaseman muodostumisessa ja erityisesti sen ylläpitämisessä. Nykypäivänä Avotakka-lehti voidaan nähdä eräänlaisena designin edustajana, se on tunnettu ja kansallisesti arvostettu sisustamismediabrändi.<sup>55</sup> Ennen Avotakan perustamista Kaunis Koti -lehti oli toiminut suomalaisten kotien sisustuksen kuvan välittäjänä, mutta jäänyt designpainotteisuutensa vuoksi useille kuluttajille ylempää keskiluokkaa lukuun ottamatta melko vieraaksi. Avotakan lähtökohtana oli olla jotain muuta ja suuntautua esittelemään laajemmalle yleisölle uudenlaista sisustusta ja visuaalisuutta. Tavoitteista huolimatta alkuvuosinaan Avotakka profiloitui kuitenkin erityisesti niin sanotun paremman väen lehdeksi, mutta kun toimituspolitiikkaa muutettiin levikin parantamiseksi, sen kohderyhmäksi vakiintui keskiluokka. Lehdessä korostui uudella tavalla erityisesti arkielämä ja arki konstruointiin usein kuvaamalla sitä esimerkiksi iloiseksi, mukavaksi ja nautinnolliseksi. Tämän lisäksi lehdessä esiteltiin julkisuuden henkilöiden koteja ja kansainvälistä länsimaista sisustusta.<sup>56</sup> Lopulta vuonna 1971 kustantajien välisen yhteistyön myötä Kaunis Koti sulautui Avotakkaan.<sup>57</sup>

### 3.2 Klassikoiden uustuotanto ja Tapiovaaran nykyinen suunnittelijastatus

Postmodernismin myötä modernismin periaatteet hylättiin ja monet vanhat mallit palasivat osittain myös tästä syystä uustuotantoon.<sup>58</sup> Nykyajalle tyypillinen piirre näyttäisikin olevan aiempien tuotannossa olleiden muotoilun tuotteiden ottaminen uustuotantoon, etenkin klassikoiksi muodostuneiden esineiden osalta. Tällaisia muotoilun tuotteita kutsutaan auktorisoiduiksi esineiksi, ja toisinaan niihin on suhteessa alkuperäiseen saatettu tehdä joitakin hienovaraisia muutoksia.<sup>59</sup> Tyypillinen muutos esimerkiksi huonekalujen kohdalla voisi olla mittasuhteiden kasvattaminen vastaamaan paremmin nykyihmisen tarpeita.

Suomessa designklassikoiden uustuotannosta vastaa usean esineen kohdalla Artek. Artek on alun perin Aino ja Alvar Aallon, Maire Gullichsenin sekä Nils-Gustav Hahlin vuonna 1935 perustama yritys, jonka tarkoituksena oli toteuttaa huonekalumyyntiä sekä edistää esimerkiksi näyttelyn keinoin nykyaikaista asuntokulttuuria, keskittyen Alvar Aallon tuotantoon.<sup>60</sup> Sittemmin Artek on jatkanut yhtenäisesti näihin päiviin asti Aallon tuotannon

---

<sup>55</sup> Avotakan verkkosivut: Avotakan kuvaus.

<sup>56</sup> Huokuna 2006, 53; 131–133.

<sup>57</sup> Huokuna 2006, 143.

<sup>58</sup> Peltonen & Peltonen 2006, 187; Peltonen 2009, 7.

<sup>59</sup> Wright 2015, 21.

<sup>60</sup> Suhonen 1985, 5-6

valmistusta<sup>61</sup>, mutta myös laajentunut kattamaan muiden suunnittelijoiden esineitä. Artek on vuodesta 2013 ollut sveitsiläisen designbrändi Vitran omistuksessa.<sup>62</sup>

Monet tekijät olivat johtaneet 1960–1970-luvuilla Tapiovaaran suosion hiipumiseen, mutta yksi syy lienee ollut muovin ihannointi, joka johti kotimaisen puun väheksymiseen huonekalumateriaalina.<sup>63</sup> Hiljaiselon jälkeen 1997 Tapiovaaran tuotannosta julkaistiin espanjalaisen huonekaluvalmistajan ja kirjakustantamon toimesta kirja, johon reagoitiin myös Suomessa. 2000-luvun alkupuolella ensimmäiset Tapiovaaran huonekalut tulivat uustuotantoon ja Tapiovaara löydettiin uudelleen.<sup>64</sup> Eurooppalaisissa ja japanilaisissa sisustuslehdissä Tapiovaaran huonekalut ovat nousseet Aallon klassikkojen rinnalle ja kotimaisissa sisustuslehdissä Tapiovaaran tuoliklassikoita, erityisesti Mademoisellea, Pirkkaa ja Domusta, käytetään usein rekvisiittana.<sup>65</sup> Vuonna 2014 tuli kuluneeksi 100 vuotta Tapiovaaran syntymästä ja sitä juhlistettiin muun muassa Designmuseon Tapiovaaran muotoiluun ja elämään keskittyvällä näyttelyllä ja sitä seuranneella julkaisulla<sup>66</sup> sekä juhlarahalla.<sup>67</sup>

### 3.3 Muotoilun estetiikka

Esineiden estetiikkaa voidaan tarkastella arjen näkökulmista, jolloin kyseessä on arjen estetisoituminen ja joskus jopa taiteistuminen.<sup>68</sup> Tässä yhteydessä keskitytään tarkastelemaan estetiikkaa erityisesti muotoilun estetiikan näkökulmasta, joka sijoittuu jonnekin taiteen estetiikan ja arjen estetiikan rajalle, riippuen siitä onko tarkastelun kohteena taideteollisuuden tuote vai arjen käyttöesine. Käsitteen käytöllä pyritään perustelevaan designesineen funktionaalisuuden olennainen vastapuoli, esteettisyys.

Muotoilun estetiikka nousee usein esiin arkisissa ympäristöissä tavaroiden ulkonäön kommentoinnissa. Näiden yksinkertaisten positiivisten tai negatiivisten arvostelmien takana vaikuttaa useita seikkoja, joita voidaan tarkastella muun muassa tavaran kuluttajan näkökulmista. Seuraavaksi tarkastellaan esteettisen muotoilun perusolemusta ja suomalaista muotoilun estetiikkaa. Tämän lisäksi muotoilun estetiikka voidaan liittää myös muihin muotoilun ulottuvuuksiin, kuten esimerkiksi ekologisuuteen tai eettisyyteen.<sup>69</sup>

---

<sup>61</sup> Korvenmaa 2014a, 8.

<sup>62</sup> Woodham 2014, 143.

<sup>63</sup> Svenskberg 2014, 140.

<sup>64</sup> Korvenmaa 2014a, 9.

<sup>65</sup> Svenskberg 2014, 140.

<sup>66</sup> Savolainen 2014, 7.

<sup>67</sup> Suomen Rahapaja Oy:n verkkosivut.

<sup>68</sup> Kts. esim. Naukkarinen 2011. Arjen estetiikka.

<sup>69</sup> Naukkarinen 2009, 51.

Esteettisyys on aistien kautta arvioitava kokemus, joka tarkoittaa esineiden piirteiden tavoittamista omien kokemushavaintojen kautta ja yksinkertaisimmillaan se käsittää esineen värin, muodon ja materiaalin tunnun. Muotoilun estetiikkaa voi parhaiten arvioida vain kohtaamalla esineet itse, ei kuvien tai kuvailujen välityksellä, ja näiden kohtaamisien pohjalta muodostuu arvostelma tuotteen esteettisyydestä. Muotoilun esteettisessä arvioinnissa muodostetaan arvostelun kautta käsitys kohteesta: onko tuote kaunis vai ruma, käytännöllinen vai epäkäytännöllinen. Tämä arvostelu liittyy muotoilun kohdalla usein tunteisiin, esimerkiksi mielihyvään tai mielihäpään, nautintoon tai koettelemukseen. Näin ollen esineisiin muodostuva esteettinen suhde on lisäksi emotionaalinen ja elämykset tai niiden kaipuu liittyvät vahvasti esteettisyyden kokemiseen. Myös muotoilun klassikkoja voi pohtia näistä esteettisyyden näkökulmista, ne ovat usein tuotteita jotka pärjäävät esteettisesti erityisen hyvin ja tuottavat näin ollen usein positiivisia esteettisiä elämyksiä.<sup>70</sup>

Muotoilun estetiikka ei sinällään ole suoraan esineissä, vaan se muodostuu suhteesta esineisiin. Esteettiset luonnehdinnat liittyvät yleensä yksilön kokemaan maailmankuvaan ja kulttuuriseen perinteeseen. Esteettinen arviointi liittyy yksilön esittämien arvostelmien lisäksi myös kulttuurisidonnaiseen tulkintaan, jossa tuotteen merkitys yhdistyy sen esteettisyyteen ja arviointiin vaikuttavat myös tuotteesta saatavilla olevat tiedot. Tuotteen kotimaisuuden tiedostaminen saattaa esimerkiksi ohjata positiiviseen asennoitumiseen tuotetta kohtaan. Myöskään puhdasta tuotteen esteettisyyttä ei ole olemassa, vaan sitä arvioidaan aina kokonaisuutena, johon liittyvät esteettisyyden lisäksi myös erityisesti ekologiset ja eettiset arvot: ekologisesti tai eettisesti arveluttavien tuotteiden esteettistä arvostamista ei yleensä pidetä sopivana. Esteettinen arvostus on usein kulttuurisidonnaista ja auktoriteetteihin perustuvaa, mutta aina edes arvostetun aseman myöntäminen ei kuitenkaan välttämättä johda epämiellyttäväksi koetusta esineestä pitämiseen yksilön tasolla.<sup>71</sup>

Esteettinen suhtautuminen on siis vuorovaikutusta esineen ja kuluttajan välillä, ei passiivista vastaanottamista tai yksipuolista havaitsemista. Tuotteen esteettinen arvo motivoi ihmisen toimintaa voimakkaasti ja arvostettuja esineitä kohdellaan paremmin kuin vähemmän arvostettuja. Näin ollen esteettisillä arvoilla, erityisesti ekologisesta näkökulmasta, on merkitystä myös ympäristön kannalta siinä, kuinka pitkä elinkaari tuotteella on suhteessa sen ympäristön kuluttavuuteen.<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> Naukkarinen 2009, 51;53.

<sup>71</sup> Naukkarinen 2009, 58–59; 61.

<sup>72</sup> Naukkarinen 2009, 63.



Käsite suomalainen muotoilu tarkoittaa Suomessa tuotettuja (suunnittelu ja/tai valmistus) tuotteita. Yleisesti suomalaisina tuotteiden esteettisinä piirteinä pidetään yksinkertaisuutta, selkeyttä ja luonnonläheisyyttä.<sup>73</sup> Tyypillisesti tällaiset klassiset suomalaiset piirteet ilmenevät myös suomalaisen muotoilun designklassikoissa. Näiden piirteiden ohella designklassikot usein noudattavat myös muita muotoilun estetiikalle tyypillisiä ominaisuuksia: ne ovat laadukkaita ja arvostettuja, joka parantaa erityisesti niiden ekologista esteettisyyttä. Lisäksi suomalainen suunnittelu ja erityisesti kotimainen valmistus lisäävät tuotteen arvostusta eettisistä ja ekologisista näkökulmista.

---

<sup>73</sup> Naukkarinen 2009, 63.

## 4 Tapaus Mademoiselle

*”Jokainen tuoli on kuin oma lapsi, ei koskaan pakosta tehty.”<sup>74</sup>*

Tässä luvussa tarkastellaan, kuinka Ilmari Tapiovaaran Mademoiselle-nojatuoli on muodostunut arkisesta huonekalusta designklassikoksi, sekä niitä perusteita, joiden kautta erityisesti sen arvostuksen voidaan katsoa olleen suunnitteluaikaan arkinen ja nykyisin klassikko. Huonekalua tarkastellaan alkuperäistuotannon sekä uustuotannon näkökulmista. Arjen käyttöesineenä koskevassa alaluvussa pyritään perustelemaan Mademoisellen asemaa arjen esineenä sen alkuperäisenä tuotantoaikana. Tukea väitteelle huonekalun arkisuudesta haetaan aikakauden yleisistä suunnitteluperiaatteista ja Ilmari Tapiovaaran huonekalumuotoilua koskevista näkemyksistä sekä Askon alkuperäistuotannon arkistolähteistä ja Kaunis Koti -aikakausjulkaisujen sisällöistä.

Designklassikkoa käsittelevässä alaluvussa pyritään tarkentamaan Mademoisellen nykyistä asemaa huonekaluklassikkona. Perusteluita väittämälle haetaan muun muassa Designmuseon Ilmari Tapiovaaraa ja hänen tuotantoaan käsittelevästä arkistosta sekä Avotakka-aikakausjulkaisujen sisällöistä. Avotakka-julkaisun sisällöissä pyritään kiinnittämään huomiota niin lehden luomaan representaatioon Mademoisellesta, kuin myös yleisön luomiin arvostuksiin huonekalua kohtaan.

Luvun lopun analyysiosuudessa esitellään ja perustellaan mahdolliset klassikkoaseman muodostumiseen vaikuttavat tekijät Mademoiselle-nojatuolin kohdalla. Oletuksena on, että Mademoisellen voidaan katsoa historiallisessa kontekstissään pyrkineen toteuttamaan arjen estetiikan arvoja, mutta taiteistumisen kautta sen esteettinen arvoasetelma on klassikoitumisen myötä kenties muuttunut.

Mademoiselle-nojatuoli valikoitui lähemmän tarkastelun kohteeksi useammasta syystä. Ensinnäkin, ilmestymisaikanaan se saavutti suuren suosion ja nousi jopa valmistajansa Askon symboliksi.<sup>75</sup> Samalla se lienee nykypäivänä myös yksi suomalaisen muotoilun tunnetuimmista huonekaluista. Toiseksi, muotoilun kultakauden tuotteena se antaa hyvät lähtökohdat klassikonäkökulmasta tarkasteluun. Kolmantena valinnan perusteena on huonekalun ottaminen uustuotantoon, näin sitä on helppo tarkastella sekä ilmestymisaikansa, että nykyajan kontekstissa.

---

<sup>74</sup> Ilmari Tapiovaaran sitaatti. Designmuseon arkisto: Hämäläinen & Sivén 1984.

<sup>75</sup> Peltonen 2009, 32.

Pinnatuoli oli 1950-luvun suomalaisen kodin sisustuksen suosikkikaluste ja lähes jokaisella huonekaluntehtaalla Pohjoismaissa oli perinteisestä englantilaisesta Windsor-tuolista muokattu moderni versio tuotannossaan. Suomen tunnetuimmat pinnatuolimallit on suunnitellut Ilmari Tapiovaara. Mademoiselle on osa laajempaa Tapiovaaran pinnatuolien sarjaa, joista hän on työstänyt erilaisia muunnelmia aina 1930-luvulta 1970-luvulle. Pyrkimyksenä on ollut muuttaa perinteinen kansanomaisen ja käytännöllinen pinnatuoli sopimaan sodan jälkeiseen yhteiskuntaan ja sen moderniuden ohella samalla säilyttää pinnatuolin tutuus.<sup>76</sup> Tunnetuimmat Tapiovaaran pinnatuoleista lienevät Mademoisellen ohella vuonna 1949 suunniteltu Fanett<sup>77</sup> ja vuonna 1962 suunniteltu Crinolette.<sup>78</sup>

Koska Ilmari ja Annikki Tapiovaaran tiedetään pääasiassa toteuttaneen huonekalujen suunnittelua yhteistyössä, on esimerkiksi Mademoisellen kohdalla vaikea sanoa, kuinka paljon Tapiovaaran vaimon vaikutus näkyy lopputuloksessa. Toisaalta, kun tarkastelee Tapiovaaran muuta huonekalutuotantoa, vaikuttaa se Mademoiselleen verraten maskuliinisemmalta. Myös nimi, Mademoiselle<sup>79</sup>, viittaa naisellisempaan otteeseen. Koska suunnitelmat signeerattiin molempien nimellä, lopullinen totuus jäänee selvittämättä, mutta ajatuksella siitä, että Annikki olisikin huonekalun takana, on silti hauska leikkiä. Toisaalta nimi Mademoiselle voinee viitata myös sen alkuperäiseen kohderyhmään, naisiin ja tyttöihin.

#### 4.1 Mademoiselle arjen käyttöesineenä

Tapiovaara on urallaan keskittynyt erityisesti monikäyttöisten ja käytännöllisten tuolien kehittelyyn.<sup>80</sup> Myös Mademoisellen suunnittelun lähtökohtina on hyödynnetty aikakaudelle tyypillisiä suunnitteluperiaatteita ja Mademoiselle toteuttaa edellä esiteltyjä asumisen ideologiaan liittyviä näkökulmia hyvin. Tapiovaara on ottanut suunnittelussaan huomioon Kansankoti-aatteen sosiaalisen vastuun, arkisuuden, taloudellisuuden ja hygieenisyyden sekä Kaunis Arkitavara -ajattelun korostaman ekologisuuden ja kauniin esineen muodon. Vaikka Mademoiselle edustaakin suunnitteluajankohdaltaan hieman funktionalismia myöhäisempää aikaa, täyttää se kuitenkin myös puhtauden estetiikan vaatimukset hyvin. Ensinnäkin, se on perinteistä lepotuolia kevyempi liikutella siivouksen yhteydessä ja tämän lisäksi materiaaliratkaisuista johtuen sen puhtaanapito on yksinkertaista, koska se ei sisällä nopeasti likaantuvia ja vaikeasti puhdistettavia tekstiilejä. Maalattu puu kestää kosteapesun hyvin.

---

<sup>76</sup> Korvenmaa 1997, 98–101.

<sup>77</sup> Korvenmaa 1997, 98.

<sup>78</sup> Hagelstam & Hämäläinen 2003, 211.

<sup>79</sup> MOT-sanakirja: ranskaksi 1) neiti 2) arvoisa neiti.

<sup>80</sup> Korvenmaa 2012, Vimeo: Artekin dokumentti Ilmari Tapiovaarasta, 06:44–06:49.

Tapiovaaran huonekalujen suunnitteluluonnoksia tarkastellessa huomaa kuinka erityisesti teknisyys, yksinkertaisuus sekä funktionaalisuus ovat olleet tärkeässä asemassa suunnittelussa. Tuolien pinottavuus on ollut useassa tapauksessa tärkeä suunnittelullinen seikka.<sup>81</sup> Pinnatuoleista Mademoisellen kohdalla tarkat luonnokset on tehty sekä huonekalusta<sup>82</sup> että sen käyttötarkoituksesta ja sijoittumisesta ympäröivään tilaan.<sup>83</sup>

Mademoiselle on suunniteltu vuonna 1956<sup>84</sup> ja alkuperäisen Mademoisellen valmistajana on toiminut Askon Tehtaat Oy. Se on esitelty ensimmäisen kerran vuoden 1957 taideteollisuusnäyttelyssä Askon osastolla. Tämän jälkeen Mademoiselle oli koko 1950-luvun lopun esillä Askon messuosastoilla ja erilaisissa näyttelyissä. Mademoiselle on ollut ensimmäinen huonekalu Askon mallistossa, joka on merkittävästi poikennut muiden tehtaiden tuolimalleista. Sille ei myöskään ilmestynyt kilpailijoita muiden tehtaiden toimesta sen vaikean jäljiteltävyyden vuoksi. Suomen markkinoilla ei ollut vastaavaa tuolia ja Mademoiselle osallistui omana aikanaan erityisesti Askon yrityskuvan luomiseen: ajan kuluttajan mielessä tuoli yhdistyi Askoon.<sup>85</sup>

Askon tuotantoon Mademoiselle on otettu vuonna 1958<sup>86</sup> ja Askon tuotekatalogien mukaan se on ollut tuotannossa vuoteen 1970.<sup>87</sup> Mademoisellen valmistusmateriaali on ollut maalattu koivu ja sitä on valmistettu kolmessa eri värissä: mustana, korallinpunaisena ja pilvenharmaana.<sup>88</sup> Malleja on ollut kaksi, korkeaselkäinen pinnatuoli Mademoiselle ja Mademoisellen muotoa vastaava keinutuoli Mamselli.<sup>89</sup> Lisäosana Mademoiselleen on saanut irrallisen Askolette istuintyynyn.<sup>90</sup> Alkuperäisen Ilmari Tapiovaaran suunnitteleman ja Askon valmistaman Mademoisellen mittasuhteet ovat seuraavat: korkeus 90, istuinkorkeus 40, leveys 54 ja syvyys 64.<sup>91</sup>

Ilmari Tapiovaaran suunnittelemaa Mademoiselle-nojatuolia on valmistanut myös ruotsalainen Edsby Verken<sup>92</sup> Askon kanssa tehdyn sopimuksen mukaisesti.<sup>93</sup> Tehdas valmisti

---

<sup>81</sup> Korvanmaa 1997, 82–97.

<sup>82</sup> Korvenmaa 1997, 100.

<sup>83</sup> Korvenmaa 1997, 99.

<sup>84</sup> Korvenmaa 1997, 99.

<sup>85</sup> Miestamo 1980, 94.

<sup>86</sup> Askon arkisto: Kansio Bb: 11 Valmistenumerointi 1948–1965.

<sup>87</sup> Askon arkisto: Kansio: Asko tuotekoodit: esiintyy Asko malliston esitteissä vuosina 1959-1/1970.

Asko historiikin mukaan valmistus on loppunut vuonna 1968 (Miestamo 1980, 94).

<sup>88</sup> Askon arkisto: Kansio 2: Askon tuolit 2000-, välilehti 2900, sivu 1.

<sup>89</sup> Askon arkisto: Kansio 2: Askon tuolit 2000-, välilehti 2900, sivu 1.

<sup>90</sup> Askon arkisto: Kansio: Asko, hinnastoja 1930 alkaen, hinnasto n:o 10 sivu 9.

<sup>91</sup> Askon arkisto: Kansio 2: Askon tuolit 2000-, välilehti 2900, sivu 1.

<sup>92</sup> Berglund & Engdal 1961, 38.

<sup>93</sup> Miestamo 1980, 94.

tuolia ainakin mustana ja valkoisena.<sup>94</sup> Aikakauden ruotsalaisesta huonekalujen ostoon neuvoja antavasta oppaasta käy ilmi, että Mademoisellea on Ruotsissa markkinoitu tuolin ja lepotuolin välimuotona, sen mataluudesta ja käsinojattomuudesta johtuen. Tällaiset tuolit ovat tyyppillisesti olleet liian matalia ruokapöydän tuoleiksi, joten ne ovat sopineet paremmin käsitöille, television katseluun ja takan läheisyyteen. Se on lisäksi korkea ruokapöydän tuolia mukavampi ja verhoiltua lepotuolia edullisempi. Oppaan mukaan Mademoisellen mittasuhteet poikkeavat suomalaisesta Askon valmistamasta Mademoisellesta. Korkeudeltaan Ruotsin Mademoiselle on 89 cm (sentin matalampi kuin suomalainen) ja myös istuinkorkeudessa, leveydessä ja syvyydessä on vaihtelua suomalaiseen verrattuna. Istuinkorkeus on 39 cm (sentin suomalaista matalampi) ja leveys 59 cm (viisi senttiä suomalaista leveämpi), syvyys 61 cm (kolme senttiä suomalaista pienempi).<sup>95</sup> Koska kokoerosta on vain tämä yksi lähde, on vaikea sanoa onko kokoeroa todellisuudessa ollut. Toisaalta tämän perusteella voitaisiin kenties päätellä Tapiovaaran vaihtaneen mittasuhteita Ruotsin tuotantoon, jotta erottaminen helpottuisi.

Askon arkiston materiaaleista erityisesti Askon asiakaslehtien sisältö paljasti paljon Mademoisellen alkuperäisistä käyttötarkoituksista ja kohderyhmistä. Esimerkiksi Mademoiselle-nojatuolin ja Mamselli-keinutuolin nimi viittanee suoraan sen suunniteltuun kohderyhmään, naisiin ja tyttöihin, koska sitä suositellaan joululahjaksi ”*äidille, isoäidille, morsiamelle tai nuorelle neidille*”.<sup>96</sup> Lehdissä käyttökohteena tuolia suositellaan erityisesti käsityö- ja lukutuoliksi<sup>97</sup>, television katselutuoliksi<sup>98</sup> sekä tuoliksi lastenhuoneisiin.<sup>99</sup> Eräässä lehdessä se on yhdistetty jopa perinteiseen kansanomaiseen sisustukseen.<sup>100</sup> 1950-luvun lopun Asko-lehden sivuilla Mademoiselle oli eniten käytetty tuoli erilaisissa sisustusehdotuksissa rekvisiittana.<sup>101</sup> Ilmari Tapiovaaraa esittelevässä artikkelissa tuolia kuvaillaan varsin runsain sanakääntein seuraavasti:

Mademoiselle-tuoli lumosi omalaatuisella vauhdilla suomalaiset kodinsisustajat ja sama on tapahtunut Ruotsissakin. Tämä Ilmari Tapiovaaran suunnittelema persoonallinen pinnatuoli on todellinen kotien tunnelmatuoli – rikas, kiehtova ja romanttinen yksityiskohta, joka luo intensiivistä ja omalaatuista persoonallisuutta mitä erilaisimpiin sisustuksiin.<sup>102</sup>

---

<sup>94</sup> Designmuseon kuva-arkisto: kansio: Askon Tehtaat Oy/UPO, kuva 39392.

<sup>95</sup> Berglund & Engdal 1961, 38.

<sup>96</sup> Asko-lehti 4/1958, 13.

<sup>97</sup> Asko-lehti 4/1960, 21; Asko-lehti 2/1962, 9.

<sup>98</sup> Asko-lehti 3/1958, 3; Asko-lehti 4/1960, 21.

<sup>99</sup> Asko-lehti 2/1959, 6.

<sup>100</sup> Asko-lehti 4/1962, 19.

<sup>101</sup> Miestamo 1980, 94.

<sup>102</sup> Asko-lehti 1/1960, 16.

Kaunis Koti -aikakausjulkaisun osalta tarkastelun kohteiksi valikoituivat lehdet Mademoisellen suunnitteluvuodesta tuotannon loppumisvuoteen, eli vuodesta 1956 vuoteen 1970. Lehestä yleisemmällä tasolla voidaan ensin mainita sen jopa osittain valistava ote: lehden sisällöistä käy hyvin ilmi sen alkuperäinen pyrkimys kansan yleisen maun parantamiseen. Julkaisua tutkittaessa ilmeni myös, että lähes jokaisessa tarkastelun kohteena olevassa numerossa esiintyi jonkinlainen pinnatuoli kuvituskuvien ja mainoskuvien joukossa. Tästä voidaan päätellä pinnatuolin olleen aikakaudella yleinen ja suosittu tuolimalli. Ilmari Tapiovaaran tuolituotannosta lehden sivuilla esiintyivät enimmäkseen Domus-tuoli, Fanett-tuoli sekä Pirkka-ruokaryhmä, Mademoisellen jäädessä taka-alalle. Merkittävänä huomiona kävi ilmi, että useat nykypäivänä designklassikkoina ja keräilyesineinä pidetyt tavarat esiintyivät lehdessä mainoksissa, sisustuksissa sekä uutuuksien esittelyssä.<sup>103</sup>

Kaunis Koti -lehti oli yksi jälleenrakennuskauden keskeisimmistä sisustuksen auktoriteeteista ja se opasti yleisöään muun muassa kalustemateriaalivalinnoissa sekä sisustuskokonaisuuksien toteutuksessa. Lehdellä oli vakituinen avustajakunta, johon lukeutui joukko sisustusalan keskeisiä vaikuttajia. Ilmari Tapiovaara oli yksi tällaisista muotoilijoista ja hänen asiantuntemustaan arvostettiin myös lehdenteossa.<sup>104</sup> Lehtiä tarkastellessa kävi ilmi, että Tapiovaara esiintyi lehdissä tyyppillisesti asiantuntijaroolissa ja häntä esiteltiin lehden sivuilla erityisesti tuolien muotoilijana, kuten esimerkiksi artikkelissa *Neljä tuolin piirtäjää: Tapiovaara on tuoliensa näköinen*.<sup>105</sup>

Vuosikertoja läpikäydessä Mademoiselle esiintyi 1950-luvun lopulta 1960-luvun puoleen väliin. Ensimmäisen kerran tuote esiteltiin tuolimuotoilijoita koskevassa artikkelissa, jossa Mademoisellea luonnehditaan ”*lystikkääksi pinnatuoliksi*”, jonka ensiesiintyminen nähtiin Teollinen muotoilu -näyttelyssä syksyllä 1957.<sup>106</sup> Seuraavan kerran tuoli esiintyy samassa numerossa kuvituskuvana kevätsiivouksesta kertovassa artikkelissa (kuva 1). Kuvassa nainen kirjoittaa siivoussuunnitelmaa istuen Mademoisellella kissa sylissään.<sup>107</sup> Sen lisäksi, että Mademoiselle on tässä yhteydessä liitetty arkiseen naisille tyyppilliseen askareeseen kuten siivoukseen, voidaan sen katsoa ilmentävän artikkelissa myös puhtauden estetiikan näkökulmia.

---

<sup>103</sup> Kaunis Koti julkaisu 1956–1970.

<sup>104</sup> Svenskberg 2014, 129–130.

<sup>105</sup> T.S. Kaunis Koti 2/1959, 17.

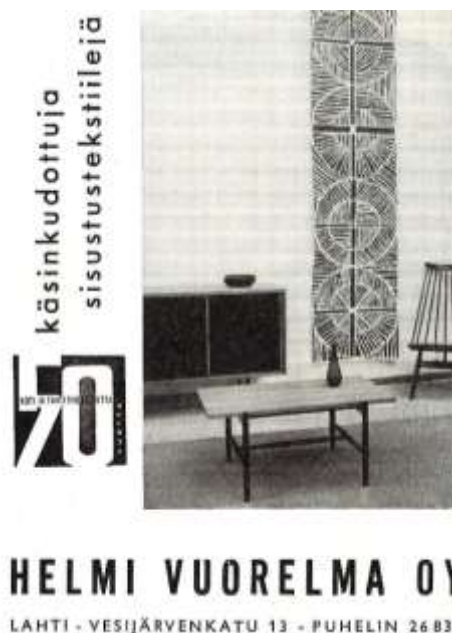
<sup>106</sup> Kaunis Koti 2/1959, 17.

<sup>107</sup> Kaunis Koti 3/1959, 37.

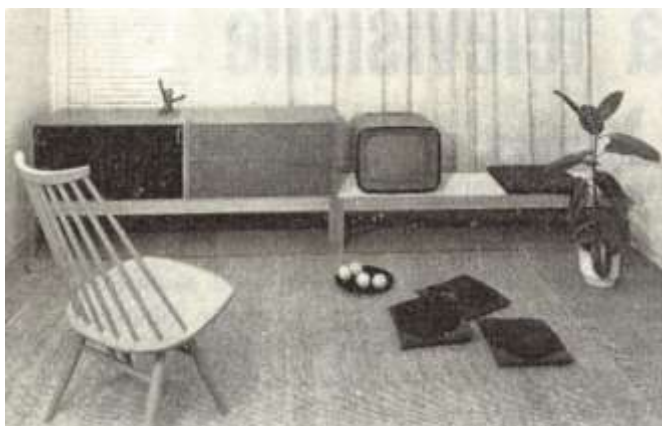
Artikkeli *Minkälaisia huonekaluja myymme ulkomaille* kertoo Mademoisellen olevan tunnettu läpi Euroopan jo 1960-luvun alussa.<sup>108</sup> Pääasiassa Mademoiselle näkyy lehden sivuilla artikkelien kuvituskuviissa, mainoksissa rekvisiittana (kuva 2), sekä Ilmari Tapiovaaran yhteydessä, jopa lukijakilpailun palkintona.<sup>109</sup> Kuvituskuviissa Mademoisellea käytetään muun muassa television katselussa<sup>110</sup> (kuva 3), grafiikkaa esittelevässä artikkelissa<sup>111</sup> (kuva 4) ja kodin kylmälaitteiden esittelyn yhteydessä.<sup>112</sup> Mainosten rekvisiittana Mademoiselle esiintyy usein sisustustekstiilejä, kuten verhoja ja mattoja, esittelevien mainosten yhteydessä.<sup>113</sup>



Kuva 1: Kaunis Koti / A. Fethulla 1959



Kuva 2: Kaunis Koti / tuntematon<sup>114</sup> 1959



Kuva 3: Kaunis Koti / Jussi Pohjakallio 1959



Kuva 4: Kaunis Koti / tuntematon<sup>115</sup> 1960

<sup>108</sup> Toikka-Karvonen Kaunis Koti 2/1961, 17.

<sup>109</sup> Kaunis Koti 3/1965, 64–65.

<sup>110</sup> Tikkanen Kaunis Koti 4/1959, 32.

<sup>111</sup> Saarela Kaunis Koti 6/1960, 45.

<sup>112</sup> Kaunis Koti 2/1965, 68.

<sup>113</sup> Kaunis Koti 1/1960, 46; 5/1961, 69; 4/1964, 14.

<sup>114</sup> Kuvaajatietoja ei ole ollut mahdollista selvittää.

<sup>115</sup> Kuvaajatietoja ei ole ollut mahdollista selvittää.

Kotien sisustuksia esittelevissä artikkeleissa Mademoiselle esiintyy muusikon ja nuoren naisen kodeissa. Artikkelissa *Mitä on musikaalisuus eli pikakäynti Dean Dixonin kodissa* kaksi Mademoisellea nähdään Dixonien olohuoneessa toimittamassa nojatuolin virkaa (kuva 5). Artikkelia paljastaa, että Dixonien Frankfurtin kodin huonekalut ja sisustustekstiilit ovat suomalaisia ja hankittu Frankfurtin Askon myymälästä. Myös yhdestä makuuhuoneesta löytyy Mademoiselle, sängyn ja pianon parina.<sup>116</sup> Juttusarjan *Maikkoo saa oman boksen* toisessa osassa Mademoiselle on hankittu nuoren naisen yksioon kevyeksi nojatuoliksi (kuva 6).<sup>117</sup>



Kuva 5: Kaunis Koti / tuntematon<sup>118</sup> 1961



Kuva 6: Kaunis Koti / Nousiainen 1962

Kaikkiaan Kaunis Koti -lehtien tarkastelu paljastaa Mademoisellesta melko arkisen kuvan. Sitä käytetään niin lepotuolina kuin television katselutuolina ja se yhdistetään arkisiin askareisiin, kuten siivoukseen. Tämä osaltaan tukee Askon arkiston antamaa kuvaa tuolista. Toisaalta käyttö mainoskuvien rekvisiittana antaa jo osviittaa tuolin mahdollisesta tulevasta statuksen noususta.

## 4.2 Mademoiselle designklassikkona

Ilmari Tapiovaaran asema huonekalusuunnittelijana näyttäisi muuttuneen nykypäivän kontekstissa. Tapiovaaran uustuotannossa olevia kalusteita kohtaa trendikkäissä kahviloissa tai muotoilu- ja viestintätoimistojen kalustuksessa ja näiden tilojen lisäksi myös sisustuslehdissä esimerkiksi Tapiovaaran Mademoiselle-nojatuoli on ohittanut kulttuurisen tiedostamisen ikonina Aallon Paimio-tuolin.<sup>119</sup>

Mademoisellen uustuotannon aloitti ensimmäisenä designhuonekaluja valmistava yritys nimeltä Aero Design Furniture Ltd. Aeron pääomistaja Juhani Lemmetti teki sopimuksen Ilmari Tapiovaaran tuotantoon oikeudet omistavan pojan, Timo Tapiovaaran, kanssa oikeudesta

<sup>116</sup> Kaunis Koti 5/1961, 44–46.

<sup>117</sup> Aarnio Kaunis Koti 6/1962, 54–55.

<sup>118</sup> Kuvaajatietoja ei ole ollut mahdollista selvittää.

<sup>119</sup> Korvenmaa 2014a, 8.



tuottaa ja jälleenmyydä alkuperäispiirustuksia noudattavia huonekaluja.<sup>120</sup> Ensimmäisten joukossa uustuotantoon tuli Domus-tuoli vuonna 2003 SAS:n aamupalahuonetta varten.<sup>121</sup> Mademoisellen uudelleenvalmistus aloitettiin mitä luultavimmin vuonna 2005.<sup>122</sup> Vuoden 2010 lokakuussa Artek Oy ab ilmoitti ostaneensa Aeron koko osakekannan ja Aeron omistuksessa olevat Ilmari Tapiovaaran tuotteet siirtyivät Artekille.<sup>123</sup> Tästä eteenpäin myös Mademoisellen valmistus siirtyi Artekille, joka on jatkanut sen valmistusta näihin päiviin.

Artekin valmistamiin väreihin lukeutuvat alkuperäisen mustan lisäksi uusina väreinä valkoinen ja salviaanvihreä, musta on materiaaliltaan petsattua massiivikoivua ja valkoinen sekä salviaanvihreä maalattua massiivikoivua.<sup>124</sup> Aeron valmistusaikana ainakin keinutuolin väri vaihtoehtona lienee ollut lisäksi alkuperäinen korallinpunainen.<sup>125</sup> Nykyisin alkuperäisestä Mamselli-nimestä poiketen myös keinutuolia markkinoidaan Mademoisellena.<sup>126</sup> Artekin uustuotannossa olevan Mademoisellen koko poikkeaa alkuperäisen Askon valmistaman huonekalun koosta: se on korkeudeltaan 93cm ja sen istuinkorkeus on 41 cm (alkuperäistä kolme ja yksi senttiä korkeampi), leveydeltään 55 cm ja syvyydeltään 66 cm (alkuperäistä sentin leveämpi ja kaksi senttiä syvämpi).<sup>127</sup> Tämän kokomuutoksen syynä lienevät nykypäivän ihmisten tarpeet: hyvinvoinnin lisääntymisen myötä ihmiset ovat kookkaampia kuin 60 vuotta sitten.

Valitettavasti Designmuseon arkistojen tarkastelussa ei suoranaisesti ilmennyt seikkoja, jotka erityisesti vahvistaisivat Mademoisellen nykyistä klassikkoasemaa. Designmuseon hallinnoima Tapiovaara-arkisto tarjosi sen sijaan paljon aikalaistietoa, koska se sisältää pääosin Tapiovaaran huonekalupiirustuksia. Toisaalta Designmuseon ollessa valtakunnan johtava muotoilua esittävä museo jo Ilmari Tapiovaaran ja Mademoisellen päätyminen osaksi Designmuseon kokoelmaa perustelee huonekalun klassikkostatusta.

Avotakka-aikakausjulkaisun osalta tarkasteluun päätyivät lehdet Mademoisellen uustuotantoajalta 2000-luvun alusta nykypäivään, tarkemmin vuosilta 2005–2016. Lehden sivuilla Mademoiselle esiintyy melko tasaiseen tahtiin aina vuodesta 2005 vuoden 2016

---

<sup>120</sup> Korvenmaa 2014a, 9.

<sup>121</sup> Lemmetti 8.9.2016, puhelinkeskustelu.

<sup>122</sup> Tarkka uustuotannon aloitusajankohta ei ole varmistunut Aeron/Artekin tahoilta, mutta ensimmäisen kerran Aeron Mademoiselle esiintyy Avotakassa vuonna 2005. Tarkemmin Avotakka 5/2005, 130. Myös Aeron entinen toimitusjohtaja Juhani Lemmetti muistelee Mademoisellen tulleen uustuotantoon vuosien 2004–2005 välillä (Lemmetti 8.9.2016, puhelinkeskustelu).

<sup>123</sup> Artekin tiedotus verkkosivuilla, 10/2010.

<sup>124</sup> Tuotokuvaus Mademoiselle-nojatuoli: Artekin verkkosivu.

<sup>125</sup> Avotakka: 4/2007, 101; 5/2008, 101.

<sup>126</sup> Tuotokuvaus Mademoiselle-keinutuoli: Artekin verkkosivu.

<sup>127</sup> Tuotokuvaus Mademoiselle-nojatuoli: Artekin verkkosivu.

loppuun, vuosikerta 2006 muodostaa tässä kohtaa poikkeuksen, sen lehdissä ei Mademoisellea nähdä. Tällainen tasainen esiintyminen todistaa osaltaan Mademoisellen asemaa klassikkona: se ei ole vain kausittain muodissa, vaan on pysynyt tasaisesti yli 10 vuoden ajan sisustuksessa esillä. Eniten Tapiovaaran tuotannosta Avotakan sivuilla näkyvyyttä saavat kuitenkin Pirkka-ruokaryhmä ja Domus-tuoli.<sup>128</sup>

Mielenkiintoisena seikkana Avotakkaa tarkastellessa käy ilmi pinnatuolin uusi tuleminen ja sen suosion vähittäinen kasvu: 2000-luvun alkuvuosina pinnatuoleja esiintyi hyvin harvakseltaan lehden sivuilla, mutta 2010-lukua lähestyttäessä määrä alkoi vähitellen kasvaa, kunnes 2010-luvulla se lisääntyi huomattavasti niin, että vuoden 2016 jokaisessa lehdessä on vähintään yksi pinnatuoli. Tästä voitaneen tulkita pinnatuolin tehneen paluun kansan suosikkituoliksi, kuten se Kaunis Koti -lehden sisältöjen mukaan oli myös Mademoisellen alkuperäisenä tuotantoaikana.

Ilmari Tapiovaara on toiminut myös Avotakka-lehden taustavaikuttajana ja hänellä on ollut suuri vaikutus erityisesti lehden alkuvuosien linjaan.<sup>129</sup> Hän on muun muassa toimittanut joulukuussa 1969 ilmestyneen visuaalisesti taidokkaan kansainvälisen Suomi-designnumeron.<sup>130</sup> Tarkasteluun valikoituneissa lehdissä Tapiovaaraa esitellään lehden sivuilla esimerkiksi tuolien taitajana *Muotoilun mestarit* -artikkelisarjassa<sup>131</sup> sekä uudemman kerran samannimisessä artikkelisarjassa kauneuden ja käytännöllisyyden yhdistäjänä.<sup>132</sup> Vuonna 2014, kun Tapiovaaran syntymästä tuli kuluneeksi 100 vuotta, Avotakka omisti kokonaisen numeron<sup>133</sup> Tapiovaaran muotoilu-uran kunniaksi. Tuolloin Tapiovaaran muotoilua, uraa ja yksityiselämää esimerkiksi kodin esittelyn kautta oli Avotakassa yli 30 sivun verran.

Avotakka-lehtien sivuilla Mademoisellen yhteyteen liittyy usein maininta sen asemasta designklassikkona.<sup>134</sup> Designklassikko- ja klassikko-nimitystä käytetään lehdessä muutenkin melko paljon kuvaamaan ikonisia muotoilun tuotteita niin artikkelien otsikoinnissa kuin mainoksissa ja sisustustavaroiden esittelyissä.<sup>135</sup> Yleisesti klassikkoja kuvataan lehdessä ajattoman estetiikan ja kestävyuden kuvastajina. Ajattomat valinnat luovat pohjan persoonallisen tyylin toteuttamiseen ja ajan kuluessa säästävät myös rahaa. Klassikkoja ovat

---

<sup>128</sup> Avotakka -aikakausjulkaisu 2005–2016.

<sup>129</sup> Numminen 2003, 120.

<sup>130</sup> Svenskberg & Avotakan toimitus Avotakka 6/2014, 34.

<sup>131</sup> Nevaluoma Avotakka 6/2005, 106.

<sup>132</sup> Vekkele Avotakka 8/2012, 137.

<sup>133</sup> Avotakka 6/2014 (Tapiovaara-ekstra).

<sup>134</sup> Avotakka: 9B/2007, 73; Avotakka 12/2007, 21; Brotherus Avotakka 1/2010, 59; Huusko Avotakka 2/2010, 36; Tilli Avotakka 8/2011, 23; Avotakka Design/2013, 114; Avotakka 6/2014, 29,48; Avotakka Aromaa 6/2016, 54.

<sup>135</sup> Esimerkiksi otsikointi ”Klassikot kestävät aikaa”, Grön Avotakka 8/2008, 67.

esineet, värit, ratkaisut ja kalusteet, jotka ovat iättömiä ja pysyvät pinnalla vuodesta toiseen.<sup>136</sup>

Yksi erityisesti Mademoisellen klassikkoasemaa vahvistavista perusteista Avotakassa lienee Avotakan osastolla vuoden 2007 *Habitare*-messuilla kolmen klassikkotuolin välillä järjestetty äänestys, jossa yleisön suosikiksi nousi Eero Saarisen Tulppaanin ja Arne Jacobsenin Muurahaisen ohi Tapiovaaran Mademoiselle.<sup>137</sup> Myös lukijoille järjestetyssä kotimaisen muotoilun *klassikkojen klassikko* -äänestyksessä Mademoiselle oli saanut mainintoja yleisöltä klassikkojen klassikon edustajana, vaikka ei viiden kärkeen yltänytkään.<sup>138</sup> Äänestyksien tulokset todistavat, että Mademoiselle mielletään klassikoksi lehden toimituksen lisäksi myös kuluttajien ja yleisön taholta.

Avotakan mainoksissa Mademoiselle esiintyy vain *Finnish Design Shopin* Ilmari Tapiovaaran klassikkohuonekaluja esittelevässä ilmoituksessa<sup>139</sup> ja Designmuseon *Tapiovaara 100 vuotta* näyttelymainoksessa.<sup>140</sup> Rekvisiittana ja tuote-esittelyissä Mademoiselle esiintyy mainoksia useammin. Sitä käytetään muun muassa sisustusvinkkien (kuva 7) yhteydessä ja sitä vertaillaan muihin huonekaluihin ja klassikoihin.



Kuva 7: Avotakka / Tuomas Kolehmainen 2007



Kuva 8: Avotakka / Pekka Vainonen 2007

Mademoiselle esiintyy Avotakan koteja esittelevissä sisustuksissa yleensä kodeissa, joissa on esillä muitakin muotoilun klassikoita huonekaluista valaisimiin<sup>141</sup> (kuva 9 ja 10). Se on usein sijoitettu näkyvälle paikalle kodin olohuoneeseen (kuva 8, 11 ja 12) ja sen yhteydessä mainitaan joskus myös omistajien kiintymyksestä huonekaluun: se on rakastettu,<sup>142</sup> siinä on

<sup>136</sup> Falck pääkirjoitus Avotakka Design/2013, 9.

<sup>137</sup> Avotakka: 9B/2007, 73; 12/2007, 21.

<sup>138</sup> Ahtela Avotakka Design/2013, 114.

<sup>139</sup> Avotakka 6/2014a, 48.

<sup>140</sup> Avotakka 6/2014b, 102.

<sup>141</sup> Ilvetsalo Avotakka 4/2014, 49; Saukkola Avotakka 8/2016, 65; Siusluoto Avotakka 10/2016, 50.

<sup>142</sup> Siusluoto Avotakka 9/2016, 98.

hyvä istua,<sup>143</sup> se on löytö<sup>144</sup> tai perintökalleus.<sup>145</sup> Avotakan luksuksesta kertovassa artikkelissa designhuonekaluja kuvataan kodin huonekaluiksi, jotka viestittävät jotain ne tunnistaville samanhenkisille ihmisille. Niillä on usein jo oma tarinansa: ne ovat esineitä, joiden kanssa on pitkä yhteinen menneisyys ja tulevaisuus. Usein klassikkoesineet periytyvätkin sukupolvelta toiselle ja samalla ne nähdään osana kotia sekä itseä ja omaa persoonallisuutta.<sup>146</sup>



Kuva 9: Avotakka / Vuokko Salo 2016



Kuva 10: Avotakka / Johanna Myllymäki 2012



Kuva 11: Avotakka / Riitta Sourander 2015



Kuva 12: Avotakka / Suvi Kesäläinen 2016

<sup>143</sup> Avotakka 2/2012, 65.

<sup>144</sup> Siusluoto Avotakka 10/2016, 50.

<sup>145</sup> Tilli Avotakka 8/2011, 23.

<sup>146</sup> Nykänen Avotakka 10/2007, 46. Artikkelissa asiantuntijan roolissa Lapin yliopiston tutkija Piia Ryttilähti.

Mademoiselle-nojatuoli on päätynyt myös vuonna 2015 postimerkkiin edustamaan suomalaista huonekaluklassikkoa. Graafinen muotoilija Ilkka Kärkkäinen on suunnitellut *Arjen Design* -postimerkkivihon, jossa esitellään eri aikakausien suomalaisten muotoilijoiden klassikkotuotteita. Esittelytekstin mukaan jo vuosikymmenien ajan nämä tyylikkästi muotoillut käytännölliset esineet ovat olleet osa suomalaisten kotien arkea.<sup>147</sup>

### 4.3 Klassikkoaseman muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä

Klassikkoaseman saavuttamiseen vaikuttavat useat eri tekijät, eivätkä ne kaikki aina välttämättä ilmene jokaisen klassikon kohdalla. Seuraavaksi paneudutaan klassikkoaseman muodostumisen syihin Mademoisellen osalta, jolle haetaan perusteita aiemmin esitellyistä designklassikon määritelmistä sekä muotoilun estetiikan näkökulmista. Tarkastelun painopiste keskittyy pääasiassa huonekalun saamiin immateriaalisiin ulottuvuuksiin ja erityisesti arvoihin, koska materiaalisen käytännöllisyyden lisäksi juuri arvoilla lienee suuri vaikutus klassikkostatuksen muodostumiseen. Väittämät perusteluineen on jaettu kolmeen osaan, joista muodostetaan lopullinen johtopäätös viimeisessä aluvussa.

#### 4.3.1 Kotimaisuus arvona ja kansainvälinen tunnettuus

Tuotteen kotimaisuutta voidaan tarkastella muun muassa sen kansallisista lähtökohdista. Kansallinen muodon leima liittyy yleensä tuotannon kansallisuuden, tuotteiden kotimaisuuden sekä viennin tavoitteiden seikkoihin. Tunnistettavan kansallisen muodon oletetaan kertovan jotain olennaista kansan kulttuuritaustasta, historiasta tai henkisistä ominaisuuksista. Suomalaisuuden voi siis määritellä eräänlaisena sosiaalisten sopimusten prosessina, johon vaikuttavat olennaisesti myös aikalaiskäsitykset ja myöhemmät tulkinnat.<sup>148</sup>

Tuotteen kotimaisuutta voidaan tarkastella myös arvona. Muotoilun estetiikan eettisistä näkökulmista tarkasteltuna kotimaista suunnittelua ja valmistusta voidaan pitää eettisesti hyväksyttävänä, koska esimerkiksi tuotanto-olot ovat yleisesti Suomen lainsäädännön myötä kunnolliset. Myös suomalainen työllistyminen ja kokonaistuoton jääminen Suomeen voivat olla kotimaisen tuotteen arvostusta nostavia seikkoja, jolloin kulutusvalintojen kautta halutaan vaikuttaa esimerkiksi suomalaiseen työllisyyteen ja yhteiskunnallisen hyvään.<sup>149</sup>

Mademoisellen kohdalla sen suunnittelu ja valmistus on tapahtunut kotimaassa. Tapiovaara on arvostettu suomalainen muotoilija, joka jo itsessään nostaa Mademoisellen arvostusta, mutta myös huonekalun valmistus on pysynyt kotimaassa sen alkuperäisesti tuotantoajasta lähtien. Aluksi sitä valmisti Lahden tehtailla huonekalutehdas Asko, jonka jälkeen

---

<sup>147</sup> Postin verkkotiedote. 2015.

<sup>148</sup> Wäre 1999, 22.

<sup>149</sup> Sinivalkoinen jalanjälki -kampanjatutkimus. Kesäkuu 2016.

uustuotantona aloitettu uudelleenvalmistus, ensin Aeron ja myöhemmin Artekin toimesta, on pysynyt alihankintana kotimaisilla toimijoilla.<sup>150</sup>

Tuotteen suomalaiseen valmistukseen liitetään usein myös laadun merkitys<sup>151</sup> ja sen kautta arvostus. Muotoilun kultakauden tuotteita leimaa jo aikakauden suunnitteluperiaatteiden mukainen laadun vaatimus, mutta myös uustuotannon kohdalla huomiota on alusta asti kiinnitetty tuotteiden laadukkuuteen. Kun Aero sopi oikeuksista Tapiovaaran perikunnan kanssa tuottaa ja jälleenmyydä Tapiovaaran mallistoa, ehtona oli toteuttaa tuotanto korkealla laadulla Suomessa.<sup>152</sup> Näin ollen niin alkuperäinen Mademoiselle kuin myös auktorisoitu Mademoiselle täyttävät molemmat klassikoille ominaisen laadukkuuden vaatimuksen.

Kotimaisen arvostuksen ja kansallisen tunnettuuden lisäksi myös kansainvälinen tunnettuus on merkittävä tekijä klassikkoaseman muodostumiselle. Omana aktiiviaikanaan Tapiovaaran pyrkimykset kansainvälisyyteen olivat merkittäviä ja myös hänen suunnittelemiensa esineiden kansainvälisyys on nykypäivänä tunnustettu, esimerkiksi erilaisten designia esittelevien julkaisujen<sup>153</sup> sekä tuotteiden oikeudet omistavan yhtiön omistuksen kautta. Myös Artekiin liittyy vahva mielikuva suomalaisena yhtiönä. Vaikka Artek yhä hallinnoi ja tuottaa Tapiovaara-kokoelmaa, on se kuitenkin nykyisin sveitsiläisen designbrändi Vitran omistuksessa.<sup>154</sup> Toisaalta nykyisen omistajan kansainvälinen omistajuus voi horjuttaa Mademoisellen arvoja kotimaisena tuotteena, mutta toisaalta se myös lisää huonekalun kansainvälistä tunnettavuutta ja levittymistä.

Suomalaisessa muotoiluihanteessa on suunnittelun lähtökohtana ollut pitkään pitkäikäisyys ja monikäyttöisyys. Esineiden tulee olla hyviä käytössä ja mukavia katsella, jopa ostajan loppuelämän ajan. Vaikka kestävä kehitys terminä ei ollut muotoilun kultakaudella tunnettu käsite, vaan lähtökohta oli sosiaalisesti vastuullisessa suunnittelussa, useat huonekalut noudattivat kuitenkin kestävänsä kehityksen periaatetta valmistusmateriaalinsa puun ja yksinkertaisten muotoiluratkaisujen osalta, joka vähensi materiaalien kulutusta.<sup>155</sup> Kestävänsä kehityksen periaatteet tukevat myös muotoilun estetiikan ekologisia näkökulmia. Nämä periaatteet näkyvät myös Mademoisellissa: se on valmistettu puusta valmistusmateriaaleja säästäen.

---

<sup>150</sup> Lemmetti 8.9.2016, puhelinkeskustelu.

<sup>151</sup> Sinivalkoinen jalanjälki -kampanjatutkimus. Tammikuu/maaliskuu 2016.

<sup>152</sup> Korvenmaa 2014a, 9.

<sup>153</sup> Kts. esim. Fiell 2012.

<sup>154</sup> Pöppönen 2013, 26. Korvenmaa 2014a, 9.

<sup>155</sup> Kähönen 2009, 24.

Myös kierrätys voidaan nähdä eräänä kestävään kehitykseen perustuvana periaatteena. Sisustuksessa kierrätykseen perustuvat hankinnat ovat *retrobuumin*<sup>156</sup> mukana lisänneet suosiotaan. Vanhoja esineitä arvostetaan ja niitä hankitaan käytettyinä täydentämään sisustusta sekoittaen eri tyyliä keskenään. Näin hyödynnetään menneiden vuosikymmenten takaista muotoilua kestäväan kehityksen näkökulmista.<sup>157</sup> Mademoisellea on liikkeellä myös käytettynä ja se on suhteellisen haluttu keräilykohde.

#### 4.3.2 Nostalgian kaipuu ja uustuotannon luoma asema

Erityisesti retrobuumi, keräilijät ja 2000-luvun uustuotanto muuttivat tilanteen Tapiovaaran ja hänen huonekalujensa unohduksen kohdalla ja Tapiovaaran huonekalut päätyivät takaisin sisustuslehtiin, koteihin ja julkisiin tiloihin niin Suomessa kuin kansainvälisestikin.<sup>158</sup> Edellä mainitut syyt ovat siis osaltaan johtaneet klassikkostatuksen muodostumiseen myös Mademoisellen kohdalla ja edistäneet sen päätymistä uustuotantoon.

Perinteisiä taideteollisuusaloja on 1980-luvulta lähtien kannatellut tekijä, josta käytetään yleisnimitystä *retro*. Tällä nimityksellä kuvataan lähinnä sotien jälkeisen muotoilun historiaa retrospektiivisesti hyödyntävää lähtökohtaa. Retro käsittää 1950–1970-luvun *modernit klassikot*, esineistön ja etenkin huonekalut, jotka ovat kokeneet arvostuksen nousun nuorten sukupolvien keskuudessa. Näille nuorille sukupolville retro merkitsee nostalgiaa ja modernismin ikonisoitunutta kulttuurista pääomaa. Tämän myötä yritykset, joilla on ollut hallussaan menneiden vuosikymmenten mallistoja, ovat tuoneet markkinoille samoja klassikkoesineitä, joita retron myötä on keräilty alkuperäisinä.<sup>159</sup> Uusvanhana retrona myös Ilmari Tapiovaaran uustuotanto on noussut arvostettuun asemaan.<sup>160</sup> Nostalginen kaipuu menneisyyteen on korostunut entisestään nykypäivän turvattomassa maailmassa talouskriisien, luonnonmullistuksien ja sotien myötä ja se näkyy myös sisustuksessa, johon retrotuotanto on vastannut. Halutuimpia näistä retroesineistä ovat 1950-luvun sirolinjaiset ja kauniit huonekalut,<sup>161</sup> joihin Mademoisellekin kiistatta lukeutuu.

Retron myötä lähihistorian esineistön kierrätys on ollut olennainen osa lähivuosien ja nykyhetken muotoilukulttuuria. Tämä tarjoaa yhden kulutusvaihtoehdon ja sitä kautta mahdollisuuden yksilölliseen profiloitumiseen.<sup>162</sup> Taideteollisuuden moderni muotoilu on 1980-luvulta alkaen ollut myös keräilykohde ja kiinnostus keräilyyn on ollut kasvava.

---

<sup>156</sup> Tarkempi selitys seuraavassa alaluvussa.

<sup>157</sup> Kähkönen 2009, 33.

<sup>158</sup> Svenskberg 2014, 140.

<sup>159</sup> Korvenmaa 2009, 300.

<sup>160</sup> Pöppönen 2013, 21.

<sup>161</sup> Pöppönen 2013, 23.

<sup>162</sup> Korvenmaa 2009, 301–302.

Suomessa erityisesti keräilijöiden mielenkiinnon kohteina ovat olleet lähimenneisyyden suomalaiset designesineet. Muutama vuosikymmen sitten laadukkaita designesineitä sai hankittua kirpputoreilta huokeaan hintaan, mutta sittemmin niiden arvo on keräilyosuion myötä noussut moninkertaisesti ja modernismista on muodostunut keräilyn parissa jopa sijoituskohde.<sup>163</sup>

Toisaalta modernismin ihanteiden mukaan menneisyyden ihannoiti on hieman nurinkurista, koska modernismi nimenomaan hylkäsi historian. Myös nostalgian liittäminen moderniin esineistöön on hieman ristiriitaista, sillä historian kieltämisen lisäksi modernismi hylkäsi romantisoitua nostalgiset tuntemukset. Nykyisin moderneihin esineisiin liitetään usein menneisyyden muistumia esimerkiksi lapsuuden tai nuoruuden ympäristöistä. Keräilyn kautta omaan ja kansalliseen lähihistoriaan haetaan kosketusta. Eri sukupolvien nostalgia käsittää eri vuosikymmenet ja tästä syystä trendikierrätys etenee vuosikymmenittäin. Jokaisella aikakaudella on omat keräilyn huippuesineensä, mutta todennäköisesti parhaiten keräilyarvon tulee säilyttämään muotoilun kultakauden esineistö.<sup>164</sup> Ehkä juuri modernismi pyrkimys uuteen ja ennennäkemättömään, historiasta riippumattomaan muotoiluun on synnyttänyt sen suureen suosioon vielä jälkimaailmassa. Tämä modernismin periaate on synnyttänyt käänteentekeviä esineitä, mikä varmasti osaltaan myös selittää, miksi niin usea modernismin tuote on muodostunut klassikoksi ja halutuksi keräilyesineeksi.

1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa myös Ilmari Tapiovaaran alkuperäinen tuotanto kiinnitti *retro-vintage* -yleisön huomion niin kansainvälisesti kuin kansallisella tasolla.<sup>165</sup> Retron ja keräilyn lisäksi Ilmari Tapiovaaran uustuotanto on muodostunut suosituksi designitietoisien keskuudessa ja koska kalusteet olivat välillä poissa tuotannosta, ovat ne säilyttäneet tietynlaisen tuoreuden ja positiivisen ajattomuuden leiman. Uustuotannon ja suosion myötä myös Tapiovaaran alkuperäiset huonekalut ovat nousseet korkeisiin hintoihin.<sup>166</sup>

Klassikoitumisen asemaa perusteleekin myös huonekalun hinnan muutos. Alkuperäisenä tuotantoaikanaan vuonna 1958 Mademoisellen myyntihinta oli 3700 markkaa<sup>167</sup>, joka nykyarvossa vastaa noin 96 euroa.<sup>168</sup> Vuoden 1963 rahauudistuksen<sup>169</sup> jälkeen samana

---

<sup>163</sup> Kalha 2001, 251;273.

<sup>164</sup> Kalha 2001, 272.

<sup>165</sup> Korvenmaa 2014a, 9.

<sup>166</sup> Pöppönen 2013, 26.

<sup>167</sup> Askon arkisto: Kansio Asko hinnastoja 1930 alkaen, välilehti 1950-luku, hinnasto n:o 9, sivu 8.

<sup>168</sup> Suomen pankin Rahamuseon verkkosivut: rahanarvonlaskuri.

<sup>169</sup> Suomen Rahapajan verkkosivut.



vuonna Mademoisellen hinta oli 49 markkaa<sup>170</sup>, joka vastaa nykyrahassa noin 102 euroa.<sup>171</sup> Nykypäivänä käytetty ja alkuperäinen kotimainen Mademoiselle maksaa noin 500–650 euroa<sup>172</sup>, ruotsalaisen Edsby Verkenin Mademoisellen ollessa hieman edullisempi noin 350 euroa.<sup>173</sup> Artekin uustuotantona valmistettu Mademoiselle maksaa 989 euroa<sup>174</sup> eli hinta on kymmenkertainen suhteessa alkuperäiseen Mademoisellen hintaan. Hintakehitys on lisäksi ollut viime vuosina nouseva, esimerkiksi vuoden 2007 Avotakassa Mademoisellen hinnaksi on merkitty 590 euroa<sup>175</sup>, kun se vuonna 2013 on samassa julkaisussa jo 785 euroa.<sup>176</sup> Uustuotannon ja klassikkoaseman johdosta Tapiovaaran huonekalujen hintataso on siis noussut keskivertokuluttajan ulottumattomiin, joka on vastoin Tapiovaaran alkuperäistä tarkoituserää huonekalun saatavuuden suhteen.<sup>177</sup>

Yksi vahva peruste klassikkoasemalle on Mademoisellen päätyminen uustuotantoon. Uustuotantoon ottamiseen vaikuttavat syyt perustunevat useimmiten nostalgian ja kysynnän kautta tuotteen ja suunnittelijan suosioon ja arvostukseen yleisön keskuudessa, muodin kiertokulkuun, laatuun sekä käytännöllisyyteen. Uustuotannon status lisäksi tukee Mademoisellen yhtä klassikkohuonekalun perustekijää, jatkuvaa saatavilla oloa. Vaikka klassikon hinta on usein korkeampi, tulee se aikaa myöten halvemmaksi kuin muodissa nopeasti vaihtuvat kertakäyttötuotteet ja tämän myötä klassikon hankinta tukee myös kestävän kehityksen periaatteita.<sup>178</sup>

#### 4.3.3 Ajattomuuden ja arvostuksen merkitys

Yksi merkityksellisimmistä klassikon perusteista on sen riippumattomuus ajasta. Ilmari Tapiovaaran tuotanto ja ajatukset vaikuttavat yhä nykypäivänäkin ajankohtaisilta.<sup>179</sup> Tähän ajankohtaisuuteen osaltaan vaikuttanevat Tapiovaaran nykyinen status ja arvostus muotoilun kentällä, edellä mainittu huonekalujen tuotantokatkos sekä modernismin suunnitteluperiaatteet ja Tapiovaaran tuotannon sijoittuminen ajallisesti muotoilun kultakaudelle.

---

<sup>170</sup> Askon arkisto: Kansio Asko hinnastoja 1930 alkaen, välilehti 1960-luku, yleiskalusteet 1.1.1963.

<sup>171</sup> Suomen pankin Rahamuseon verkkosivut: rahanarvonlaskuri.

<sup>172</sup> Huusko 2011, 59; Peltonen 2009, 33.

<sup>173</sup> Kyseessä Bukowskis Marketilla myyty jälkeempään uudelleen maalattu yksilö (Peltomaa, Hansson & Karlsson 2013, 27).

<sup>174</sup> Finnish Design Shopin verkkokauppa 2017.

<sup>175</sup> Avotakka 6/2007, 89.

<sup>176</sup> Avotakka 3/2013, 20.

<sup>177</sup> Svenskberg 2014, 140.

<sup>178</sup> Mattinen 2013, 217.

<sup>179</sup> Svenskberg 2014, 140

Suomalaisessa muotoilussa on tuotteen monikäyttöisyys ollut merkittävässä roolissa, esineet on suunniteltu ulkomuodoiltaan selkeiksi niin, että ne sopivat eri ympäristöihin, eivätkä ole muodoltaan sidottuja tyylikausiin.<sup>180</sup> Tästä huolimatta ajattoman tuotteen tulee kuitenkin ilmentää vahvasti omaa aikaansa sen lisäksi, että sen tulee kestää aikaa ulkonäöllisesti, mutta myös rakenteellisesti.<sup>181</sup> Nämä edellä mainitut ominaisuudet toteutuvat Mademoisellen kohdalla hyvin. Se on selkeästi tunnistettavissa modernismin tuotteeksi, mutta yksinkertaisen muotoilunsa ansiosta se sopii yhdistettäväksi eri aikakausiin, muodoltaan se täydentää erityisen hyvin nykyaikaisia sisustuksia. Tämän lisäksi se on valmistettu kestävästä materiaalista, maalatusta massiivikoivusta, joka kestää käyttöä.

Myös esineen esteettisellä arvostuksella on suuri merkitys klassikkoaseman muodostumiselle. Kuten edellä on todettu, tuotteen esteettinen arvostus voi liittyä sen ulkonäön miellyttävyyteen tai sen kantamiin eettisiin tai ekologisiin arvoihin. Muotoilun tuotteen kohdalla myös emotionaaliset arvot saattavat vaikuttaa sen arvostukseen. Se voi olla perintökalleus tai keräilykappale. Tällaiset arvostukset ovat vahvasti kulttuurisidonnaisia ja ne toteutuvat todistetusti myös Mademoisellen kohdalla, kun tarkastellaan esimerkiksi Avotakka-julkaisujen sisältöjä.

Yleisesti muotoilun klassikoita tarkastellessa niiltä löytyy yhteneviä piirteitä, joista tärkeiksi ominaisuuksiksi nousevat niiden esteettisyys ja toimivuus.<sup>182</sup> Mademoisellen kohdalla vaikuttaisikin siltä, että juuri sen ajattomuudesta ja arvostuksesta syntyvä funktionaalisuuden ja esteettisyyden yhteisvaikutus muodostaa siitä klassikon.

#### 4.4 Funktionaalisuuden ja esteettisyyden yhteisvaikutus

Kokonaisuudessaan tarkastelun johtopäätöksenä voidaan todeta Mademoisellen olevan lähtökohtaisesti suunniteltu arjen käyttöhuonekaluksi. Tähän väitteeseen löytyy vahvoja perusteita huonekalun alkuperäisistä suunnitteluperiaatteista, kohderyhmästä, jolle se on alun perin suunnattu sekä käyttötarkoituksista, jotka sen suunnittelussa on erityisesti huomioitu. Näiden suunnitteluun liittyvien seikkojen lisäksi myös median luoma kuva Kaunis Koti -lehtien osalta vahvistaa huonekalun arvostuksen asemaa arkisena. Yhä nykypäivänä Mademoiselle voidaan nähdä arjen kannalta funktionaalisena huonekaluna: se on kevyt ja siro, joten sitä on helppo liikutella, sen valmistusmateriaali maalattu puu tekee siitä helposti puhdistettavan ja hygieenisen ja lisäksi sen ergonomisuudessa on huomioitu istumismukavuus.

---

<sup>180</sup> Kähönen 2009, 24.

<sup>181</sup> Nieminen 2014, Designmuseon yli-intendentti Merja Vihusen tiedonanto.

<sup>182</sup> Nieminen 2014, Designmuseon yli-intendentti Merja Vihusen tiedonanto.

Yhtä aikaa tämän arkisuuden rinnalla Mademoiselle kuitenkin edustaa suomalaisen designin kärkeä. Huonekalun esteettinen erityisyys ja erottuva veistoksellinen muotoilu on tehnyt siitä yhden suomalaisen muotoilun historian tunnetuimmista ja rakastetuimmista huonekaluista. Klassikoksi muodostumista perustelee erityisesti Mademoiselle asema nykypäivänä. Sitä käytetään kotien, mainostoimistojen sekä kahviloiden sisustuksissa<sup>183</sup> ja onpa se äänestetty suomalaisten suosikkituoliksi klassikoksi. Myös nykymedian luoma kuva Avotakka-julkaisun sisältöjen osalta tukee Mademoisellen klassikkoasemaa. Lehden sivuilla Mademoiselleen viitataan toistuvasti klassikkotuolina ja se esiintyy usein designtietoisien sisustuksissa ja rekvisiittana designtuotteiden esittelyissä ja mainoksissa.

Muun muassa edellä mainittujen klassikkoaseman muodostumiseen liittyvien seikkojen vuoksi Mademoiselle on muodostunut klassikoksi Suomen muotoilutuotannossa monesta muusta käyttöesineestä poiketen, joten on myös mielenkiintoista pohtia yleisön merkitystä klassikkoaseman muodostumisen kohdalla. Tuotteessa voi olla funktionaalisesti ja esteettisesti asiat kohdallaan, mutta tästä huolimatta siitä ei välttämättä koskaan muodostu yleisesti tunnustettua klassikkoa. Klassikkoaseman määräytyminen on pitkälti riippuvainen myös kuluttajien mausta ja arvostuksesta.

Joidenkin klassikkoesineiden kohdalla taas niiden esteettiset arvot korostuvat käytännöllisyyden yli ja siitä muodostuu käyttöesineen sijaan näyttelyesine, jolla omistaja pyrkii viestittämään samanhenkisille ihmisille esineen kautta tietynlaisia esteettisiä arvoja, kuten designtietoisuutta, eettisiä tai ekologisia näkökulmia, sosiaalista tai taloudellista asemaa ja niin edelleen. Tällainen niin kutsuttu *showpiece*, kuvastaneekin enemmän omistajansa tai esittelijänsä statusta ja sen merkityksen keskeisyyttä kuin itse huonekalun asemaa. Sisustuslehtien sivuilla esitelty koti, jossa on esillä designklassikoita, viestittää klassikot tunnistaville lukijoille siis kodin esittelijän esteettisiä arvoja. Klassikkojen tunnistamisen helpottamiseksi lehden kuvateksteissä saattaa vielä erikseen olla maininta korostamassa klassikkoasemaa tai esineen merkitystä omistajalleen.

Vaikka Mademoiselle onkin nykyisin designklassikko, on se statukseltaan edelleen myös arkinen huonekalu, joka sopii yhteen monenlaisten sisustustyylien kanssa ja toimii siis näin ollen sisustuksen kokoavassa sekä välittävässä roolissa. Voitaneen todeta, että nimenomaan klassikkostatus säilyttää usein huonekalun arkisen tason, koska funktionaalisena käyttöesineenä huonekalun ja tuolin ensisijainen käyttötarkoitus on olla istuin, ei koriste. Mademoiselle on kotimainen, laadukas, käytännöllinen sekä kestävä ja monella suomalaiselle

---

<sup>183</sup> Avotakka 6/2014.

lienee nostalginen tunneside sen edustamaa aikakautta kohtaan. Tämän lisäksi sillä on useita esteettisesti merkittäviä ominaisuuksia, kuten ajattomuus, keveys, eettisyys ja ekologisuus. Juuri tämä funktionaalisuuden ja esteettisyyden yhteisvaikutus lienee erityisesti Mademoisellen kohdalla syynä sen klassikkoasemaan. Tämän tarkastelun tuloksena voitaneen todeta Mademoisellen olevan eräänlainen käyttötaideteos: huonekaluveistos.

## 5 Päätäntö

*”Hyvän teollisen muotoilijan tulee ennen kaikkea olla hyvä taiteilija. Yksinomaan kaupallinen ja teknillinen perehtyminen ei korvaa muotoilutehtävää suorittavalta henkilöltä puuttuvaa taiteellista lahjakkuutta. Sen sijaan taiteellinen pätevyys voi korvata teknillisen ja kaupallisen perehtymisen puutteen... Omat muotoilutehtäväni ovat valmistuneet taiteellisten, teknillisten ja kaupallisten aiheiden synteessä.”<sup>184</sup>*

Ilmari Tapiovaaran muotoilufilosofiaa tarkasteltaessa ilmenee suunnittelun lähtökohtina niin taiteellisuus kuin teknisyyskin. Kaupallisen aspektin voi tulkita tarkoittavan muun muassa hinnan muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä. Tuotteen ollessa sarjavalmisteinen sen kustannukset pysyvät suhteessa käsityönä yksilöllisesti valmistettavaan matalampina. Toisaalta designklassikon status nostaa nykyisin huonekalujen hintaa sarjavalmisteisuudesta huolimatta.

Hyvä muotoilutuote, ja mahdollinen designklassikko, muodostuu funktionaalisuuden ja esteettisyyden yhteisvaikutuksesta. Erityisesti huonekalun kohdalla toisen puuttuminen vaikuttaa olennaisesti sen käyttö- tai koristearvoon. Designklassikko on harvoin epäkäytännöllinen ja tuskin koskaan epäesteettinen. Lähtökohtaisesti tuoli on käyttöesine ja sen tulee muotoilullaan ja funktiollaan palvella käytännöllisiä ominaisuuksia. Taideteollisuuden tuotteena tuolin on myös oltava esteettinen sisustuksen täydentäjä, jolloin myös sen koristearvo ja arvostus nousevat olennaiseen osaan. Mademoisellen kohdalla on tapahtunut jonkinlainen tarkastelukulman muutos, ennen se on nähty arjen kautta, nykyisin statuksen määrittäjänä tai elämäntyylin esittelijänä. Arjen esteettisestä apulaisesta näyttäisi muodostuvan jonkinlainen identiteetin ilmentäjä, kun käyttöesine muuntuu klassikoksi.

Klassikot voidaan nähdä myös kulttuurin ilmentäjinä. Toisaalta ne edustavat oman aikakautensa muotia, asenteita ja arvostuksia, mutta näiden seikkojen ohella erityisesti ajattomuus tekee niistä ajankohtaisia myös nykypäivän kontekstissa. Klassikossa ilmeneekin usein eri aikoina samat ajattomat arvot ja näin ne toimivat välittävinä ja yhdistävinä tekijöinä oman aikakautensa kulttuurin sekä nykypäivän kulttuurin välillä.

Tutkielman tulosten valossa voidaan todeta Mademoisellen arkiselle kontekstille arjen käyttöesineenä löytyvän vahvat historialliset perusteet erityisesti aikakauden asumisen

---

<sup>184</sup> Ilmari Tapiovaara 1952. Esim. Korvenmaa 2014b, 54.

ideologiasta nousevista suunnitteluperiaatteista. Vaikka suomalaisen muotoiluteollisuuden modernismin aikainen suunnittelu on lähtökohtaisesti keskittynyt arjen näkökulmiin, näyttäisi siltä, että jo tuona aikana on kuitenkin luotu perusta tuleville designklassikoille. Esimerkiksi suunnittelun ja valmistuksen kotimaisuus, laatu sekä ajattomuus ovat arvostettuja ominaisuuksia, joiden kautta aikakauden huonekaluista on muodostunut klassikkoja. Mademoisellen nykyiselle asemalle designklassikkona on myös vahvat perusteet. Se ilmentää hyvin designklassikon ominaisuuksia ja toteuttaa muotoilun esteettisiä arvoja. Siitä on muodostunut ajaton huonekalu, joka sopii yhteen erilaisten sisustustyylien kanssa. Tämän lisäksi designklassikkona Mademoiselle toteuttaa kuitenkin yhä sen alkuperäistä funktiota arjen käyttöesineenä, se on yhtäaikaisesti sekä käyttöhuonekalu että designveistos.

Eryteisesti tutkielmassa hyödynnettyjen media-aineistojen osalta ilmenee eroavuuksia Mademoisellesta luodussa kuvassa. Kauniin Kodin representaatiot huonekalusta ovat huomattavasti Avotakan representoimaa kuvaa arkisempia, vaikka Kaunis Koti onkin omana aikanaan profiloitunut myös designin edustajaksi. Avotakassa Mademoisellen ohessa lähes poikkeuksetta mainittiin sen klassikkoasema, sitä esiteltiin designtietoisten kodeissa keskeisellä paikalla ja menestyipä se myös lehden muutamissa klassikkoäänestyksissä hyvin.

Vaikka tutkielman tarkoituksena on ensisijaisesti tuottaa tietoa designklassikon muodostumiseen liittyen Mademoiselle-nojatuolin kohdalla, nousi tutkimusaineistoista erityisesti arkistomateriaalin osalta Mademoisellesta sellaisia seikkoja, joista ei tutkielmassa käytetyssä alan kirjallisuudessa ollut juurikaan mainintoja. Tällaisia uusia tietoja ovat muun muassa alkuperäisen valmistuksen lopetusvuosi, uustuotannon aloitusvuosi, keinutuoliversioiden alkuperäinen nimi sekä huonekalun alkuperäinen kohderyhmä ja alkuperäiset käyttötarkoitukset.

Tutkielman tuloksia voidaan osittain soveltaa myös päinvastaisesti. Klassikkopiirteiden määrittämisen kautta voidaan tarkastella miksi jostain huonekalusta ei sen ominaispiirteistä tai muotoilijasta huolimatta muodostu klassikkoa. Toisaalta tutkielman tuloksia voidaan hyödyntää myös tulevaisuuden huonekaluklassikkojen arvioinnissa. Klassikkoaseman syntyminen on kuitenkin monivaikutuksinen prosessi, eikä sen ennustamiseen löytyne suoranaista kaavaa, vaan lopulta kuluttajien ja yleisön vaikutuksella, erityisesti arvostuksella ja mielenkiinnolla, on suuri merkitys klassikkostatuksen muodostumiseen.

Koska designklassikkojen myötä on syntynyt lieveilmiönä niiden kopioimista ja väärentämistä, mahdollisena jatkotutkimuksena maisterintutkielman osalta olisi mielenkiintoista tarkastella taideteollista muotoilua ja designklassikkoja väärentämisen ja kopioinnin näkökulmista.

## Lähteet

### Painetut lähteet:

Aaltonen, S. 2009. Modernismi toisen maailmansodan jälkeen teoksessa Vihma, S. (toim.) 2009. *Suomalainen muotoilu. Esineistä teollisuustuotteiksi*. Espoo: Weilin+Göös Oy.

Aaltonen, S. 2014. Annikki Tapiovaara, sisustusarkkitehti teoksessa Svenskberg, A. (toim.) 2014. *Ilmari Tapiovaara. Muotoilu ja elämä*. Helsinki: Designmuseo.

Berglund, E. & Engdal, S. 1961. *Möbelråd*. Uppsala: Appelbergs Boktryckeri AB.

Fiell, C. & Fiell P. 2012. *Chairs. 1000 Masterpieces of Modern Design, 1800 to the Present Day*. London: Goodman Fiell.

Hagelstam, W. & Hämäläinen, P. 2003. *Uusi antiikkikirja 1900–1980*. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Heinonen, V. 2011. Muotoilu, kulutus ja hyvinvointiyhteiskunnan rakentaminen sotien jälkeisinä vuosikymmeninä teoksessa Hohti, P. (toim.) 2011. *Rajaton muotoilu. Näkökulmia suomalaiseen taideteollisuuteen*. Helsinki: Avain/BTJ Finland Oy.

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

Huusko, A-K. 2011. *Retroaarteet*. Helsinki: Werner Söderström osakeyhtiö.

Kalha, H. 2001. *Moderni taideteollisuus keräilyn maailmassa* teoksessa Nokela, L. (toim.) 2001. *Vanhojen tavaroiden aarrekirja*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Kalha, H. 1999. Sankarien sukupolvi teoksessa Sotamaa (toim.) 1999. *Taideteollisuuden muotoja ja murroksia. Ateneum Maskerad. Taideteollinen korkeakoulu 130 vuotta*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

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

Kallio, A. J. & Nevaluoma K-O. 2011. *Suomalaisten mestareiden huonekalut – Taustoja, tarinoita, tunnelmia*. Espoo: Kustannusosakeyhtiö Paasilinna.

Korvenmaa, P. 2014a. Nousu, loisto, unohdus ja paluu teoksessa Svenskberg, A. (toim.) 2014. *Ilmari Tapiovaara. Muotoilu ja elämä*. Helsinki: Designmuseo.

Korvenmaa, P. 2014b. Ilmari Tapiovaara, sisustusarkkitehti teoksessa Svenskberg, A. (toim.) 2014. *Ilmari Tapiovaara. Muotoilu ja elämä*. Helsinki: Designmuseo.

- Korvenmaa, P. 2010. Ei vain muodon vuoksi – eräitä modernin kalusteen ulottuvuuksia teoksessa Aav, M. & Savolainen, J. (toim.) 2010. *Modernismi. Kirjoituksia suomalaisesta modernismista*. Helsinki: Designmuseum.
- Korvenmaa, P. 2009. Taide & Teollisuus. Johdatus suomalaisen muotoilun historiaan. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Korvenmaa, P. 1999. Kotimaasta maailmalle: Taideteollisuus, tuotanto ja kansainvälisyys 1950- ja 1960-luvuilla teoksessa Stenros, A. (toim.) 1999. *Visioita: Moderni suomalainen muotoilu*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Korvenmaa, P. Bonner, D. Kokkonen, J. 1997. Clásicos del diseño. Design classics. Ilmari Tapiovaara. Barcelona: Santa & Cole.
- Koukkunen, K., Hosia, V. & Keränen, J. 2002. Sivistyssanakirja. Nykysuomen opas. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Kruskopf, E. 1998. Muotoilu ja taidekäsitys 1945-1990 teoksessa Bonsdorf, B., Gardberg C. J., Kruskopf, E. Lindeberg, B., Nummelin, R., Ringbom S. & Schalin, M. (toim.). Kaija Valkonen (suom.). 1998. *Suomen taiteen historia: keskiajalta nykyaikaan*. Espoo: Schildt.
- Kupke, R-K. 2008. Varhaisia kansainvälisiä ihanteita teoksessa Vihma, S. (toim.) 2008. *Suomalainen muotoilu. Käsityöstä muotoiluun*. Espoo: Weilin+Göös Oy.
- Kähönen, H. 2009. Kohti kestävästä kehitystä teoksessa Vihma, S. (toim.) 2009. *Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja*. Espoo: Weilin+Göös Oy.
- Mattinen, M. 2013. Kulttuuriympäristöön jää aina jälki teoksessa Toivanen, P. ja Laine, M. (toim.) 2013. *Kestävä kasvatus. Kulttuuria etsimässä*. Helsinki: Suomen kulttuuriperintökasvatuksen seura.
- Maunula, L. 1990. Taideteollisuuden rakentamisen aika 1940-1990 teoksessa Ahtola-Moorhouse, L. (toim.) 1990. *ARS Suomen taide 6*. Espoo: Weilin+Göös Oy
- Miestamo, R. 1980. Suomalaisen huonekalun muoto ja sisältö. Suomen suurimman huonekalutehtaan näkökulmasta tarkasteltuna. Lahti: Askon Säätiö.
- Naukkarinen, O. 2011. Arjen estetiikka. Helsinki: Aalto-yliopiston taideteollinen korkeakoulu.
- Naukkarinen, O. 2009. Muotoilun estetiikka ja muotoiltu Suomi teoksessa Vihma, S. (toim.) 2009. *Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja*. Espoo: Weilin+Göös Oy.
- Numminen, J. 2003. A-lehtitalon tarina. Helsinki: A-lehdet.



Peltomaa, T. Hansson, C. & Karlsson, E. 2013. Mikä arvoksi antiikille, taiteelle ja vanhoille tavaroille. Porvoo: J-K Publishing.

Peltonen, K. (toim.) 2009. Tunnista Designklassikot. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Peltonen, K. & Peltonen, J. 2006. Modernismi teoksessa Kokki, K-P., Aminoff, A., Morelius, B., Tamminen, M., Tarna, T. & Forslund, R. (toim.) *Suomen antiikkiesineet (osa 4) Jugendista Modernismiin*. Helsinki: Weilin+Göös.

Pöppönen, H. 2013. Designkuplia. Suomalaisen muotoilun ilmiöitä. Helsinki: Aalto Arts Books.

Saarikangas, K. 2002. Asunnon muodonmuutoksia. Puhtauden estetiikka ja sukupuoli modernissa arkkitehtuurissa. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Saloniemi, S. 2014. Inhimillinen tekijä teoksessa Svenskberg, A. (toim.) 2014. *Ilmari Tapiovaara. Muotoilu ja elämä*. Helsinki: Designmuseum.

Sarantola-Weiss, M. 1999 Ilmari Tapiovaara – arjen muotoilija teoksessa Sarantola-Weiss, M. (toim.) 1999. *Yhteiset olohuoneet. Näkökulmia sisustusarkkitehtuuriin 1949-1999*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Savolainen, J. 2014. Lukijalle teoksessa Svenskberg, A. (toim.) 2014. *Ilmari Tapiovaara. Muotoilu ja elämä*. Helsinki: Designmuseum.

Suhonen, P. 1985. Artek: alku, tausta, kehitys. (Vuoden 2006 näköispainos.) Helsinki: Artek.

Svenskberg, A. 2014. Moniulotteinen Ilmari Tapiovaara teoksessa Svenskberg, A. (toim.) 2014. *Ilmari Tapiovaara. Muotoilu ja elämä*. Helsinki: Designmuseum.

Woodham, J.M. 2014. Ilmari Tapiovaara – Suunnittelu, myytit ja todellisuus Suomessa teoksessa Svenskberg, A. (toim.) 2014. *Ilmari Tapiovaara. Muotoilu ja elämä*. Helsinki: Designmuseum.

Wright, R. 2015. Taideteollisuuden kultakauden designin keräily teoksessa Bradbury, D. (toim.) 2015. *Muotoilun klassikot*. Suom. Sami Heino. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Wäre, R. 1999. Kansalliset lähtökohdat teoksessa Stenros, A. (toim.) 1999. *Visioita: Moderni suomalainen muotoilu*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

## Painamattomat lähteet:

A-lehtien verkkosivusto Meilläkotona.fi. Saatavilla <http://www.meillakotona.fi/avotakka> [Viitattu 24.2.2016]

Artekin verkkosivu. Tuotteet: nojatuolit: Mademoiselle-nojatuoli: tuotekuvaus. Saatavilla:<http://www.artek.fi/fi/products/armchairs/292> [Viitattu 6.3.2017]

Artekin verkkosivu. Tuotteet: nojatuolit: Mademoiselle-keinutuoli: tuotekuvaus. Saatavilla: <http://www.artek.fi/fi/products/armchairs/293> [Viitattu 6.3.2017]

Artekin verkkotiedote. 28.10.2010. Suomalaisen muotoilun klassikot löysivät toisensa. Saatavilla <http://www.artek.fi/fi/news/133> [Viitattu 24.2.2017]

Finna: Jyväskylän yliopiston kirjaston JYKDOK teoshaku: Avotakka. Saatavilla: <https://jyu.finna.fi/Record/jykdok.174496> [viitattu 22.6.2016]

Finna: Jyväskylän yliopiston kirjaston JYKDOK teoshaku: Kaunis Koti. Saatavilla: <https://jyu.finna.fi/Record/jykdok.173903> [viitattu 22.6.2016]

Finnish Design Shopin verkkokauppa: huonekalut: nojatuolit ja rahat: Artek Mademoiselle. Saatavilla: [https://www.finnishdesignshop.fi/huonekalut-nojatuolit-rahat-artek-mademoiselle-c-899\\_41\\_577.html](https://www.finnishdesignshop.fi/huonekalut-nojatuolit-rahat-artek-mademoiselle-c-899_41_577.html) [Viitattu 6.3.2017]

Heino, S., Sipponen, L., Thiel, S. & Vihunen, M. 2012. Designmuseum Uusi Aika -verkkonäyttely. Saatavilla: <http://uusiaika.kokoelma.fi/> [viitattu 13.4.2016]

MOT-sanakirja: ranska-suomi sanahaku mademoiselle. Saatavilla <https://mot-kielikone-fi.ezproxy.jyu.fi/mot/jyu/netmot.exe?motportal=80> [viitattu 3.3.2017]

Nieminen, S. 2014. Mistä löytyvät tulevaisuuden suomalaiset muotoilun klassikot? Turun Sanomien verkkosivuilla 11.10.2014. Saatavilla: <http://koti.ts.fi/sisusta/mista-loytyvat-tulevaisuuden-suomalaiset-muotoilun-klassikot/> [viitattu 3.3.2017]

Postin verkkotiedote 2015. Design elää suomalaisten kotien arjessa Saatavilla: [https://www.posti.com/tiedotteet/2015/20150415\\_postimerkit.html](https://www.posti.com/tiedotteet/2015/20150415_postimerkit.html) [Viitattu 13.4.2016]

Sinivalkoinen jalanjälki -kampanjatutkimus. Kesäkuu 2016. Enemmistö suomalaisista: Avainlippu motivoi ostamaan. Suomalaisen Työn Liitto 2.9.2016. Saatavilla: <http://www.sinivalkoinenjalanjalki.fi/enemmisto-suomalaisista-avainlippu-motivoi-ostamaan/> [Viitattu 6.3.2017]

Sinivalkoinen jalanjälki -kampanjatutkimus. Tammikuu/Maaliskuu 2016. Suomalaisuus merkille – kuluttajat haluavat ostaa suomalaista ja tunnistaa suomalaisen työn. Suomalaisen Työn Liitto. 25.4.2016. Saatavilla: <http://www.sinivalkoinenjalanjalki.fi/suomalaisuus->

[merkille-kuluttajat-haluavat-ostaa-suomalaista-ja-tunnistaa-suomalaisen-tyon/](#) [Viitattu 6.3.2017]

Suomen Rahapaja Oy: verkkosivu. Tietoa rahasta: Suomalainen raha. Saatavilla [https://www.suomenrahapaja.fi/fin/about\\_money/the\\_history\\_of\\_finnish\\_money](https://www.suomenrahapaja.fi/fin/about_money/the_history_of_finnish_money) [Viitattu 6.3.2017]

Suomen Rahapaja Oy: verkkosivu. Uutiset 10.11.2014: Uusi kahden euron erikoisraha on liikkeellä. Saatavilla: [https://www.suomenrahapaja.fi/fin/news/ilmari\\_tapiovaara\\_kahden\\_euron\\_erikoisraha\\_liikkeella](https://www.suomenrahapaja.fi/fin/news/ilmari_tapiovaara_kahden_euron_erikoisraha_liikkeella) [Viitattu 6.3.2017]

Suomen pankin Rahamuseon verkkosivu. Rahanarvonlaskuri. Saatavilla: <http://www.rahamuseo.fi/fi/pelit-ja-multimediat/rahanarvolaskuri/> [Viitattu 6.3.2017]

#### Arkistomateriaali:

Avotakka aikakausjulkaisu: vuosikerrat 2005–2016 (aineistosta puuttuvat lehdet: 4/2005, 2/2006.)

- Ahtela, T. 2013. Suurin suomalainen. A-Lehdet: Avotakka Design/2013.
- Aromaa, A. 2016. Jäätelökesä. A-Lehdet: Avotakka 6/2016.
- Avotakan toimitus & Svenskberg A. 2014. Tehtävä Avotakassa. A-Lehdet: Avotakka 6/2014.
- Brotherus, L. 2010. Tyylikaappaus. A-Lehdet: Avotakka 1/2010.
- Falck, J. 2013. Pääkirjoitus: Sydämen valitut. A-Lehdet: Avotakka Design/2013.
- Grön, N. 2008. Klassikot kestävät aikaa. A-Lehdet: Avotakka 8/2008.
- Huusko, A-K. 2010. Nykyiset ja tulevat klassikot. A-Lehdet: Avotakka 2/2010.
- Ilvetsalo, P. 2014. Meidän Majala. A-Lehdet: Avotakka 4/2014.
- Nevaluoma, K-O. 2005. Muotoilun mestarit: Tuolien taitaja. A-Lehdet: Avotakka 6/2005.
- Nykänen, M. 2007. Uuden luksuksen aika. A-Lehdet: Avotakka 10/2007.
- Saukkola, M. 2016. Kotoilun mestariteos. A-Lehdet: Avotakka 8/2016.
- Siusluoto, R. 2016. Täydelliset neliöt. A-Lehdet: Avotakka 10/2016.
- Siusluoto, R. 2016. Sisustuspuuskia. A-Lehdet: Avotakka 9/2016.
- Tilli, A. K. 2011. Minä ja klassikko. A-Lehdet: Avotakka 8/2011.
- Vekkeli, P. 2012. Muotoilun mestarit: Ilmari Tapiovaara. A-Lehdet: Avotakka 8/2012.
- Avotakka 2014. Finnish Design Shop -mainos. A-lehdet: Avotakka 6/2014a

- Avotakka 2014. Designmuseon Tapiovaara 100 vuotta näyttelymainos. A-Lehdet: Avotakka 6/2014b.
- Avotakka 2013. Idea elää. A-lehdet: Avotakka 3/2013.
- Avotakka 2012. Kodin esittely. A-Lehdet: Avotakka 2/2012.
- Avotakka 2008. Vaivu syleilyyn. A-Lehdet: Avotakka 5/2008.
- Avotakka 2007. Avotakka messuilla. A-Lehdet: Avotakka 9B/2007.
- Avotakka 2007. Suosikkiklassikot äänestyksessä. A-Lehdet: Avotakka 12/2007.
- Avotakka 2007. Lumoava listoilla. A-Lehdet: Avotakka 6/2007.
- Avotakka 2007. Mademoiselle keinutuoli rekvisiittana. A-Lehdet: Avotakka 4/2007.

#### Kaunis Koti -aikakausjulkaisu: vuosikerrat 1956–1970

- Aarnio, R. 1962. Maikkoo saa oman boksen. Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 6/1962.
- Tikkanen, B. Televisiokalusteiden esittely (kuvituskuvassa Mademoiselle). Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 4/1959.
- Toikka-Karvonen, A. 1961. Minkälaisia huonekaluja myymme ulkomaille? Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 3/1959.
- T.S. 1959. Neljä tuolin piirtäjää: Tapiovaara on tuoliensa näköinen. Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 2/1959.
- 1961. Mitä on musikaalisuus eli pikakäynti Dean Dixonin kodissa. Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 5/1961.
- Kevätsiivouksesta kertova artikkeli (kuvituskuvassa Mademoiselle). Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 3/1959.
- Saarela, Y. 1960. Grafiikka modernissa ympäristössä (kuvituskuvassa Mademoiselle). Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 6/1960.
- Kodin kylmätilat tarkastuksen kohteina (kuvituskuvassa Mademoiselle). Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 2/1965.
- Lukijakilpailun palkintona Mademoiselle. Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 3/1965.
- Mainos: Sisustustekstiilit/Helmi Vuorelma Oy (Mademoiselle rekvisiittana). Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 1/1960.
- Mainos: Borealis-verhot/Villayhtymä Oy (Mademoiselle rekvisiittana). Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 5/1961.
- Mainos: Vaasan matto Oy (Mademoiselle rekvisiittana). Taideteollisuusyhdistys: Kaunis Koti 4/1964.

## Lahden museon arkistomateriaali: Askon arkisto

### Asko-lehtien sisältö:

- Asko-lehti. 1958. Televisio – uusi esine sisustuksessa. Askon Tehtaat Oy: 3/1958.
- Asko-lehti. 1958. Kohderyhmä. Askon Tehtaat Oy: 4/1958.
- Asko-lehti. 1959. Tanderfelt, L. Missä istuu Pekka ja missä lukee Liisa. Askon Tehtaat Oy: 2/1959.
- Asko-lehti. 1960. Sisustusarkkitehti Ilmari Tapiovaaran monologi haastattelijalle: ”Tuoli ei ole vain istuin” – se on avain sisustuskokonaisuuteen. Askon tehtaat Oy: 1/1960.
- Asko-lehti. 1960. Lahjavinkki. Askon Tehtaat Oy: 4/1960.
- Asko-lehti. 1962. Käyttötarkoitus. Askon Tehtaat Oy: 2/1962.
- Asko-lehti. 1962. Honkahirsi. Askon Tehtaat Oy: 4/1962.

### Arkistokansiot:

- Kansio 2: Askon tuolit 2000-, kansion välilehti: 2900-, välilehden sivu: 1. Askon Tehtaat Oy.
- Kansio: Bb: 11 Valmistenumerointi, 1948-1965. Tuoli numero 2900. Pvm. 12/4-58. Suunnittelija ”Mademoiselle” Tapiovaara.
- Kansio: Asko tuotekoodit. Askon mallistoa 1959-1/1970.
- Hinnastot n:o 9 ja 10. Kansio Asko: Hinnastoja 1930 alkaen (kopioita), kansion välilehti: 1950-luku, välilehden sivut 8-9. Askon Tehtaat Oy.
- Hinnasto: Yleiskalusteet 1.1.1963. Kansio Asko: Hinnastoja 1930 alkaen (kopioita), kansion välilehti: 1960-luku. Lahti: Askon Tehtaat Oy.

## Designmuseon arkistomateriaali:

### Valokuva-arkisto:

- Kansio: Askon Tehtaat Oy/UPO

### Lehtileikkeet:

- Hämäläinen, H. & Sivén, D. 1984. Ilmari Tapiovaaran tuoli kämmenellä. Sanoma Osakeyhtiö: Me Naiset/Marraskuu 1984.
- SIO kunniajäsen. 1986. Ilmari Tapiovaara, sisustusarkkitehti, professori. Sisustusarkkitehdit SIO ry.
- Tapiovaara, I. 1945. Hyötytaide ja teollisuus (kopio). Teollisuustaitteen Liitto Ornamo.
- Vesalainen, A. 1986. Satojen tuolien taitaja. Helsingin sanomien kuukausiliite 2/heinäkuu 1986.

## Kuvalähteet:

### Kaunis Koti -aikakausjulkaisu:

- Kuva 1: kuvaaja A. Fethulla 1959. Kaunis Koti 2/1959 artikkelissa Rouva Siivonen. Operaatio kevätsiivous, 37.
- Kuva 2: kuvaaja: tuntematon 1960. Kaunis Koti 1/1960 Helmi Vuorelma Oy -mainos, 46.
- Kuva 3: kuvaaja: Jussi Pohjakallio 1959. Kaunis Koti 4/1959 artikkelissa Tikkanen, B. Etsin paikkaa televisiolle, 32.
- Kuva 4: kuvaaja: tuntematon 1960. Kaunis Koti 6/1960 artikkelissa Saarela, Y. Grafiikkaa modernissa ympäristössä, 45.
- Kuva 5: kuvaaja: tuntematon 1961. Kaunis Koti 5/1961 artikkelissa E. J. Mitä on musikaalisuus eli pikakäynti Dean Dixonin kodissa, 45.
- Kuva 6: kuvaaja: Nousiainen 1962. Kaunis Koti 6/1962 artikkelissa Aarnio, R. Maikkoo saa oman boksin, 55.

### Avotakka -aikakausjulkaisu:

- Kuva 7: kuvaaja: Tuomas Kolehmainen 2007. Avotakka 6/2007 artikkelissa Näveri, L. Lumoa listoilla, 89.
- Kuva 8: kuvaaja: Pekka Vainonen 2007. Avotakka 11/2007 artikkelissa Wendelin, L. Aikamuotoja, 14.
- Kuva 9: kuvaaja: Vuokko Salo 2016. Avotakka 10/2016 artikkelissa Siusuoto, R. Täydelliset neliöt, 50.
- Kuva 10: kuvaaja: Johanna Myllymäki 2012. Avotakka 2/2012 artikkelissa Peutere, S. Juonesta kiinni, 65.
- Kuva 11: kuvaaja: Riitta Sourander 2015. Avotakka 5/2015 artikkelissa Savaloja, E. Yhdellä silmäyksellä, 18.
- Kuva 12: kuvaaja: Suvi Kesäläinen 2016. Avotakka 9/2016 artikkelissa Siusuoto, R. Sisustuspuuskia, 91.

### Suullisia tietoja antaneet:

Lemmetti, J. 8.9.2016 Puhelinkeskustelu.

### Audio ja video:

Heiskanen, S. (ohjelman suunnittelu) 2006. Ilmari Tapiovaaran klassikkotuolit (otteita), ohjelmasta Tuolit puhuvat: Ilmari Tapiovaara: Fanett, julkaistu 26.1.2006.

Saatavilla: Yle Elävä arkisto <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/10/31/ilmari-tapiovaaran-tuolit-kalustivat-sodanjalkaisen-suomen> [Viitattu 22.6.2016]

Korvema, P. Artekin dokumentti Ilmari Tapiovaarasta. Julkaistu Vimeossa: 23.9.2012.

Saatavilla: <https://vimeo.com/50010544> [Viitattu 6.3.2017]