

**SUOMALAINEN JOULU JA SEN MUUTOS SUOMEN
KUVALEHDESSÄ 1930–1990**

Wilma Suojama
Kandidaatintutkielma
Historia
Historian ja etnologian laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2023

SISÄLLYS:

1. JOHDANTO.....	2
1.1. Tutkimuksen aihe ja tutkimuskysymykset.....	2
1.2. Lähdeaineisto, aikarajaus ja lähdekritiikki.....	3
1.3. Menetelmät.....	5
1.4. Aikaisempi tutkimus.....	5
2. MATERIAALINEN JOULU.....	8
2.1. Joulun kaupallisuus.....	8
2.2. Joululahjat.....	10
2.3. Ruoka ja juoma.....	15
3. AATTEELLINEN JOULU.....	16
3.1. Pysähtyneestä konservatismista itsenäiseen talousjournalismiin.....	16
3.2. KOTI: Joulun perhekeskeisyys.....	17
3.3. USKONTO: Joulun kristillisyyden.....	19
3.4. ISÄNMAA: Joulun suomalaisuus.....	22
4. PÄÄTÄNTÖ.....	24
LÄHDELUETTELO:.....	26

1. JOHDANTO

Joulu on nykyisin Suomessa ja länsimaissa vuoden suurimpia juhlia, ellei jopa suurin. Se on jokaiselle tuttu ja monelle merkityksellinen vuosijuhla, jolla on pitkät ja monikerroksiset juuret, jotka ovat imeneet vaikutuksia eri aikakausilta ja kulttuurikerrostumista, sekoittuen vuosisatojen kuluessa yhä uusiin perinteisiin ja kulttuurivaikutteisiin. Tuntemamme joulu onkin ikään kuin eräänlainen juhlaperinteiden ja kulttuuritraditioiden sulatusuuni. Jouluun liittyy niin pakanallista perinnettä, kansainvälistä kulttuuriomaisuutta, kuin idän, lännen ja kristinuskonkin vaikutteita¹.

1.1. Tutkimuksen aihe ja tutkimuskysymykset

Tutkimusaiheeni on suomalainen joulu, sen ilmeneminen ja sen muutokset Suomen Kuvalehdessä. Alkuperäislähteenäni käytän Suomen Kuvalehden numeroita 1930-, 1960- ja 1990-luvuilta. Aikarajauksen tarkoituksena on mahdollistaa vuosikymmenten välinen vertailu ja laajempien kehityskaarien ja muutosten esiin tuominen Suomen Kuvalehden joulussa.

Keskeisimpiä tutkimuskysymyksiäni ovat:

Millaiset asiat, teemat ja arvot Suomen Kuvalehden joulusisällöissä korostuvat?

Miten Suomen Kuvalehden joulusisällöt ovat muuttuneet tarkastelemieni ajanjaksojen välillä, ja mikä on mahdollisesti pysynyt samana?

Näiden kysymysten lisäksi pyrin pohtimaan, mikä tiettyjen asioiden korostumisen taustalla vaikuttaa ja mistä tapahtuneet muutokset saattavat johtua. Olen jakanut huomioni materiaaliin ja aatteellisiin joulun ilmentymiin. Materiaalista joulua käsittelen tarkemmin kaupallisuuden, joululahjojen sekä ruokien ja juomien kautta kappaleessa kaksi ja sen alaluvuissa. Suomen Kuvalehden joulusisältöihin liittyviä aatteita ja arvoja käsittelen kappaleessa kolme, jonka alaluvuissa erittelen tarkemmin lehdessä ilmenevää joulun perhe- ja kotikeskeisyyttä, kristillisyyttä ja isänmaallisuutta.

¹ Virtanen 1988, 134–135.

1.2. Lähdeaineisto, aikarajaus ja lähdekritiikki

Käytän alkuperäislähteenäni Suomen Kuvalehteä, sillä sen kautta joulua ei ole aiemmin juuri tutkittu. Suomen Kuvalehti on *“tutkitusti Suomen arvostetuin aikakauslehti”*². Se on perustettu 1916 ja ilmestyy edelleen³, joten se kattaa tarkastelemani ajanjakson eli 1930-, 1960- ja 1990-luvut. Suomen Kuvalehden kohderyhmä ei ole erityisesti jakautunut vain miehiin tai naisiin⁴, joten sen voi ajatella tarjoavan hyvin laajalti jaetun näkökulman jouluun. Toisaalta lehti on enimmäkseen suunnattu keskiluokalle ja sitä ylemmille sosiaaliluokille, kuvaten näin heidän jouluunsa. Alemmat yhteiskuntaryhmät jäävät jossain määrin lehden ulkopuolelle, mikä voi vaikuttaa myös tutkimustuloksiin.

Käytän tutkimuksessani Suomen Kuvalehden marraskuun ja joulukuun numeroita 1930-, 1960- ja 1990-luvuilta. Marraskuun numerot sisältävät yleensä vähemmän jouluaiheita, mutta niitä tarkastelemalla näen, kuinka aikaisin joulu alkaa näkyä Suomen Kuvalehdessä ja onko sen suhteen tapahtunut muutoksia. Suurin osa Kuvalehden joulusisällöistä keskittyy kuitenkin joulukuuhun. Tarkastelin myös lokakuun ja tammikuun numeroita todetakseni, että niissä ei ole jouluun liittyviä sisältöjä, joten niitä en ole käynyt systemaattisesti läpi tai ottanut mukaan aineistooni.

Aikarajaukseni on laaja ja kattaa kolme eri vuosikymmentä, joita vertailemalla pyrin löytämään pidemmän aikavälin muutoksia lehden joulusisällöissä. Peräkkäisten vuosien sisällöt ovat keskenään hyvin samankaltaisia, joten päädyin ottamaan käsittelyyni vain parittomat vuodet. Näin ollen minulla on tarkasteltavanani jokaiselta vuosikymmeneltä viisi numeroa kymmenen sijaan. En näe otannan vaikuttavan tuloksiini merkittävästi, sillä vuosikymmenen sisällä lehden sävyt ja sisällöt eivät suuresti muuttuneet, eikä varsinkaan peräkkäisten vuosien sisällöissä ollut merkittäviä muutoksia.

² Vares ym. 2016, 9.

³ Vares ym. 2016, 9.

⁴ Vrt. esim. Kotiliesi, joka on enemmän naisille suunnattu.

Valitsin vertailuvuosikymmeniksi 1930-, 1960- ja 1990-luvut, koska kolmenkymmenen vuoden aikana muutoksia ehtii tapahtua yhteiskunnassa ja kulttuurissa sen verran, että ne ovat nähtävissä myös Kuvalehdessä ja sen teemoissa ja sävyissä. Tämä tekee vuosikymmenten välisen vertailun selkeämmäksi ja mielekkäämmäksi. Valitsin juuri kyseiset vuosikymmenet, sillä ne sijoittuvat Suomen historian kannalta kiinnostaviin ja hyvin erilaisiin aikakausiin. 1930-luku sijoittuu aikaan ennen toisen maailmansodan poikkeusoloja ja Suomen muodostumista hyvinvointivaltioksi. 1930-luvulla Suomi oli agraarinen ja melko köyhä. 1960-luvulla Suomi alkoi kaupungistua, vaurastua, teollistua ja kehittyä hyvinvointivaltioksi, ollen kuitenkin edelleen melko maatalouspainotteinen. 1990-luku puolestaan edusti melko erilaista kulttuurista ja taloudellista maailmaa: Suomea ravisteli vauraan 1980-luvun jälkeen lama, mutta 1990-luvun loppua kohden taloussuhdanteet nousivat taas kasvuun ja esimerkiksi Nokia menestyi maailmalla. 1990-luvulla teknologia kehittyikin paljon ja alkoi tulla yhä useamman suomalaisen saataville. Myös viestintä nopeutui ja helpottui.⁵

Suomen Kuvalehti on viikon välein ilmestyvä aikakauslehti, jonka painetun version levikki on viikossa nykyään noin 300 000. Tarkastelemallani ajanjaksolla lehden levikki on pysynyt melko tasaisena ja korkeana 1930- ja 1990-lukujen lamoja lukuunottamatta. 1930-luvun laman aikana lehden levikki laski alle sadantuhannen ja myös 1990-luvun laman aikana se hipoi sadantuhannen rajaa. Lamakausien jälkeen se kuitenkin nousi takaisin normilukemiin.⁶ Lehden levikkiä voi siis yleisesti pitää melko laajana. Tarkastelemillani vuosikymmenillä Kuvalehdessä on toiminut useita eri päätoimittajia, joiden linjat ovat jossain määrin eronneet toisistaan esimerkiksi lehden painopisteiden ja kytkösten suhteen. Jouluaiheet eivät kuitenkaan ole poliittisesti latautuneita, eivätkä päätoimittajavaihdokset siten ole vaikuttaneet niihin merkittävästi.

Suomen Kuvalehteä käsiteltäessä on lähdekritiikin kannalta olennaista tiedostaa myös sen omistajat ja rahoittajat. Lehti perustettiin 1916 ja se oli alunperin Otavan omistama ja siirtyi vuonna 1934 Otavan ja WSOY:n yhteisomistukseen Yhdistyneiden Kuvalehtien perustamisen kautta. Yhteiselo päättyi 1998, jolloin Yhdistyneiden Kuvalehtien osakkeet, ja sitä kautta myös Suomen Kuvalehti siirtyi takaisin yksinomaan Otavan omistukseen. Kuvalehden rahoittajista on huomioitava erityisesti Pohjoismaiden Yhdyspankki, joka oli pitkään yksi

⁵ Ks. lisää Eloranta, J., Haapala, P. ym. 2018 *Suomen rakennehistoria : näkökulmia muutokseen ja jatkuvuuteen (1400-2000)*.

⁶ Vares ym. 2016, 9, 82–83, 369.

Otavan merkittävimpiä rahoittajia ja saikin siten lehdessä paljon näkyvyyttä esimerkiksi mainosten kautta.⁷

1.3. Menetelmät

Aineiston analysoinnissa ja käsittelyssä keskeisimpiä tutkimusmenetelmiäni ovat lähiluku sekä visuaalisen sisällönanalyysin menetelmät. Visuaalisen sisällönanalyysin tukena käytän Anita Sepän teosta *Kuvien tulkinta: Menetelmäopas kuvataiteen ja visuaalisen kulttuurin tulkitsijalle* (2012). Käsittelen lehtien kuva-aineistoa jakamalla sen aiheiden mukaan temaattisiin kategorioihin, mikä helpottaa kuvamäärän järjestelmällistä analysointia ja jäsentelyä.

Lähilukua sovellan niin Suomen Kuvalehden kuvien kuin tekstienkin analysointiin. Lähiluvun soveltamisessa käytän Jyrki Pöysän määritelmää teoksessa *Vaeltavat metodit* (2010), jossa lähiluvulla tarkoitetaan huolellista ja ymmärtävää lähteen tai teoksen tulkintaa, jota voi soveltaa tekstien lisäksi myös kuviin. Tähän huolelliseen lukemiseen kuuluu yleensä se, että lähiluettavaan sisältöön myös palataan myöhemmin ja teksti luetaan useampaan kertaan.⁸ Näin olen itsekin toiminut: ensimmäisellä lukukerralla olen lukenut aineiston pikaisemmin ja kursorisemmin, tehden siitä muistiinpanoja ja nostoja ja myöhemmin olen palannut siihen, tulkiten sitä tarkemmin ja analysoivammin. Hyödynnän myös paradigmaattista lähilukua, jossa vertailen ja rinnastan tekstin osia keskenään. Myös kirjoittaminen on tärkeä osa lähilukuprosessia, sillä sen aikana tapahtuu omien ajatusten ulkoistamista ja omien ennakko-oletusten huomaamista ja muokkaamista.⁹

1.4. Aikaisempi tutkimus

Joulua, ja varsinkin suomalaista joulua, on käsitelty historian tutkimuksessa melko vähän. Aiheesta on muillakin aloilla tehty suhteellisen vähän tieteellistä tutkimusta. Aikaisempi joulututkimus on keskittynyt lähinnä kansanperinteeseen. Sitä on käsitelty esimerkiksi

⁷ Vares ym. 2016, 79–80, 392, 187.

⁸ Pöysä 2010, 331, 338–339.

⁹ Pöysä 2010, 339–340.

suomalaista kansanperinnettä ja merkkipäivien viettoa koskevassa tietokirjallisuudessa. Kansantieteilijä ja historiantutkija Kustaa Vilkuna on sivunnut jouluperinteitä teoksessaan *Vuotuinen ajantieto: vanhoista merkkipäivistä sekä kansanomaisesta talous- ja sääkalenterista enteineen* (1950). Tuoreempaa tutkimusta aiheesta edustaa muun muassa folkloristiikan tutkija Leea Virtanen teoksillaan *Onni yksillä: kansanperinnettä ennen ja nyt* (1984) ja *Suomalainen kansanperinne* (1988). Vaikka teokset ovatkin kattavia Suomen kansanperinteen kuvaajia, ei joulu ole niistä kummankaan painopisteenä, eikä niissä pureuduta aiheeseen kovin syvästi. Teokset kuitenkin toimivat pätevinä perusteoksina, jotka antavat hyvät pohjatiedot suomalaisesta joulunvietosta.

Suomalaista joulunviettoa olen taustoittanut myös folkloristi ja Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran arkistotutkija Juha Nirkon teoksella *Joulu joutui: Juhlatietoa, kuvia ja kertomuksia* (1994). Teos käsittelee suomalaista joulunviettoa laajasti joulun valmistelusta ja lahjoista aina joululauluihin asti. Aiheen käsittely on teoksessa tietokirjamaisesti hieman sirpaleista, sillä eri aiheita, kuten joulukuusta, jouluruokia tai vainajien muistamista käsittelevät asiat on yleensä jaettu erillisiin tietolaatikoihinsa. Teos toimii kuitenkin hyvänä yleistietolähteenä aiheesta, vaikka ei tarjoakaan tietoa kovin yhtenäisessä muodossa. Vaikka teos on enemmän tietokirja kuin suoranainen, vertaisarvioitu tieteellinen julkaisu, voi sitä pitää kirjoittajien tieteellisten taustojen vuoksi riittävän pätevinä kokoelmana joulun vietosta. Toki teosta on tulkittava riittävän kriittisesti lähdeviitteiden ja tieteellisen vertaisarvioinnin puuttuessa, mutta aiheesta tehtyjen tieteellisten tutkimusten vähyyden vuoksi katsoin kyseisen teoksen hyödyntämisen tarpeelliseksi.

Kansainvälisempää tietokirjallisuutta jouluperinteistä edustaa Bruce David Forbesin *Christmas: A Candid History* (2007). Nirkon teoksen tavoin *Christmas: A Candid History* kuvaa jouluperinteitä hyvin laajasti, mutta pureutuu aiheeseen hieman analyttisemmin ja yhtenäisemmin. Forbes tuo aiheeseen myös kansainvälisemmän näkökulman. Hän on itse yhdysvaltalainen, ja mahdollisesti tämän vuoksi teoksessa korostuu erityisesti amerikkalainen joulunvietto. Teos kuitenkin käsittelee paljon myös eurooppalaisia ja skandinaavisia jouluperinteitä. Forbesinkaan teos ei edusta varsinaista tieteellistä, vertaisarvioitua tutkimusta, mutta hän hyödyntää laajasti aiempaa kirjallisuutta ja tutkimusta väitteidensä tukena kommentoiden ja analysoiden niitä. Omalle tutkimukselleni Forbesin teoksen paras anti on sen kansainvälisyys, sekä joulun maallistumisen ja materialistisen puolen laaja

käsittely. Forbes pureutuu muun muassa joulun ympärillä pyörivään konsumerismiin ja joulun muuttumiseen kulutusjuhlaiksi.

Aiemmassa tutkimuksessa joulua ei ole juurikaan käsitelty aikakauslehtiä hyödyntäen, kuten itse teen tutkimuksessani. Suomalaisia joululehtiä on tosin tarkasteltu jonkin verran, mutta niitäkin lähinnä vain niiden visuaalisen ilmeen kannalta. Näin on tehnyt esimerkiksi Orvo Bogdanoff teoksessaan *Joutui joulu Pohjolaan: joulukorttien ja joululehtien historiaa* (2011). Myös Onerva Lääperi käsittelee joululehtiä teoksessaan *Lumoavat joululehdet* (2021).

Joulunviettoa ja jouluperinteitä käsittelevän kirjallisuuden lisäksi hyödynnän tutkimuksessani myös Suomen rakennehistoriaa käsittelevää tutkimusta, erityisesti professori Pertti Haapalan toimittamaa teosta *Suomen rakennehistoria: näkökulmia muutokseen ja jatkuvuuteen (1400-2000)* (2018). Teos käsittelee Suomen yhteiskunnan pitkän aikavälin muutoksia keskiajalta nykypäivään ja siinä painottuvat erityisesti väestö- ja elinkeinorakenteen sekä talouden muutokset, jotka mahdollisesti vaikuttivat myös joulun kaltaisen juhlan puitteiden muodostumiseen ja muuttumiseen.

Yksi keskeisin hyödyntämäni teos on professori Vesa Vareksen ja filosofian tohtori Sakari Siltalan kirjoittama Suomen Kuvalehden 100-vuotishistoriateos *Sanan ja kuvan vuosisata: Suomen Kuvalehti 1916-2016*. Teos on kattava kuvaus Suomen Kuvalehden vaiheista ja taustoista sen perustamisesta vuoteen 2016 asti.¹⁰

Vaikka suomalaista joulunviettoa, Suomen Kuvalehteä ja Suomen yhteiskunnan rakenteita onkin tutkittu jossain määrin erikseen, ei joulunvietosta ole tehty juurikaan tutkimusta Suomen yhteiskunnallisen kehityksen valossa eikä Suomen Kuvalehteä hyödyntäen. Aiempi joulua ja aikakauslehtiä käsittelevä tutkimus on keskittynyt lähinnä joululehtien visuaaliseen ilmeeseen ja lehtien julkaisun historiaan.

¹⁰ Huomioitavaa kuitenkin on, että se on Suomen Kuvalehden omistaman Otavamedia Oy:n julkaisema.

2. MATERIAALINEN JOULU

Suomen Kuvalehden kautta välittyy erilaisia materiaalisia joulunviettotapoja. Tämä korostuu ymmärrettävästi erityisesti mainoksissa. Materiaalinen joulu välittyy myös lehden artikkelien, kuvien ja esimerkiksi joululahjavinkkien listauksista. Materiaalisen joulun osalta lehdessä korostuvat erityisesti joulun kaupallinen luonne, joululahjat ja niiden antaminen sekä ruoka ja juoma. Myös joulukoristeiden, kuten joulukuusten ja joulutähtien voi katsoa liittyvän joulun materiaaliseen puoleen, mutta ne ovat lehden joulusisällöissä lähes jatkuvasti toistuvia, eikä niiden suhteen ole tarkastelemillani vuosikymmenillä tapahtunut erityisiä muutoksia. Ne eivät ole myöskään joulusisältöjen varsinainen painopiste vaan oma visuaalinen lisänsä. Niiden esiintyvyyden laajuuden ja erityisen visuaalisen luonteen vuoksi rajasin ne käsittelyni ulkopuolelle.

2.1. Joulun kaupallisuus

Materiaalista joulua käsiteltäessä on oleellista huomioida sen kaupallistunut luonne. 1700- ja 1800-luvuilla alkanut teollistuminen edesauttoi kulutuskulttuurin syntyä ja lisäsi tuotantoa, jolloin kauppiaiden oli tärkeää lisätä myös kysyntää mainonnan avulla. Pian kauppiaat alkoivat nähdä myös juhlapyhät tilaisuutena myynnin lisäämiselle, mikä sisälsi myös joulun. Lisäksi aiemmin uuteen vuoteen ja Pyhän Nikolauksen päivään liitetyt lahjanantamistraditiot siirtyivät 1800-luvun puolivälissä jouluun.¹¹ Tämä teki joululahjoista yhä keskeisemmän osan joulua. Suomessa kaupunkien joulumarkkinat ja kauppiaiden jouluilmoittelu lehdissä alkoi näkyä ja lisääntyä 1800-luvun puolivälissä. 1800-luvun Suomessa ensimmäiset joulun merkit alkoivat ilmestyä mainosten muodossa yleensä loka-marraskuun taitteessa. Joulua ympäröivä myyntisesonki on 1800-luvun jälkeen pitkittynyt, alkaen aiempaa aikaisemmin sesongin kaupallisuuden kasvaessa. Esimerkiksi Helsingin joulukadun aukeamista on aikaistettu joulumyyntisesongin pidentämiseksi.¹² Joulun kaupallisuus on siis lisääntynyt suuresti ja vaikuttanut myös joululahjakulttuuriin ja kasvattanut huomattavasti sen roolia joulunviettotraditioissa.

¹¹ Forbes 2007, 113.

¹² Nirrko & Vento 1994, 55–57, 12, 170–173.

Kaupallisuus korostuu suuresti Suomen Kuvalehden joulusisällöissä. Se tulee lehdessä esiin kaikkein silmiinpistävimmin jouluteemaisen mainostuksen kautta, mutta myös sen muista sisällöistä, kuten artikkeleista. Toisinaan joulun kaupalliseksi lahjakiireeksi muuttumista on myös kritisoitu lehdessä, varsinkin mielipidekirjoitusten ja pakinoiden muodossa.

Jouluaiheinen mainostus on pysynyt runsaana 1930-luvulta 1990-luvulle saakka.

Joulumainokset eivät itsessään ole merkittävästi lisääntyneet tai vähentyneet tarkastelemieni ajanjaksojen välillä, mutta niiden osuus suhteessa muuhun joulusisältöön Kuvalehdessä on kasvanut 1990-luvulle tultaessa. Tämä johtuu siitä, että muiden joulusisältöjen, kuten joulunovellien ja kristillisten joulusisältöjen määrä on vähentynyt huomattavasti 1990-luvulle tultaessa. 1990-luvulla lehden “ei-jouluiset” aiheet ja sisällöt, kuten ajankohtaiset uutisjutut tai politiikkaa kommentoivat pakinat lisääntyivät ja ottivat enemmän tilaa myös joulunumeroissa. Samalla muut jouluaiheet vähenivät, jouluteemaista mainosisältöä lukuun ottamatta. Näin ollen joulun kaupallinen sävy säilyi lehdessä 1990-luvulla samalla, kun joulun muut sävyt, kuten perhekeskeisyys, kristillisyyden ja isänmaallisuus selkeästi laimenivat ja vähenivät. Niitä käsittelem tarkemmin luvussa kolme.

Mainosten lisäksi joulun kaupallisuus tulee toisinaan esiin Kuvalehden artikkeleista, vaikkakin mainoksia harvemmin. Esimerkiksi vuonna 1961 Kuvalehdessä ilmestyi isoja valokuvia sisältänyt “*Joulukadulla tavataan*” artikkeli, jossa lapset ihastelivat joulukadun kauppohen leluja. Samanlaista sisältöä esiintyi myös vuonna 1999, jolloin lehdessä julkaistiin viikon kuvana valokuva jouluista näyteikkunaa katselevista lapsista. Siihen liitetty teksti ennusti Suomen vähittäiskauppon joulumyynnin kasvua.¹³

Joulun kaupallisuuden kritisoiminen nousee Kuvalehdessä harvemmin esille, mutta silloin kun sitä esiintyy, näkyy se yleensä mielipidekirjoituksissa, pakinoissa tai vastaavissa teksteissä, koskien lähinnä kaupallisen joulun kiirettä ja hälinää. Esimerkiksi vuoden 1961 *Puolin toisin* -osio sisälsi toimituksen piirtämiä joulutonttuja ja yhteen niistä liitetyn kaupallisen joulun kiirettä käsittelevän runon:

¹³ Suomen Kuvalehti 50/1961, 24–25, 48/1999, 8–9.

*“Ostamista, myymistä, menemistä, / tulemista / Melua ja kiireisiä askeleita. / Väsyneitä ilmeitä ja hermot pilalla. / Siinä joulun 1961. / Sen vuoksi kysyn: missä olet vanha / joulun? / On totisesti syytä toivottaa: / joulurauhaa”.*¹⁴

Suomen Kuvalehden joulusisällön kaupallisuus on ymmärrettävää, sillä lehti tarvitsee mainostuloja ja joulun alla mainokset ovat usein luonnollisesti jouluaiheisia. Joulusesongin myynti on kaupan alalle ja yrityksille yleensä vuoden kiireisintä aikaa ja niiden koko kannattavuus riippuu usein joulumyynnin tuottoisuudesta¹⁵. Kulutuskulttuuri on kaupallistanut ja yhä kaupallistaa joulua, mikä näkyy myös Suomen Kuvalehdessä kaupallisen joulusisällön pysymisenä 1930-luvulta 1990-luvulle asti ehkä lehden näkyvimpänä joulun ilmentymänä. Myös lehden porvarillisilla taustoilla¹⁶ voi olla oma vaikutuksena lehden joulusisältöjen kaupallisuuden määrään. Olisiko joulusisältö ollut yhtä kaupallista samalla ajanjaksolla esimerkiksi vasemmistolaisemmissa lehdissä, kuten työväenlehdissä?

2.2. Joululahjat

Materiaalisen joulun osalta Suomen Kuvalehdessä näkyivät suuresti lahjat: niiden hankkiminen, valitseminen, antaminen ja niiden saajat. Joululahjojen korostumiseen lehdessä vaikuttaa todennäköisesti Suomen Kuvalehden kaupallinen luonne: lehti tarvitsee mainostuloja. Joululahjat ovatkin erityisen näkyvillä nimenomaan lehden mainoksissa.

Vielä ennen 1800-lukua joululahjat eivät olleet joulunvieton keskipiste, vaan joulun juhlallisuudet keskittyivät ruokaan, alkoholiin ja juhlintaan. Juhlan kaupallistuessa joululahjojen rooli joulunviettotraditioissa onkin kasvanut suuresti. Forbesin mukaan lahjojen ostaminen ja antaminen painottuu joulunvietossa nykyään enemmän kuin uskonnollinen, Jeesuksen syntymän juhlinta, ja lahjoihin käytetään myös uskonnollisia rituaaleja enemmän aikaa.¹⁷

¹⁴ Suomen Kuvalehti 50/1961, 8.

¹⁵ Virtanen 1984, 264.

¹⁶ Vares ym. 2016, 24.

¹⁷ Forbes 2007, 112, 115.

Joululahjasisällöt ovat muuttuneet Suomen Kuvalehdessä 1930-luvulta 1990-luvulle tultaessa, mutta pysyneet myös osittain samankaltaisena. Yksi huomattavimmista Kuvalehdessä näkyvistä muutoksista lahjojen annossa ja luonteessa liittyy siihen, ovatko lahjat itse tehtyjä vai ostettuja, ja kuinka aikaisin joululahjoja alettiin lehdessä mainostaa tai tuoda esiin.

Voisi olettaa, että joululahjojen mainonta olisi 1990-luvulle tultaessa aikaistunut ja levinnyt joulukuusta näkyvämmiin myös marraskuun puolelle joulun kaupallisuuden kasvamisen ja Suomen elintason nousun myötä. Samoin perustein voisi myös olettaa joululahjamainonnan olleen suppeinta 1930-luvulla, jolloin joulun luonne ei ollut vielä yhtä kaupallistunut ja jolloin Suomi ei ollut vielä yhtä teollinen ja vauras kuin 1990-luvulla. Nämä oletukset eivät kuitenkaan Suomen Kuvalehden suhteen pidä paikkaansa, vaan joululahjojen mainonta alkoikin aikaisimmin 1930-luvulla. Mainonta oli 1930-luvulla usein jo marraskuun puolella näkyvämpää kuin 1960- ja 1990-luvuilla, jolloin se vaikuttaa painottuneen voimakkaimmin joulua edeltävään numeroon ja itse joulunumeroon. Mistä tämä sitten voisi johtua?

1930-luvulla ensimmäiset joululahjoja koskevat maininnat liittyivät usein niiden valmistamiseen. Esimerkiksi vuoden 1931 marraskuun lopulla ilmestynyt Suomen Kuvalehti sisälsi artikkelin "*Mitä valmistaisin jouluksi*" jossa esiteltiin muutamia ohjeita joululahjakäsitöihin. Artikkelin sisälsi ohjeet kuvineen muun muassa frakkipaidan säilytyspussiin, pitsireunaiseen nenäliinaan sekä rintaröyhelöön.¹⁸ Myös erilaisia käsityöohjeita sisältäviä lehtiä alettiin usein mainostaa joulun alla joululahjatarkoituksessa. Käsityöohjeiden lisäksi joululahjojen valmistusta käsittelevät mainokset liittyivät usein niiden materiaaleihin, kuten lankoihin tai kankaisiin. Esimerkiksi vuoden 1933 marraskuun lopun numero sisälsi Tampella Oy:n ryijy- ja käsityökankaita myyvän mainoksen otsikolla "*Nyt pannaan joululahjaryijy alulle*"¹⁹.

Itse tehtyjen joululahjojen ohjeiden ja materiaalien mainostus ja käsittely alkoi siis Suomen Kuvalehdessä 1930-luvulla yleensä jo marraskuun puolella. Tämä oli toisaalta hyvin loogista, sillä jos lahjat aikoi itse käsin valmistaa, täytyi materiaalit hankkia ja lahjan valmistus aloittaa hyvissä ajoin, jotta sen ehti saada jouluun mennessä valmiiksi ja vielä mahdollisesti postittaa kauempana asuvalle saajalle. 1960-luvulle tultaessa itse tehdyistä joululahjoista, niiden

¹⁸ Suomen Kuvalehti 47/1931, 34–35.

¹⁹ Suomen Kuvalehti 47/1933, 25.

materiaaleista tai ohjeista ei Suomen Kuvalehdessä ollut enää tietoaakaan, vaan joululahjoihin liittyvät artikkelit, kuvat ja mainonta liittyivät lähes poikkeuksetta valmiina ostettuihin, teollisesti tuotettuihin lahjoihin.

Forbesin mukaan teollisesti valmistetut lahjat lisääntyivät kaupungistumisen ja teollistumisen myötä, koska tehdastyöläisillä oli vähemmän aikaa ja mahdollisesti myös vähemmän taitoja tehdä lahjoja itse. Maalla, jossa ei talvella oltu kylmyyden ja pimeyden vuoksi peltotöissä, jäi talvisin aikaa puhdetöihin, jolloin joululahjoja oli aikaa valmistaa. Urbanissa ympäristössä ostetut lahjat olivat kätevämpiä ja helpommin saatavilla kuin maalla. Pienten kaupunkien liikkeet ja postimyynityritykset tekivät teollisesti tuotettujen lahjojen saamisen jatkuvasti helpommaksi myös kaupunkien ulkopuolella asuville. Yhteiskunnassa, jossa käsintehty lahjat olivat yleisiä, saattoi kaupasta ostetuissa lahjoissa olla oma viehätöksensä. Näin ollen ylellisempänä pidetyn, kaupasta hankitun lahjan saatettiin kokea viestittävän rakkautta ja välittämistä käsintehtyä lahjaa enemmän. Lahjojen oston yleistyminen ja normalisoituminen oli tuottoisampaa myös kauppiaille, sillä kun lahjoja ostettiin, eikä tehty itse, ihmisillä oli tapana antaa enemmän lahjoja, mikä luonnollisesti lisäsi myyntiä.²⁰

Tämä teoria voi selittää sitä, miksi Suomen Kuvalehdessä itse tehdyt lahjat olivat 1930-luvulla niin näkyvillä. Suomi oli vielä 1930-luvulla agraarinen ja harvaan asuttu maa, jossa teollinen tuotanto lähti nousuun muita kehittyneitä maita hitaammin²¹. Asutuksen painottuessa maaseudulle oli ymmärrettävää mainostaa itse tehtyjä lahjoja, kauppojen ollessa kaukana. Voimakkaimmillaan Suomen teollistuminen alkoi vasta toisen maailmansodan jälkeen sotakorvausten ja jälleenrakentamisen siivittämänä. Tällöin Suomen rakennemuutos oli nopeaa, maa vaurastui, kaupungistui ja modernisoitui oikeastaan yhden sukupolven aikana. Suomalaisten elintaso nousi 1900-luvulla merkittävästi ja kulutustottumukset länsimaalaistuivat.²² 1960-luvulla asutus oli alkanut keskittyä enemmän kaupunkeihin, palveluiden ja kauppojen lähelle, minkä voi katsoa yhdessä vaurastumisen kanssa vähentäneen itse tehtyjä lahjoja ja selittää niiden nopeaa häviämistä Suomen Kuvalehden sivuilta 1930- ja 1960-luvun välillä.

²⁰ Forbes 2007, 114–115.

²¹ Haapala ym. 2018, 138.

²² Haapala ym. 2018, 188, 19, 132, 148.

Toisaalta 1930-luvulla Suomessa vallitsi myös lama, mikä saattoi omalta osaltaan heikentää suomalaisten ostovoimaa ja lisätä joululahjojen käsin tekemistä, jotta joulukustannuksissa voitaisiin säästää. Sama ilmiö ei kuitenkaan näkynyt 1990-luvun alun laman aikaan, jolloin Suomen Kuvalehdessä ei ollut joululahjan valmistusohjeita, eikä edes esimerkiksi kangasmainoksia. Toisaalta tähän saattoi vaikuttaa myös joulun kaupallistuminen ja käsillä tekemisen kulttuurin väheneminen. Myös käsityöohjeet ovat saattaneet eriytyä yhä enemmän omiin lehtiinsä. Niitä ei tosin mainostettu Kuvalehdessä 1930-luvun jälkeen.

Lahjojen itse valmistamisen lisäksi 1930-luvun joululahjojen mainostuksen varhaisempaan alkamiseen saattoivat vaikuttaa myös etäisyydet ja heikommat liikenneyhteydet, jolloin tilaukset piti tehdä aiemmin, jotta ne ehtivät ajoissa perille. Suomen kehittyessä myös tie- ja rautatieverkostot laajenivat ja autoliikenne yleistyi, mikä helpotti kulkemista ja matkustamista.²³ Tämän voi katsoa nopeuttaneen myös postin kulkua. Toisaalta vielä 1960-luvullakin jo marraskuun alussa alkoi näkyä Postin mainoksia, joissa muistutetaan lähettämään jouluposti ajoissa. Yleensä ulkomaille lähetettävistä joululahjoista alettiin muistutella ensin, sillä niiden perille saapuminen kesti pidempään.²⁴

Suomen kaupungistuesssa, vaurastuessa ja teollistuessa joululahjojen hankkiminen siis nopeutui, helpottui ja muuttui huokeammaksi. Kauppojen ollessa lähempänä ja kulkuyhteyksien ollessa paremmat lahjojen hankkiminen saatettiin jättää enemmän viime hetkeen eikä joululahjamainostusta tarvinnut välttämättä aloittaa niin aikaisin. Toisaalta maan vaurastuessa joululahjojen ostoon oli enemmän rahaa ja joululahjavalikoimassa enemmän valinnanvaraa.

Mutta millaisia lahjoja Suomen Kuvalehdessä sitten mainostettiin ja suositeltiin ja kenelle? WSOY:n ja Otavan kirjamainokset olivat lehdessä vahvasti läsnä kaikkina käsitteleminäni vuosikymmeninä. Ne olivat myös ensimmäisiä joululahjamainoksia, joita lehdessä alettiin jo marraskuun puolella mainostaa. Kirjamainokset ja -suositukset sisälsivät usein erilaisia kategorioita, kuten lastenkirjat, kotimaiset romaanit ja toisinaan myös runoteokset. Lisäksi tiedekirjat olivat yleisiä ja nekin oli usein jaettu eri kategorioihin. Historiaa käsittelevät kirjat ja varsinkin sotahistoriaan liittyvät teokset olivat erityisen yleisiä. Toisinaan kirjalahjat oli jaettu mainoksessa myös saajan mukaan siten, että esimerkiksi lapsille, nuorille, tytöille,

²³ Haapala ym. 2018, 48.

²⁴ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 47/1965, 13 ja 45/1965, 64.

pojille, naisille tai miehille oli mainoksessa omat suosituksensa²⁵. Otavan ja WSOY:n joululahjakirjojen mainosten huomattavaa näkyvyyttä Suomen Kuvalehdessä selittää todennäköisesti se, että kyseiset kustantamot jakoivat pitkään sen omistajuuden Yhdistyneiden Kuvalehtien kautta²⁶.

Kirjojen tapaan myös Yhdistyneiden Kuvalehtien omistukseen kuuluvien lehtien tilauksia mainostettiin sopivina joululahjoja ja niihin liittyi usein erinäisiä tilausetuja. Suomen Kuvalehdessä mainostettiin itsensä lisäksi muun muassa Kotilieden ja Peitsen tilauksia.²⁷ Tämäkin joululahjainnostus selittynee oman konsernin edulla.

Näkyviä ja usein toistuvia joululahjainnostuksia Suomen Kuvalehdessä ovat myös pankkien vakuutukset, lahjatalletukset, talletustilit ja lahjasekit²⁸. Erityisen paljon näkyvillä ovat Yhdyspankin mainokset. Tämä voi johtua siitä, että Pohjoismaiden Yhdyspankki oli yksi Otavan merkittävimpiä rahoittajia²⁹.

Kirjojen lisäksi näkyvimpiä joululahjoja Suomen Kuvalehdessä olivat muun muassa kosmetiikkatuotteet, vaatteet, erilaiset kodinkoneet, astiat ja astiastot, joulumakeiset sekä ylellisyystuotteet kuten kulta- ja hopeakorut sekä rannekellot. Näistä kaikki tuoteryhmät paitsi vaatteet toistuvat useasti kaikkina tarkasteleminani vuosikymmeninä. Vaatteiden mainostus joululahjoina on selvästi vähentynyt 1930-luvun jälkeen.

Kosmetiikkatuotemainokset sisälsivät muun muassa hajuvesiä, ihonhoitotuotteita ja partavesiä. Kodinkoneisiin puolestaan sisältyivät muun muassa radiot ja televisiot.

Kosmetiikka- ja vaatemainokset ja toisinaan myös kirjat, olivat usein jaettu naisten ja miesten lahjoihin. Mainoksessa saatettiin luetella saman tuoteperheen naisille ja miehille sopivia lahjoja. Tämä oli yleistä erityisesti kosmetiikkamainoksissa³⁰. Ylellisyystuotteista korut olivat yleensä naisille suunnattuja lahjoja, kun taas rannekellot useimmiten miehille. Kodinkoneet, kuten radiot ja televisiot olivat usein koko perheelle suunnattuja³¹, mutta tuotteesta riippuen joskus myös vaimolle tai äidille, kuten esimerkiksi silitysraudat ja liedet³². Joulumakeiset taas

²⁵ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 49/1933, 5 ja 48/1961, 56–57.

²⁶ Vares ym. 2016, 79–80.

²⁷ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 50/1991, 40, 49/1965, 4 ja 49/1963, 59.

²⁸ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 50/1965, 3.

²⁹ Vares ym. 2016, 187.

³⁰ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 49/1961, 6.

³¹ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 51–52/1931, 3.

³² Ks. esim. Suomen Kuvalehti 49/1935, 40 ja 51–52/1935, 3.

olivat yleensä melko kategorisoimattomia saajan suhteen, mutta jos niissä jokin kohderyhmä erityisesti mainittiin, oli se yleensä lapset.

2.3. Ruoka ja juoma

Kaupallisuuden ja lahjojen lisäksi materiaalisen joulun osalta Suomen Kuvalehdessä korostuu erityisesti ruoka ja juoma, vaikkakin hieman vähemmän. Joulun alla lehdessä yleisesti esiintyviä ruokia olivat koko tarkastelemallani ajanjaksolla erityisesti kahvi, leivontatarvikkeet (erityisesti jauhot), leipä, olut, joulukinkku ja sinappi sekä joulumakeiset. 1930-luvun numeroita lukuunottamatta yleisiä ruokia joulun alla olivat myös juustot. 1930-luvun jälkeen Kuvalehdessä esiintyi myös jonkin verran glögiä ja kuohuviinejä. 1930-luvun joulunalusajalle ominaista taas olivat Sun-Maid -rusinat, vaikka mainokset eivät olleetkaan aina jouluisia. Kyseessä saattoi olla Suomen Kuvalehdelle tuona aikana yleinen mainostaja Vaasan leivän ja riisin tapaan, joita myös mainostettiin paljon jo ennen joulua ja jouluisten mainosten ilmestymistä lehteen.

Tarkastelemallani ajanjaksolla Suomen Kuvalehden jouluisissa ruoissa ja juomissa ja niihin liittyvissä sisällöissä ei ole tapahtunut dramaattisia muutoksia. Yksi jonkintasoinen havaittava muutos on jouluruokareseptien ja valmistusohjeiden väheneminen 1930-luvulta 1960- ja 1990-luvuille tultaessa. Joulureseptit eivät kuitenkaan täysin hävinneet lehdestä 1960- ja 1990-luvuilla, mutta silloin kun niitä lehdessä esiintyi, olivat ne yleensä osana mainosta. Esimerkiksi joulukinkkumainoksen yhteydessä saattoi olla ohjeet sen valmistamiseen³³. Tällaisia ruokatuotemainokseen sisältyviä reseptejä löytyy myös 1930-luvun numeroista, mutta 1930-luvulla lehti sisälsi myös muutamia artikkeleja, joissa oli jouluruoan tai -herkkujen valmistusohjeita³⁴. Vastaavia ei esiintynyt enää myöhemmin.

Toinen havaittavissa oleva muutos on jouluruokien muuttuminen hieman “hienostuneemmiksi” 1930-luvun jälkeen. Esimerkiksi juustolajitelmia ja kuohuviinejä ei 1930-luvulla juuri mainostettu, toisin kuin 1960- ja 1990-luvuilla. Syynä voi olla

³³ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 50/1995, 39.

³⁴ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 51–52/1931, 46–47.

suomalaisten elintason kohoaminen ja kotitalouksien kulutusvaran kasvaminen 1930-luvun jälkeen, jolloin myös valikoima kauppojen hyllyillä suureni. 1930-luvun lamalla voi myös olla oma osuutensa 1930-luvun jouluruokien arkisuuteen.

3. AATTEELLINEN JOULU

Suomen Kuvalehden juuret ovat aatteellisesti porvarilliset ja melko konservatiiviset, vaikka lehti onkin pysytellyt virallisesti poliittisesti neutraalina. Joulusisältöjen suhteen Kuvalehden arvoista nousevat oleellisesti esiin erityisesti koti ja perheet, kristinusko sekä suomalaisuus. Myös kapitalismi ja kaupallisuus ovat kiinteä osa lehden arvomaailmaa, minkä tuon esiin jo kappaleessa 2 ja sen alaluvussa 2.1..

3.1. Pysähtyneestä konservatismista itsenäiseen talousjournalismiin

Suomen Kuvalehdessä 1930-, 1960- ja 1990-luvuilla esiintyviä joulun liittyviä aatteita ja arvoja käsitellessä on tärkeää tiedostaa lehden oma aatteellinen arvotausta. Suomen Kuvalehden perustajien taustat olivat sidoksissa nuorsuomalais-perustuslailliseen ajattelutapaan ja sisällissodan aikana se oli valkoisten puolella. Vaikka Kuvalehti oli virallisesti puolueeton, edusti se selkeästi porvarillista, kansanmielistä ja kristillistä maailmankatsomusta varsinkin alkuaikoinaan. Lehden tavoitteena oli kertoa ajankohtaisista aiheista selkeästi ja ymmärrettävästi, sivistää ja viihdyttää.³⁵ Eri asiat ovat kuitenkin painottuneet sen sisällöissä ja sävyissä eri aikoina. 1920-luvun poliittisista teemoista nationalismi, sotilashyveet ja valkoisuus hieman “haalenivat” 1930-luvun aikana, vaikkakin nämä ilmiöt löysivät uuden kanavan urheilusta ja kauneuskilpailuista.³⁶

1950-luvulta 1960-luvun puoliväliin Suomen Kuvalehti edusti melko konservatiivista ja jäykkää linjaa ja oli joidenkin kriitikoiden mielestä tuolloin suorastaan pysähtynyt.

³⁵ Vares ym. 2016, 15, 9, 24, 11.

³⁶ Vares ym. 2016, 47, 94.

1960-luvulla Suomen Kuvalehden konservatiivisuus oli sidoksissa erityisesti sovinnaisuuteen ja tapakulttuuriin. Samalla lehti oli hyvin varovainen poliittisten aiheiden suhteen ja käsitteli politiikkaa melko vähän ja silloinkin kun se oli esillä, kyse oli asioiden seuraamisesta, ei niinkään kannan ottamisesta. Suomen Kuvalehden sävy nojasi 1960-luvulla oikealle, koti-uskonto-isänmaa -konservatismiin, mikä oli vastavirrassa ajan vasemmistolaisessa hengessä. 1960-luvun loppupuolella yleinen ilmapiiri ja “ajan henki” kuitenkin pakottivat lehden muuttumaan ja avautumaan myös vasemmalle. Vasemmistolaisuus ja populaarikulttuuri lisääntyivät pikkuhiljaa Suomen Kuvalehdessä 1960-luvun lopulla ja 1970-luvun aikana, vaikkakin hitaasti ja varovaisesti.³⁷ Muutokset eivät kuitenkaan merkittävästi vaikuttaneet joulusisältöihin.

1990-luvulle tultaessa Suomen Kuvalehden konservatiiviset ja oikeistolaiset sävyt olivat laimentuneet huomattavasti. Kuvalehdellä oli toisaalta vielä 1980- ja 1990-luvuilla rooli ikään kuin “yhteiskunnan eliittien lehtenä”, jonka mukaisesti se käsitteli aiheita asialliseen, kiihottomaan ja melko viileään sävyyn. 1980- ja 1990-luvuilla lehden poliittisten aiheiden käsittely lisääntyi ja sen tyyli muuttui itsenäisemmäksi poliittiseksi journalismiksi, tasa-arvoistuen ja käyden henkilökohtaisemmaksi. Myös talousjournalismi lisääntyi lehdessä 1980-luvulta alkaen.³⁸

3.2. KOTI: Joulun perhekeskeisyys

Tarkastelemallani ajanjaksolla erityisesti suurten ikäluokkien syntyminen vaikutti perheiden kokoihin ja Suomen väestörakenteeseen. Valtio alkoi sotien jälkeen myös tukemaan perheitä aiempaa enemmän esimerkiksi lapsilisien avulla. Lapsikuolleisuus väheni 1900-luvun aikana, mihin vaikutti muun muassa maan modernisoituminen. Perheet ovat olleet Suomessa hyvin monimuotoisia koko tarkastelemallani ajanjaksolla, mutta yleisesti voi sanoa niiden kokojen pienentyneen 1990-luvulle tultaessa.³⁹ Perhe- ja kotikeskeisyys on pysynyt Suomen

³⁷ Vares ym. 2016, 235, 188.

³⁸ Vares ym. 2016, 325, 348, 367, 347.

³⁹ Ks. lisää esim. Aalto, I., Ilmakunnas, J. & Lahtinen, A. 2021. *Perheen jäljillä: Perhesuhteiden moninaisuus Pohjolassa 1400-2020* ja Kallioniemi, J. 2012. *Lapsuuteni Suomi: Suomi 100 vuotta*.

Kuvalehden joulusisällöissä keskeisenä 1930-luvulta 1960-luvulle asti, mutta ei ollut enää yhtä näkyvästi esillä 1990-luvulla.

Perhesuhteiden ja perheen keskeinen merkitys Suomen Kuvalehden joulusisällöissä näkyy erityisesti joululahjojen osalta, varsinkin mainostuksessa. 1930-luvulla lahjojen saajien kirjo oli laajempi kuin 1960- ja 1990-luvuilla. Kaikkina kolmena vuosikymmenenä lahjojen saajien yleisimpiä nimettyjä ryhmiä olivat naiset, miehet, lapset sekä vaimot ja aviomiehet. Myös äidit, isät, työt ja pojat mainittiin toisinaan. Yleensä siis välittömin lähiperhe tai yleisesti ”lapset” (nimeämättä ovatko kyseessä omat lapset vai kenties sukulaisten tai tuttavien lapset) kuuluivat lahjansaajiin. 1930-luvulla nämä lahjansaajien ryhmät olivat toisinaan laajempia ja saattoivat sisältää esimerkiksi isoäidin, tädin, iso- ja pikkuveljen sekä -siskon ja jopa naisserkun, langon tai kälyn⁴⁰. Lahjansaajien ryhmän kutistumisen taustalla voi olla perhesuhteiden ja yhteiskunnan muutokset. Vielä 1930-luvulla saatettiin asua lähempänä omia sukulaisia. 1960-luvulle tultaessa moni oli muuttanut maalta kaupunkeihin, mikä oli saattanut etäännyttää esimerkiksi omista vanhemmista tai sedistä ja tädeistä ja näin muuttaa perhesuhteita. Lahjansaajina tärkeimpinä saatettiin siis alkaa pitämään välitöntä lähiperhettä, kuten lapsia ja puolisoita, muiden sukulaisten merkityksen mahdollisesti vähentyessä. Muutos on todennäköisesti seurausta yhteiskunnallisista ja kulttuurisista muutoksista.

Kotikeskeisyys nousee 1930- ja 1960-lukujen Suomen Kuvalehden joulussa esiin myös sanavalintojen kautta: koti ja perhe -sanat esiintyvät jouluun tai joululahjoihin liittyvissä mainoksissa ja artikkeleissa useasti, esimerkiksi ”*Tervetulleita joka kodin käsitöitä jouluksi*”⁴¹. 1990-luvulla vastaavat sanavalinnat nousevat harvemmin esiin. Asiaan voi toisaalta vaikuttaa myös mainonnan muuttuminen.

Sanavalintojen lisäksi joulun perhekeskeisyys välittyy Suomen Kuvalehdestä valokuvien, piirroskuvien ja mainoskuvien kautta. Yhdessä joulua viettävät, esimerkiksi kuusen tai joululahjaksi saadun radion tai television ääreen kerääntyneet perheet ovatkin melko yleinen joulun visuaalinen ilmentäjä Kuvalehdessä 1930- ja 1960-luvuilla.⁴² 1990-luvulla vastaavat jouluiset perhekuvat ovat huomattavasti vähentyneet, keskittyen lähinnä mainoksiin.

⁴⁰ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 47/1931, 34–35, 50/1933, 8, 51–52/1933, 14 ja 50/1933, 2.

⁴¹ Suomen Kuvalehti 48/1935, 32.

⁴² Ks. esim. Suomen Kuvalehti 51–52/1931, 3 ja 49/1965, 12.

Jouluisten perheiden kuvailu Suomen Kuvalehdessä ei kuitenkaan aina ollut idyllistä, vaan lehti sisälsi toisinaan myös artikkeleja ja valokuvia hankalissa oloissa elävistä perheistä, kuten 6.12.1963 julkaistun numeron artikkelissa “*Joulutähti näkyy korpikyläänkin*”, joka käsittelee Kotilieden Kummikerhon hyväntekeväisyystoimintaa kuvaten korpikodissa elävää, vähäosaista lapsiperhettä.⁴³

Kuvien ja mainosten lisäksi joulun perhekeskeisyys välittyi myös lehdessä julkaistujen novellien ja tarinoiden kautta, jotka käsitelivät usein perheiden joulunviettoa. Esimerkiksi vuoden 1961 joulunumerossa julkaistussa Antti Hyryn “*Joulupyhinä*” -tarinassa päähenkilö Tauno on morsiamensa kanssa vierailemassa perheensä luona jouluna. Miljöö on idyllinen hirsiseinäinen pirtti ja tarinassa kuvaillaan perheen yhteistä joulunviettoa.⁴⁴

Suomen Kuvalehti siis esitti joulun perheen yhteisenä kotikeskeisenä juhlan erityisesti 1930- ja 1960-luvuilla, mutta myös jossain määrin 1990-luvulla. Tämä voi johtua yleisistä jouluun liittyvistä käsityksistä, joilla on pitkät juuret. Jo 1800-luvun Suomessa joulua vietettiin yleensä kotona ja jouluna kylillä oloa pidettiin jopa syntinä⁴⁵. Toisaalta myös Suomen Kuvalehden omat konservatiiviset “koti-uskonto-isänmaa” -arvotaustat⁴⁶ ovat saattaneet vaikuttaa siihen, miksi joulu esitettiin lehdessä melko perhe- ja kotikeskeisenä.

3.3. USKONTO: Joulun kristillisuus

Suomen Kuvalehden kristilliset taustat ja arvot näkyvät selvästi sen sisällöissä joulun alla ja vahvimmin sen joulunumeroissa⁴⁷. Joulun kristillisuus näkyy vahvimmin 1930-luvun numeroissa, jotka sisältävät lähes poikkeuksetta joulusaarnoja tai kuvia jouluisista kirkoista. Vastaava sisältö on selvästi läsnä myös 1960-luvun numeroissa, vaikka joulun kristillinen sävy onkin siihen mennessä jossain määrin laimentunut. 1990-luvulle tultaessa kristillinen joulusisältö on selvästi vähentynyt ja siirtynyt syrjään sekulaarisiin joulutapahtumiin

⁴³ Suomen Kuvalehti 49/1963, 12–13.

⁴⁴ Suomen Kuvalehti 51–52/1961, 34–35.

⁴⁵ Nirkko & Vento 1994, 30.

⁴⁶ Vares ym. 2016, 235.

⁴⁷ Suomen Kuvalehden joulunumerolla tarkoitetaan numeroita 51–52, jotka julkaistiin samoissa kansissa. Joulunumero on Kuvalehden vuoden viimeinen julkaisu.

keskittyvien sisältöjen ja joulumainosten tieltä. Kristillisyyden on silti selvästi läsnä 1990-luvullakin, vaikkakin aiempaa pienemmässä roolissa.

Suomen Kuvalehden 1930-luvun kristillinen joulusisältö piti sisällään esimerkiksi artikkelin uuden virsikirjan käyttöönotosta⁴⁸ ja Neitsyt Mariaan liittyvistä uskomuksista⁴⁹, sekä useita kristillisen sanoman sisältäviä joulutarinoita kuten “*Seppämestarin Riitta-muorin joulurukous*” ja “*Joulu merimieskirkossa*”.⁵⁰ 1930-luvun joulunumerot sisälsivät myös katkelmia Raamatusta ja jouluvirsistä⁵¹. Lisäksi kaikkien viiden tarkastelemani 1930-luvun joulunumeron kansikuvat olivat kristillisiä. Niissä oli esimerkiksi kuvia joulukirkoista ja kirkkokuoroista. Myös neitsyt Maria oli kansissa toistuva aihe.

1930-luvulla kristinuskon asema oli Suomessa vahva ja luterilaista kirkkoa pidettiin itsenäisen Suomen ja kansan uskonnollisuuden ilmauksena, sekä isänmaan moraalisenä selkärankana. Vielä sotienkin jälkeen, vuonna 1945, luterilaiseen kirkkoon kuului 96 prosenttia suomalaisista. Sitä voitiin perustellusti pitää Suomen yleisenä kirkkona ja uskonnollinen moninaisuus oli vähäistä.⁵² On siis ymmärrettävää, että kristillisyyden korostui lehden jouluaiheissa 1930-luvulla.

1960-luvun joulusisällön kristilliset sävyt nousevat esiin erilaisten joulua ja kristinuskoa tai pelkkää kristinuskoa käsittelevien artikkeleiden ja kirjoitusten kautta. Esimerkiksi vuoden 1963 joulunumero sisälsi Raamatun ja joulun kristillistä sanomaa pohtivan tekstin otsikolla “*Tänä jouluna*” sekä Jeesuksen syntyessä taivaalla loistanutta tähteä käsittelevän artikkelin otsikolla “*Ja planeetat julistivat hänen syntymäänsä*”⁵³. Vuoden 1965 joulunumero puolestaan sisälsi tohtori Arnold Toynbee Dennis Hartinin haastattelun “*1965 joulua on mennyt – onko maailma yhtään sen parempi*”, jossa tämä pohtii, onko kristinuskon epäonnistunut, pysyen kuitenkin optimistisena ja painottaen Raamatun rakkauden ja toivon viestiä⁵⁴. Raamatunlauseita tai kristillisiä jouluvirsistä ei kuitenkaan enää juuri julkaistu. Kristillisyyden ei myöskään näkynyt Kuvalehden joulun ajan kansissa 1960-luvulla samalla mittakaavalla kuin 1930-luvulla. Sen sijaan kannessa saatettiin nähdä esimerkiksi joulupukki,

⁴⁸ Suomen Kuvalehti 51–52/1939, 10–12.

⁴⁹ Suomen Kuvalehti 51–52/1937, 36–37.

⁵⁰ Suomen Kuvalehti 51–52/1933, 42–43, 51–52/1935, 30.

⁵¹ Ks. esim. Suomen Kuvalehti 51–52/1931, 12–13 ja 51–52/1935, 43.

⁵² Hanka ym. 2000, 144.

⁵³ Suomen Kuvalehti 51–52/1963, 9, 30–34.

⁵⁴ Suomen Kuvalehti 51–52/1965, 16–17.

kuten vuonna 1963⁵⁵. Kristilliset aiheet saattoivat silti toisinaan näkyä lehden kansissa 1960-luvullakin, kuten vuonna 1969, jolloin siinä esiintyi vierekkäin maalaus Neitsyt Mariasta Jeesus-vauva sylissään sekä valokuva tavallisesta naisesta pieni lapsi sylissään⁵⁶. Yleisesti ottaen kristillistä sisältöä esiintyi siis 1960-luvullakin suhteellisen paljon, vaikkakin 1930-lukua vähemmän.

Kristinuskon melko vahva näkyvyys lehdessä 1960-luvullakin voi selittyä lehden konservatiivisen koti-uskonto-isänmaa -linjan elinvoimaisuudella kyseisellä vuosikymmenellä. Yleinen “ajan henki” alkoi siirtyä 1960-luvun aikana kohti vasemistolaisempaan ja liberaalimpaan suuntaa, mutta Kuvalehden linja pysyi melko konservatiivisena ja jopa pysähtyneenä.⁵⁷ Toisaalta kristinuskon rooli oli Suomessa 1960-luvullakin melko vahva.

1990-luvulla kristillisyys näkyi Suomen Kuvalehden joulusisällöissä aiempaa harvemmin. Silloin kun kristillisyys nousi joulun alla esiin, tapahtui se yleensä uutisartikkelien muodossa. Esimerkiksi vuoden 1993 joulunumerossa oli pitkä, valokuvia sisältävä artikkeli Pelastusarmeijan toiminnasta otsikolla “*Katso silmiin, Jeesuksen soturi*”. Pelastusarmeija-aihe koristi myös saman numeron kantta otsikolla: “*Jeesuksen soturit: Kaiken minkä te olette tehneet yhdelle näistä vähäisimmistä veljistäni, sen te olette tehneet minulle*”.⁵⁸ Kristillinen hyväntekeväisyysjärjestö Pelastusarmeija sai siis kyseisenä vuonna paljon näkyvyyttä Kuvalehdessä. Vuoden 1993 joulunumero sisälsi myös esimerkiksi Jerusalemiin ja Betlehemiin jouluna pyhiinvaeltavia länsimaalaisia sekä Lähi-idän alueen uskontojen moninaisuutta käsittelevän artikkelin. Vuonna 1997 puolestaan julkaistiin esimerkiksi merimieskirkon joulumyyjäisiä koskeva artikkeli valokuvineen.⁵⁹

Kristilliset aiheet näkyivät Kuvalehdessä 1990-luvulla toisinaan myös siinä julkaistuissa tarinoissa, kuten vuoden 1991 joulunovellissa “*Pyhä Yrjänä ja lohikäärme*”. Novellissa “opettajaneiti” ja hänen oppilaansa järjestävät Pyhä Yrjänä -aiheisen joulunäytelmän ja tarina sisältää kohtia, joissa eräs oppilaista muun muassa pohtii Jumalaa ja “vuoria siirtävää uskoa”.⁶⁰

⁵⁵ Suomen Kuvalehti 51–52/1963, 1.

⁵⁶ Suomen Kuvalehti 51–52/1969, 1.

⁵⁷ Vares ym. 2016, 234–235.

⁵⁸ Suomen Kuvalehti 51–52/1993, 28–37, 1.

⁵⁹ Suomen Kuvalehti 51–52/1993, 26–27, 51–52/1997, 32–36.

⁶⁰ Suomen Kuvalehti 51–52/1991, 46–49.

Kristillinen joulusisältö oli siis läsnä Suomen Kuvalehdessä kaikkina tarkasteleminani vuosikymmeninä. Näkyvimmillään se oli 1930-luvulla, laimeten 1960-luvulla ja siirtyen yhä enemmän taka-alalle 1990-luvulle tultaessa. Syynä voi olla Suomen Kuvalehden sävyn muuttuminen neutraalimmaksi 1970- ja 1980-lukujen kuluessa, sen etäännyessä konservatiivisesta koti-uskonto-isänmaa -linjastaan⁶¹. Kristilliset jouluaiheet olivat toki 1990-luvullakin toisinaan esillä, vaikkakin paljon aiempaa vähemmän. Suomen Kuvalehden kristillisten joulusisältöjen vähenemiseen 1990-luvulle tultaessa on todennäköisesti vaikuttanut suuresti myös Suomen ja joulunvieton sekularisoituminen. Vuosituhannen vaihteessa luterilaiseen kirkkoon kuului 85 prosenttia suomalaisista ja uskonnollinen monimuotoisuus oli lisääntynyt. Luterilaisuuden asema ei siis ollut enää yhtä hallitseva. Myös uskonnollinen käyttäytyminen oli muuttunut 1900-luvun jälkipuoliskon aikana individualistisemmaksi, sen yhteisöllisyyden ja tapakulttuurin heikentyessä. Uskonnosta on tullut yhä enemmän yksityisasia, eikä sitä siis välttämättä käsitellä lehdissäkään yhtä suuresti.⁶²

3.4. ISÄNMAA: Joulun suomalaisuus

Suomen Kuvalehden joulusisällöissä on perhe- ja kotikeskeisyyden sekä kristillisyyden lisäksi havaittavissa isänmaallisia sävyjä. Ne ovat esillä vahvimmin 1930- ja 1960-luvuilla, mutta nähtävissä myös 1990-luvun numeroissa. Kuvalehden joulusisällöissä isänmaallisuus välittyy erityisesti kansallisten symbolien käyttämisessä, Suomen luonnon kuvailussa sekä oman historian ja “vanhan ajan joulun” esille tuomisessa. Myös mainostettavien tuotteiden kotimaisuutta usein korostettiin.

Kansallisten symbolien käyttö joulusisällöissä näkyi sekä mainoksissa, että lehden artikkeleissa ja muissa omissa sisällöissä. Erityisen yleistä joulusisältöihin liitettyä kansallista symboliikkaa ja kuvastoa olivat Suomen lippu, sinivalkoinen värimaailma, joulukuusten tai -valojen koristamat tunnetut suomalaiset rakennukset⁶³ sekä talvisen Suomen luonnon

⁶¹ Vares ym. 2016 234–235.

⁶² Hanka ym. 2000, 202–203.

⁶³ Ks. esim. kuva joulukuusesta ja Helsingin Tuomiokirkosta. Suomen Kuvalehti 51–52/1931, 11.

kuvaaminen, kuten lumiset kuusimetsät, tunturit ja maalaisrakennukset. Tällaisten mielikuvien luominen oli yleistä erityisesti mainoksissa. 1920-luvulla tuotemielikuvat alkoivat syrjäyttää tuoteinformaation, jolloin mainosten kuvat lisääntyivät ja tekstit vähenivät. Tuote asetettiin siis johonkin kontekstiin esimerkiksi kansallisia symboleja hyödyntämällä, jolloin tavoiteltiin tiettyä haluttua mielikuvaa. Varsinkin sotien välisenä aikana mainoksissa tuotemielikuvia rakennettiin symboleilla, jotka ammensivat niin modernismista kuin talonpoikaisesta arvomaailmasta ja kansallisesta perinteestäkin. Tuote saatettiin kytkeä yleisölle tuttuihin asioihin kotoisten symbolien avulla, kuten maalaismiljöiden, järvimaisemien tai kotimaisten historiallisten aiheiden avulla.⁶⁴

Vastaavia mielikuvia käytettiin Suomen Kuvalehden joulumainoksissa, mutta myös muissa jouluisällöissä, kuten kuvissa ja jouluaiheisissa novelleissa. Suomalainen maalaisjoulu oli erityisen suosittu aihe varsinkin 1930- ja 1960-luvuilla. Maalaisjoulu näkyi esimerkiksi vuoden 1933 joulunumeron kuvassa *“Joulunviettoa maalaispirtissä”* sekä vuoden 1961 joulunumeron novellissa *“Joulupyhinä”*, joka kertoo hirsiseinäisessä idyllisessä maalaispirtissä vanhempien luona vierailevan Taunon joulusta.⁶⁵ Toisinaan lehdessä oli myös vertailevia kuvia, kuten vuoden 1931 valokuvissa *“Joulu muualla”* ja *“Joulu meillä”*, joissa vierekkäisille sivuille oli asetettu valokuvat jouluisesta Nürnbergistä ja Betlehemistä sekä lumisesta Helsingin Vanhan kirkon puistosta ja talvimaisemasta Vuoksen rannalta⁶⁶. Vastaavat talviset valokuvat Suomen luonnosta olivat hyvin yleisiä 1930- ja 1960-luvuilla. 1990-luvulla vastaavat kuvat liittyivät yleensä mainoksiin. Maalaisjoulu kuvailua puolestaan ei juuri lainkaan näkynyt lehdessä enää 1990-luvulla.

Joulusisältöjen isänmaallisuus välittyy myös lehden artikkeleista, jotka käsittelevät vanhaa suomalaista joulua ja siihen liittyneitä perinteitä. Tällaiset artikkelit olivat joulun alla yleisiä 1930- ja 1960-luvuilla, mutta enää 1990-luvulla niitä ei juuri ollut. Esimerkiksi vuoden 1931 joulunumero sisälsi *“esi-isiemme joulunviettotavoista”* kertovan artikkelin otsikolla *“Tuomaasta Hiiva-Nuuttiin”* ja vuoden 1937 joulunumero tekstin vanhoista joulunviettotavoista otsikolla *“Joulu vanhaan, hyvään aikaan”*.⁶⁷ Vastaavat joulun perinteitä ja niiden historiaa käsittelevät artikkelit ja tekstit vähenivät 1960- ja 1990-luvuilla, mutta näkyivät jossain määrin, vaikkakin neutraalimmassa sävyssä. Esimerkiksi vuoden 1995

⁶⁴ Halonen 2005, 178.

⁶⁵ Suomen Kuvalehti 51–52/1933, 48, 51–52/1961, 34–35.

⁶⁶ Suomen Kuvalehti 51–52/1931, 32–33.

⁶⁷ Suomen Kuvalehti 51–52/1931, 16–18, 51–52/1937, 21.

joulunumerossa julkaistiin teksti joulutonttujen historiasta otsikolla “*Tonttu - ikkuna ikuisuuteen*”⁶⁸.

Kaiken kaikkiaan isänmaallisuus korostuu eniten 1930-luvulla, laimeten hieman 1960-luvulla ja ollen hienovaraisinta 1990-luvulla. 1990-luvulla isänmaallisuus näkyy joulusisällöissä lähinnä vain mainoksissa käytettyjen kansallisten symbolien ja kuvastojen, kuten lumisten metsämaisemien tai Suomen lippujen välityksellä. Lehden omissa julkaisuissa, kuten artikkeleissa joulun isänmaalliset sävyt eivät juurikaan enää 1990-luvulla näkyneet, ainakaan yhtä selkeästi kuin 1930- ja 1960-luvuilla. Muutosten taustalla voi vaikuttaa lehden sävyn laimeneminen ja sen etäännyminen konservatiivisesta linjastaan 1990-luvulle tultaessa. 1930-luvun isänmaallisuutta voi selittää maan vielä melko tuore itsenäisyys, jolloin omaa kansallista identiteettiä oltiin yhä rakentamassa. 1930-luvulla isänmaallisuus oli myös Kuvalehdelle keskeinen arvo. Vielä 1960-luvullakin lehti oli hyvin linnoittautunut omiin koti-uskonto-isänmaa -linjoihinsa, jolloin isänmaallisuus saattoi korostua lehdessä jopa vastoin ajan yleistä henkeä.⁶⁹

4. PÄÄTÄNTÖ

Suomen Kuvalehden joulusisällöissä korostui 1930-, 1960- ja 1990-luvuilla erilaisia materiaalisia ja aatteellisia asioita ja arvoja. Niihin ja niiden muutoksiin vaikuttivat erilaiset yhteiskunnalliset ja kulttuuriset muutokset, mutta myös Kuvalehden omissa linjoissa ja arvoissa tapahtuneet uudistukset.

Materiaalisen joulun osalta erityisesti joulun kaupallisuus korostui kaikkina tarkasteleminani vuosikymmeninä lehden sisällöissä hyvin monipuolisesti, mutta erityisesti mainosten kautta. Kaupallisuus oli muihin havaintoihini verrattuna kaikkein pysyvimmän ja vahvimmin esillä koko tarkastelemallani ajanjaksolla. Materiaalisen joulun suhteen myös joululahjat olivat runsaasti näkyvillä 1930-luvulta 1990-luvulle asti. Lahjojen suhteen suurin muutos lienee itsehtyjen lahjojen ja niiden ohjeiden ja materiaalien mainostamisen katoaminen

⁶⁸ Suomen Kuvalehti 51–52/1995, 34–35.

⁶⁹ Vares ym. 2016, 58–59, 193, 234–235.

Kuvalehdestä 1930-luvun jälkeen. Tätä voi selittää Suomen teollistuminen, kaupungistuminen ja vaurastuminen erityisesti sotien jälkeen, sekä mahdollisesti myös käsillä tekemisen kulttuurin vähentyminen. Myös joulun liittyvät ruoat ja juomat olivat melko paljon esillä kaikkina tarkasteleminani vuosikymmeninä, tosin reseptit ja ruokaohjeet vähenivät jossain määrin 1930-luvun jälkeen. Lisäksi ruoka- ja juomasisällöt alkoivat 1930-luvun jälkeen sisältää niin sanotusti “hienostuneempia” jouluruokia, kuten kuohuviinejä ja juustolajitelmia. Kovin dramaattisia muutoksia ruokien ja juomien suhteen ei kuitenkaan tapahtunut.

Suomen Kuvalehden joulusisältöihin liittyvistä aatteista ja arvoista korostuivat erityisesti joulun perhe- ja kotikeskeisyys, kristillisyys sekä isänmaallisuus ja suomalaisuus. Koti ja perhe olivat laajimmin näkyvillä lehdessä 1930- ja 1960-luvuilla. 1990-luvulla aihe keskittyi enimmäkseen mainoksiin, ei niinkään lehden muihin sisältöihin kuten artikkeleihin. Perheisiin liittyvät muutokset näkyivät myös siten, että joululahjojen antamiskulttuuri oli kaventunut 1930-luvun jälkeen koskemaan lähinnä vain välittömintä lähipiiriä, kuten puolisoita ja lapsia. 1930-luvulla lahjojen saajiin olivat kuuluneet toisinaan myös esimerkiksi tädit, sedät ja isovanhemmat, mutta myöhemmin heitä ei juuri mainittu. Taustalla voi vaikuttaa perheissä tapahtuneet muutokset, kun maalta on muutettu kaupunkeihin ja etäisyys sukulaisiin on mahdollisesti kasvanut, jolloin joulusta on saattanut tulla yhä enemmän vain lähimmän perhepiirin juhla. Toisaalta myös mainostaminen on saattanut muuttua.

Lehden joulusisältöjen kristillisyys puolestaan näkyy vahvimmin 1930-luvulla esimerkiksi raamatunlauseiden ja virsien muodossa sekä runsaassa kristillisen kuvaston käytössä. Kristillinen sisältö näkyi paljon myös 1960-luvun jouluaiheissa, mutta hieman laimeammin. Esimerkiksi raamatunlauseet olivat selvästi vähentyneet. 1990-luvulle tultaessa kristillinen joulusisältö oli huomattavasti vähentynyt ja laimentunut aiemmasta, nousten esille lähinnä vain uutisjutuissa ja artikkeleissa. Muutosten taustalla voi vaikuttaa Suomen ja joulunvieton sekularisoituminen varsinkin 1900-luvun loppupuolella sekä kristillisyyden muuttuminen yhä enemmän individualistiseksi ja yksityiseksi. 1930- ja 1960-luvulla kristillisyys saattoi siis olla yhteisöllisempää ja näkyvämpää yhteiskunnassa ja näkyä siten myös Kuvalehdessä enemmän. Toisaalta myös Suomen Kuvalehden koti-uskonto-isänmaa -sävyjen hiipuminen 1960-luvun jälkeen saattoi vaikuttaa lehden kristillisen joulusisällön vähenemiseen.

Kuvalehden joulusisältöjen isänmaallisuus ja suomalaisuus taas välittyvät erityisesti isänmaallisten symbolien kuten Suomen lippujen käytön sekä kotimaan luonnon ja “vanhanajan joulun” kuvausten kautta. Varsinkin maalaisjoulu oli suosittu aihe 1930- ja 1960-luvuilla. 1990-luvulla joulun isänmaalliset sävyt selvästi laimenivat ja välittyivät lähinnä sinivalkoisten värien ja talvisen Suomen luonnon kuvaamisella erityisesti mainoksissa. 1930- ja 1960-luvuilla isänmaallisuuden korostumiseen saattoi vaikuttaa Kuvalehden omat koti-uskonto-isänmaa -arvot, joista se alkoi irrota vasta 1960-luvun jälkeen.

LÄHDELUETTELO:

Alkuperäislähteet:

Suomen Kuvalehti, 1930-luku (digitoitu
<https://digi.kansalliskirjasto.fi/aikakausi/titles/0039-5552>):

Lokakuu-tammikuu, 1931, 1933, 1935, 1937, 1939

Suomen Kuvalehti, 1960-luku (JYK):

Lokakuu-tammikuu, 1961, 1963, 1965, 1967, 1969

Suomen Kuvalehti, 1990-luku (JYK):

Lokakuu-tammikuu, 1991, 1993, 1995, 1997, 1999

Kirjallisuus:

Aalto, I., Ilmakunnas, J. & Lahtinen, A. 2021. *Perheen jäljillä: Perhesuhteiden moninaisuus Pohjolassa 1400-2020*. Tampere: Vastapaino.

Bogdanoff, O. 2011. *Joutui joulu Pohjolaan: joulukorttien ja joululehtien historiaa*. Espoo: Kansainvälinen kuvakulttuuriyhteisö Säde.

Forbes, B. 2007. *Christmas: A Candid History*. University of California Press.

Haapala, P., Eloranta, J., Hannikainen, M., ...2018. *Suomen rakennehistoria : näkökulmia muutokseen ja jatkuvuuteen (1400-2000)* Helsinki : Osuuskunta Vastapaino.

Halonen, T., Aro, L., Klinge, M., Bonsdorff, P. v., Julkunen, R., Junkala, P., . . . Löfström, J. 2005. *Suomalaisten symbolit*. Jyväskylä: Atena.

Hanka, H. & Mäkinen, A. 2000. *Kristinuskon historia 2000: [3], Kristinusko Suomessa*. Espoo: Weilin+Göös.

Kallioniemi, J. 2012. *Lapsuuteni Suomi: Suomi 100 vuotta*. Turku: Vähäheikkilän Kustannus.

Lääperi, O. 2021. *Lumoavat joululehdet*. Helsinki, Suomi: BoD - Books on Demand

Nirkko, J. & Vento, U. 1994. *Joulu joutui: Juhlatietoa, kuvia ja kertomuksia*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

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

Vares, V., Siltala, S., Pernaa, V. 2016. *Sanan ja kuvan vuosisata: Suomen Kuvalehti 1916-2016*. Helsingissä: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Vilkuna, K. & Vilkuna, J. 1950. *Vuotuinen ajantieto: Vanhoista merkkipäivistä sekä kansanomaisesta talous- ja sääkalenterista enteineen*. Keuruu: Otava.

Virtanen, L. 1988. *Suomalainen kansanperinne*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Virtanen, L. 1984. *Onni yksillä: kansanperinnettä ennen ja nyt*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.