

Arjen muotoilua

Karhulan lasitehtaan 1930-luvun puristelasi
modernistisena kodintuotteena
aikalaiskirjoituksissa ja Kotilieden mainoskuvissa

Viivi Alajuuma

Pro gradu -tutkielma
Jyväskylän yliopisto
Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Taidehistoria
Kevät 2017

<p>Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta</p>	<p>Laitos – Department Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos</p>
<p>Tekijä – Author Viivi Alajuuma</p>	
<p>Työn nimi – Title Arjen muotoilua: Karhulan lasitehtaan 1930-luvun puristelasi modernistisena kodintuotteena aikalaiskirjoituksissa ja Kotilieden mainoskuviissa</p>	
<p>Oppiaine – Subject Taidehistoria</p>	<p>Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma</p>
<p>Aika – Month and year Kesäkuu 2017</p>	<p>Sivumäärä – Number of pages 73 sivua + liitteet 7 sivua</p>
<p>Tiivistelmä – Abstract Pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan 1930-luvun puristelasia suhteessa aikakauden suomalaiseen keskusteluun kodintuotteiden teollisesta valmistamisesta ja koneellisesti valmistettujen tuotteiden suunnittelusta. Tutkielman kolme päätutkimuskysymystä ovat: Millainen modernin kodinesineen tuli olla? Miten tällainen moderni kodinesine suunniteltiin ja valmistettiin? Miten sitä markkinoitiin? Päätutkimuskysymykset jakavat tutkielman kolmeen teemaan, joiden alla kysymyksiä käsitellään. Modernin kodinesineen määritelmää on pohdittu modernismia käsittelevän aikalaikeskustelun kautta. Käsiteltäväksi on valittu taide- ja muotoilualan julkaisujen kirjoituksia. Kirjoituksia tarkasteltaessa on haluttu selvittää käsiteltiinkö julkaisuissa lasimuotoilua ja lasin koneellista valmistusta, mitä ja miten koneellisesta tuotannosta yleensä ottaen kirjoitettiin ja miten kirjoittajat näkivät ja määrittivät koneellisesti valmistetun tuotteen. Kirjoituksia on tarkasteltu lähiluvun periaatteella. Modernin kodinesineen markkinointia on selvitetty <i>Kotiliesi</i>-lehdessä vuosina 1937–1939 julkaistujen puristelasimainosten kautta. Göran Hongellin suunnitteleminen <i>Silko</i>-, <i>Maininki</i>- ja <i>Säde</i>- puristelasisarjojen mainoksia on tutkittu sisällönanalyysimenetelmällä. Tutkielma luo eri näkökulmien avulla yleiskuvaan puristelasin muotoilun historiasta ja vahvistaa käsitystä siitä, että sotien välinen aika oli Suomessa muotoilun murroskaudesta ja pohjusti sotien jälkeisen ajan suomalaisen lasimuotoilu nousua. Modernia muotoilua ja kodin esineiden teollista valmistamista käsittelevät aikalaiskirjoitukset muistuttivat siitä, että funktionalismin puolestapuhujien tavoitteet olivat ylevät, mutta tavoitteiden siirtyminen käytännön kodintavaratuotantoon tapahtui erittäin hitaasti. <i>Kotilieden</i> mainoksia tutkittaessa selvisi, että Karhulan lasitehdas tasapainoili 1930-luvulla uuden muotokielen ja ostajien miellyttämisen välillä. Lähdekirjallisuuden perusteella tehtaan johto oli ilmeisen selvästi kiinnostunut aikakauden arkkitehtuurista ja muotoilusta, mutta ostavalle yleisölle funktionalististen lasituotteiden moderniutta pyrittiin häivyttämään. Mainokset vahvistivat kuvaa siitä, että lasia ei yritetty myydä niiden moderniudella tai funktionalistisuudella. Muotoilun murroskausi näkyi kuitenkin kiinnostavasti rivien välistä etenkin mainonnassa käytetyissä valokuvissa.</p>	
<p>Asiasanat – Keywords muotoilu, lasimuotoilu, lasi, puristelasi, teollinen muotoilu, 1930-luku, modernismi, funktionalismi, Karhulan lasitehdas, Göran Hongell, astiat, mainonta, Kotiliesi</p>	

Sisällysluettelo

1 JOHDANTO.....	1
2 PURISTELASIN HISTORIAA.....	5
2.1 Karhulan lasitehtaan historiaa	9
2.1.1 Puristelasin valmistus Karhulan lasitehtaalla	11
2.2 Modernin keittiön kehittyminen	12
2.3 Puristelasin modernisoimisen tavoite	16
3 PURISTELASIN SUUNNITTELU	21
3.1. Modernismin puristelasi	22
3.2 Sotien jälkeinen aika: tuotannon rationalisointi	24
3.3 Puristelasin muotoilijat	25
3.3.3 Göran Hongell - Arjen muotoilija	27
4 PURISTELASI MODERNISMIKESKUSTELUSSA	30
4.1. <i>Domus</i> - <i>Aikakauslehti sisustustaidetta, taideteollisuutta, maalaus- ja kuvanveistotaidetta varten</i>	31
4.2. Koristetaiteilijain Liitto Ornamon vuosikirjat I-XII	34
4.3. Gustaf Strengell: <i>Miten sisustan kotini kotimaisin esinein?</i>	38
4.4. Alvar Aalto: ”Pienasunto?” (Pienasunto-näyttelyn julkaisu 1930) sekä esitelmä ”Rationalismi ja ihminen” Svenska Slöjdföreningens vuosikokouksessa 9.5.1935	40
4.5 P. E. Blomstedt: ”Vanha ja uusi taideteollisuus” (Pienasunto-näyttelyn julkaisu 1930).....	44
4.6 Yhteenveto tarkastelluista kirjoituksista.....	47
5 <i>SILKO, MAININKI JA SÄDE</i> – KARHULAN PURISTELASIASTIASTOJEN MAINONTA <i>KOTILIESI-</i> <i>LEHDESSÄ</i>	48
5.1 Karhula-Iittalan mainonnan yleiskuva <i>Kotiliesi</i> -lehdessä vuosina 1936–1939	54
5.1.1 <i>Maininki</i>	57
5.1.2 <i>Silko</i>	58
5.1.3 <i>Säde</i>	60
5.1.4 <i>Maininki, Silko ja Säde</i> -yhteismainokset.....	62
5.2 Lopputulosten analysoiminen.....	64
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	65
LÄHTEET	67
LIITTEET	74

1 JOHDANTO

Tutkielmani aiheena on Karhulan lasitehtaan 1930-luvulla valmistama puristelasi suhteessa aikakauden keskusteluun kodintuotteiden teollisesta valmistamisesta ja koneellisesti valmistettujen tuotteiden suunnittelusta. 1930-luku oli murroskautta niin suomalaisessa lasimuotoilussa kuin lasinvalmistuksessa. Funktionalismi saapui maahamme 1900-luvun ensivuosisikymmenillä, ja 1930-luvulle tultaessa sen muotoilu- ja valmistusideologiaa alettiin hiljalleen soveltaa teollisessa esinetuotannossa. Talouslasin valmistuksessa koneita alettiin ensimmäisenä hyödyntää puristelasin tuotannossa 1800-luvun puolivälissä. Puhalletun talouslasin valmistukseen koneet tulivat vasta toisen maailmansodan jälkeen. Puhuttaessa lasisten arjen käyttöesineiden koneellisesta tuotannosta puristelasi on tutkimuksessa syrjään jäänyt pioneeri.

Tutkielmani kolme päätutkimuskysymystä ovat: Millainen modernin kodinesineen tuli olla? Miten tällainen moderni kodinesine suunniteltiin ja valmistettiin? Miten sitä markkinoitiin? Päätutkimuskysymykset jakavat tutkielman kolmeen teemaan, joiden alla käsittelen kysymyksiä. Työni Kymenlaakson museossa Karhulan lasikokoelman luetteloinnin ja tutkimisen parissa on luonut vahvan pohjatiedon Karhulan lasitehtaan historiasta ja tuotteista, joten esimerkiesineiksi valikoitui luontevasti Karhulan lasitehtaan 1930-luvun modernistinen puristelasituotanto. 1930-luku soveltuu hyvin tarkasteluajankohdaksi myös siksi, että silloin tehdas kehitti määrätietoisesti sekä talouslasin muotoilua että koneellista valmistusta. Karhulan puristelasista lähempään tarkasteluun olen nostanut Göran Hongellin (1902–1973) suunnittelemat puristelasisarjat *Silko*, *Maininki* ja *Säde*. Erityiseksi nämä lasistot tekee se, että ne olivat ensimmäiset vakituiseen työsuhteeseen lasitehtaalle palkatun muotoilijan suunnittelemat modernistiset puristelasisarjat Suomessa. Tätä ennen puristelasia olivat suunnitelleet lasitehtailla muut kuin taideteollisen tai arkkitehtikoulutuksen saaneet tehtaiden työntekijät, kilpailujen kautta tulleet freelance-suunnittelijat tai valmiit puristelasimuotit oli ostettu ulkomailta tai muualta Suomesta. Göran Hongellin aikakauden muista muotoilijoista poikkeavaa lasisuunnittelijan uraa esittelen omassa luvussaan. Iitalassa työskennelleen Erkki Vesannon (1915–1990) ohella hän oli 1930-luvulla Suomessa ainoa arjen käyttölasia aktiivisesti suunnitellut muotoilija.

Tutkielman aineisto ja kirjallisuus

Suomalaisen lasimuotoilun ”kultakautena” pidetään toisen maailmansodan jälkeistä aikaa 1940-luvun puolesta välistä 1960-luvun alkuun¹. Tuona aikana suomalainen lasimuotoilu saavutti mainetta ulkomailla ja kotimaassa ja sitä markkinoitiin ahkerasti kuluttajille. Populaarin esittelyn

¹ Kalha 1997: 14; Koivisto 2001: 9; Koivisto & Laurén 2013: 7.

aiheesta ovat kirjoittaneet esimerkiksi Kaisa Koivisto ja Uta Laurén kirjassaan *Suomalaisen taidelasin kultakausi* (2013) ja tutkimuksellisen näkökulman aikakauden muotoiluun tarjoavat mm. Harri Kalha väitöksellään *Muotopuolen merenneidon pauloissa - Suomen taideteollisuuden kultakausi: mielikuvat, markkinointi, diskurssit* (1997) sekä Kaisa Koivisto väitöksellään *Kolme tarinaa lasista - Suomalainen lasimuotoilu 1946–1957* (2001). Kultakauden modernin lasimuotoilun versot sijoitetaan kirjallisuudessa ja tutkimuksessa usein 1930-luvulle². Omassa tutkielmassani tarkastelen puristelasia suhteessa 1930-luvun keskusteluun teollisen valmistamisen muotoilullisista tavoitteista. Olen ottanut tarkasteluun Suomen koristetaiteilijain liitto Ornamon vuosikirjojen I-XII (1927–1945) sekä *Domus - Aikakauslehti sisustustaidetta, taideteollisuutta, maalaus- ja kuvanveistotaidetta varten* -lehden aihetta käsittelevät kirjoitukset, sillä nämä ovat aikakauden ainoat muotoiluun keskittyvät pidempään ilmestyneet julkaisut. Muut tutkielmassani tarkastelemani kirjoitukset ovat Gustav Strengellin kirja *Miten sisustan kotini kotimaisin esinein?* (1933), Alvar Aallon ”Rationalismi ja ihminen” -esitelmä Svenska Slöjdföreningenin vuosikokouksessa 9.5.1935 sekä Alvar Aallon kirjoitus ”Pienasunto?” ja P. E. Blomstedtin artikkeli ”Vanha ja uusi taideteollisuus”, jotka molemmat julkaistiin *Pienasunto*-näyttelyn julkaisussa vuonna 1930.

Johtajatuksena pidin, että kirjoitukset sijoittuvat pääasiassa 1930-luvulle ja taideteollisuus sekä koneellinen valmistus kuuluvat niiden keskeisiin aihepiireihin. Aihepiirin kirjoitusten vähäisyyden vuoksi aikarajaus kulkee 1920-luvun lopulta 1940-luvun puoliväliin. Valitsemiani julkaisuja tarkastellessani olen halunnut selvittää käsiteltiinkö julkaisuissa lasimuotoilua ja lasin koneellista valmistusta, mitä ja miten koneellisesta tuotannosta yleensä ottaen kirjoitettiin ja miten kirjoittajat näkivät ja määrittelivät koneellisesti valmistetun tuotteen. Viime vuosisadan alun modernismikirjoituksia olen tarkastellut lähiluvun periaatteella. Erityistä huomiota olen kiinnittänyt teksteissä ilmenneisiin yhteneväisyyksiin ja eroihin, käytettyihin käsitteisiin ja tekstin analyttisyyteen. Edellä mainittujen julkaisujen lisäksi muotoilukeskustelua on käyty muissa aikakaus- ja sanomalehdissä sekä yksittäisissä näyttely- ym. julkaisuissa.

Tutkielmani muotoilukeskustelua käsittelevää aihealuetta lähimpänä on Seija Heinäsen väitöstutkimus *Käsityö, taide, teollisuus - Näkemyksiä käsityöstä taideteollisuuteen 1900-luvun alun ammatti- ja aikakauslehdissä* (2006). Heinänen selvitti tutkimuksessaan käsityön suhdetta taiteeseen ja teollisuuteen sekä ammatillisen käsityön eri muotojen olemusta Suomessa. Hänen tavoitteenaan oli selvittää käsityön ja taideteollisuuden merkityssisältöjä sekä käsitteellisiä

² Kalha 1997: 25, 81, 184–185; Koivisto 2001: 10, 14; Koivisto & Laurén 2013: 6, 28.

dilemmoja. Aineistona Heinänen käytti vuosina 1892–1933 julkaistuja ammatti- ja aikakauslehtiä *Ateneum*, *Euterpe*, *Domus*, *Koti ja yhteiskunta*, *Käsateollisuus*, *Kotitaide* sekä *Käsityö ja teollisuus*. Heinänen tarkasteli lehtiä valittujen teemojen kautta, joita ovat käsityö vai teollisuus, kansainvälisyys sekä rationaalisuus ja estetiikka. Tutkimuksessaan hän pohti myös modernismin ja kansainvälisten vaikutusten merkitystä sekä niiden osuutta maamme käsityön ja hitaasti koneellistuvan käsityömäisen taideteollisuuden aatesisällössä. Ensimmäinen varsinaisesti funktionalismia esitellyt taideteollisuusnäyttely järjestettiin Helsingissä vuonna 1930, mutta Heinänen tutkimuksen pohjana oli ajatus, että modernismin perusajatuksista kirjoitettiin jo paljon ennen näyttelyä. Heinänen tutkimuksessa ei ole kyse esinetutkimuksesta tai taiteilijakeskeisestä henkilöhistoriatutkimuksesta, vaan tutkimuskohteena olivat institutionaaliset rakenteet ja yhteiskunnallinen tilanne suhteutettuna taideteolliseen ja käsityökulttuuriin.³ Heinänen tutkimus sivuaa omaa tutkielmaani sekä aiheen että aineiston osalta. Olen myös käyttänyt aikakauden keskustelun selvittämiseen *Domus*-lehteä, mutta rajannut muut Heinänen käyttämät lehdet tutkielmani ulkopuolelle, sillä katson pääpainon niiden kirjoituksissa olevan enemmän käsityössä kuin teollisuudessa. Olen valinnut tutkielmani aikalaisaineistoksi nimenomaan teollisuuteen keskittyviä julkaisuja ja kirjoituksia, vaikka rajaus esimerkiksi *Domuksen* tapauksessa onkin häilyvä. Heinänen tutkimus osoittaa hyvin viime vuosisadan taitteessa ja 1900-luvun alkuvuosina meneillään olleen murroskauden luonteen. Yhteiskunta muuttui, tuotanto muuttui, ideologiat muutuivat. Rajoja etsittiin, käsitteitä (uudelleen)määriteltiin, uusia ajatuksia sulateltiin. Näin ollen tutkimusten näkökulmia ja aineistojen rajoja voi vetää hyvin monella tavalla.

Puristelasiesineiden suunnittelua ja valmistusta avaan aikaisemman lasitutkimuksen avulla. Koska koneellista sarjatuotantoa ei ole Suomessa taidehistorian piirissä tutkittu aikaisemmin, lähestyn aihetta 1930-luvun muotoilun ja modernismin tutkimuksen kautta. 1930-luvun muotoilukentältä ehkä eniten on tutkittu huonekalumuotoilua ja taidekäsityötä. Paljon löytyy myös yleisesityksiä funktionalismista sekä art decosta. Muita taidehistorian tutkimuksessa esiin nousseita näkökulmia 1930-lukuun on mm. teollistuminen ja funktionalismin saapuminen Suomeen, kuluttaja ja kodin arki sekä politiikka ja yhteiskunnallinen näkökulma. Lasimuotoilusta on toistaiseksi eniten ilmestynyt populaareja julkaisuja kuuluisista muotoilijoista. Jonkin verran on tutkittu eri lasitehtaiden vaiheita ja suomalaisen lasin valmistuksen historiaa, maineikkaimpana esimerkkinä tästä Vilho Annalan tutkimukset. Mielenkiintoisia näkökulmia on nostettu esiin muutamissa pro gradu -tutkielmissa. Esimerkiksi Jenni Akkolan tutkielma käsittelee suomalaisen käyttölasin diskursseja 1950-luvulla, Eeva-Liisa Kallio on selvittänyt Nuutajärven, Iittalan ja Riihimäen

³ Heinänen 2006: 9–10.

lasitehtaiden tuotantoa 1960-luvulla. Carita Rassa Iittalan lasitehtaan tuotantouudistuksia, koneellistumista ja markkinointia vuosina 1965–1975, ja Johanna Räsänen on tutkinut Iittalan mainosvalokuvia 1950–1970-luvuilla. Marko Saarinen on tehnyt pro gradu -tutkielman historian oppiaineeseen aiheenaan taiteen merkitys suomalaisessa lasiteollisuudessa.

Työlleni tärkeimpiä taustoittajia ja analyysin lähteitä ovat Kirsi Saarikankaan tutkimus *Asunnon muodonmuutoksia - Puhtauden estetiikka ja sukupuoli modernissa arkkitehtuurissa* (2002), Kaisa Koiviston väitöskirja *Kolme tarinaa lasista - Suomalainen lasimuotoilu 1946–1957* (2001) sekä Timo Keinäsen artikkelit funktionalistisesta lasista. Pro gradu-tutkielmista omalle tutkielmalleni merkittävin on ollut Kaisa Koiviston työ *Suomen lasiteollisuuden koneellistuminen* (1988).⁴ Tutkielmassani keskityn suomalaiseen aineistoon, mutta hedelmällistä olisi jatkossa tarkastella Suomen tilannetta ja kehitystä suhteessa esimerkiksi Pohjoismaiden tai Keski-Euroopan puristelasin valmistuksen kehittymiseen. Suomalaisen lasituotannon kannalta merkittävimpiä ovat muut pohjoismaat, erityisesti Ruotsi. Paljon vaikutteita on tullut myös mm. Saksasta. Sekä Ruotsissa että Saksassa on kirjoitettu lasista Suomea enemmän.⁵

Sisällönanalyysi tutkimusmenetelmänä

Tutkielmani kolmas teema on Karhulan 1930-luvun puristelasin markkinointi, jota tarkastelen analysoimalla *Kotiliesi*-lehdessä julkaistuja mainoksia. Tutkimusmenetelmänä käytän sisällönanalyysiä. Tavoitteeni on selvittää korostettiin *Silkon*, *Mainingin* ja *Säteen* Karhulan lasitehtaan aiempaan linjaan verrattuna uutta ja modernia muotoilua *Kotilieden* mainonnassa vuosina 1937–1939, jolloin lasistot tulivat tuotantoon.

Sisällönanalyysi on kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, jota on visuaalisen kulttuurin tutkimuksessa usein käytetty esimerkiksi mainosten analysoinnissa. Menetelmä soveltuu erittäin hyvin laajojen aineistojen käsittelyyn. Etenkin luonnontieteiden parissa taiteen ja kulttuurin tutkimus on usein nähty epätieteellisenä, subjektiivisena ja epäjärjestelmällisenä. Sisällönanalyysi on tutkimusmenetelmä, jolla yritetään saada visuaalisen kulttuurin tutkimukseen luonnontieteistä tuttuja määrällisiä ihanteita kuten objektiivisuutta, systemaattisuutta ja toistettavuutta.⁶ Gillian Rose kuitenkin huomauttaa, että sisällönanalyysi sisältää myös useita laadullisen tutkimuksen toimintatapoja. Hänen mukaansa sisällönanalyysi vastaa luonnontieteellisiä metodeja nimenomaan toistettavuudessaan ja validiudessaan.⁷ Parhaiten sisällönanalyysi soveltuu laajojen aineistojen

⁴ Akkola 2007, Kallio 1988, Rassa 2003, Räsänen 2007, Saarinen 2015, Koivisto 1988.

⁵ Koivisto 2016.

⁶ Seppä 2012: 213, Rose 2003: 54; Bell 2001: 14.

⁷ Rose 2003: 55.

käsittelyyn ja yleisesti sitä on käytetty mm. mainosten, haastattelujen, lehtireportaasien ja lastenohjelmien tutkimiseen. Tutkimusaineisto voi koostua mistä tahansa kulttuurisesta verbaalisesta tai visuaalisesta tekstistä, mutta jokaista kuvaa tai tekstiä ei tutkita erikseen, vaan aineisto luokitellaan muuttujatekijöiden avulla ja luokittelun tulokset analysoidaan.⁸

Sisällönanalyysi keskittyy lähes pelkästään kuvan omaan sisältöön, eikä puutu juuri lainkaan kuvan tuottamiseen tai sen yleisöön, joten menetelmällä ei pystytä tulkitsemaan kuvan kulttuurisia merkityksiä.⁹ Tähän voi kuitenkin vaikuttaa aineiston kontekstin määrittelyllä. Usein sisällönanalyysin tueksi tutkimukseen otetaan jokin kvalitatiivinen teoria tai metodi. Sisällönanalyysiä voi käyttää myös pelkästään kvalitatiivisen tutkimuksen taustatiedon keräämiseen.¹⁰ Parhaiten menetelmä toimii selvittäessä mitä ja kuinka kuvat merkitsevät sekä esim. mitkä kuvat kytkeytyvät toisiinsa, kuka tai mikä asia saa julkisuutta ja miten asiat ovat esillä valtamediassa.¹¹ Philip Bell korostaa hypoteesien merkitystä objektiiviselle sisällönanalyysille. Hänen mukaansa menetelmä ensisijaisesti testaa hypoteeseja esimerkiksi siitä, kuinka media esittää ihmiset, tapahtumat tai tilanteet.¹² Hypoteesit tai tutkimuskysymykset ovat usein vertailevia, eli ne pyrkivät osoittamaan miten kaksi tai useampi asia suhteutuu toisiinsa. Oleellista on, että sisällönanalyysi perustuu aina etukäteen määriteltyihin sääntöihin ja kaavoihin, joita tutkija noudattaa tarkasti.¹³

2 PURISTELASIN HISTORIAA

Puristelasi on ensimmäistä koneiden avulla valmistettua lasia. Sen valmistustapa kehitettiin Yhdysvalloissa 1820-luvulla. Menetelmän ansiosta koristeellista lasia voitiin valmistaa edullisesti pitkinä sarjoina.¹⁴ Puristelasimuotti koostui kolmesta osasta: esineen ulkopinnan muovaavasta muotista, sisäpinnan muovaavasta painimesta, jota kutsuttiin myös ”peekeliksi” tai ”malliksi”, sekä esineen reunan muovaavasta ”rinkistä”. Moniosaisen muotin ansiosta esineen ulko- ja sisäpinta voivat olla erilaisia. Lasi puristettiin haluttuun muotoon joko käsivoimin, höyryvoimalla tai paineilmalla toimivan prässin avulla.¹⁵ Puristamisen jälkeen esineet yleensä ”liekkikiillotettiin”. Käsityövalmistuksen aikaan esineen pohjaan kiinnitettiin rautatanko eli ”puntteli” ja esinettä lämmitettiin niin että pinnan epätasaisuudet vähenivät. Kiillotuksen jälkeen punttelin jälki hiottiin

⁸ Bell 2001: 14-15; Seppä 2012: 213, 216.

⁹ Rose 2003: 56; Bell 2001: 26.

¹⁰ Rose 2003: 56; Seppä 2012: 212; Bell 2001: 27.

¹¹ Bell 2001: 26.

¹² Bell 2001: 14.

¹³ Seppä 2012: 213; Seppä 2012: 218.

¹⁴ Blaszczyk 2002: 18.

¹⁵ Koivisto 2001: 83; Koivisto 1988: 10, 83.

pois esineen pohjasta tasohiomakoneella eli ”plaanalla”. 1950–1960-lukujen vaihteeseen tultaessa suomalaiset puristelasia valmistavat tehtaot olivat hankkineet liekkikiillotuskoneita, joten pohjia ei tarvinnut enää hioa.¹⁶ Valmis esine jäähdytettiin hitaasti jäähdytysuunissa sisäisten jännitteiden poistamiseksi. Sen jälkeen esine tarkastettiin eli ”syynättiin” ja huonolaatuiset tuotteet päätyivät uudelleen sulatettavaksi lasimurskaksi, ”pintiksi”. Loput esineet jälkikäsiteltiin, esim. koristeltiin, ja lopuksi pakattiin.¹⁷ 1800-luku toi lasinvalmistukseen koneiden ohella tieteellisyyden. Pohjoismaissa tähän pisteeseen päästiin 1800-luvun loppupuolella. Esimerkiksi Karhulan lasitehtaalla kristallin laatuongelmia saatiin ratkaistua, kun lasin raaka-aineiden sekoittamista varten rakennettiin erillinen rakennus, ”mänkikuuri”, jossa lasihytissä vaivannut pöly ja lika ei enää päässyt raaka-aineen joukkoon. Lisäksi Karhulaan rakennettiin oma laboratorio, jossa kemisti kokeili erilaisia lasiseoksia.¹⁸ Täsmällinen terminologia sekä kehittynyt kemiantutkimus antoivat tieteellisen pohjan lasin valmistuksen kehittämiseksi. Tutkimus ja tekniikan opetus siirtyivät kouluihin, mutta edelleen käytännön lasinpuhallustyöhön, hiojaksi, kaivertajaksi jne. harjoiteltiin tehtailla. Oppipojasta oli mahdollista kehittyä mestariksi saakka.¹⁹

Puristelasin tuotanto synnytti 1800-luvulla lasiteollisuuteen uuden ammattikunnan: muotintekijät. He olivat pitkälti vastuussa puristelasin muotokielestä, ja heillä oli keskeinen rooli uusien mallien kehittämisessä. Muotintekijöiden kulta-aika Yhdysvalloissa kesti 1850-luvulta 1890-luvulle. Muottimestareiden asiantuntijuus muodostui metallitöiden ja lasinvalmistuksen tuntemuksesta sekä ajan muotivirtausten seuraamisesta. Muotintekijät olivat usein oppipoikina eri lasitehtailla tai muottiverstaissa, joten heille muodostui käsitys kilpailijoista sekä heidän muotoilustrategioistaan. Yleensä muotintekijät tekivät yhteistyötä lasitehtaiden johtajien ja myyntiedustajien kanssa kehittäessään uusia tuotemalleja. Vaikutteita otettiin laajasti mm. amerikkalaisesta kulttuurista, taiteesta, arkkitehtuurista ja muusta teollisesta muotoilusta. Monet menestyneet muotintekijät, kuten John H. Hobbs, saivat maineen arvostettuina taiteen ja tekniikan innovaattoreina.²⁰ Suomessakin suurilla lasitehtailla oli paja, jossa valmistettiin muotteja ja muita työvälineitä niin lasin puhallukseen kuin puristukseen. ”Vormusepät” eli muottisepät käyttivät metallimuottien tekoon useita työvälineitä: erilaisia viiloja, poria, kaiverrusvasaroita ja meisseleitä. Muottien valmistus oli hidasta. Yleensä vuodessa tehtiin noin 4–5 uutta puristelasimuottia. Muotit saattoivat aikaisemmin olla muotintekijän omaisuutta, mutta 1900-luvulle tultaessa ne kuuluivat yleensä lasitehtaalle.²¹

¹⁶ Koivisto 2013: 313–314.

¹⁷ Koivisto 2001: 83.

¹⁸ Nyholm 1989: 48.

¹⁹ Koivisto 2005: 154.

²⁰ Blaszczyk 2002: 21, 22, 41.

²¹ Nurmi 1989: 94, 96.

Pinnaltaan koristeelliset lasimallit, joista virheet eivät näkyneet, olivat pitkään suosittuja, koska sileä pinta on vaikeaa toteuttaa puristelasiin. Puristelasimuotin saumojen rajat jäävät yleensä näkyviin, ja mm. muotin epätasaisen lämpötilan vuoksi lasiin jäi helposti ilmakuplia, ryppyjä ym. valmistusvirheitä.

Ruotsissa puristelasia alettiin valmistaa 1830-luvulla, ensimmäisenä pohjoismaissa. Kaisa Koivisto arvioi Ruotsista tuodun puristelasin olleen tuolloin melko yleistä ainakin Suomen länsirannikolla²². Lasituotteiden käyttö yleistyi Suomessa hitaasti. 1800-luvulla lasiastioita käyttivät lähinnä vain yläluokka ja papisto sekä kaupungeissa asuvat. Lasin käyttöön vaikutti varallisuuden ohella se mitä juotiin. Tyypillistä arjen juomaa oli veden ohella kalja ja piimä, lapset saattoivat juoda kesäisin maitoa. Viinan kotipolttoa harrastettiin laillisesti vuoteen 1866 saakka, minkä jälkeen alkoholin valmistus oli tarkemmin säädeltyä. Käyttölasi säilyi Suomessa pitkään harvinaisuutena, koska rahatalous levisi maaseudulle meijerialouden ja teollisuuden luoman puutavarakaupan mukana vasta 1800-luvun lopulla. Teollistumisen myötä lasin käyttö kaupungeissakin yleistyi, kun yleinen elintaso nousi. Työläisperheissä yleistyivät juomalasit ja monet hankkivat esimerkiksi muutaman viinalasin.²³ Suomessa puristelasia alkoi ensimmäisenä valmistaa Nuutajärven lasitehdas vuonna 1851. Ensimmäisiä tuotteita olivat mm. hiusneulavati, lautanen, jalallinen leivosvati, kulho ja kynttilämansetti. Mallisto muistutti belgialaisia ja ranskalaisia lasiesineitä, koska puristelasimuotit tilattiin todennäköisesti ulkomailta. Omia muotteja Nuutajärvellä alettiin valmistaa vuonna 1883, kun muottisepäksi palkattiin ruotsalainen Frans Andersson. Andersson siirtyi Iittalan lasitehtaan palvelukseen, kun siellä aloitettiin puristelasin valmistaminen vuonna 1881, heti lasitehtaan perustamisen yhteydessä. Vuonna 1894 Iittalaan palkattiin toinen ruotsalainen muottisepä, Alfred Gustafsson, jonka ehkä tunnetuimmat tuotteet ovat nk. *Suurmies*-juomalasit. Myös Karhulan ja Riihimäen lasitehtaat aloittivat puristelasin valmistuksen heti tehtaiden tuotannon käynnistyttyä.²⁴ 1930-luvulle tultaessa Riihimäen lasitehdas erikoistui puristelasin tuotantoon ja valmisti liki puolet suomalaisesta puristelasista.²⁵ 1930-luvulla Suomen suurimmat lasitehtaat olivat Riihimäen lasi Oy (osakeyhtiöön kuuluivat Kaukalahden, Ryttylän ja Riihimäen lasitehtaat) sekä Ahlströmin lasiteollisuus (Karhulan ja Iittalan lasitehtaat).²⁶ Paineilmalla toimivat puoliautomaattiset prässit

²² Koivisto 2005: 154; Koivisto 1988: 12.

²³ Koivisto 2005: 154, 156-157.

²⁴ Koivisto 1988: 38, 41, 44.

²⁵ Koivisto 2005: 167-168.

²⁶ Koivisto 2001: 86.

yleistyivät Suomessa 1950-luvulla ja 1960-luvun lopussa Nuutajärvellä aloitettiin puristelasin valmistus täysautomaattikoneilla.²⁷

Puristelasin markkinointi ja myynti kehittyivät eritavoin puristelasin kotimaassa Yhdysvalloissa ja Euroopassa. Yhdysvalloissa massatuotettua puristelasia valmistavat lasitehtaat tekivät 1800-luvun loppupuolella yhteistyötä mieluiten suurten jälleenmyyjien kanssa. Perinteisesti lasia oli välitetty velaksi jälleenmyyjille, jotka välittivät tuotteet pienille myymälöille. Puristelasiteknikan myötä lasitehtaat sivuuttivat pienet jälleenmyyjät ja ryhtyivät yhteistyöhön tavaratalojen, myymäläketjujen ja postimyyntifirmojen kanssa. Ne pystyvät tekemään suuria tilauksia, maksamaan toimituksista heti käteisellä ja pitämään kaupan kulut alhaisina toimittamalla tuotteet suoraan kuluttajille. Valmistajat suunnittelivat paljon uusia malleja pitämään ostajien kiinnostusta yllä ja jälleenmyyjät pitivät halpaa lasia ”sisäänheittotuotteena”.²⁸ Vaikka puristelasin valmistus rantautui Eurooppaan jo 1830–1840-luvuilla²⁹, siitä ei heti tullut Yhdysvaltojen kaltaista massatuotetta. Esimerkiksi Suomessa halvaksi massatuotteeksi puristelasi kehittyi vasta 1900-luvulla.

Puristelasin esiin nostaminen lasitehtaiden markkinoinnissa voidaan liittää Ruotsista Suomeen rantautuneesta ”kauniimman arkitavaran” -käsitteestä (”vackrare vardagsvara”), jonka kehitti Gregor Paulsson (1889–1977) vuonna 1919. Käytännössä kauniin arkitavaran idea otti Suomessa kunnolla tulta alleen vasta sotien jälkeen. Käsitteen takana seisoivat esimerkiksi muotoilija Kaj Franck (1911–1989) sekä Karhulan ja Iittalan lasitehtaat omistaneen Ahlström-suvun muotoilu-, arkkitehtuuri- ja taidevaikuttaja sekä Artekin perustajiin kuulunut Maire Gullichsen (1907–1990). Arkitavaran muotoilukeskustelua käytiin mm. *Kaunis koti* -lehden sivuilla. Sekä Gullichsen että Franck olivat sitä mieltä, että arjen esineistön tuli mahtua pieneen tilaan, olla mahdollisimman yksinkertaista sekä sopia moneen käyttötarkoitukseen. Lasiteollisuudessa uuden arkitavaran ideologian otti ensimmäisenä käyttöönsä Nuutajärvi, jonka taiteelliseksi johtajaksi Kaj Franck palkattiin 1950-luvun alussa. Nuutajärvi modernisoi tuotantolinjansa ja suurimman osan ennen 1950-lukua suunniteltujen anonyymien mallien valmistus lopetettiin. Nuutajärvi alkoi valmistaa puristelasia värillisenä, kun se ennen sotia oli ollut suosituimpaa taidelasissa. Karhulassa modernia värillistä puristelasia oli tosin valmistettu jo 1930-luvulla. Koska uuden lasin muotokielessä vältettiin koristeita, värillinen lasi häivytti edullisen lasimassan ja koneellisen tuotannon virheitä ja jälkiä. Sotien jälkeen vallitsi ensin materiaalipula ja vielä pitkään 1950-luvulle Suomeen saatavat

²⁷ Laurén & Koivisto 2013: 313–314.

²⁸ Blaszczyk 2002: 24.

²⁹ Koivisto 1988:11.

raaka-aineet olivat heikkolaatuisempia kuin ennen sotia. Muutkin lasitehtaat alkoivat valmistaa värillistä puristelasia 1950-luvun puolivälistä lähtien.³⁰

Karhulan puristelasiasiastoista Göran Hongellin suunnittelemaa *Silkoa*, jota valmistettiin vuosina 1937–1960, on pidetty kunnianhimoisena lasisarjana juuri koristelemattoman sileän pintansa vuoksi. Puristelasiesineiden kohdalla on tyypillistä, että esineen mallia muutetaan tarpeen mukaan valmistustavan kehittyessä³¹. Hyvä esimerkki tällaisesta on Karhulan ja Iittalan lasitehtaiden valmistama Aino Aallon piirtämä *Aalto*-sarjan juomalasi, jonka 1930-luvun alussa valmistetut versiot poikkeavat selvästi sarjan nykyisin myytävistä juomalaseista.

2.1 Karhulan lasitehtaan historiaa

Kapteeni William Ruth (1839–1913) perusti Karhulan lasitehtaan sahan yhteyteen vuonna 1887 ja ensimmäiset tuotteet valmistuivat pari vuotta myöhemmin. Suomen teollistuminen oli päässyt vauhtiin 1800-luvun loppupuolella. Ajan tavan mukaan tehtailijalla oli monta rautaa tulella. William Ruthilla oli lasitehtaan lisäksi saha, konepaja, puuvillatehdas, tiilitehdas ja puuhiomo.³² William Ruthia on usein tituleerattu Karhulan teollisuuden isäksi. Karhulan tehtaat takasivat toimeentulon sadoille perheille alueella.

Karhulassa painotettiin heti alussa talouslasia, joka käsitti mm. lampunlaseja, pulloja ja astioita. Myös ikkunalasi otettiin tuotantoon. Pullot säilyivät kuitenkin merkittävimpänä tuoteryhmänä koko tehtaan olemassaolon ajan.³³ Vuonna 1894 Ruth ilmoitti tehtaansa valmistavan kaikkia lasituotteita mitä kaupoista löytyy³⁴. Reijo Ahtokari toteaa kirjassaan *Karhulan tehtaat 100 vuotta* (1974), että lasitehtaan alku oli kuitenkin vaikea. Lasituotteita moitittiin asiakkaiden keskuudessa huonolaatuisiksi ja helposti hajoaviksi. Kesti kymmenisen vuotta ennen kuin tehdas alkoi tuottaa voittoa³⁵. Erityisesti kristallin valmistus oli Ruthin sydäntä lähellä ja varsin nopeasti lasitehtaalle rakennettiin kristallihiomo. Kristallin tuotanto vaati kuitenkin tarkkuutta, ammattitaitoa ja korkeaa laatua. Alkuvaikeuksien jälkeen kristalli nousi lopulta yhdeksi Karhulan lasitehtaan päätuotteista.³⁶ Viime vuosisadan vaihteessa Karhulan lasitehdas oli noussut maamme johtavien talous- ja kristallilasin valmistajien joukkoon. Lasia vietiin ulkomaille mm. Englantiin, Saksaan,

³⁰ Koivisto 1998: 136, 145–146.

³¹ Koivisto 2001: 83.

³² Koivisto 1989: 4.

³³ Ahtokari 1974: 29; Koivisto 1989: 4.

³⁴ Koivisto 1989: 30.

³⁵ Ahtokari 1974: 19, 29.

³⁶ Ahtokari 1974: 29; Koivisto 1989: 4.

Yhdysvaltoihin ja Japaniin.³⁷ Ruthin kuoleman jälkeen A. Ahlström Osakeyhtiö osti tehdasryppään vuonna 1915. Karhulan lasitehdas oli tuolloin yksi Suomen suurimpia ja perheyhtiö sai lisää jalansijaa suomalaisessa lasiteollisuudessa hankittuaan omistukseensa myös Iittalan lasitehdas Oy:n vuonna 1917.³⁸

Karhulan ja Iittalan lasitehtaiden siirrettyä Ahlströmin omistukseen tuotantoa alettiin rationalisoida. Ikkunalasin valmistus Karhulassa lopetettiin 1920-luvulla, jonka jälkeen tehtaalla valmistettiin pakkauslasia, talouslasia, kristallia ja nk. taidelasia. Taidehistoriallisesti 1930-luvulla korostuu muotoilun nousu Karhulan lasitehtaalla. Vähemmälle huomiolle jää usein syyt tuotannon uusien suuntaviivojen hakemiselle. Karhulan lasitehdas oli 1930-luvulla laman, viennin vähenemisen ja kovan kotimaisen kilpailun vuoksi pahoissa talousvaikeuksissa³⁹. Vaihtoehdot olivat joko suuret investoinnit tai tehtaan lakkauttaminen. Ahlström valitsi vaihtoehdoista ensimmäisen ja potkua lasituotantoon alettiin hakea nykyaikaistamalla tuotantotapoja. Tehtaalle hankittiin automaattinen pullokone, tuotantotiloja uudistettiin ja lasimassan valmistusta tehostettiin. Tavoitteena oli entistä tehokkaampi ja määrältään suurempi teollinen tuotanto.⁴⁰

1930-luvulla vedettiin myös suuria linjoja Ahlströmin lasitehtaiden tuotannon järjestämisessä. Taidelasin tuotannon siirtämistä Iittalaan ja pakkaus- ja puristelasin tuotannon keskittämistä Karhulaan alettiin suunnitella. Lopullisesti asiasta päätettiin sotien jälkeen ja sitä alettiin toteuttaa 1940–50-lukujen taitteessa.⁴¹ Pakkauslasin valmistusta tukemaan Karhulaan perustettiin bakeliittitehdas vuonna 1936⁴². Koneellista lasituotantoa laajennettiin vielä lasitiilien ja lasivillan valmistukseen 1940-luvulla. Lasikuitutehdas avattiin vuonna 1969. 1950-luvulta eteenpäin Karhulan lasitehtaan tuotantoa kehitettiin hankkimalla uusia koneita ja tehostamalla tuotantotapoja. Kaikki käsityömäinen lasintuotanto oli tuolloin jo siirtynyt Iittalaan, mukaan lukien puristelasi.⁴³ Ahtokari selvittää kirjassaan perusteluja lasituotannon keskittämiseksi ja rationalisoinnille. Lasi luetaan teollisuudessa erikoismyytävien tuotteiden joukkoon. Lasituotteiden markkinointi tarvitsee jatkuvaa tuotekehitystä ja alaan monipuolisesti perehtyneitä myyjiä, joita täytyy jatkuvasti kouluttaa eri tuotteiden käytöstä ja siirtämään tieto jälleenmyyjille. Myyjät tarvitsevat myös ”hyvää makua”, jota heidän olisi onnistuttava välittämään jälleenmyyjille ja tuotteiden ostajille. Nämä lasin

³⁷ Ahtokari 1974: 29, 55.

³⁸ Saarinen 2002: 134–135; Ahtokari 1974: 25.

³⁹ Ahtokari 1974: 47–48, 53.

⁴⁰ Saarinen 2002: 137; Ahtokari 1974: 55–54.

⁴¹ Koivisto 1989: 16.

⁴² Saarinen 2002: 137.

⁴³ Ahtokari 1974: 62, 70, 95, 112.

markkinoinnin erityisvaatimukset oli helpompi toteuttaa, kun yhtiön lasitehtaiden välillä oli selvä työnjako.⁴⁴

2.1.1 Puristelasin valmistus Karhulan lasitehtaalla

Karhulan lasitehtaalla valmistettiin puristelasia alkuvuosista lähtien. Ensimmäiset tarvikkeet tilattiin Saksasta Radebergistä A. Geisslerin tehtaalta. Esikuvana oli mm. Nuutajärven tuotanto. Puristelasimallit olivat kansainvälisiä, sillä ensimmäiset muotit tilattiin Ruotsista ja Saksasta.⁴⁵ Karhulan lasitehtaan ensimmäisessä kuvastossa vuodelta 1891 on mukana puristelasiesineitä. Puristamalla valmistettiin mm. juomalaseja, olutlaseja, ryyppylaseja, tuoppeja, jalallisia kulhoja ja sokerikkoja, suola-astioita, kermakkoja, lautasia, voirasioita, kynttilänjalkoja sekä kynttilämansetteja.⁴⁶ Koiviston mukaan suurin osa Karhulan kuvaston kuvista oli kopioita ruotsalaisen Reijmyren lasitehtaan sekä Nuutajärven kuvastoista⁴⁷. Seuraavassa Karhulan kuvastossa, mahdollisesti vuodelta 1904 tai 1907⁴⁸, puristelasien tuotevalikoima ei ole muuttunut, mutta malleja on tullut lisää. Tosin monet puristelasimallit ovat myös samoja kuin reilut kymmenen vuotta aikaisemmin. Näitä ovat esimerkiksi kermakko mallinumeroilla 1253, joka on uudessa kuvastossa saanut mallinumeron 1816 sekä nimen *Elsa*.⁴⁹ Myös samaan sarjaan kuuluva sokerikko löytyy molemmista kuvastoista⁵⁰. Vuonna 1904/1907 julkaistussa kuvastossa on myös Ruotsissa ja Keski-Euroopassa suosittu lehden muotoinen puristelasilautanen, joka Koiviston mukaan oli Karhulassa tuotannossa jo vuonna 1899. *Karhula*-puristelasimalliston esikuva oli ranskalaisen Baccarat-lasitehtaan tuotteissa ja vastaavia valmistettiin myös Ruotsissa. *Karhula*-nimiset astiat otettiin tuotantoon vuonna 1903.⁵¹ Ensimmäisen maailmansodan heikentämän raaka-aineiden saatavuuden vuoksi Karhulan lasitehtaan mallistoissa ei tapahtunut juurikaan muutoksia.

Karhulassa alettiin julkaista 1920-luvulla puristelasista, puhalletusta talouslasista ja kristallista omia kuvastoja, koska mallistot olivat kasvaneet suuriksi. Iittalan lasitehtaan siirryttyä A. Ahlström Osakeyhtiön omistukseen vuonna 1917, painettiin myös Karhulan ja Iittalan yhteisiä puristelasikuvastoja, esimerkiksi vuosien 1922, 1927 (lisäkuvasto) sekä 1938 kuvastot. Kuvastoissa

⁴⁴ Ahtokari 1974: 95–96.

⁴⁵ Koivisto 1989: 27, 41.

⁴⁶ Illustrerad katalog Karhula Glasbruk. 1891. Näköispainos. Riihimäki 1989: 27, 31, 33, 47, 55, 57, 62, 65, 67, 68.

⁴⁷ Koivisto 1989: 28.

⁴⁸ Koivisto 2005: 156–157; Koivisto 1989: 34–35, 40. Kuvastoon ei ole merkitty painovuotta. Koivisto on arvellut, että se on julkaistu joko vuonna 1904 tai vuonna 1907.

⁴⁹ Kuvasto 1891: 62; Kuvasto 1904/1907: 113.

⁵⁰ Kuvasto 1891: 54; Kuvasto 1904/1907: 113.

⁵¹ Koivisto 1989: 30.

Karhulan ja Iittalan lasimallit olivat erikseen.⁵² 1930-luvulla Karhulassa alettiin keskittyä enemmän pakkauslasin tuotantoon, joten talouslasin suhteellinen merkitys tehtaan tuotannossa pieneni. Puristelasimallistoa pyrittiin kuitenkin uudistamaan suunnittelukilpailujen sekä malliston karsimisen kautta.⁵³ Vuonna 1937 puristelasin osuus Karhulan tuotannosta oli 11 % ja Iittalan tuotannosta noin 16 %. Karhula kuitenkin valmisti puristelasia Iittalan verrattuna yli kaksi kertaa enemmän, 2 174 000 mk:n arvosta, kun Iittalassa puristelasia valmistettiin 830 000 markan arvosta. 1930-luvun lopulla suomalaisten lasitehtaiden puristelasimallistot olivat laajimmillaan. Esimerkiksi erilaisia lautasia oli eri tehtailla yhteensä yli 200 mallia.⁵⁴

Sota-aikana talouslasia ei valmistettu Karhulassa juuri lainkaan lukuun ottamatta muutamia puristelasista valmistettuja juomalasimalleja. Niidenkin valmistusta yksinkertaistettiin niin, että niitä valmistettiin vain lämmittämättöminä, jolloin lasien pohjia ei tarvinnut hioa tasaiseksi. Vuoden 1941 Iittalan lasitehtaan talouslasikuvastoon on jo tuotesuuntajaon mukaisesti siirretty Karhulan lasistoja. Puristelasia valmistettiin Karhulassa vuoteen 1954 saakka, jolloin todettiin, että taloudellisesti järkevämpää on valmistaa kaikki talouslasi Iittalassa ja pelkästään pakkauslasia Karhulassa. Karhula-nimeä käytettiin kuitenkin Iittalan talouslasin markkinoinnissa vuoteen 1964 saakka, koska Karhulan nimi oli tunnetumpi. Näiden kuvastojen tuotteita ei kuitenkaan koskaan ole valmistettu Karhulassa.⁵⁵

2.2 Modernin keittiön kehittyminen

Puristelasi kytkeytyy modernin asunnon kehittymisen vaiheisiin ja heijastelee funktionalismin sekä arkkitehtuuriin että muotoiluun mukanaan tuomia ihanteita. Tässä kappaleessa tarkastelen modernin keittiön ja asumistavan kehittymistä taustaksi puristelasin muotoilun ja valmistuksen tavoitteille 1930-luvulla. Tarkastelun pääasiallisena pohjana käytän Kirsi Saarikankaan tutkimusta *Asunnon muodonmuutoksia - Puhtauden estetiikka ja sukupuoli modernissa arkkitehtuurissa* (2002).

Kirsi Saarikangas pohtii tutkimuksessaan suomalaisen modernin, keskiluokkaisen ja funktionalistisen asunnon muotoutumista. Hän lähestyy ilmiötä monesta eri näkökulmasta, mutta erityisen keskeisiä ovat kaksi teemaa: puhtauden estetiikka sekä asunnon tilanjäsentely. Millaisia asukkaita moderniin luokattomana ja yleispätevänä pidettyyn asuntoon otettiin ja miten asunto

⁵² Koivisto 1989: 36; Karhula-Iittala, Kuvasto/Katalog P, 1922; Karhula-Iittala, Lisäkuvasto/Tilläggs katalog, Kuvasto/Katalog P, 1927; Karhula-Iittala lasitehtaat, Painettua talouslasia, 1938.

⁵³ Koivisto 1989: 38.

⁵⁴ Koivisto 1988: 45–46.

⁵⁵ Koivisto 1989: 38–39.

tilanjäsentelyllään sääteli ja määrittäi asukkaiden välisiä suhteita. Saarikangas analysoi sitä kulttuuristen merkitysten verkostoa, jossa moderni asunto syntyi, sekä niitä merkityksiä, joita asunto ylläpitää ja tuottaa. Tutkimusta jäsentävät kysymykset asunnon, asukkaiden ja sukupuolen välisistä suhteista ja vuorovaikutuksesta sekä asumisen modernisoitumisesta ja uuden, avoimen kaupunkitilan muotoutumisesta. Saarikankaan tutkimuksen lähtökohtana on moderni suomalainen asunto ja sen tilanjärjestelyjen sekä asumista määrittävien ajatusten muotoutuminen 1800–1900-lukujen vaihteesta 1950-luvulle. 1920–1950-luvuilla luotiin monet nykyisen asuntorakentamisen perusteista, joten keskeisellä sijalla tutkimuksessa on tuon ajanjakson asuntokeskustelu, -suunnittelu ja -rakentaminen. Asunnon modernisoituminen on osa laajempaa yhteiskunnan sosiaalista murrosta. Moderni asunto muutti ihmisen suhdetta tilaan, aikaan ja kehoon sekä muutti arjen toimintatapoja. Saarikankaan mukaan asumisen muuttumisessa voi nähdä yhteiskunnan murroksen.⁵⁶ Tutkimuksessa tarkastelun kohteena on myös keittiö, johon oman tutkielmani funktionalistiset sarjatuotetut puristelasiastiat luontevasti sijoittuvat.

Nykyaikainen, luokaton ja hygieeninen perheasunto tuli Suomessa asuntokeskusteluun 1800-luvun lopulta lähtien. Tietoisuus hygieniasta oli lisääntynyt ja myös terveellisen asumisen kriteerejä määriteltiin. Asuntojen suunnittelussa alettiin kiinnittää huomiota auringon valoon, puhtaaseen ja raittiiseen ilmaan sekä tilojen eri toimintojen eriyttämiseen toisistaan. Keskeistä modernin asunnon muotoutumisessa 1800-luvun lopulta 1900-luvun puoliväliin oli ajatus ihmisten elämän parantamisesta muuttamalla heidän elinympäristöään. Ihmiset haluttiin opettaa asumaan oikein ja tärkeä tekijä tässä oli naisten toiminta kodeissa. Kodin puhtaana pitäminen nähtiin ensisijaisesti naisten tehtävänä ja tämä näkyi erityisesti ”kodin sydämessä”: keittiössä.⁵⁷ Keittiön modernisoiminen nousi ajankohtaiseksi kuitenkin vasta siinä vaiheessa kun kodinhoito tuli perheenäidin eikä palvelijoiden tehtäväksi. Säätyläisten ja ylemmän keskiluokan kodeissa palvelijat ja heidän työnsä piilotettiin ja palvelijoiden käyttämät tilat erotettiin isäntäväen tiloista, vaikka palvelijat liikkuvatkin koko asunnossa. Palvelijat hoitivat mm. ruuanlaiton keittiössä, joka oli sijoitettu asunnon perälle, yleensä pihan puolelle, kauaksi kodin ruokailu- ja muista tiloista. Keittiön suunnittelu ei saanut huomiota arkkitehtuurisessa suunnittelussa ennen 1900-luvun hygieni-ajattelua.⁵⁸

Ajatus ihmisiin vaikuttamisesta arkkitehtuuria ja ympäristöä muokkaamalla on lähtöisin jo valistuksen ajalta. Suomessa keskustelu asumisen sosiaalhygieniasta eli asunnon moraalisisista ja

⁵⁶ Saarikangas 2002: 11–12.

⁵⁷ Saarikangas 2002: 12, 33.

⁵⁸ Saarikangas 2002: 153–155.

terveydellisistä vaikutuksista ihmiseen, vilkastui 1800-luvun loppupuolella. Funktionalismi tiivistä hygieniakeskustelun arkkitehtuurissa: ympäristön ja kodin ajateltiin vaikuttavan niin sieluun kuin ruumiiseen. Modernin ihmisen ja kodin luominen kattoi pienimmätkin yksityiskohdat. Hyvän ja toimivan yhteiskunnan perusyksikkö oli perhe ja hyvän perheen perusta oli hyvä, puhdas koti.⁵⁹ Ruumiillinen vaikutus näkyi mm. visuaalisina kauneusaistimuksina ja pahoina hajuina. Hygieniainoilun taustalla oli bakteriologian eli bakteeriotopin kehitys 1800-luvun puolivälistä alkaen. Tieteellinen tutkimus johti valistustoimintaan bakteerien levittämien vaarallisten tartuntatautien, kuten kurkkumädän, koleran ja tuberkuloosin, leviämisen ehkäisemiseksi. Koska tauteihin ei ollut vielä 1800-luvun lopulla tehoavaa lääkitystä, ainoa keino oli ennaltaehkäistä niiden leviäminen hyvällä hygienialla. Siivottomuuden ja likaisuuden katsottiin levittävän tauteja, etenkin ahtaissa ja huonoissa oloissa elävien kaupunkien vähävaraisten keskuudessa. Suomessa hygienian taso lähti parantumaan 1800-luvun lopulla syntyneen kansakoululaitoksen opettajien aloittaman valistustyön sekä lukutaidon yleistymisen myötä.⁶⁰ Valistuskirjoituksissa nousivat esiin erityisesti kodin jatkuva tuulettaminen ja peseminen. Ilman ja auringonvalon oli päästävä kiertämään vapaasti niin asunnoissa kuin kaupunkitilassa. Mallia kotien suunnitteluun otettiin parantoloista ja laboratorioista. Modernin asunnon syntyminen oli luonnollisesti yhteydessä rakennustekniikan muutokseen. Teräsbetoni tuli suomalaiseen rakentamiseen 1910-luvulla ja teki pohjakaavojen suunnittelusta joustavampaa. 1920-luvulla yleistyivät keskuslämmitys, kylpyhuone, wc, lämminvesijohdot, hissit ja roskakuilut. Seuraavalla vuosikymmenellä keittiöihin alkoi ilmestyä jääkaappi, teräksiset tiskipöydät, kiinteät säilytyskaapit sekä kaasu- tai sähköhellä.⁶¹

Keittiön modernisoimisen tavoitteena oli asumisen ja kotitaloustyön rationalisoiminen sekä hygieeninen ja puhdas koti. Kodin tilojen uudelleen järjestelyssä keittiö erotettiin omaksi tilakseen, sillä keittiössä oleskelua muuten kuin kodinhoitotyötä tehtäessä pidettiin epähygieenisena ja epäterveellisenä. Ongelmana nähtiin etenkin työväestön hellahuoneet, joissa kaikki koko perheen asumisen toiminnot nukkumisesta ruuanlaittoon ja pyykinpesuun tapahtuivat yhdessä huoneessa. Taloustöiden mahdollisimman tehokas hoitaminen edellytti myös rationaalisesti suunniteltua keittiötä, jossa ei ollut sijaa oleskelulle. Erillisen keittiön katsottiin antavan perheenäidille työrauhan sekä estävän ruuan valmistuksesta kantautuvien äänien, hajujen ja käryjen leviäminen muualle asuntoon.⁶²

⁵⁹ Saarikangas 2002: 44, 49, 59.

⁶⁰ Forsius 2006.

⁶¹ Saarikangas 2002: 44–45, 198.

⁶² Saarikangas 2002: 112–114.

1900-luvun alusta lähtien eri ammattialojen naiset, mm. arkkitehdit, opettajat ja kotitaloustieteilijät, ottivat osaa keittiöiden ja taloustöiden rationalisointiin, jossa pyrittiin tieteelliseen täsmällisyyteen, tehokkuuteen ja hygieenisyyteen. Kotitaloustyön rationalisointiajatuksen saapuivat Saksan ja Ruotsin kautta Suomeen 1800–1900-lukujen vaihteessa. Taustalla vaikuttivat Frederik W. Taylorin tehdastyön rationalisoinnin menetelmät. Keittiön minimivaatimuksena oli ruoka-aineiden puhdistus, ruuan valmistus sekä säilytys, ja työskentelystä pyrittiin tekemään selkeää kuin tehtaiden liukuhihnoilla. Keittiön tilankäyttö oli tehokasta ja turhien askelten ja liikkeiden määrä oli minimoitu. Keittiöistä suunniteltiin pieniä ”laboratoriokeittiöitä”, joissa oli kiiltävät valkoiset kaakelit, helposti puhdistettavat terästatot ja moderni varustelu, kuten standardoidut kalusteet sekä sähkö- tai kaasuliesi. Vaaleiden värien katsottiin edesauttavan puhtautta. Lika näkyy helposti vaaleassa pinnassa ja vaaleat värit yhdistettiin mielikuvissa hygieenisyyteen. Pienet keittiöt saivat sisustukseensa innoitusta junien ja höyrylaivojen kompakteista tiloista.⁶³

Modernit uudet keittiöt saivat myös kritiikkiä osakseen. Ahtaus koettiin epämiellyttävänä, nainen joutui eristyksiin muusta perheestä ja pieni, erillinen keittiö oli ristiriidassa maaseutu- ja työväestön asumistottumusten kanssa. Perinteisesti kodin keskus ja lämmönlähde oli ollut tupa liesineen. Kamari, jota uuden tyyppisissä asunnoissa edusti oleskeluhuone, oli ns. parempi huone, jota ei arjessa käytetty. Uusissa asunnoissa asukkaat jatkoivat usein keittiössä ruokailua sen pienuudesta huolimatta. Keittiöiden suunnittelussa muutos pienistä yhden hengen työskentely-yksiköistä oleskelun ja kotitaloustyön yhdistäviin keittiöihin tapahtui vasta toisen maailmansodan jälkeen. Keittiö pysyi edelleen erillisenä tilana, mutta aukesi nyt oleskelutiloihin esimerkiksi liukuoven kautta. Keittiöön alettiin jälleen sijoittaa ruokapöytä ja kotitaloustyön ohella keittiössä myös oleskeltiin. Asuntojen suunnittelussa alettiin keskittyä arkeen ja ennen piilossa pidetty naisten kotitaloustyö tehtiin näkyvämmäksi.⁶⁴

Keittiöiden uudistamiseen vaikutti myös naisten muuttunut asema yhteiskunnassa. 1920–1930-luvuilla yhä useampi keskiluokkainen nainen alkoi käydä töissä perheen kodin ulkopuolella tai elättää itsensä naimattomana. Kotitalouden rationalisoinnissa joko korostettiin kotitaloustöiden kollektivisointia ja siirtämistä pois asunnosta, tästä esimerkkinä ovat keskuskeittiöitalot, joiden asunnoissa ei ollut varsinaista keittiötä lainkaan, tai kotitaloustöiden säilyttämistä osana asuntoa rationalisoimalla kotitaloustöitä ja keittiötä. Monet suomalaiset naisarkkitehdit, kuten Aino Marsio-Aalto (1894–1949), Salme Setälä (1894–1980) ja Elna Kiljander (1889–1970), suunnittelivat keittiöitä 1920–30-luvuilla. Salme Setälä julkaisi kirjan *Keittiön sisustus* vuonna 1931. Keskeinen

⁶³ Saarikangas 2002: 103–105, 115–116, 259–263.

⁶⁴ Saarikangas 2002: 439–440, 265, 275–276.

lähtökohta kirjassa oli naisten muuttunut asema yhteiskunnassa: nainen ei ollut enää pelkkä kotitaloustöiden tekijä. 1930-luvulla 35 % kaupunkilaisnaisista oli naimattomia. Kirja oli suunnattu keskiluokkaiselle kaupunkilaisnaiselle ja se keskittyi moderniin laboratoriokeittiöön, mutta myös maaseutukotien keittiöiden uudistamiseen kiinnitettiin aikakauden keskustelussa huomiota. Aino Marsio-Aalto suunnitteli keittiön vuoden 1930 *Pienasunto*-näyttelyyn. Sen esikuvana olivat keskieurooppalaiset ja ruotsalaiset keittiöt. Marsio-Aallon keittiö herätti huomiota, etenkin hänen ajatuksensa siitä, että mahdollisimman suuren osan kotitaloustöistä saattoi tehdä istuen.⁶⁵

2.3 Puristelasin modernisoimisen tavoite

Puristelasi solahtaa vaivattomasti Saarikankaan piirtämään kuvaan modernin kodin ja keittiön kehittymisestä. Lasi on hygieeninen materiaali, joka usein on itsessään kaunista ilman erillistä pintakäsittelyä tai koristelua. Viime vuosisadan alussa puristelasi oli ainoa talouslasituote, jota valmistettiin koneellisesti suuria massoja, joten siihen oli helppo lähteä soveltamaan funktionalismin tuotantoteoriaa. Yksi selkeimmistä esimerkeistä funktionalististen ihanteiden mukaan suunnitellusta puristelasista on Aino Marsio-Aallon vuonna 1932 Karhula-Iittalan suunnittelukilpailuun piirtämä *Bölgeblick*-astiasto, jota alettiin myydä *Aalto*-nimellä. Marsio-Aallon esineiden porrasmainen pinta soveltui hyvin puristelasitekniikkaan häivyttäen valmistuksessa tulevia virheitä ja muotin saumoja sekä korostaen esineen muotoa funktionalismiin soveltuvalla tavalla⁶⁶. Nykyisin lasisto tunnetaan Iittalan valmistamana *Aino Aalto* -lasisarjana. Marsio-Aalto otti astiaston suunnittelussa huomioon pienet keittiöt ja ahtaat säilytystilat. Juomalasit ja kulhot menivät sisäkkäin, lautaset sopivat kulhojen kansiksi ja säilytettäessä kulhojen alle.⁶⁷ Nykypäivän kuluttajalle astioiden monikäyttöisyys sekä näppärä pinottavuus ovat itsestään selvyyksiä, mutta 1930-luvulla ne olivat uusia ja moderneja ideoita⁶⁸. Modernin keittiön pienet säilytystilat olivat varmasti tulleet Marsio-Aallolle tutuksi keittiöiden suunnittelun myötä.

Timo Keinänen arvioi, että funktionalismi oli osaltaan nostamassa puristelasia kiinnostavaksi lasituotteeksi. Ennen Karhula-Iittalan vuoden 1932 suunnittelukilpailua, puristelasin muotoilu ei ollut seurannut kansainvälisiä lasimuodin virtauksia kuten esimerkiksi puhallettu lasi. Suunnittelukilpailussa kaikkien sarjojen arvostelussa, taidelasia lukuun ottamatta, kiinnitettiin Keinäsen mukaan huomiota kansainvälistä modernismia edustaviin ehdotuksiin. Hän arvioi, että

⁶⁵ Saarikangas 2002: 203, 269–272.

⁶⁶ Koivisto 2001: 48.

⁶⁷ Keinänen 1989: 90.

⁶⁸ Aav 2010: 79.

arvostelulautakunnan Rafael Blomstedtilla oli tässä merkittävä rooli.⁶⁹ Ammattimainen muotoilu tuli suomalaiseen lasiteollisuuteen yhtä aikaa funktionalististen aatteiden rantautumisen kanssa. Silti suurin osa Suomessa valmistetuista lasiesineistä ei vastannutkaan muodoiltaan tai valmistustavaltaan funktionalismin ihannetta. Ennen 1930-lukua, ja vielä pitkään sotien jälkeenkin, suurin osa lasimalleista kopioitiin keskieurooppalaisten lasitehtaiden tuotannosta ja osa oli tehtaiden teknisten työntekijöiden suunnittelemaa. Sotien välisenä aikana suurin osa ammattimuotoilijoiden piirtämistä malleista oli kilpailutöitä. Poikkeuksena olivat A. Ahlström Osakeyhtiön lasitehtaissa työskennelleet Göran Hongell ja Erkki Vesanto, jotka palkattiin vakituisiin töihin, edellinen Karhulan ja jälkimmäinen Iittalan lasitehtaalle 1930-luvulla. Lasituotteita suunniteltaessa on tärkeää tuntea materiaali ja valmistusprosessi. Se on etenkin tehokkaan sarjatuotannon edellytys. Hongellilla ja Vesannolla oli vakituisen työnsä puolesta freelancereita parempi mahdollisuus oppia lasin valmistuksen prosessi. Molemmista kehittyi tehtaillaan muiden suunnittelijoiden tuotteiden viimeistelijä ja tuotannon valvoja.⁷⁰ A. Ahlström Osakeyhtiö panosti Karhulan lasitehtaan kehittämiseen 1930-luvun alusta lähtien Iittalan lasitehtaan jäädessä vähemmälle huomiolle. Lasitehtaan koneita uusittiin ja lisättiin, työtapoja kehitettiin. Talouslasin puolella mallistoja karsittiin ja yksinkertaistettiin. 1930-luvun lopulla otettiin tuotantoon kolme uutta tehtaan omaa muotoilijan Göran Hongellin suunnittelemaa modernia puristelasiastiastoa: *Silko*, *Maininki* ja *Säde*. Muutamia modernia muotoilua edustavat ulkomaiset ja kotimaiset tuotesarjat olivat kuitenkin vain pieni osa Karhulan talouslasituotannosta. Vahva jalansija oli edelleen 1800-luvun lopun ja 1900-luvun alun koristeellisilla esineillä niin talous- kuin taidelasituotannossa.

Kuten Saarikangas osoittaa, funktionalistisessa arkkitehtuurissa ja keittiöiden suunnittelussa oli selkeät tavoitteet, joihin omalta osaltaan vaikuttivat uusien rakennusmateriaalien ilmaantuminen markkinoille sekä teollisen valmistuksen kehittyminen. Miten nämä uudet virtaukset näkyivät lasiteollisuudessa? Minkälainen tausta on niillä muotokieleltään moderneilla puristelasesineillä, joita Karhulan lasitehtaalla otettiin tuotantoon 1930-luvun kuluessa? Lasimuotoilun ja lasin valmistuksen modernisoiminen on osa laajempaa muotoilun murrosta 1900-luvun ensi vuosikymmenillä ennen toista maailmansotaa. Arkkitehtuurin ja muotoilun uusi suuntaus funktionalismi ja Ruotsissa 1910-luvulta alkaen käyty keskustelu kauniimmasta arkitavarasta kiinnostivat Suomessakin. Vaikka jälkeinpäin lasitutkimuksessakin on nostettu esiin uusien modernien ihanteiden mukaan muotoiltuja esineitä sekä suunnittelijoiden innottuneita sitaatteja, kiinnostus asiaan oli lähinnä pienen ammattilaispiirin keskinäistä diskurssia. Maire Gullichsen

⁶⁹ Keinänen 1981: 6–7, 10.

⁷⁰ Koivisto 2001: 25, 32; Laurén 2013: 299.

kirjoitti vuonna 1947 *Taide*-lehdessä suomalaisesta muotoilusta ja esineiden teollisesta valmistamisesta. Hän kritisoi sitä, että suomalaiset tehtaot valmistivat lähinnä muista maista kopioituja käyttöesineitä. Suomalaisten suunnittelijoiden töitä otettiin vain harvoin sarjatuotantoon. ”[...] useimmiten teollisuuden johtajat ovat katsoneet heidät [taiteilijat] ’välttämättömäksi pahaksi’, johon on ollut pakko alistua niissä tapauksissa, jolloin teollisuutta ja kotimaata on pitänyt edustaa.” Kotimaan edustuksella Gullichsen viittaa suunnittelukilpailuihin, joilla haettiin tuotteita esiteltäväksi esimerkiksi maailmannäyttelyihin. Syynä helposti saatavien ulkomaisten mallien käyttöön on luonnollisesti ollut vaivattomampi tuoton tavoittelu, kuten Gullichsenkin kirjoituksessaan pohtii. Olemassa olevan mallin käyttäminen on nopeampaa kuin suunnittelijan palkkaaminen. Lisäksi suunnittelijasta on ”maksettava oppirahat”, eli esimerkiksi lasimuotoilijan kouluttaminen ja suunnittelutyön saaminen sujuvasti osaksi tuotantoketjua vaatii oman aikansa.⁷¹ Suurin osa muotoilijoista valmistui Taideteollisuuskeskuskoulusta, jossa lasiopetusta ei ollut tarjolla. Muotoilijat opiskelivat huonekalusuunnittelua, keramiikkaa, grafiikkaa, metallitaidetta jne.⁷²

Kaisa Koivisto on kirjoittanut lasitehtaiden ja teollisuuden suhteesta. Esimerkiksi Karhulan lasitehtaan julkisuuskuva oli koko 1930-luvun ajan moderni, kuten koko Ahlström-konsernin. Moderni imago luotiin kuitenkin mainonnan ja arkkitehtuurin avulla. Esimerkiksi muotoilu- ja arkkitehtuurialan julkaisuiden mainoksissa korostettiin tuotteiden moderniuutta ja Alvar Aalto (1898–1976) suunnitteli Ahlström-konsernille niin tehdas- kuin asuinrakennuksia. Muotoilun arvo nähtiin lähinnä vain markkinoinnin osana. Vasta sotien jälkeen muotoilijoita palkattiin lasitehtaille suunnittelemaan sarjatuotantoa.⁷³ Poikkeuksena tästä ovat Ahlströmin lasitehtaiden muotoilijat Göran Hongell ja Erkki Vesanto, jotka piirsivät esineitä sarjatuotantoon jo 1930-luvulla. Karhulan lasitehtaalla elettiin 1930-luvulla murrosaikaa ja tehtaan toimintaan pyrittiin tehostamaan ja modernisoimaan. Koivisto arvioi, että muodon yksinkertaisuutta ja funktionalismin retoriikkaa on saatettu käyttää hyväksi rationalisointia perusteltaessa. Tämä näkyy hyvin esimerkiksi Karhulan 1930-luvun modernistisissa lehtimainoksissa. Lasitehtaiden mallistoihin saatiin myös modernimpi ilme yksinkertaisesti karsimalla tuotannosta monimutkaiset ja paljon jälkikäsitellyä vaativat esineet. Näin toimittiin mm. Karhulassa. 1930-luvun loppupuolellakin tehtiin vielä paljon hiottua kristallia sekä perinteisiä lasistoja, mutta niitä ei esitelty mainoksissa tai kuvastoissa.⁷⁴

⁷¹ Gullichsen 2000: 71.

⁷² Koivisto 2013: 188.

⁷³ Koivisto 2013: 189; Koivisto 2001: 87.

⁷⁴ Koivisto 2001: 85, 87.

Vilho Annalan (1888–1960) vuonna 1948 ilmestynyt tutkimus Suomen lasiteollisuudesta tarkastelee lasiteollisuuden koneellistumista keskeltä alan käynnissä olevaa murrosta. Lasin valmistukselle oli vuosisatojen ajan luonteenomaista käsityömäisyys. Käsityön tekniikka on empiirinen ja perustuu siihen mikä on käytännössä hyväksi koettu toimintatapa. Tämä kokemusperäinen osaaminen kehittyy vain tekemällä ja siirtyy hierarkkisessa järjestelmässä mestarilta oppilaalle. Verrattuna moneen muuhun teollisuuden alaan, lasin valmistukselle ominaista on se, ettei valmistuksen tärkeintä työprosessia, puhallusta, voi jakaa osiin. Lasinvalmistuksen koneellistumista hidasti se, että puhalluskoneen kehittäminen oli monimutkaista. Tehokas ja toimiva puoliautomaattinen puhalluskone saatiin Suomessa ensimmäisenä pullo- ja pakkauslasituotantoon 1920-luvulla Karhulassa ja täysin automaattisesti toimiva puhalluskone Riihimäelle vuonna 1935.⁷⁵ Täysautomaattisesti puhallettu talouslasi tuli Euroopassa markkinoille 1940–50-lukujen taitteessa ja Suomessa 1960-luvulla⁷⁶. Annalan mukaan kuitenkin suurimpia esteitä tehokkaan teollisen lasinvalmistustavan leviämiseksi Suomessa olivat tuotteiden pieni menekki kotimarkkinoilla sekä pysyminen tiukasti käsityöläisyyden perinteissä. Puhaltajamestarit kieltäytyivät pitkään kouluttamasta uutta työvoimaa lasintekijäyhteisön ulkopuolelta. Ja vaikka lasintekijöitä olisi saatu ulkomailta, kehittymättömät kuljetustavat harvaan asutussa maassa pitivät lasimarkkinat pieninä. Alkususäyksen lasin valmistuksen kehittymiseen suurtuotannoksi antavat Annalan mukaan 1870–80-lukujen suotuisat olosuhteet Suomessa, kuten elinkeinolainsäädännön uudistukset, rautateiden rakentaminen ja sahateollisuuden kasvu. Nämä yhdessä kotimaisen myynnin sekä viennin kasvun ohella mahdollistivat lasitehtaiden tuotannon kasvattamisen 1890-luvulta alkaen ja investoimisen koneellistumiseen sotien välisenä aikana.⁷⁷ Lopulta kehitys alkoi näkyä 1930-luvun kuluessa myös talouslasituotannon puolella muotoilun modernisoitumisena.

Yhteiskunnallisten muutosten ohella teollistumiseen liittyi esinekultuurin muutos. Suomalaiseen talouslasinvalmistukseen tämä tuli 1930-luvulla, mutta modernismin muotokieltä talouslasiin alettiin tosissaan ajaa vasta sotien jälkeen. Koneellistuminen herätti myös vastareaktioita, jotka voidaan jakaa kolmeen eri suhtautumistapaan: esteettiseen, psykologiseen ja taloudelliseen. Esteettisessä näkökulmassa käsin tehtyjä tuotteita pidettiin koneella valmistettuja kauniimpina, psykologisessa näkökulmassa teknologian ajateltiin vaikuttavan ihmisten mielenlaatuun ja sitä kautta yhteiskuntaan, ja taloudellisessa näkökulmassa oltiin huolissaan työn säilymisen puolesta.⁷⁸ Lasinpuhallukseen liittyi vanha lasinpuhaltajan identiteetti ja työn arvostus, jota osaltaan

⁷⁵ Annala 1948: 834–835, 883–885, 891.

⁷⁶ Koivisto 1994: 103, 157.

⁷⁷ Annala 1948: 44–51, 831–832, 838, 843, 845, 867–868, 871.

⁷⁸ Heinänen 2006: 214.

ylläpidettiin mestari-oppipoika-koulutusjärjestelmällä ja opettamalla ammattiin vain lasinpuhaltajasukujen vesoja. Lasin valmistuksen koneellistuminen teki mahdolliseksi sen, että esimerkiksi puristelasia saattoi valmistaa kuka hyvänsä, jolle opetettiin lasiprässin käyttö.

Suomessa vielä 1950-luvulla puristelasia oli ainoaa koneellisesti valmistettua talouslasia. Puhalletun talouslasin valmistukseen puoliautomaattiset koneet tulivat 1960-luvun puolivälissä ja täysautomaattiset koneet vuosikymmenen lopulla.⁷⁹ Puristelasin valmistusta tehostettiin kehittämällä muottitekniikkaa ja prässikoneita. Esimerkiksi Nuutajärvelle ostettiin vuonna 1954 paineilmalla toimiva puristelasiprässi ja lisäksi hankittiin liekkikiillotuskone, jolla puristelasiesineen pintaa voitiin tasoittaa. Puristelasin valmistuksen kehittämistä jatkettiin Nuutajärvellä aktiivisesti 1960-luvulla ja tuotanto automatisoitiin kokonaan vuonna 1968. Nuutajärvellä oli Suomessa pisimmät perinteet puristelasin valmistuksessa ja se pysyi tehtaan keskeisenä tuotantoalana vielä sotien jälkeenkin. Nuutajärvellä valmistettiin niin uusia malleja kuin vanhoja 1800-luvun mallin mukaisia esineitä.⁸⁰ Ahlströmin lasiteollisuudessa puristelasin valmistus keskitettiin toimialarationalisoinnin myötä sotien jälkeen ensin Karhulaan muun koneellisen tuotannon ohella, mutta siirrettiin Iittalaan vuonna 1954. Koska konsernin kaikki muu talouslasi valmistettiin Iittalassa, puristelasia sopi myynnin, kuljetuksen ja markkinoinnin kannalta paremmin Iittalaan. Iittalassa otettiin tuotantoon uusia puristelasimalleja, kuten Tapio Wirkkalan (1915–1985) suunnittelema *Löytö*-sarja, mutta valmistettiin myös Karhulasta periytyneitä malleja, kuten Aino Marsio-Aallon *Aalto*-sarjaa 1930-luvulta.⁸¹

Lasikirjallisuudesta ja -tutkimuksesta nousee esiin kuva puristelasista lasitehtaiden luotettavana talouslasin tuotannonalana aina sotien jälkeiseen aikaan asti. Kaikki Suomen suuret lasitehtaat valmistivat puristelasia ainakin suurimman osan toiminnassaoloaikaansa: Nuutajärvi vuosina 1851–2014, Riihimäki vuosina 1910–1976, Karhula vuosina 1889–1954 ja Iittala vuodesta 1881 alkaen^{82, 83}. Puristelasituotanto solautui helposti teollisen valmistuksen kehittyessä tehtaiden toiminnan rationalisointiin, koska sitä jo lähtöjäänkin valmistettiin koneen avulla. Puristelasin koneellisen valmistuksen kehittäminen oli helpompaa ja edullisempaa kuin puhalletun talous- ja taidelasin. Toisaalta puristelasin muottien valmistus on verrattain kallista, joten uusien puristelasisarjojen tuotantoon ei alettu kevein perustein⁸⁴. Tyyllillisesti puristelasia seurasi sekä

⁷⁹ Koivisto 2001: 145–146; Koivisto & Laurén 2013: 314.

⁸⁰ Koivisto 2001: 145; Koivisto & Laurén 2013: 314.

⁸¹ Koivisto 2001: 48, 145.

⁸² Iittalan lasitehdas valmistaa edelleen puristelasia esimerkiksi *Kivi*-tuikkuaustioita ja *Mariskooleja*. Suurin osa tuotteista valmistetaan Iittalassa lukuun ottamatta muutamia viinilasisarjoja, jotka tuotetaan Saksassa. (Niemistö 2016.)

⁸³ Koivisto 2013: 303; Laurén 2013: 308; Koivisto 2006: 152–153; Niemistö 2016.

⁸⁴ Koivisto 2001: 176.

kuluttajan että muotoilusta kiinnostuneen eliitin makua. Tuotannossa säilyivät vuosikymmenestä toiseen perinteistä hiottua kristallia jäljittelevät koristeelliset mallit, mutta rinnalle tulivat nopeasti myös funktionalista muotoihannetta vastaavat modernin yksinkertaiset esineet.

Puristelasin muotokielen modernisoiminen kytkeytyy sekä osaksi funktionalistisen muotoilun ihanteita että suomalaisen teollisen tavaran tuotannon murrosta. Puristelasi on mainio esimerkki tuotteesta, jossa tavoitteena on tarkoituksenmukainen, ergonominen, helposti puhdistettava, halvalla suurille massoille valmistettava ja vanhoista tyylilainoista irtautunut arjen käyttöesine. Suomalaisen lasiteollisuuden murroksessa puristelasi sai luontevan roolin talouslasin koneellisen valmistuksen edelläkävijänä. Puristelasi on aina ollut tuote, joka on ollut lähes kaikkien kansankerrosten tavoitettavissa edullisen hintansa vuoksi. Näin ollen se on myös hyvä esimerkki tuotteesta, jota kulutusyhteiskunnan haparoivia ensiaskelia otettaessa voitiin valmistaa kohtuullisen edullisin kustannuksin yhä laajenevalle ostajakunnalle.

3 PURISTELASIN SUUNNITTELU

Koneellinen valmistus hallitsi länsimaista muotoilukeskustelua koko 1800-luvun ajan. Sitä joko kannatettiin tai vastustettiin. Keskustelijat pohtivat koneiden suotuisia ja haitallisia vaikutuksia yhteiskunnalle ja tehtaissa työskenteleville sekä koneiden roolia tuotteiden ulkonäössä.⁸⁵ Taidehistorioitsija Siegfried Giedion (1888–1968) on analysoinut länsimaisen elämäntavan kehittymistä sekä tutkinut teollisen valmistuksen historiaa. Valistusajalta lähtenyt länsimaisen ajattelu- ja elämäntavan muutos, usko ihmisen yliveraisuuteen ja kykyyn hallita maailmaa, mahdollisti koneellistumisen, mutta koneellistuminen alkoi myös väistämättä vaikuttaa ajatteluun ja elämäntapaan. Ne ruokkivat toisiaan. Keskiajan kiltajärjestelmän mureneminen ja käsityövalmistuksen vaihtuminen teollisesti tuotettuihin esineisiin muokkasivat niin esineitä kuin niihin liittyviä tarpeita, tunteita ja arvostuksia. 1800-luvun lopulle tultaessa koneellistuminen oli tunkeutunut ihmisen elämään monesta suunnasta yhtä aikaa. Se vaikutti niin kotona, töissä kuin sosiaalisessa kanssakäymisessäkin. Taide-eliitin herääminen halvan bulkkitavaran massatuotantoon johti vilkkaaseen kirjoitteluun teollisen tuotannon esteettisistä kriteereistä, tuotantotavoista sekä uusia valmistustapoja vastaavien uusien esinemallien kehittämissä tarpeesta. Teollisen tuotannon kritisoiminen johti sellaisiin käsityöläisyyttä ihannoineisiin liikkeisiin kuten *Arts and Crafts* Britanniassa ja *Wiener Werkstätte* Itävallassa. Yhdysvaltoihin verrattuna Euroopassa oli keskiajalle

⁸⁵ Sparke 1987: 37.

juontavat juuret taidokkaassa käsityövalmistuksessa ja käsityö säilyikin pitkään koneellisen tuotannon rinnalla. Oppipoika-kisälli-mestari-koulutus jopa siirtyi tehdastyöntekijöiden koulutukseen.⁸⁶ Monesta muusta teollisen tuotannon alasta lasiteollisuus poikkeaa siinä, että käsityömäinen valmistus säilyi käytössä toisen maailmansodan jälkeiseen aikaan saakka.⁸⁷ Käsien valmistetun lasin rinnalla kuitenkin koko ajan kehitettiin koneellista tuotantoa. Koneita käytettiin aluksi vain valmistusprosessin tietyissä vaiheissa esimerkiksi etsauskoristelussa ja puristelasin valmistuksessa.

Suomeen keskustelu teollisen tuotannon estetiikasta rantautui 1800-luvun loppupuolella. Mm. Keisarillisen Aleksanterin yliopiston estetiikan professori Carl Gustav Estlander (1834–1910) ajoi 1870-luvulta alkaen ponnekkaasti taiteen, taideteollisuuden, käsityön ja teollisuuden yhteistyötä⁸⁸. Modernismista tuli suomalaisen muotoilun johtoajatus 1900-luvun alkupuolella. Modernismissa haluttiin irtautua taiteen perinteestä. Modernistit näkivät, että teollinen sarjavalmistus on vääjäämätön suunta, johon muotoilun tulee mukautua ja etsiä uutta muotokieltä valmistuksen ehdoilla. Huolimatta taide-eliitin huolesta muotoilu sai teollisuudessa jalansijaa hyvin hitaasti. 1920-luvulla Suomessa sai paljon huomiota ruotsalaisen Gregor Paulssonin ajatus kauniimmasta arkitavarasta. Ideana oli tuottaa kauniita teollisesti valmistettuja esineitä arkeen, joihin kaikilla olisi varaa yhteiskuntaluokasta tai tulotasosta riippumatta. Lasiteollisuuteen tämä ajattelu levisi vasta 1930-luvulla⁸⁹. 1920-luku oli ollut suomalaisessa lasiteollisuudessa vaikeaa aikaa, koska lasitehtaiden talouden selkäranka, pullotuotanto, oli romahtanut kieltolain myötä. Toimintaa vaikeuttivat myös sisällissota sekä maailmansota.⁹⁰ Muotoilijoiden työskentely suomalaisessa lasiteollisuudessa oli 1930-luvulle saakka satunnaista, vaikka tuotteita usein markkinoitiin suomalaisena taidelasina.⁹¹

3.1. Modernismin puristelasi

Samat puristelasimallit säilyivät tuotannossa vuosikymmenestä toiseen. Esimerkiksi Karhulassa mallistoa muokattiin radikaalimmin vasta 1930-luvulla, mutta edelleen monet mallit olivat peräisin 1800-luvulta. Esimerkiksi vuoden 1938 kuvastossa on vielä mukana muutamia juomalasimalleja sekä tuoppeja lasitehtaan alkuajoilta. Ensimmäisessä puristelasiin keskittyvässä kuvastossa vuodelta

⁸⁶ Giedion 1955: 39, 344.

⁸⁷ Koivisto 2001: 81.

⁸⁸ Vihma 2008: 22.

⁸⁹ Keinänen 1981: 5.

⁹⁰ Laurén 2013: 35.

⁹¹ Koivisto 2001: 84.

1922 on enemmän yhtäläisyyttä 1800-luvun tuotannon kanssa kuin vuoden 1938 puristelasikuvastossa. Ensimmäisen maailmansodan heikentämän raaka-aineiden saatavuuden vuoksi Karhulan lasitehtaan mallistoissa ei tapahtunut juurikaan muutoksia 1920-luvulla. 1920-luvun alussa tulleista uusista malleista 1930-luvulla valmistettiin vielä mm. lautasia, mutta joitakin lautasmalleja on yksinkertaistettu poistamalla keskellä ollut koristekuvio.⁹²

Jos suomalaista lasimuotoilua katsotaan koneellisesti valmistetun talouslasin näkökulmasta, 1930-lukua voi pitää murroskautena. Karhulan lasitehdas otti ensimmäisenä lasitehtaana Suomessa puristelasin yhdeksi lasisuunnittelukilpailun kilpailusarjaksi vuonna 1932. Aikaisemmin puristelasia oli arkisuudessaan jäänyt tehtaiden lippulaivatuotteiden kuten kristallin varjoon. Kilpailu käynnisti Karhulan lasitehtaan tuotannon modernisoinnin. Uutta teollisiin tarpeisiin vastaavaa suunnitteluajattelua pystyi hyvin soveltamaan edulliseen, koneellisesti sarjavalmistettavaan puristelasiin.⁹³ Timo Keinänen arvioi artikkelissaan ”Funktionalismin läpimurto Suomen lasiteollisuudessa” (1981), että Karhulan vuoden 1932 suunnittelukilpailu oli suomalaisessa lasiteollisuudessa mullistava. Karhula toi kilpailun kautta valmistukseen tuotteita, jotka olivat modernimpia ja pelkistetympiä kuin muiden suomalaisten lasitehtaiden tuotteet aikaisemmin. Etenkin puristelasisarjan voittajia Keinänen pitää poikkeuksellisen edistyksellisinä. Kilpailun tuomaristo osoitti Keinäsen mielestä johdonmukaista modernin linjan suosimista, koska kilpailuun lähetettyjen ehdotusten joukossa oli paljon perinteisiä, dekoratiivisia lasiesineitä. Kilpailu herätti huomiota jo aikalaisten keskuudessa ja sai kiitosta osakseen. Kaiken kaikkiaan Keinänen näkee vuoden 1932 suunnittelukilpailun funktionalismin murtautumisenä suomalaisen lasiteollisuuteen. Kilpailun tarkoitus oli tietysti myös kasvattaa tehtaan markkinaosuuksia ja lisätä Karhulan tuotteiden houkuttelevuutta nykyaikaisen lasin tuottajana kaupunkilaistuvien suomalaisten keskuudessa.⁹⁴ Kaisa Koivisto kuitenkin uskoo suunnittelukilpailujen merkityksen olleen aikanaan melko vähäinen, koska vain harvat kilpailutyöt pääsivät sarjatuotantoon. Esimerkiksi kuvastoissa olleita muotoilijoiden piirtämiä taidelasiesineitä saatettiin todellisuudessa valmistaa vain vähän. Puristelasin pääsyn vuoden 1932 suunnittelukilpailuun Koivisto näkee lasitehtaan tuotannon tehostamisena sekä funktionalistisen konetuotannon idean toteuttamisena. Puristelasisarjan voittaneita tuotteita valmistettiin suhteessa paljon osin siksi, että kalliiden rautamuottien valmistaminen oli taloudellista vain pitkiin tuotantosarjoihin.⁹⁵ 1930-luvulla Karhulassa alettiin keskittyä enemmän pakkauslasin tuotantoon, joten talouslasin suhteellinen merkitys tehtaan

⁹² Kuvasto 1981: 26, 32, 56, 62, 64; Kuvasto P 1922: 1-3, 17, 21-22; Kuvasto P 1938: 1, 3, 42.

⁹³ Nyholm 1989: 66.

⁹⁴ Keinänen 1981: 10.

⁹⁵ Koivisto 2001: 34.

tuotannossa pieneni. Puristelasimallistoa pyrittiin suunnittelukilpailun ohella uudistamaan malliston karsimisen kautta.⁹⁶ Kaisa Koivisto on huomauttanut, että lasitehtaiden kuvastot eivät kerro koko totuutta tuotannossa olleista esineistä. Tehtaat valmistivat myös tuotteita, joita ei ollut kuvastoissa, ja yleensä nämä edustivat vanhaa muotokieltä.⁹⁷

Muually Euroopassa ammattimuotoilijoiden käyttö sarjatuotetun talouslasin suunnitteluun ei ollut merkittävästi Suomea yleisempää. 1920-luvulla lasituotannon modernisointi oli pisimmällä Leerdamin lasitehtaalla Alankomaissa sekä Orreforsin lasitehtaalla Ruotsissa.⁹⁸

3.2 Sotien jälkeinen aika: tuotannon rationalisointi

Sotien jälkeistä aikaa leimaa tuotannon rationalisointi kaikissa suurimmissa suomalaisissa lasitehtaissa. Keskeistä tehokkaalle koneelliselle tuotannolle on sarjatuotanto sekä standardoidut osat. Koneellisen tuotannon vallankumous oli liukuhihnan kehittäminen, sillä käytännössä vasta liukuhihna mahdollistaa keskeytymättömän tuotantoprosessin. Ajatus liukuhihnasta syntyi jo 1700-luvun lopulla, mutta nopeimmin liukuhihnatyöskentely omaksuttiin teurastamoissa 1860-luvun Yhdysvalloissa. Ruhot liikkuvat koneellisesti ja lihan käsittely tapahtui käsityönä.⁹⁹ Lasin tuotannossa täysin koneellistui ensimmäisenä pullojen valmistus. Suomessa standardoinnin piiriin tulivat 1900-luvun alkupuolella ensimmäisinä pullot ja apteekkien pakkauslasi. Standardointia sovellettiin myös talouslasituotannossa sotien jälkeen. Nuutajärvi ja Iittala yhtenäistivät suomalaisia ja ulkomaisia lasikokoja. Oma vaikutuksensa oli myös Alkon määräyksillä.¹⁰⁰

Sotien jälkeen Ahlström jatkoi Karhulan ja Iittalan lasitehtaiden 1930-luvulla tehtyjen rationalisointisuunnitelmien toteuttamista: koneellisesti tuotetun pakkauslasin valmistus keskitettiin Karhulaan ja käsityömainen lasin valmistus Iittalaan. Puristelasia valmistettiin Karhulassa vuoteen 1954 saakka, jolloin todettiin, että taloudellisesti järkevämpää on valmistaa kaikki talouslasi Iittalassa ja pelkästään pakkauslasia Karhulassa. Karhula-Iittala-nimeä käytettiin kuitenkin Iittalan talouslasin markkinoinnissa vuoteen 1964 saakka, koska Karhulan nimi oli tunnetumpi. Näiden kuvastojen tuotteita ei kuitenkaan koskaan ole valmistettu Karhulassa.¹⁰¹ Sotien aikainen ja jälkeinen pula-aika karsi ja pelkisti talouslasimallistoa. Sota-aikana talouslasia ei valmistettu Karhulassa ja Iittalassa juuri lainkaan lukuun ottamatta muutamia puristelasista valmistettuja

⁹⁶ Koivisto 1989: 38.

⁹⁷ Koivisto 2001: 87.

⁹⁸ Koivisto 1999: 107–108.

⁹⁹ Giedion 1955: 82, 86.

¹⁰⁰ Koivisto 2001: 90, 95.

¹⁰¹ Koivisto 1989: 39; Koivisto 2001: 87.

juomalasimalleja. Vuoden 1941 Iittalan lasitehtaan talouslasikuvastoon on jo tuotesuuntajaon mukaisesti siirretty Karhulan lasistoja.¹⁰²

Muotoilun ja teollisen valmistuksen suhde on monimutkainen. Kun kysyntä on suurta, valmistetaan keskenään samanlaisia standardoituja tuotteita, joiden ulkonäkö tulee pitkälti valmistusprosessista. Ostajien maun ja muodin muuttuessa valmistajien on alettava kilpailemaan ja luomaan markkinoita tuotteilleen. Tällöin keskitytään tuotteen omaperäisyyteen sekä tarpeiden ja mielikuvien luomiseen mainonnan kautta. 1920–1930-lukujen modernistien ideologiat eivät enää toimineet sodan jälkeisessä maailmassa, jossa oli puutetta perustarvikkeista. Penny Sparken mukaan tuotantoa lähestyttiin tuolloin kahdesta näkökulmasta: teknologisesta ja taiteellisesta. Yhdysvalloissa, Japanissa, Saksassa ja Sveitsissä tuotannon tavoitteena oli saada talous jaloilleen sekä tehostaa teollista valmistusta, jolloin lähestymistapa oli teknologinen ja muotoilun tehtävä oli tukea teollista tuotantoa. Pohjoismaissa ja Iso-Britanniassa tavoitteena oli saavuttaa sosiaalinen tasa-arvo, pysyvä sekä yksilöä että yhteisöä tukeva ympäristö ja toteuttaa ”kauneutta kaikille”-periaatetta yhteiskunnallisesta asemasta tai varallisuudesta riippumatta, joten lähestymistapa tuotantoon oli taiteellinen.¹⁰³ Suomessa sotien jälkeen taideteollisuuden piirissä virisi keskustelu kauniimmasta arkitavarasta. Tätä keskustelua oli herätelty jo 1930-luvulla. Iittalan lasitehtaan vuoden 1946 maineikkaassa suunnittelukilpailussa ei ollut sarjaa puristelasille, mutta tulevina vuosina moderni muotoilu valloitti myös puristetun lasin kristallilasin hiontakoristelua jäljittelevän ”köyhän kristalli”-tyylin jäädessä sivummalle. Iittalassa puristelasimallistoa muokattiin perusteellisemmin 1950-luvun puolivälin jälkeen. Milanon triennaaleissa taidelaseilla nimeä hankkineita suunnittelijoita alettiin hyödyntää enemmän myös talouslasin puolella. Esimerkiksi Timo Sarpaneva (1926–2006) suunnitteli puristelasista leikkelelautasen ja Tapio Wirkkala hahmotteli *Löytö*-taidelasimalliston, jonka esineet esivalmistettiin puristamalla, mutta viimeisteltiin käsityönä. *Löytö*-sarja oli edullinen, eikä sitä markkinoitu suunnittelijan nimellä. Puristelasin valmistus lopetettiin Iittalassa vuonna 1963 Riihimäen Lasi Oy:n ja Ahlströmin yhteisellä sopimuksella.¹⁰⁴

3.3 Puristelasin muotoilijat

Puristelasin suunnittelu alkoi kiinnostaa muotoilijoita Suomessa vasta modernismin rantautumisen myötä. Karhula-Iittalan vuoden 1932 suunnittelukilpailussa puristelasiin haettiin ensi kertaa taiteilijoiden suunnittelema malleja. Puristelasin lisäksi muut kilpailusarjat olivat juoma-astiasto,

¹⁰² Koivisto 1989: 38.

¹⁰³ Sparke 1987: 52, 179, 181.

¹⁰⁴ Koivisto 2006: 159, 167, 171.

kampauspöydän tarpeisto ja taidelasi.¹⁰⁵ Kilpailun tarkoitus oli saada uusia mallistoja tehtaalle sekä esiteltäväksi Milanon triennaalissa seuraavana vuonna. Nimellisesti myös Iittala oli mukana kilpailussa, mutta kaikki kilpailuun liittyvä toiminta tapahtui Karhulassa, eivätkä kilpailun lasimallit vaikuttaneet Iittalan tuotantoon¹⁰⁶. Innoituksena kilpailulle olivat todennäköisesti Riihimäen vuoden 1928 ja Nuutajärven vuosien 1906–1907 suunnittelukilpailut. Näistä erityisesti Riihimäen kilpailu oli saanut positiivista huomiota sekä nimekkäitä osallistujia. Ei voi myöskään väheksyä samana vuonna toteutetun kieltolain kumoamisen merkitystä, joka lisäsi sekä pullo- että talouslasin tarvetta Suomessa. Teollisuustaiteen liitto Ornamo oli kannustanut teollisuuslaitoksia osallistumaan vuoden 1933 Milanon triennaaliin, jonne Karhulasta lähetettiinkin kaikki lasisuunnittelukilpailussa palkitut esineet puristelasisarjan tuotteita lukuun ottamatta.¹⁰⁷

Monet kilpailijat lähettivät useita ehdotuksia eri sarjoihin, mutta kaikkien piirustusten tekijöitä ei ole pystytty tunnistamaan. Puristelasisarjaan tuli kilpailusarjoista vähiten ehdotuksia, noin 20 kpl, kun esimerkiksi kampauspöydän tarpeistoista ehdotuksia lähetettiin noin 30 kpl ja taidelasisarjaan yli 50 kpl.¹⁰⁸ Tämän voi ajatella kertovan siitä, että arkinen ja halpa puristelasi oli suunnittelijoille vielä uusi tuttavuus. Puristelasisarjassa piti suunnitella kaadin, juomalasi, kermakko ja sokerikko, silliastia, tarjoiluvati, asetti sekä kaksi kulhoa. Sarjan voitti Aarre Putro (1906–1941) nimimerkillä *Olli*, toiseksi tuli Aino Marsio-Aalto nimimerkillä *Bölgeblick* ja kolmanneksi Lisa Johansson-Pape (1907–1989) nimimerkillä *Press*.¹⁰⁹ Palkittujen sarjojen kaikkia tuotteita ei otettu valmistukseen, ja esimerkiksi Marsio-Aallon sarjaan lisättiin myöhemmin tuotteita kilpailusarjan ulkopuolelta. Usein esineitä myös muokattiin, yleensä valmistusteknisistä syistä.¹¹⁰

Karhulan lasitehtaalle useampia puristelasisarjoja 1930-luvulla piirsivät vain Aino Marsio-Aalto ja Göran Hongell. Marsio-Aallon *Bölgeblickistä*, jota alettiin myydä *Aalto*-nimellä, tuli erittäin suosittu astiasarja. Marsio-Aallon voi nähdä soveltaneen astiastossaan kansainvälisiä funktionalistisia ajatuksia rationaalisten esineiden suunnittelusta.¹¹¹ Keinänen ja Koivisto arvioivat, että Marsio-Aalto on saanut lasiansa porrasmaiseen ulkopintaan vaikutteita Edward Haldin (1883–1980) Orreforsin lasitehtaalle 1920-luvun lopulla suunnittelemista puristelaseista¹¹². Keskeistä Marsio-Aallon tuotteissa on muotojen rationalisointi.¹¹³ Jo 1930-luvulla sarjaa lisättiin uusia osia,

¹⁰⁵ Keinänen 1981: 6.

¹⁰⁶ Vesanto 1980: 3.

¹⁰⁷ Keinänen 1989: 86, 88; Nyholm 1989: 66; Koivisto 2001: 30.

¹⁰⁸ Keinänen 1981: 7-8.

¹⁰⁹ Herler 2016: 36; Nyholm 1989: 66.

¹¹⁰ Keinänen 1996: ”’Bölgeblick’-ehdotuksesta suorittu puristelasisarja”; Keinänen 1981: 9; Nyholm 1989: 66.

¹¹¹ Koivisto 2001: 48.

¹¹² Koivisto 2001: 48; Keinänen 1989: 90.

¹¹³ Keinänen 1989: 90.

jotka tuskin ovat Marsio-Aallon itsensä suunnittelema¹¹⁴. Inkeri Nyholm arvelee, että astioita sarjaan on suunnitellut Göran Hongell, sillä sarjan esineiden piirustuksia on löytynyt Hongellin piirustusarkistosta. Hongellin tehtäviin Karhulan lasitehtaalla kuului tarvittaessa muiden piirtämien tuotteiden muokkaaminen valmistukseen sopivaksi.¹¹⁵ Aalto-lasisarja oli tuotannossa 1960-luvun alkuun saakka. Sarjan osia otettiin uudelleen tuotantoon vuonna 1983.¹¹⁶

Marsio-Aalto suunnitteli vuonna 1936 toisen raitakuvioiden koristellun puristelasiasiaston, jolle ei lasitehtaalla annettu erisnimeä. Lasisto sisälsi juomalasin (tuotenumero 4059), kaatimen (tuotenumero 4647), kaksi lautassarjaa (tuotenumerot 4146 ja 4147) sekä kulhosarjan (tuotenumero 4328). Lasisto oli esillä Milanon triennaalissa vuonna 1936. Sitä valmistettiin useissa väreissä, mutta sarja oli tuotannossa vain vuosina 1936–1938. Esineet ovat *Aalto*-sarjan astioita hieman kömpelömpiä ja painavampia. Juomalasin ja kaatimen pohja on paksu ja raskas ja rikkoutuu helposti. Keinänen arvelee, että kaatimen ja juomalasin ongelmat voivat olla syynä siihen, että lasisarja oli tuotannossa niin vähän aikaa.¹¹⁷ Vuonna 1936 Karhula-Iittala järjesti kutsukilpailun, jolla etsittiin tuotteita Milanossa samana vuonna järjestettävään triennaaliin. Aino Marsio-Aalto otti kilpailuun osaa puristelasiasiastoehdotuksellaan *Maija*. *Maija* sisälsi sarjallisen kynttilänjalan, juustokuvun, makeismaljan ja kaksi leikkeletarjotinta. Tuotantoon otettiin toinen leikkeletarjotin, jossa oli nelikulmaisia puristelasikulhoja bakeliitista tai puusta valmistetulla alustalla. Leikkeletarjotin oli tuotannossa 1930-luvulta 1970-luvun loppuun. Loppuaikoina tosin valmistettiin vain yhtä tarjottimen kulhoa, jota myytiin tuhkakuppina.¹¹⁸

3.3.3 Göran Hongell - Arjen muotoilija

Göran Hongell poikkeaa muista Karhulan lasitehtaalle tuotteita suunnitelluista muotoilijoista siinä, että hän oli ainoa vakituisesti lasia tehtaalle suunnitellut taiteilija 1930-luvulla. Hongellin ohella Ahlström palkkasi 1930-luvulla Erkki Vesannon vakituisesti suunnittelijaksi Iittalan lasitehtaalle. Muut suomalaiset lasitehtaat alkoivat ottaa suunnittelijoita vakituiseseen työsuhteeseen vasta sotien jälkeen¹¹⁹. Göran Hongell on Erkki Vesannon ohella hyvä esimerkki lasimuotoilun alkuaikojen arjen puurtajasta ja teollisen muotoilun pioneerista, jota ei ole nostettu ”tähtimuotoilijoiden”

¹¹⁴ Koivisto 2001: 48; Nyholm 1989: 66.

¹¹⁵ Nyholm 1989: 66.

¹¹⁶ Koivisto 2001: 48.

¹¹⁷ Grönstrand 1996: ”Esineluettelo”, esineet 34–38; Keinänen 1996: ”’Bölgeblick’-ehdotuksesta suosittu puristelasisarja”.

¹¹⁸ Laurén 2013: 61; Keinänen 1996: ”Vapaamuotoinen ’Aalto’-maljakko, Karhula-Iittalan vuoden 1936 kilpailun voittaja”; Grönstrand 1996: ”Esineluettelo”, esine 54.

¹¹⁹ Koivisto 2001: 13.

joukkoon. Hongell suunnitteli paljon arjen esineistöä sekä edullisempaa taidelasia. Hän osallistui vuoden 1932 lasin suunnittelukilpailun taidelasisarjaan kala-aiheisella koristehtiotulla maljakolla nimeltä *Congorilla*, joka voitti kolmannen palkinnon¹²⁰. Lasitehdas oli tyytymätön kilpailun tuloksiin, joten kilpailun jälkeen Hongell palkattiin Karhulan lasitehtaalle taiteelliseksi neuvonantajaksi¹²¹. Syiksi suunnittelukilpailun järjestämiseen Kaisa Koivisto arvelee tehtaan johdon uudistushenkisyyden sekä Ahlströmin perheen yhteydet suomalaiseen muotoiluyhteisöön. Vuonna 1927 Karhulan lasitehtaan johtoon tuli Hongellin ikätoveri, nuori, uudistusmielinen Hans Ahlström (1904–1960), joka etsi suuntaa vanhanaikaiselle lasitehtaalle Euroopasta. Koko Ahlström-yhtiön johdossa oli tuolloin Harry Gullichsen (1902–1954), jonka vaimo Maire Gullichsen (omaa sukua Ahlström) oli aktiivinen toimija suomalaisissa taide- ja muotoilupiireissä. Gullichsenin pariskunta tuki aktiivisesti taidetta ja arkkitehtuuria. Alvar Aalto suunnitteli Ahlström-konsernille niin tehdas- kuin asuinrakennuksiakin 1930-luvulla ja sotien jälkeen. Maire Gullichsen myös tunsu ennestään henkilökohtaisesti Göran Hongellin.¹²² Ensin Hongell työskenteli Karhulassa kahtena päivänä kuukaudessa ja vuonna 1940 hänet nimitettiin lasitehtaan vakituiseksi suunnittelijaksi.¹²³ Göran Hongellia tai hänen työtään ei ole toistaiseksi tutkittu ja ainoan häntä käsittelevän artikkelin on kirjoittanut Kaisa Koivisto otsikolla ”Göran Hongell - The Finnish glass designer”. Artikkelin on julkaistu *Scandinavian journal of design history* -julkaisun numerossa 9/1999. Myös kirjassa *Suomalaisen taidelasin kultakausi* (2013) on Koiviston kirjoittama lyhyt esittely Hongellista ja *100 vuotta Karhulan lasia* -julkaisussa (1989) on Inkeri Nyholmin kokoama luettelo Hongellin suunnittelemaista Karhulassa ja Iittalassa valmistetusta lasista. Seuraavassa selvitän Hongellin työtä Karhulassa esimerkkinä 1930-luvun lasimuotoilun ammattilaisen toimenkuvasta.

Göran Hongell opiskeli Taideteollisuuskeskuskoulussa (myöhemmin Taideteollinen korkeakoulu ja nykyisin Aalto-yliopiston Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu) ja valmistui koristemaalariksi vuonna 1922. Koristemaalari ammattikuva oli tuolloin monipuolinen. Koristemaalari saattoi suunnitella esim. mainoksia, koriste-esineitä, huonekaluja, tekstiilejä ja seinämaalauksia. Koristemaalarit olivat teollisten muotoilijoiden edeltäjiä, vaikka he pääsääntöisesti toimivatkin taidekäsityön parissa. Koulutuksen yksi tavoite oli valmistaa suunnittelijoita myös teollisuuden palvelukseen, mutta käytännössä harva sinne kuitenkaan työllistyi. Hongell toimi aktiivisesti Koristetaiteilijain liitto Ornamossa ja osallistui monipuolisesti erilaisiin suunnittelukilpailuihin. Vuosina 1927–1935 Hongell opetti koristemaalauksia Taideteollisuuskeskuskoulussa.

¹²⁰ Koivisto 1999: 106; Koivisto 2001: 34.

¹²¹ Koivisto 1999: 108; Annala 1948: 615.

¹²² Koivisto 1999: 108; Keinänen 1989: 90, 92; Annala 1948: 616.

¹²³ Laurén 1999: 46.

Suunnittelukilpailuihin Hongell osallistui sekä omissa nimissään että yhdessä yhtiökumppaninsa Gunnar Forsströmin (1894–1958) kanssa. He perustivat vuonna 1927 yrityksen nimeltä *Hongell & Forsström måleriäffär*. Hongell vastasi seinä- ja kattomaalauksista, Forsström oli erikoistunut lasimaalauksiin.¹²⁴

Hongell asui Helsingissä, mutta työ lasitehtaalla edellytti oleskelua Karhulassa muutamia päiviä kuukaudessa. Työnantaja maksoi junamatkat toisessa luokassa ja tarjosi ylläpidon Karhulassa. Hongell oli ilmeisen innostunut lasin valmistuksesta. Puhaltajamestari Hugo Raskin mukaan Hongell teki tiivistä yhteistyötä puhaltajien kanssa ja suorastaan ”asui lasihytissä” tehtaalla ollessaan. Toisaalta taitava lasin suunnittelu edellytti perehtymistä valmistukseen. Göran Hongellin tehtäviin Karhulan lasitehtaalla kuului uusien lasimallien suunnittelu, tilaustyöt (esim. kaiverretut lahjaesineet), muiden suunnittelijoiden töiden muokkaaminen teolliseen valmistukseen soveltuviksi sekä Ahlströmin messuosastojen suunnittelu. Hän myös valvoi, että muiden muotoilijoiden suunnittelemat työt valmistettiin suunnitelmien mukaan. Verrattuna freelancereina työskennelleisiin lasisuunnittelijoihin Hongellin tehtävät olivat tarkasti rajatut. Hänen täytyi ottaa huomioon valmistustekniset asiat ja -kustannukset sekä myyntihinta. Muotoilijat, jotka eivät vakituisesti olleet lasiteollisuuden palveluksessa, saivat vapaammat kädet suunnittelussaan ja esineet olivat usein arvokasta taidelasia, jota hyödynnettiin valmistajan tuotannon markkinoinnissa.¹²⁵

Karhulan ja Iittalan lasitehtaiden välinen tuotesuuntajako vaikutti myös Hongellin työhön Karhulassa. 1940-luvulla hänen päätyönään Karhulaan oli puristelasin ja pakkauslasin suunnittelu. Tosin hyvin harvat hänen suunnittelemansa puristelasit päätyivät tuotantoon. Tapio Wirkkala nimitettiin Iittalan lasitehtaan taiteelliseksi johtajaksi vuonna 1954. Tarkkaa tietoa Hongellin toimenkuvasta nimityksen jälkeen ei ole, mutta lasin suunnittelutehtävät vähenivät ja siirtyivät pitkälti Tapio Wirkkalan vastuulle. Hongell piirsi muutamia tilaustöitä ennen jäämistään sairauseläkkeelle 1957. Göran Hongell kuoli 27.7.1973. Karhulan lasimuseossa järjestettiin Hongellin muistonäyttely seuraavana vuonna.¹²⁶

Tyylillisesti ja ideologisesti Göran Hongell voidaan lukea funktionalisteihin. Hongell ei koskaan kirjoittanut muotoilufilosofiastaan, mutta hänen tiedetään tehneen yhteistyötä ajan aktiivisten funktionalistien, kuten Alvar Aallon ja Nils-Gustav Hahlin (1904–1941) kanssa. Esimerkiksi pelkistetyissä hiotuissa maljakoissa sekä käytännöllisistä puristelasiastiastoista voi aistia funktionalismin henkeä. Hongell sai myös paljon ideoita ruotsalaisesta lasimuotoilusta, joka seurasi

¹²⁴ Koivisto 1999: 106–107.

¹²⁵ Koivisto 1999: 109–110; Koivisto 2001: 32, 142.

¹²⁶ Koivisto 1999: 109–111.

tiivisti Keski-Euroopan suuntauksia. Vuosina 1937–1938 syntyivät Hongellin piirtämät puristelasisarjat *Silko*, *Maininki* ja *Säde*. *Maininki* ja *Säde* jatkavat raidoin kuvioidun puristelajin linjaa: *Mainingissa* on loiva vaakaraidoitus ja *Säde* on kuvioitu pystyraidoin. Sarjoista kunnianhimoisin on *Silko*, jonka on koristelematon. Sileä, kuvioimaton pinta, etenkin kirkaassa lasissa, on vaikea toteuttaa puristamalla, sillä lasiin jää helposti ilmakuplia, raitoja ym. ”virheitä”, joihin puolestaan vaikutti mm. muottien laatu. Kaikkien kolmen sarjan tuotanto jatkui Karhulassa 1950-luvulle saakka ja vielä 1960-luvun alussa joitakin *Säde*-sarjan osia valmistettiin Iittalassa. Karhulan lasi käytti 1930-luvulla Hongellin puristelasisarjoja usein esimerkkinä modernista massatuotannosta.¹²⁷

Lasimuotoilun historiaa on kirjoitettu pitkälti taidelasia suunnitelleiden ”tähtimuotoilijoiden” kautta. Wirkkala, Aalto, Franck, Nyman ja kumppanit rakensivat suomalaisten itsetuntoa sotien jälkeisessä niukkuudessa. Göran Hongell oli tuottelias ja aktiivinen työssään, mutta hänen nimeään ei käytetty lasituotteiden mainonnassa, eikä hän osallistunut julkiseen muotoilukeskusteluun. Hongell oli käytännönläheinen lasin suunnittelija, jota sitoivat työnantajan odotukset ja vaatimukset. Hänen suunnittelemansa esineet olivat muodoiltaan hyvin perinteisiä. Ne eivät olleet veistoksellisia, kuten esimerkiksi monet Wirkkalan tai Nymanin työt, vaan yksinkertaisia maljoja ja maljakoita hiottuina ja usein ostajiin vetoavin kuva-aihein kaiverrettuina.

Göran Hongell työskenteli aikana, johon osui suomalaisen teollisuuden murros 1800-luvun omavaraisesta, pitkälti käsityöhön ja monipuoliseen tuotevalikoimaan perustuvasta valmistuksesta kohti yhä tehokkaampaa tuotantoa, jonka edellytyksenä on erikoistuminen ja työn ratoonointi. Hongell oli teollisen muotoilun kehittäjä, joka työllään Karhulan lasitehtaassa raivasi tietä nuoremman polven lasisuunnittelijoille ja teollisille muotoilijoille.

4 PURISTELASI MODERNISMIKESKUSTELUSSA

Seuraavassa selvitän puristelasin suhdetta 1930-luvun keskusteluun teollisen valmistamisen muotoilullisista tavoitteista. Olen ottanut tarkasteluun *Domus - Aikakauslehti sisustustaidetta, taideteollisuutta, maalaus- ja kuvanveistotaidetta varten* -lehden (jatkossa pelkkä *Domus*) sekä Suomen koristetaiteilijainliitto Ornamon vuosikirjojen I-XII (1927–1945) aihetta käsittelevät kirjoitukset, sillä nämä ovat aikakauden ainoat muotoiluun keskittyvät pidempään ilmestyneet julkaisut. Muut tarkastelemani kirjoitukset ovat Gustaf Strengellin (1878–1937) kirja *Miten sisustan*

¹²⁷ Koivisto 1999: 108–109; Koivisto 2001: 96, 145.

kotini kotimaisin esinein? (1933), Alvar Aallon ”Rationalismi ja ihminen” -esitelmä Svenska Slöjdföreningens vuosikokouksessa 9.5.1935 sekä Alvar Aallon kirjoitus ”Pienasunto?” ja Pauli E. Blomstedtin (1900–1935) artikkeli ”Vanha ja uusi taideteollisuus”, jotka molemmat julkaistiin *Pienasunto*-näyttelyn julkaisussa vuonna 1930. Valitsemiani julkaisuja tarkastellessani olen halunnut selvittää käsiteltiin julkaisuissa lasimuotoilua ja lasin koneellista valmistusta, mitä ja miten koneellisesta tuotannosta kirjoitettiin ja miten kirjoittajat näkivät ja määrittivät koneellisesti valmistetun tuotteen.

4.1. *Domus* - Aikakauslehti sisustustaidetta, taideteollisuutta, maalaus- ja kuvanveistotaidetta varten

Domus määritteli itsensä ”aikakauslehdiksi sisustustaidetta, taideteollisuutta sekä maalaus- ja kuvanveistotaidetta varten”. Lehteä julkaistiin vuodesta 1930 vuoteen 1933. Se oli ensimmäinen näiden alojen äänenkannattaja Suomessa ja ilmestyi sekä suomen- että ruotsinkielisenä painoksena kymmenen numeroa vuosina 1930–1931 ja viisi numeroa vuosina 1932–1933. Vuoden 1931 numero 8–9 oli *Koristetaiteilijain Liitto Ornamon vuosikirja*. Yhteensä *Domus*-lehteä julkaistiin 19 kpl, jos Ornamon vuosikirja jätetään pois laskuista. Useat lehden numerot olivat kaksoisnumeroita, esimerkiksi nro 4–5/1930. Lehden ensimmäinen vastaava toimittaja oli arkkitehti Gustaf Strengell.

Lehden ensimmäisessä numerossa avattiin lehden linjaa. *Domuksen* perustamista perustellaan talouskasvun myötä laajentuneen yleisön kasvaneella kiinnostuksella kodin sisustusta kohtaan, uuden muotokielen ilmaantumisella sekä uuden asuntotyypin, pienasunnon, syntymisellä. Pienasunto asetti kodin huonekaluille ja muille esineille uusia vaatimuksia, joihin arkkitehdit, muotoilijat ja teollisuus olivat jo alkaneet vastata. Lehden yhtenä teemana nostettiin esiin teollinen valmistus, sillä teollisuus oli jo huomannut, että tuotteiden suunnittelussa voi käyttää koulutettuja taiteilijoita. *Domus* lupasi käsittelevänsä taiteellisesti jalostettua massatuotetta samassa suhteessa kuin käsintehtyä, yksilöllistä taideteollisuusesinettä.¹²⁸ Kuitenkin *Domuksessa* oli teollisuuden ja taiteen yhteistyötä käsitteleviä kirjoituksia koko sen ilmestymisaikana yhteensä kolme.

Lehden toisessa numerossa päätoimittajaksi vaihtui sisustusarkkitehti Arttu Brummer (1891–1951).¹²⁹ Lehdessä on tuntemattoman kirjoittajan artikkeli ”Tehdasteollisuus ja koristetaiteemme - Tampereen Tapettitehdas Oy:n kilpailun johdosta”. Artikkelin alussa kirjoittaja iloitsi siitä, että suomalaiset tehtaot ovat alkaneet hyödyntää koristetaiteilijoita tuotteiden suunnittelussa. Syyksi

¹²⁸ *Domus* 1/1930: Tilausilmoitus.

¹²⁹ *Domus* 2/1930.

muutokselle kirjoittaja esitti yleisön kasvaneen kiinnostuksen kotimaista taideteollisuutta kohtaan. Se oli johtanut siihen, että ostovalintoja tehtäessä vaakakupissa painoi myös tuotteen suunnittelijan kansallisuus. Hän totesi, että suomalaisten taiteilijoiden suunnittelu on yhtä laadukasta kuin ulkomaisten kollegoidensa, joten ”on sulaa hulluutta tilata ulkomailta valmisteittensa malleja”. Kirjoittajat näkökulma oli valistava. Hän iloitsi siitä, että suurina sarjoina valmistettavien tehdastuotteiden kautta suomalainen taide levittäytyy jokaiseen kotiin. ”Miten mukaansa tempaava onkaan ajatus: koneet taiteilijanäkemyksien toteuttajina levittäen kauneutta niihin piireihin, joita ennen ainoastaan elämän harmaus ja karkeus ympäröivät.”¹³⁰ Vahvasti teollisen valmistuksen ja muotoilun yhteistyön kehittämisen puolesta kirjoitti nimimerkki -r- otsikolla ”Väljemmille vesille” numerossa 7/1931. Kimmokkeena kirjoitukselle oli ilmeisesti toiminut Taideteollisuusyhdistyksen ja Ornamon vuosittain järjestämä Taideteollisuusnäyttely, jossa nyt ensi kertaa oli varattu oma osasto ”tehdastaiteen” esittelyyn. Kirjoittajan mukaan tehdasteide on ”taiteellista tehdastuotantoa”. Hän puhuu myös ”taidekäsityöstä” sekä ”taideteollisuudesta”, mutta ei määrittele miten nämä kolme käsitettä eroavat toisistaan. Viime vuosisadan alussa käsitteet olivat vasta muotoutumassa ja niiden kirjo ja merkitys oli vaihteleva vielä 1950-luvulla¹³¹. Kirjoittajan mielestä yleisö ei vielä osannut arvostaa kotimaisten koristetaiteilijoiden suunnittelemissa tuotteissa, mutta siihen oli pyrittävä sillä tehdastuotanto oli ”sosiaaliesteettisenä ja kansantaloudellisenä tekijänä arvioiden [...] laaja ja vaativa”. Hän valitti, että tehtailijat laiminlyöivät tuotteidensa esteettisen puolen kehittämisen, vaikka se voi ratkaisevasti vaikuttaa tuotteiden kysyntään. Keinoksi tehtaiden ja koristetaiteilijoiden yhteistyön lisäämiseksi nimimerkki -r- ehdotti Taideteollisuuskeskuskoulun ja teollisuuden harjoittajien välisen yhteistyön lisäämistä ja kehittämistä. Meneillään oleva Taideteollisuusnäyttely oli kirjoittajan mielestä osoitus tämän yhteistyön mahdollisuudesta. -R- heitti kuitenkin pallon tehtailijoille: ”ensi ehto on, että tehdasteollisuuden taholta kohdellaan suuremmalla arvonnalla taiteilijatyötä, sillä jos oikeat miehet, [...], saadaan kiinnitetyksi tehtaitten taiteellisiksi avustajiksi, on tehtailla tässä helposti korjattavissa voittojen tulokset omaksi ja koko kansamme eduksi.”¹³²

Lasia käsitteleviä artikkeleita *Domus*-lehdessä on vain numerossa 10/1931. Gustaf Strengell kirjoitti taitelija Henry Ericssonin (1898–1933) taidelasista ja taiteilija Germund Paaer (1881–1950) loi silmäyksen suomalaisen lasinvalmistuksen historiaan artikkelissa ”Vår gamla och nyare

¹³⁰ *Domus* 2/1930: 36. Tarkastellut *Domus*-lehden numerot on sidottu vuosikerroiksi ja digitoituna tarkastellut lehdet on todennäköisesti skannattu vuosikerroista. Sen vuoksi sivunumerot vastaavat vuosikertanteiden, eivät yksittäisten lehtien sivunumeroita.

¹³¹ Kalha 1997: 14.

¹³² *Domus* 7/1931: 3.

glasindustri”. Muuten lasi näkyy lehden vuosikertojen sivuilla näyttelyesittelyissä ja -arvioissa sekä muutamissa pikku-uutisissa, kuvituskuvissa sekä Lasitehtaiden myyntikeskuksen mainoksissa.¹³³

Gustaf Strengellin artikkeli ”Henry Ericssons konstglas” esittelee nimensä mukaisesti Henry Ericssonin suunnittelemaa taidelasia, jota valmisti Riihimäen lasitehdas.¹³⁴ Lasiesineiden suunnittelu oli vain yksi osa-alue Ericssonin työkentällä. Kuten moni aikakauden muotoilija, myös Ericsson opiskeli Taideteollisuuskeskuskoulun koristemaalaukselinjalla. Lasin suunnittelun pariin Ericsson päätyi osallistuessaan Riihimäen lasitehtaan järjestämään viini- ja likööri-lasiston suunnittelukilpailuun vuonna 1928, jonka hän voitti suunnitelmallaan *H.E.* Kilpailun jälkeen Ericsson jatkoi hetken töitä Riihimäelle ja suunnitteli mm. esineitä Barcelonan vuoden 1929 maailmannäyttelyyn.¹³⁵ Artikkelissaan Strengell vertasi Ericssonin lasiesineitä ruotsalaiseen taidelasiin, etenkin Edvard Haldin ja Simon Gatesin (1883–1945) Orreforsin lasitehtaalle suunnittelemiin esineisiin. Koko suomalainen lasiteollisuus nojasi Strengellin mielestä vahvasti Ruotsiin. Suomalaisen lasin muotoilun ja koristelun Strengell näki valitettavan kehittymättömänä. Hän peräänkuulutti taiteellisuuden lisäämistä maamme lasin valmistuksessa. Tämä saavutetaan hänen mukaan kehittämällä materiaalin ja valmistustekniikoiden syvällistä tuntemusta. Juurikin kaivattua voimakasta taiteellista näkemystä Strengell löysi Ericssonin Riihimäelle suunnittelemissa esineistä, vaikka niissä hänen mukaan näkyvätkin vahvat ruotsalaisvaikutteet. Strengellin mielestä Ericssonin käyttölasit näyttivät suuntaa jokapäiväisessä käytössä olevien yksinkertaisten arkiastioiden suunnittelulle.¹³⁶

Germund Paaerin pitkä artikkeli ”Vår gamla och nyare glasindustri” esittelee kronologisesti suomalaisen lasinvalmistuksen historian alkaen Uudenkaupungin lasitehtaasta, joka perustettiin vuonna 1681. Artikkelissaan Paaer ylisti vanhaa lasia muodoiltaan herkäksi ja persoonalliseksi. Modernin koneellisesti valmistetun lasin hän tuomitsi mauttomaksi, muodottomaksi ja sieluttomaksi. Paaerin mielestä moderni tekniikka oli laiminlyönyt muotokulttuurin ja lasitehtaiden ankara kilpailu oli houkuttellut valmistajat tuottamaan halpaa rihkamaa. Toivoa kuitenkin oli! Erityisen positiivisena merkkinä Paaer piti suunnittelukilpailuja, kuten Riihimäen kilpailua vuonna 1928. Lasiteollisuus oli vihdoin heräämässä horroksesta ja nyt oli tilausta nuorille lasimuotoilijoille, jotka uudistavat lasimuotoilumme, Paaer iloitsi.¹³⁷

¹³³ Domus 8-10/1930; 3, 5/1932.

¹³⁴ Domus 10/1931.

¹³⁵ Laurén 2013: 281–282.

¹³⁶ Strengell 1931: 143.

¹³⁷ Paaer 1931: 152–153, 155.

Yhteistä edellä esitellyille kolmelle teollista muotoilua käsittelevälle kirjoitukselle on, että taideteollisuuden puolesta puhutaan, mutta ei esitetä konkreettisia toimia miten suunnittelijoiden ja teollisuuden yhteistyötä voisi käytännössä parantaa, lukuun ottamatta suunnittelijoiden koulutuksen kehittämistä. Kirjoittajat näkevät tilanteet hieman eri tavoin: yleisö joko ei ole vielä ymmärtänyt laadukkaasti suunnitellut tehdastuotteen arvoa, tai yleisö nimenomaan on jo oppinut sitä ostamiltaan tuotteilta vaatimaan. Kirjoitusten tietty epämääräisyys mitä ristiriitaisuuksiin ja konkreettisten ratkaisupohdintojen puuttumiseen tulee, kertoo juuri siitä, että ammattimuotoilijoiden käyttö teollisuustuotteiden suunnittelijana oli Suomessa vielä hyvin harvinaista. Se ehkä heijastuu myös siihen, että teollisesta valmistuksesta ja -muotoilusta kirjoitettiin *Domuksessa* usein nimimerkin takana. Lasia käsittelevissä artikkeleissa lasia ei erityisesti käsitellä teollisena tuotteena. Tähän varmasti vaikutti lasin valmistuksen vahva käsityömyisyys ja se, että koneita käytettiin tuotannossa vielä suhteellisen vähän. Sekä Strengellin että Paaerin artikkelit käsittelevät muotoilun osalta taidelasia, eivätkä pohdi arkisen talouslasin suunnittelun ja valmistuksen näkökohtia.

4.2. Koristetaiteilijain Liitto Ornamon vuosikirjat I-XII

Koristetaiteilijain Liitto Ornamo (nykyisin Teollisuustaiteen Liitto Ornamo) perustettiin vuonna 1911. Liiton tehtävänä oli toimia koristetaiteilijoiden (nykyisin muotoilijoiden ja sisustusarkkitehtien) edunvalvojana sekä tukea yhteistyötä jäsenten välillä. Viime vuosisadan alussa liittoon kuuluvia ammattiryhmiä olivat mm. sisustusarkkitehdit, koristemaalarit, graafikot, arkkitehdit ja tekstiilitaiteilijat. Perustamisesta lähtien Ornamon keskeisiä tavoitteita on ollut yhdistää muotoilu, teollisuus ja kaupankäynti.¹³⁸ Käsitteksen Ornamon toiminnasta ja aikakauden polttavista puheenaiheista saa liiton vuosikirjoista, joista olen käynyt läpi vuosikirjat I-XII, jotka julkaistiin vuosina 1927–1945.

Ornamon ensimmäisen vuosikirjan artikkelissa ”Suomen taideteollisuus ja koristetaiteilijain liitto Ornamo” kirjoittaja arkkitehti Rafael Blomstedt (1885–1950) tiedosti hyvin muotoilussa meneillään olevan murroskauden. Blomstedtin mielestä Suomessa yhteiskunta ei ole vielä kehittynyt siihen pisteeseen, että uusi muotokieli löisi läpi, eikä nykyinen ammattikoulu pysty vielä korvaamaan täysin ammattikuntalaitoksen lakkauttamisen jälkeen hiipunutta mestarin oppipojalle työpajassa antamaa koulutusta. Käsiyöalojen erikoistuminen ja teollistuminen oli kuitenkin johtanut siihen, että pelkkä työpaikalla ammattiin kouluttautuminen ei enää ollut mahdollista. Blomstedtin kirjoituksesta huomaa, että suunnittelijoiden ja teollisuuden yhteistyö oli vielä 1920-luvun lopulla

¹³⁸ Teollisuustaiteen Liitto Ornamo 2016.

alkutekijöissään. ”Hyötytaiteen” ymmärrys oli Blomstedtin mukaan ilahduttavasti kasvanut, mutta hän toivoi lisää tukea työnantajilta ja ostavalta yleisöltä. Blomstedt kävi artikkelissa läpi eri tuotannon alojen tilaa Suomessa, mutta lasin valmistusta hän ei käsitellyt. Astioita hän sivusi keramiikkatuotannon kautta. Blomstedt harmitteli käyttökeramiikan muotoilun huonoa tilaa, mutta esitti arvelun, että ”eräät johtavat laitokset nyttemmin ryhtyvät vakaviin toimenpiteisiin tuotantonsa jalostuttamiseksi”.¹³⁹ Lasituotannosta kirjoitetaan tarkastelluissa Ornamon vuosikirjoissa vain vuoden 1929 Barcelonan maailmannäyttelyä käsittelevän artikkelin yhteydessä sekä Riihimäen lasitehtaan vuonna 1928 järjestämästä suunnittelukilpailusta kertovassa artikkelissa. (Ornamon vuosikirjat III ja IV) Lasituotteiden käyttö kuvituskuvina sekä lasitehtaiden mainokset kuitenkin lisääntyivät 1930-luvun loppua kohti tultaessa. Kaisa Koivisto toteaa, että vaikka Karhulan ja Riihimäen lasitehtaat esittelivät tuotteitaan näkyvästi mm. Ornamon vuosikirjoissa 1930-luvulla ja näin osaltaan loivat kuvaa itsestään edistyksellisinä muotoilun tukijoina, muotoilua ei juuri mainita yhtiöiden virallisissa papereissa ja hän päättelee sen olleen lasitehtaille vähämerkityksellistä¹⁴⁰.

Teollinen valmistus on pääaiheena vain kahdessa tarkasteltujen vuosikirjojen kirjoituksessa. Taidehistorioitsija ja Artekin perustajiin kuulunut Nils-Gustav Hahl analysoi artikkelissaan ”Taide - Teollisuus” suomalaisen taideteollisuuden kehittymistä, nykytilaa ja tulevaisuutta sekä kritisoi muotoilijoita teollisen massatuotannon hyljeksimisestä ja välinpitämättömästä suhtautumisesta ”yhteiskunnallisesti tärkeimpään tuotantomuotoon: Teollisuuteen”¹⁴¹. Hahlin mielestä taideteollisuuden tehtävänä ei ollut tuottaa esineitä ostajien makuun, vaan sen on nostettava ostajien makua. Hänen mukaan Gregor Paulssonin ”vackrare vardagsvara” -linja, eli ”käyttöesineet kauniimmiksi” oli jo lyönyt leimansa yleiseen suomalaiseen makuun. Hahl kritisoi tyhjän muotokielen, ”funkiksen”, tulemista niin käsityönä kuin tehtaassa valmistettuihin tuotteisiin. Tilanne oli hänen mukaan kääntynyt päinvastaiseksi niin, että aikaisemmin tehdasvalmisteet jäljittelivät käsin tehtyjä esineitä ja nyt käsin valmistetut jäljittelivät koneilla valmistettujen esineiden muotoja. Esimerkkinä tästä hän mainitsi mm. kaarevapuisen huonekalun, jota ei ole taivutettu, vaan huonekalu on koottu niin, että se näyttää taivutetulta. Uusi yksinkertainen muotokieli oli Hahlin mukaan hyväksytty suunnittelijoiden keskuudessa, mutta sitä sovellettiin käsityönä valmistettaviin tuotteisiin, koska massatuotannon suunnittelua väheksyttiin. Hahl kritisoi sitä, että muotoilemisen arvoisena pidettiin vain koristeellista ylellisyystavaraa. Teollisuustuotteita aliarvostettiin Hahlin mukaan yleisesti, myös teollisuuden piirissä, eikä massatuotantoa pidetty laadukkaana. Oli kuitenkin virheellistä luulla, että teollisuus oli jotakin pelkästään koneella

¹³⁹ Blomstedt 1927: 6, 9, 14.

¹⁴⁰ Koivisto 2001: 87.

¹⁴¹ Hahl 1935: 14.

valmistettua, sillä myös teollisuus vaati paljon käsivoimaa. Ja toisaalta taidekäsityötuotteet valmistettiin taloudellisessa järjestelmässä, joka oli puhtaasti teollinen, Hahl huomautti. Näin ollen Hahlin mukaan taideteollisuus oli raja-alue, jossa yhdistyivät teollinen valmistus ja käsityö. Taideteollisuuden tuli olla ohjenuorana teolliselle massavalmistukselle.¹⁴² Käytännössä muotoilijoin käyttö teollisuudessa yleistyi todella hitaasti mistä yhtenä todisteena on se, että Maire Gullichsen nostaa esiin lähes samat asiat kuin Hahl yli kymmenen vuotta myöhemmin *Taide*-lehdessä julkaistussa artikkelissaan ”Teollisuutemme ja käyttöesineet”. Kirjoituksessaan Gullichsen moitti sitä, ettei teollisuus hyödyntänyt muotoilijoiden osaamista.¹⁴³

Nils-Gustav Hahl näki taideteollisuuden ennen muuta yhteiskunnallisesti merkittävänä asiana. Taideteollisuuden tehtäväkenttänä oli pääsääntöisesti koti, mutta pelkästään siihen osa-alueeseen ei Hahlin mielestä tullut rajoittua. Aikakauden tyyli näkyi teollisesti valmistetuissa tuotteissa, kuten autot, kengät ja urheiluvälineet. Ei ollut kyse pelkästään uusista muodoista vaan valmistustapojen sekä kansan maun ja teollisuudessa tarvittavan muotoilun kehittämisestä. Hahlin mielestä taideteollisuus oli juuttunut pysähdyksen tilaan, jossa ei pyritty luomaan uutta kotimaista muotoilua, vaan mukailtiin ulkomaista tuotemuotoilua sekä esitettiin pintapuolisia tulkintoja kotimaisesta taidekäsityöperinteestä. Suomalaisista lasituotteista Hahl totesi, että niiden ”kummeina parhaassa tapauksessa ovat olleet Ruotsin lasitehtaat, pahimmissa tapauksissa ne arveluttavasti käryvät budoaareilta ja Pariisin grand magasiineilta.”¹⁴⁴ Toisaalta Hahl näki, ettei massatuotannon suunnittelun tila maailmalla ollut sen parempi.¹⁴⁵

Nils-Gustav Hahlin kirjoituksia pro gradu -tutkielmassaan tutkinut Kirsi Kaunisharju toteaa artikkelin tiivistävän Hahlin ydinajatuksen taideteollisuudesta¹⁴⁶. Artikkelissaan Hahl piirsi kuvaa lähinnä siitä, millainen teollisesti valmistetun esineen ei tule olla. Artikkelissa nousee esiin funktionalismin ihanteet: suunnittelijan ja teollisuuden yhteistyö, valmistuksen ehdoista kumpuava moderni muotoilu, joka ei kopioi vanhaa, rehellisyys sekä funktionalismin sosiaalinen tausta kansan valistajana ja tasa-arvon edistäjänä. Myös Hahlin artikkeli listaa ongelmia ennemmin kuin esittää konkreettisia ratkaisukeinoja, mutta merkittävänä kehityksen edistäjä hänkin näkee Taideteollisuuskeskuskoulun opetuksen. Hahl epäili koulun oppeja vanhanaikaisiksi ja tähdensi, että koulutusta uudistamalla vakuutetaan myös teollisuus ammattimuotoilijoiden kyvykkyydestä.

¹⁴² Hahl 1935: 5-6, 8-9, 10-11, 18.

¹⁴³ Gullichsen 2000: 71.

¹⁴⁴ Hahl 1935: 10.

¹⁴⁵ Hahl 1935: 6, 12-15, 18-20.

¹⁴⁶ Kaunisharju 1999: 68.

Kirjoituksellaan Hahl halusi kannustaa muotoilijoita suunnittelemaan tuotteita myös massavalmistukseen ja poistaa sitä leimaavan väheksynnän.¹⁴⁷

Toinen pelkästään teollista valmistusta tarkastelluissa Ornamon vuosikirjoissa käsittelevä kirjoitus on sisustusarkkitehti Ilmari Tapiovaaran (1914–1999) artikkeli ”Hyötytaide ja teollisuus - Tuotantokriisiajan kysymyksiä” vuodelta 1945 (Ornamon vuosikirja XII). Tapiovaaran mielestä näyttelyt ja sota-aika olivat vieneet muotoilua suuntaan, josta 1930-luvun lopulla muotoilupiireissä visioitiin. Tähän oli johtanut nimenomaan sota-ajan mukanaan tuoma niukkuus ja sen kautta tullut pakko yksinkertaistaa muotokieltä sekä etsiä uusia ratkaisuja materiaaleihin ja valmistukseen.¹⁴⁸ Sotavuosina totuteltiin eroon entisestä ja nyt on aika kehittää uutta, Tapiovaara totesi. Hän arveli, että ”[...] niukkuus löytää itse tyyliinsä, siitä tulee nähtävästi lähivuosien taideteollisuutemme merkittävin elementti, pakon luoma tyylytekijä.”¹⁴⁹ Kuten Hahl, myös Tapiovaara huomioi suunnittelijoiden koulutuksen puutteellisuuden. Muotoilijat eivät saaneet oppia, joka valmistaisi heitä teollisen tuotannon suunnittelijoiksi. ”Tehdaslaitosten taiteellisten asiantuntijoiden” oli ymmärrettävä koneellisen valmistuksen lainalaisuudet sekä tunnettava työmenetelmät ja -vaiheet. Vasta silloin suunnittelija pystyi ratkaisemaan tuotantoalansa malli- ja muotokysymyksiä.¹⁵⁰

Sota vaikutti merkittävästi lasitehtaiden toimintaan Suomessa. Suuri osa työntekijöistä joutui rintamalle ja lasiteollisuudelle tärkeiden ulkomaisten raaka-aineiden saatavuus vaikeutui. Talvisodan aikana Karhulan lasitehtaan toiminta pysähtyi kokonaan, mutta jatkui välirauhan aikana. Koko sota-ajan Karhulassa tehtiin tuotannon rationalisointia mm. rakentamalla uusi lasin sulatusuuni sekä järjestelemällä uudelleen tuotantotiloja. Lasitehtaat valmistivat sodan aikana lähinnä lääkelasia, ikkunalasia, pulloja ja yksinkertaista talouslasia. Välittömästi sodan jälkeen keskityttiin luonnollisesti välttämättömyystuotteiden valmistukseen. Kaikesta oli pulaa, joten kaikki valmistettu lasi kävi kaupaksi. Uusien tuotteiden kehittämiseen ei ollut tarvetta.¹⁵¹ Puristelasin kohdalla ei ollut mikään välttämättömyys siirtyä uusiin muotoihin sota-ajan rajoitusten vuoksi, koska käytössä ovat olleet vanhat muotit. Uusia muotteja ei todennäköisesti ole alettu tuolloin valmistaa niiden kalleuden vuoksi. Puristelasi olisi voinut olla edelläkävijä, modernin muotoilun airut, koska se valmistustavaltaan ja asiakaskunnaltaan oli funktionalistiseen tuotantoideologiaan soveltuva tuote. Lukuun ottamatta muutamia nimekkäiden suunnittelijoiden 1930-luvulla piirtämiä malleja, puristelasi jäi heti sotien jälkeen taidelasin ja muiden suomalaisen muotoilun lippulaivojen,

¹⁴⁷ Hahl 1935: 15–16, 18.

¹⁴⁸ Tapiovaara 1945: 11–12.

¹⁴⁹ Tapiovaara 1945: 14.

¹⁵⁰ Tapiovaara 1945: 15–16.

¹⁵¹ Koivisto 2001: 88–91.

kuten huonekalujen, varjoon. Vasta 1950-luvulla ihanteeksi tuli ns. ”kaunis arki”. Asuntojen suunnittelussa ja kotien esineistössä nostettiin esiin arkinen ja jokapäiväinen tarkoituksenmukaisuus. Arjesta tuli ylevä, lähes pyhä ja erottelu arjen ja pyhän välillä häivytettiin. Arjen esineistössä hyvä esimerkki on Kaj Franckin Kilta-astiasasto, joka pieneen tilaan mahtuvana yhdisti pyrkimyksen yksinkertaiseen kauneuteen ja käytännöllisyyteen.¹⁵² Franck oli myös merkittävä puristelasin uudistaja, joka jatkoi 1930-luvun modernin puristelasin linjaa Nuutajärven lasitehtaalle suunnittelemissaan astioilla.

Ornamon vuosikirjat käsittelevät tarkasteltuna ajanjaksona muotoilua ja teollista valmistamista vielä hyvin niukasti. Teollista valmistusta käsiteltiin vain kahdessa artikkelissa ja välillä se nousi ohimennen esiin muissakin kirjoituksissa. Vuosikirjojen henki on pitkälti sama kuin *Domus*-lehden: valmistuksen ja muotoilun murroskauden kipuilua nykytilanteen ongelmien esiin nostamisen ja käsitteiden vakiintumattomuuden puitteissa.

4.3. Gustaf Strengell: *Miten sisustan kotini kotimaisin esinein?*

Arkkitehti Gustaf Strengell kokosi kotien sisustusta käsittelevän oppaan, jonka tavoitteena oli kannustaa kotimaisten tuotteiden käyttämiseen sekä valistaa kansaa oikeanlaisessa modernin kodin sisustamisessa. Kirjan esipuheessa Strengell viittasi toteutumatta jääneeseen näyttelyhankkeeseen. Näyttelyn tarkoitus oli esitellä ajanmukaisia kotimaisia teollisesti ja käsityönä valmistettuja käyttöesineitä ja taloustuotteita. Vuonna 1935 pidettäväksi suunniteltu näyttely ei kuitenkaan toteutunut laman vuoksi. Strengell toivoi, että hänen kirjansa luoma yleiskatsaus kotimaassa valmistettaviin ja myytäviin tuotteisiin korvasi näyttelyn ainakin osin. Kirjassa esiteltiin mm. tapetteja, uuneja, kylpyhuoneen kalusteita ja tarvikkeita, lattiamateriaaleja, liesiä ja muita keittiön kalusteita, talousastioita, kuten patoja, pannuja, astioita ja aterimia, sähkövalaisimia, huonekaluja sekä erilaisia tekstiilejä. Tuotteen yhteydessä mainittiin valmistaja ja hinta, joskus myös muita tietoja, kuten tuotteen materiaali ja suunnittelija. Tunnusomaista laadukkaille suomalaisille käyttöesineille ja taloustuotteille oli Strengellin mukaan tarkoituksenmukaisuus, yksinkertaisuus, sirous, tyylikkyys sekä ajanmukainen luonne ja tekninen laadukkuus.¹⁵³

Funktionalistisen muotoilun juuren Strengell näki talousastioissa; kasarit, pannut ja paistivadit, jotka vaatimattomina esineinä olivat jo kauan sitten saaneet tarkoituksensa saneleman ja järkipärisen muotonsa. Nykypäivän ihminen osasi Strengellin mukaan yhdistää näihin perinteisiin

¹⁵² Saarikangas 2002: 437–438.

¹⁵³ Strengell 1933: 9-10.

muotoihin ”kauneuden” käsitteen, joka johti siihen, että tavoitteena oli muotoilla kaikista arjen esineistä funktionalistisia. Strengellin mielestä ymmärrämme funktionalistiset esineet esteettisinä, jolloin kauneus tuli esineen käytännöllisyydestä, yksinkertaisuudesta ja rehellisyydestä. Siihen ei tarvittu ”pinnallisen koristelun hiventäkään”.¹⁵⁴ Sinänsä koristelemattomuus ei kirjan esittelemissä tuotteissa toteutunut, sillä esimerkiksi monet keraamiset astiat oli somistettu maalaamalla. Lasiteollisuutta Strengell kehui teknisesti korkeatasoiseksi ja tuotteita edullisiksi. Lasi- ja keramiikkateollisuus oli Strengellin mukaan saavuttanut suurteollisuudelle tunnusomaiset koneistetut sekä tehokkaat valmistustavat. Lasialan kilpailu oli Suomessa johtanut taiteilijoiden käyttöön suunnittelussa ja tämä puolestaan oli johtanut muotoilultaan korkeatasoisiin esineisiin sekä ulkomaiseen menestykseen.¹⁵⁵

Karhulan lasituotteista kirjassa esiteltiin Aino Marsio-Aallon (*Aalto*-sarjan) maitokehlot (suunnittelijaa ei mainita), puristelasiastiot *Siro* ja *Koru*, Evert Toivosen (*Punainen pilkku*) pöytälasisto, Antti Salmenlinnan *Kirkas*-pöytälasisto, Veikko Leisténin *Cappelin*-pöytälasisto, Yrjö Rosvallin (Rosolan) *Vähän vino* -lasisto, Göran Hongellin cocktailastiasto (suunnittelijaa ei mainita) sekä puhallettuja maljoja ja yksi puhallettu nimetön pöytälasiasiasto. Toivosen, Salmenlinnan, Rosvallin (Rosolan) sekä Leisténin lasiston olivat edellisen vuoden Karhula-Iittalan suunnittelukilpailussa menestyneitä tuotteita¹⁵⁶. Iittalan tuotteista kirjassa esiteltiin vain puhallettua lasia: *Pekka*-lasiastiasto, kotiviiniastiasto, astiasto 31 (juomalaseja ja karahvi) ja mausteastiasto. Eniten esillä oli Riihimäen lasia (16 settiä). Kirjan esittelemiä ”koruesineisiin” eli juhlavampiin astioihin sekä koristeisiin Strengell oli valinnut myös lasia. Karhulan tuotteista esiin nostettiin Aarre Putron *Olli*-puristelasiastiasto, kolme Göran Hongellin hiottua maljakkoa, Hongellin toalettiastiasto, Richard Jungellin ja Sillfors-nimisen¹⁵⁷ suunnittelijan hiottu maljat. Koruesineissä esiteltiin vain Karhulan ja Riihimäen lasia. Suurimmassa osassa tuotteita oli mainittu suunnittelijan nimi.¹⁵⁸ Kotimaisuus ei Strengellin kirjassa tarkoita sitä, että esine olisi suunniteltu kotimaassa. Todennäköisesti anonyymien lasiesineiden mallit olivat ulkomaisia, kuten tuolloin oli yleistä. Koiviston tietojen mukaan esimerkiksi Karhulan valmistama *Koru*-puristelasiastiasto oli muotoilultaan saksalaista alkuperää¹⁵⁹.

¹⁵⁴ Strengell 1933: 37–38.

¹⁵⁵ Strengell 1933: 108–109.

¹⁵⁶ Nyholm 1989: 66.

¹⁵⁷ Sillfors-nimistä lasisuunnittelijaa ei ole toistaiseksi tullut esiin muussa Karhulan lasia käsittelevässä julkaisussa tai arkistoaineistossa. Kyseessä saattaa olla esimerkiksi joku lasitehtaan hiomossa työskennellyt henkilö, koska hänet mainitaan hiomomestari Richard Jungellin rinnalla.

¹⁵⁸ Strengell 1933: 116–146, 192–201.

¹⁵⁹ Koivisto 2001: 85.

Gustaf Strengellin kirja esitti aikakauden kotimaisen tuotannon tarkoituksellisen positiivisessa ja edistyksellisessä valossa. Strengell kehui kuinka edistynyttä tuotanto oli ja miten tehtaat käyttivät kotimaisia suunnittelijoita. Kirjan mainoshenkisyys tämä linja tietysti sopi, vaikka todellisuus oli ehkä karumpi. *Miten sisustan kotini kotimaisin esinein?* -opas rinnastuu etupäässä aikakauden muuhun mainontaan, joka nosti suomalaiset tuotteet kansainvälisten esikuvien ja modernismin ideologian rinnalle.

4.4. Alvar Aalto: ”Pienasunto?” (Pienasunto-näyttelyn julkaisu 1930) sekä esitelmä ”Rationalismi ja ihminen” Svenska Slöjdföreningens vuosikokouksessa 9.5.1935

Tutkielmassani tarkastelluista teksteistä Alvar Aallon kirjoittamat olivat analyttisimpiä. Ne poikkesivat muista teksteistä myös siinä, että Aallon oma suunnitteluideologia näkyi vahvana. Hänen tavoitteensa oli suunnitella helppohoitoisia ja käytännöllisiä esineitä, jotka sopivat uuden tyyppisiin moderneihin asuntoihin. Aallon tunnistettava orgaaninen muotokieli näkyi myös lasissa. Kuuluisin esimerkki tästä on vuoden 1936 Karhulan suunnittelukilpailuun piirretyt maljakot ja maljat, jotka tunnetaan *Aalto-* tai *Savoy-*nimellä.¹⁶⁰ Aalto oli kiinnostunut muotoilusta arkkitehtuuransa alusta lähtien. Hän liittyi Koristetaiteilijain liitto Ornamoon jo vuonna 1920, jolloin hän suunnitteli mm. kirkollisia esineitä¹⁶¹. Lasiesineiden suunnitteluun hän tutustui ensimmäistä kertaa osallistuessaan Karhulan lasitehtaan suunnittelukilpailuun vuonna 1932. Alvar Aalto suunnitteli lasia 1930-luvulla myös Riihimäen lasitehtaalle. *Riihimäen kukka* -lasisarjaa lukuun ottamatta kaikki Aallon lasiesineet valmistettiin Karhulassa ja sotien jälkeen Iitalassa. Alvar Aalto oli kiinnostunut myös valmistustekniikasta, jota hän pyrki kehittämään, oli sitten kyse arkkitehtuurista, huonekaluista tai lasista. Kaarevat *Aalto-*sarjan maljat ja maljakot hän visio valmistettavan kaarevassa teräslevymuotissa, jonka sisälle esineet puhallettiin tai valettiin. Tämä ei kuitenkaan ollut teknisesti mahdollista, joten esineitä varten tehtiin puumuotit, joihin ne puhallettiin.¹⁶² Aalto työskenteli lasin parissa vain 1930-luvulla ja keskittyi sotien jälkeen arkkitehtuuriin. Tosin vuonna 1944 hän suunnitteli lasimaljan 50-vuotissyntymäpäivälahjaksi vaimolleen Ainolle. 1950-luvun alussa Aalto piirsi vielä joitain lasiastioita Nordiska kompaniet -tavaratalossa Tukholmassa vuonna 1954 pidettyyn näyttelyyn.¹⁶³

¹⁶⁰ Keinänen 1997: 43–44, 48.

¹⁶¹ Keinänen 1996: ”Aino ja Alvar Aalto: lasimuotoilu yhdessä ja itsenäisesti”.

¹⁶² Keinänen 1997: 43–44, 48–49.

¹⁶³ Keinänen 1997: 49; Herler 2016: 48.

Alvar Aalto avasi lähtökohtiaan funktionalistiseen muotoiluun jo vuonna 1929 kirjoittamassaan artikkelissa ”Pienasunto?”, joka julkaistiin Pienasunto-näyttelyn näyttelyjulkaisussa seuraavana vuonna. Muotoilun lähtökohta ei voinut olla väkinäinen uusien muotojen etsiminen, vaan muotoilijan työn tavoite oli ”löytää keinonsa suoraan niistä tarpeista, jotka ovat tyydytettävät, ja niistä tuotannonmuodoista, jotka ovat elinvoimaisimpia ja sosiaalisesti terveimpiä”.¹⁶⁴ Esimerkiksi Aalto otti puhelimen, jonka muoto oli löytynyt vasta kun sisältö oli kehitetty ja rakennettu. ”Vain siellä, missä muoto syntyy sisällyksen kanssa tavallaan yhtä aikaa tai uskollisena yhdistelmänä siihen, voidaan puhua positiivisesta askeleesta, mutta silloin ei muoto irrallisena tekijänä meitä enää kiinnosta, se on sen sijaan meille orgaanisessa yhteydessä luonnollinen.”¹⁶⁵ Tällöin esineen muotoa ja tarkoitusta ei voitu erottaa toisistaan, vaan ne olivat lähes sama käsite. Aallon mukaan elettiin taitekohdassa, jossa vain tyyli ei muuttunut, eikä voinut pyrkiä vain pintapuoliseen muotojen modernisoimiseen, vaan meneillään oli koko työtavan muuttuminen. Myös taiteilijan tehtävä yhteiskunnassa muuttui ja ”hänen työtuloksensa tulevat usein toisin nimin ja toisella tavalla näkyviin.”¹⁶⁶ Kaiken tämän taustalla oli yhteiskunnan muutos. Tarvittiin entistä enemmän pieniä 50–60 m² asuntoja, joihin oli mahdutettava 2-6-lapsisen perheen elämä toimivasti ja viihtyisästi. Vanhan tyyppiset esineet, joilla oli sisustettu 250 m² asuntoja, eivät toimineet pienissä kodeissa. ”Tässä on tehtävä, jossa me voimme tehdä esineitä, jotka vaativat sisällyksen ja muodon yhtäaikaista synnyttämistä, jossa koko kysymyksen sosiaalinen organiseeraus sen eri asteissa, talouskysymykset, esineitten, valon, ilman spontaani käyttöarvo jne. vaativat jättiläismäistä pitkäaikaista luomistyötä ja inhimillisesti orienteerattua nerokuutta.” Joskus voitiin vielä päästä siihen tilanteeseen, että ”250 m²:n porvari haluaa muuttua 60 m²:n ihmiseksi”, Aalto ennusti.¹⁶⁷ Pienasunnoissa elämisen mahdollisti osaltaan se, että monet toiminnot siirtyivät julkisiin tiloihin. Esimerkkinä näistä Aalto mainitsi mm. koulut, urheilukentät, luentosalit ja kirjastot. Yleiset rakennukset eivät enää olleet ”imperialistisia edustustiloja”, vaan kaikille yhteisiä paikkoja. Lisääntynyt yleisten tilojen käyttö toi paljon haasteita ja työtä suunnittelijoille. ”Ketä kiinnostaa vielä puhdas koristearkkitehtuuri olivatpa sen ennakkoluulot vanhoja tai uusia?”¹⁶⁸

Muutama vuosi Pienasunto-näyttelyn jälkeen Alvar Aalto käsitteli esitelmässään ”Rationalismi ja ihminen” käyttöesineiden teollista valmistamista sekä uutta suunnitteluideologiaa: funktionalismia. Funktionalismin synonyyminä hän käytti modernismi-käsitettä. Aallon esitelmästä nousi esiin humanisuus, esineet ovat ihmistä varten. Hän kritisoi modernismia tunkkaisesta

¹⁶⁴ Aalto 1930: 22.

¹⁶⁵ Aalto 1930: 22.

¹⁶⁶ Aalto 1930: 22–23.

¹⁶⁷ Aalto 1930: 23–24.

¹⁶⁸ Aalto 1930: 25.

epäinhimillisyydestä: ”Modernismi on hätköinyt sen muotomaailman parissa, jonka syntyyn vaikuttivat uusien aineiden, uusien menettelytapojen, uusien sosiaaliolojen jne. analyysit, ja tehnyt siitä meluisan kromattujen putkien, lasilevyjen, kubististen muotojen ja hämmästyttävien värien sillisalaatin. Tuntuu kuin olisi tehty kaikki mahdollinen, että uusi arkkitehtuuri saisi iloisemman ja oletan myös inhimillisemmän ilmeen, ja kuitenkin päällimmäiseksi jää tunkkainen inhimillisen panoksen puuttumisen tuntu.” Aallon mielestä modernismi oli päässyt pinnalle rationalismin siivellä eikä omilla ansioillaan.¹⁶⁹

”Muotofunkkiksen” eli ulkoisesti funktionalismia muodoiltaan muistuttavien esineiden runsas tuotanto, oli Aallon mielestä osoittanut sen, ”ettei muodon ja funktion keskinäinen riippumattomuus ole se tie, jota myöten ihmiset voivat saada parempia ja inhimillisempiä esineitä rakentaakseen ympäristöönsä”¹⁷⁰. Rationaalisia esineitä vaivasi huomattava inhimillisyyden puute. Esineiden rationaalisuus ei yleensä ollut kokonaisvaltaista, vaan rajoittui tiettyihin osiin esinettä tai sen valmistusta. Tosin Aalto huomautti, että alun perin rationaalisuudella oli tarkoitettu nimenomaan esineen valmistusta. Aallon mielestä rationaalisuus oli kuitenkin ulotettava laajemmalle tuotteen tarkastelussa. Esimerkiksi hän otti Marcel Breuerin (1902–1981) teräsputkituolin, joka oli saanut muotonsa ennen muuta valmistustavan ehdoilla. Tavoitteena oli ollut suunnitella ja valmistaa teollisesti rakenteeltaan hygieenisempi ja kevyempi tuoli, joka oli mukava istua. Aallon mielestä teräsputkituolin rationaalisuus ei kuitenkaan ulottunut joka osa-alueelle, jotta se tyydyttäisi rationaalisen tuotteen vaatimukset. Esimerkiksi tuolin materiaali, teräsputki, heijasti Aallon mielestä valoa liian kirkkaasti ja ääntä epäedullisesti. Ihmiseen läheisesti kosketuksissa olevan esineen oli myös johdettava lämpöä huonosti. Teräsputkituolin materiaali on käyttäjän iholle kylmän tuntuinen. Nämä esimerkit olivat ”tieteellisiä nimiä asioille, jotka yhdistettynä muodostavat mystisen käsitteen ’viihtyisyys’”, Aalto summasi. Toisena esimerkkinä modernistisista esineistä Aalto nosti valaisimet. Hän moitti niitä enimmäkseen pistävän valkoisiksi posliinipalloiksi tai opaalikuutioiksi, joiden tuottaman valon laatu oli huono. Oikeanlainen valo oli Aallon mielestä ihmisen viihtymiselle erittäin tärkeää ja sen saavuttamiseksi oli tutkittava tilan käyttäjiä, esim. potilaita sairaalassa, ja suunniteltava valaistus heidän ehdoillaan. Esineen ominaisuuksien tai miellyttävyyden määrittämiseen ei riittänyt yksilön tunnetila, vaan ne oli pystyttävä analysoimaan ja määrittelemään näkyviksi, jotta niistä saatiin ohjenuoria suunnitteluun. Aallon mielestä oli tärkeää tuottaa ihmisystävällisiä miljöitä ja esineitä. Siksi rationaalisen suunnittelun ja tuotannon käsitettä oli

¹⁶⁹ Aalto 1935: 36–37.

¹⁷⁰ Aalto 1935: 37.

laajennettava pelkän teollisen valmistustavan ulkopuolelle. Tähän päästiin huomioimalla psykologiset kysymykset.¹⁷¹

Edellä mainittujen esimerkkien avulla Aalto pyrki osoittamaan, että rationaalisuuden tuominen esineiden suunnitteluun ja valmistukseen oli vasta alussa. Esineisiin liittyviä ongelmia ei voitu parantaa esimerkiksi koristeellisia muotoelementtejä lisäämällä. Hänen mielestään ”oikeassa mielessä rationaalista on käsitellä kaikkia kysymyksiä jotka esinettä koskevat, ja suhtautua rationaalisesti myös niihin vaatimuksiin, jotka usein katsotaan määrittelemättömiksi yksilöllisiksi makukysymyksiksi, mutta jotka tarkemmassa analyysissä osoittautuvat osittain hermohygieenisiksi, osittain psykologisiksi jne. Pelastus voi tulla yksinomaan tai ensisijassa laajennetun rationalismin kautta.” Tärkeänä esineen ominaisuutena Aalto näki muuntelumahdollisuuden: ”Dekoraatio, monumentaalisuus, muodon pakottaminen; kaikki ovat ilmiöitä, jotka vähentävät esineen muuntelumahdollisuuksia.” Valmistuksessa pyrittiin standardeihin, mutta Aallon mielestä standardiesine ei voinut olla lopullinen tuote, vaan sen käyttäjällä oli oltava mahdollisuus ”täydellistää” esineen muoto. Tämä vaati sitä, että esineen oli oltava jossain suhteessa ”neutraali”. Esimerkkinä taitavasta materiaalien ja muotojen käytöstä Aalto mainitsi japanilaisen kulttuurin, joka oli opettanut kulttuurissa elävät ihmiset taitaviksi luomaan vaihtelua ja lähes päivittäistä muuntelua esineympäristöönsä. Yksi avain tähän oli vahva yhteys luontoon, jota liiallinen formalismi Aallon mielestä rajoitti. Aallon mukaan ihmisille saatiin myytyä formalismia, koska ymmärrys uudesta käyttötäiteestä ei ollut vielä kehittynyt. Standardiesineet valmiiksi standardoituine dekoraatioineen esti käyttäjää luomasta elävää ja alati muuttuvaa ympäristöä.¹⁷²

Esitelmänsä lopuksi Aalto vertasi esineitä soluihin ja kudoksiin, jotka ovat inhimillisen elämän rakennusosia. Esineitä oli käsiteltävä samoin kuin luontoa, joka on muodoiltaan rehevää ja rikasta, ja joka ”voi samoin kudoksin ja samoin solunsisäisin rakentein saada aikaan miljardeja yhdistelmiä, joista jokainen edustaa korkea-asteista muotoa”. Jos tähän ei pyritä, oli vaarana, että esineistä tulee ihmisten elämään sopimattomia, epäinhimillisiä.¹⁷³

Alvar Aallon teksteistä näki, että hänellä on selkeä kuva siitä mihin suuntaan esinesuunnittelua tulisi viedä ja kehittää. Hän tunnisti sen, että teollinen valmistus ja modernismi ovat vasta alussa ja eritteli funktionalistisen esinesuunnittelun ja -valmistuksen ongelmakohtia. Aallon vahva visio omasta työstään ja noudattamastaan ideologiasta nousi selvästi esiin. Ehkä siksi hän osasi ja uskalsi antaa muita kirjoittajia konkreettisempia esimerkkejä siitä, mihin suuntaan esinesuunnittelua tulisi

¹⁷¹ Aalto 1935: 37–39.

¹⁷² Aalto 1935: 39–40.

¹⁷³ Aalto 1935: 40.

kehittää. Aalto koki itsensä poikkeavaksi muotoilijaksi, jonka tehtävänä oli yhdistää koneellinen valmistus ja muotoilu. Esimerkiksi vuoden 1937 Pariisin maailmannäyttelyssä, jonne Aalto suunnitteli Suomen paviljongin, Aallon ajatuksena oli yhdistää esinemuotoilu ja teollinen valmistus Suomen teknistä kehitystä ja luonnonvaroja esitteleväksi kokonaisuudeksi. Suunnitelma ei kuitenkaan toteutunut, sillä esinemuotoilun esittelystä näyttelyssä vastasi Arttu Brummer, joka painotti perinteistä taidekäsityötä.¹⁷⁴ Ilmeisesti kaikki Alvar Aallon suunnittelemat lasiesineet valmistettiin käsityönä puhaltamalla. Aallon funktionalismista ponnistavalle ideologialle, jossa esineet ovat tasa-arvoisia, käytännöllisiä ja hygieenisiiä sekä uusiin pienasuntoihin soveltuvia sopisi edullinen sarjatuotettu puristelasi, mutta hänen luonnosta ammentava orgaaninen muotokielensä vaati lasiesineiden valmistamista puhaltamalla. Puristamalla valmistettuja lasiesineitä leimaa aina tietynlainen valmistustekniikasta johtuva jäykkyys. Aallon vaimo Aino Marsio-Aalto sen sijaan suunnitteli useita puristamalla valmistettavia lasiesineitä, joita voi luonnehtia miehensä piirtämiä esineitä arkisemmiksi.

4.5 P. E. Blomstedt: ”Vanha ja uusi taideteollisuus” (Pienasunto-näyttelyn julkaisu 1930)

Arkkitehti P. E. Blomstedtin artikkeli ”Vanha ja uusi taideteollisuus” ruoti aikansa taideteollisuuden tilaa historiallista ja yhteiskunnallista taustaa vasten. Blomstedt huomioi, että koneellisessa esinetuotannossa ja tuotteiden suunnittelussa oli edistytty, mutta edelleen oli paljon kehitettävää. Myös Blomstedt tiedosti vahvasti meneillään olevan murroksen asumisessa, teollistumisessa ja ihmisten elintavoissa. Blomstedtin mielestä oli päästy eteenpäin John Ruskinin (1819–1900) konetyölle vihamielisestä 1800-luvun ajattelusta Gregor Paulssonin ajamaan yhteistyöhön teollisten valmistajien kanssa, mutta tehdastuotannossa ei loppujen lopuksi ollut edetty mihinkään 1800-luvun tyylikausijäljitelmistä. Niin suunnittelijat kuin valmistajat eivät riittävästi olleet kiinnittäneet huomiota tehdasvalmistuksen tuomiin muotoilullisiin vaatimuksiin esineille ja nykyajan muuttuneisiin elinolosuhteisiin. Taideteollisuus oli ennen kaikkea onnistunut kohottamaan tehdasvalmisteisten tuotteiden esteettistä tasoa, mutta ongelmana Blomstedt näki sen, että massavalmistustuotteiden muodot johdettiin ns. ”loistotuotteista”, ja niistä oli pyritty johtamaan standardeja. Tehdastuotannon yksilöllinen muotoilu johti helposti tuotantoteknisiin ongelmiin. Esteettisesti tämä näkyi siinä, että esineen muoto ei juontunut valmistustekniikasta. Tyyppi valmistus oli jäänyt ylellisyystuotteiden valmistuksen jalkoihin, eikä ollut kehittynyt

¹⁷⁴ Keinänen 1980: 53.

toivotulla tavalla.¹⁷⁵ ”Toisin sanoen: ehdoton enemmistö halvimman hintaluokan tuotteita on täydellisesti nykyaikaiseen kotiin sopimatonta. Eikä niitä suinkaan paranneta sillä, että vanhojen muotojen asemesta keksiskellään n.s. ’uudenaikaista ornamentiikkaa’”, Blomstedt kiteytti.¹⁷⁶

Blomstedt kritisoi sitä, että vanhoilla historiallisilla tyyलेillä sisustetaan moderneja koteja. Ne eivät hänen mielestään sopineet enää käytettäväksi, koska tyyleihin ja esineisiin liittyi aikanaan muitakin kuin esteettisiä ulottuvuuksia. Ne olivat esimerkiksi ilmaus henkilön yhteiskunnallisesta asemasta.¹⁷⁷ Pinnalle pyrkivä ”uusi asiallisuus” (nykyisin sanotaan uusasiallisuus), ”Neue Sachlichkeit”, perustui Blomstedtin mukaan periaatteille, jotka ”[...] vakavasti liittyvät historiallisen rakennustaiteen arvokkaimpiin traditioihin”¹⁷⁸. Todisteeksi tästä Blomstedt esitteli mm. Platonin, Vitruviuksen (80 eaa.–15 jaa.), Leon Battista Albertin (1404–1472) ja J. F. Blondelin (1705–1774) arkkitehtuuria ja asumista käsitteleviä sitaatteja. Sitaatit olivat Blomstedtin mielestä todiste siitä, että kaikkina aikoina oli otettava huomioon rakennuttaja asema sekä aikakauden tapaelää. Tästä voitiin vetää johtopäätös, että ”historiallisten kausien kulttuuriperintöä ei suinkaan vaalita vanhoja muotoja jäljittelemällä”.¹⁷⁹ Koti ei Blomstedtin mukaan ollut enää ”etuoikeuksien tunnuskuvia säilyttävä institutio”. Aikakauden tunnusmerkki oli yhteiskunnallinen tasa-arvo. Nykyajan kodissa voitiin siksi keskittyä viihtymiseen ja arkeen. Tavoitteena ei enää ollut vieraiden vaikuttaminen, vaan asukkaiden mahdollisuus toteuttaa itseään ja tarpeitaan. Nykyaikaisen kodin tehtävä oli kasvattaa asukkaitaan modernin elämän ja yhteiskunnan vaatimuksiin. Luonnontieteiden kehitys oli tuonut uusia ulottuvuuksia asumiseen. Tarkoituksenmukaisuuteen pyrkiminen rakentui osaltaan hygienian pohjalle. ”Puhtauden estetiikka” ei voinut pitää sisällään tunkkaisia verhoja ja topattuja nojatuoleja tai pölyä kerääviä turhia koristeita. Uudet kauneusarvot näkyivät myös asukkaissa: oli oltava puhdas ja terve.¹⁸⁰ Yhteiskunnallinen murros oli johtanut siihen, että lähes kaikki perheet asuivat suunnilleen samoissa olosuhteissa: huone ja keittiö, josta tilan tarpeen kasvaessa ja varallisuuden mukaan siirryttiin suurempaan, useampia huoneita käsittävään asuntoon. Tämän vuoksi ”pienasuntoprobleemista” oli tullut kiinnostavampi kysymys arkkitehdeille ja muille suunnittelijoille. Pienasunto muodosti yhteiskunnan asuntokysymyksen perustan, jonka ratkaisuihin oli suurempienkin kotien suunnittelu perustettava. Siksi myös taideteollisuuden oli lähdettävä edullisten standardiesineiden tuotannosta, eikä se voinut enää pitää tuotannon lähtökohtana ”loistoesineitä”. ”Täyttäessään yksinkertaisimman asuntomuodon tarpeita se samalla avaa teitä

¹⁷⁵ Blomstedt 1930: 4–6.

¹⁷⁶ Blomstedt 1930: 5–6.

¹⁷⁷ Blomstedt 1930: 6–7.

¹⁷⁸ Blomstedt 1930: 11.

¹⁷⁹ Blomstedt 1930: 11–14.

¹⁸⁰ Blomstedt 1930: 9, 14–15.

uudelle, luonnolliselle ja normaalille kehitykselle niinhyvin käytännöllisen elämän kuin esteettisten saavutustenkin piirissä.”, Blomstedt summasi.¹⁸¹

Uusi taidekäsitys ja uudet mannermaisen taideteollisuuden virtaukset rakentuivat yhteiskunnan kehityksen pohjalle. Oli hylätty koristeet ja historialliset tyyli ja pyrittiin täyttämään modernin elämän tarpeet. Blomstedt oli huolissaan siitä, että funktionalismi-käsite oli alkanut tarkoittaa ”formalistista muoti-intoilua”, jolla ei ollut mitään tekemistä funktionalismin alkuperäisen ideologian kanssa. Kansan silmissä funktionalismi oli yhtä kuin ”funkkis-tyyli”. Blomstedtin mukaan funktionalismissa oleellista oli se, ettei se pyrkinyt mihinkään pysyvään ”tyyliin”, vaan aikakauden ”luonnollisiin ilmaisukeinoihin”, jolloin mitään pysyvää tyyliä ei voinut muodostua. Uusi taidekäsitys rakentui pohjalle, joka muodostui elämän realiteeteille sekä taloudellisille ja käytännöllisille vaatimuksille. Näitä haettiin tieteellisesti ja tietoisesti. Pohja loi orgaanisen perustan tulevaisuuden kehitykselle. Uusi taidekäsitys suhtautui positiivisesti ”koneelliseen joukkovalmistukseen”. Oli luontevaa, että nykyajan sovellettu taide nousi nykyajan valmistustekniikasta, kuten ”menneiden aikojen motiivit” syntyivät käsityön tuloksena.¹⁸² Blomstedt huomautti, ettei muotoilu ole taidetta samassa mielessä kuin kuvanveisto eikä sisustaminen vertaudu maalaustaiteeseen: ”Muodon ja värin on niissä alistuttava käytännölliseen ja psykologiseen tarkoituksenmukaisuuteen.”. 1900-luvun taideteollisuuden tavoite oli kehittyä ”teollisuustaiteeksi”, joka ”pyrkii laajempiin, yleisinhimillisiin päämääriin ja sen esteettisten lakien mukaan edustavat korkeinta kauneutta vain ne esineet, joiden muoto elimellisesti vastaa valmistustekniikkaa, uusia hygienis-esteettisiä vaatimuksia ja samalla täyttävät tarkoituksensa nykyaikaisessa elämässä.”.¹⁸³ Suunnittelijan tehtävä oli tulkita näitä aatteita, ei ilmaista omaa persoonallisuuttaan. Blomstedt kehui, että ennakkoluulottomimmat ja edistyksellisimmät teollisuuden harjoittajatkin olivat ymmärtäneet uuden aikakauden vaatimukset, eivätkä nähneet estetiikasta huolehtimista pelkkänä ylimääräisenä rasitteena. Edelläkävijänä hän mainitsi Henry Fordin (1863–1947), jonka ajatuksissa Blomstedtin mukaan kiteytyi nykyaikaisen muotoilun päämäärä: ”pyrkimys oman aikakauden yhteishenkeen ja tältä pohjalta yleishyödylliseen tuotantoon”.¹⁸⁴

¹⁸¹ Blomstedt 1930: 21.

¹⁸² Blomstedt 1930: 9–11, 16.

¹⁸³ Blomstedt 1930: 17.

¹⁸⁴ Blomstedt 1930: 18–20.

4.6 Yhteenveto tarkastelluista kirjoituksista

Tarkastelemani kirjoitukset (taide)teollisesta muotoilusta 1930-luvulla tukevat yleistä käsitystä siitä, että suomalainen muotoilu ja teollinen valmistus olivat murroksessa sotien välisenä aikana. Yhteistä tarkastelluille kirjoituksille oli käsitteiden vakiintumattomuus, joka jatkui vielä pitkään sotien jälkeen¹⁸⁵. Syynä tähän on luonnollisesti ollut käynnissä oleva yhteiskunnan, tuotannon ja muotoilun murrosaika. Kirjoittajat, oletettavasti myös nimimerkin takaa asiaa pohtineet, ovat arkkitehtuuri-, muotoilu- ja taidekentän ammattilaisia, jotka kaikki tiedostivat käynnissä olevan muutoksen. Jotkut, kuten Alvar Aalto ja P. E. Blomstedt, nostivat rohkeasti esiin sen, että muotoilijan työnkuva on muuttumassa, eikä hän enää tulevaisuudessa voi ilmaista itseään ”taiteilijana” esinesuunnittelussa, kuten aiempina vuosikymmeninä oli ehkä totuttu. 1800-luvun loppu jugend- ja kansallisromanttisine tyylineen oli vahvistanut suunnittelijan identiteettiä taiteilijana. Rakennukset olivat persoonallisia kokonaistaideteoksia ja myös taiteilijat suunnittelivat paljon erilaisia kodin tuotteita. Funktionalismin myötä suunnittelijan rooli piti kääntää luovasta individualistista teollisuutta, ostajaa ja yhteistä hyvää palvelevaksi anonymiksi standardisoijaksi, joka saattoi ilmaista luovuuttaan vain tiukasti määritellyissä rajoissa. Monille tämä oli varmasti vaikeaa. Vastakkaista näkemystä kirjoittajissa edustaa Arttu Brummer tunnustettuna taidekäsityön puolestapuhujana.

Monen kirjoittajan mielestä teollisesti valmistettujen tuotteiden muotoilun edistämiseksi ensiarvoisen tärkeää oli suunnittelijoiden koulutuksen parantaminen. Tämä näkemys nousi esiin esimerkiksi Domuksessa julkaistuissa teksteissä 1930-luvun alussa ja vielä vuonna 1945 Ilmari Tapiovaara oli huolissaan muotoilijoiden koulutuksen jälkeenympäristöstä. Funktionalismin ideologia nousi teksteissä yleisesti esiin vähintäänkin rivien välistä. Muotoilun tehtävä koettiin yhteiskunnallisesti tärkeäksi ihmisten elinympäristön parantajaksi ja ostajien maun kehittäminen nähtiin tärkeänä. Ihmislähtöinen suunnittelu nousi näkyvimmin esiin Alvar Aallon kirjoituksissa. Hänen mielestään esineet oli suunniteltava ja valmistettava ensisijassa käyttäjän ehdoilla ja niiden oli oltava ”neutraaleja”, jotta ne muuntuivat mahdollisimman moneen ympäristöön. Alvar Aallon ja P. E. Blomstedtin mukaan funktionalismin ydin oli nimenomaan sopeutumisessa ja muutoksessa. Tämä johtaa siihen, että varsinaista yhtenäistä muototyyliä ei välttämättä synny. Blomstedtin ja Aallon ohella myös Nils-Gustav Hahl kritisoi ”muotofunkkista”, joka jäljittelee funktionalistista tyyliä vain ulkoisesti, mutta ei toteuta suunnan ideologiaa tuotteen valmistuksen tai käyttötarkoituksen osa-alueilla. Tällaiseen suhtautumiseen funktionalismiin törmää varsin usein vielä nykyisinkin. Funktionalismi ymmärretään pitkälti formalismin pohjalta ja usein juututaan

¹⁸⁵ Kalha 1997: 14.

esimerkiksi siihen ajatukseen, että muotojen on oltava pelkistettyjä, eikä koristeita saa olla ollenkaan.

5 SILKO, MAININKI JA SÄDE – KARHULAN PURISTELASIASTIASTOJEN MAINONTA KOTILIESI-LEHDESSÄ

Seuraavassa tarkastelen kolmen Karhulan lasitehtaan valmistaman puristelasimallin *Silkon*, *Mainingin* ja *Säteen* mainontaa *Kotiliesi*-lehdessä vuosina 1937–1939. Minua kiinnostaa modernismin mukanaan tuoma murros, jossa koristeellisista kodintuotteista siirryttiin kohti yksinkertaisuuden ja pelkistetyn muodon ihannetta, joka huipentui nk. suomalaisen muotoilun kultakaudella 1950-luvulla. Tavoitteeni on selvittää hyödynnettiinkö astiastojen uudenaikaista muotokieltä Kotilieden mainoksissa ja miten astiastoja yritettiin mainoksissa myydä asiakkaille. Tarkastelujaksoksi olen valinnut 1930-luvun, koska vuosikymmen oli Karhulan lasitehtaalla muotoilullisesti aktiivista aikaa, jolloin tuotantoa uudistettiin ja tehdas sai mainetta kauniin ja modernin taide- ja käyttölasin valmistajana niin kotimaassa kuin kansainvälisesti. Tämä maine siirtyi sotien jälkeen A. Ahlström Osakeyhtiön lasitehtaiden tuotesuuntajaan myötä iittalaan ja nousi siellä huippuunsa etenkin taidelasin puolella.

Käytän Kotilieden mainosten tarkastelussa kvantitatiivista sisällönanalyysiä sekä perinteistä taidehistoriassa käytettyä kuva-analyysiä, jossa kuvaa tulkitaan vapaamuotoisesti ja subjektiivisesti.¹⁸⁶ Kvantitatiivisessa sisällönanalyysissä noudatan Anita Sepän selkeitä ohjeita, joita hän käsittelee kirjassaan *Kuvien tulkinta* (2012).

Sepän mukaan sisällönanalyysi sisältää kuusi vaihetta:

1. Tutkimuskysymysten ja/tai hypoteesien muotoileminen
2. Kuva-aineiston rajaaminen
3. Kontekstin määrittely
4. Muuttujatekijöiden määrittely
5. Kuvien koodaus
6. Lopputulosten analysoiminen

¹⁸⁶ Seppä 2012: 212.

Neljän ensimmäisen vaiheen järjestystä voi vaihdella, ja eri metodioppaissa eri vaiheiden painotukset ja järjestys vaihtelevat.¹⁸⁷ Tarkastelen valitsemaani aineistoa em. kuuden sisällönanalyysin vaiheen kautta.

1. Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymykset tai hypoteesit ovat sisällönanalyysin punainen lanka, joiden määrittelemistä suositellaan yleensä ennen varsinaista tutkimusprosessia, koska ne auttavat olennaisen aineiston valinnassa sekä helpottavat tutkimuksen johtopäätösten tekemistä. Halutessaan kysymykset voi kuitenkin muotoilla tutkimuksen edessä. Kysymykset/hypoteesit johdetaan sisällönanalyysissä aina empiirisestä aineistosta, esimerkiksi kuvista, ja niiden on oltava mielekkäissä suhteissa aineistoon.¹⁸⁸

1930-luvulla Karhulan lasitehtaalla uudistettiin tuotantoa ja kehitettiin valmistusmenetelmiä. Lasimalleja alettiin tilata ammattisuunnittelijoilta. 1920–30-lukujen taitteessa Suomeen rantautunut uusi selkeälinjainen muotokieli, josta puhuttiin myös uusasiallisuutena, heijasteli funktionalismin muotoiluun mukanaan tuomia ajatuksia. Haluan selvittää korostettiinko *Silkon*, *Mainingin* ja *Säteen* Karhulan lasitehtaan aiempaan linjaan verrattuna uutta ja modernia muotoilua Kotiliesi-lehden mainonnassa vuosina 1937–1939, jolloin lasistot tulivat tuotantoon. Kysyn myös kuinka ylipäättään näitä Karhulan puristelasisarjoja pyrittiin myymään asiakkaille? Käytän jatkossa näiden lasituotteiden valmistajasta nimitystä Karhula-Iittala, jota A. Ahlström Osakeyhtiö itse käytti tuotteidensa markkinoinnissa 1930-luvulla.

2. Kuva-aineiston rajaaminen

Tutkimuskysymysten tai hypoteesin ja aineiston tulee olla tasapainossa keskenään sekä luotettavia eli valideja. Usein on suositeltavaa testata sopiiko aineisto tutkimuskysymyksiin/hypoteesiin. Jos näin ei ole, joko aineistoa tai kysymyksiä/hypoteesia on vaihdettava. Kysymysten/hypoteesin ja kuva-aineiston suhdetta määriteltäessä kiinnitetään huomiota aineiston representoivuuteen ja merkityksellisyyteen, eli kuva-aineiston on sovelluttava edustamaan ilmiötä tai asiaa, jota tutkimuksessa on tarkoitus analysoida.¹⁸⁹

Aluksi suunnittelin tutkivani vain *Silkon*, *Mainingin* ja *Säteen* mainoksia, koska oletin niitä olevan enemmän kuin tarkempi selvitys osoitti. Lopulta otin tarkasteluun koko vuosikymmenen Karhula-

¹⁸⁷ Seppä 2012: 216.

¹⁸⁸ Seppä 2012: 217-218.

¹⁸⁹ Seppä 2012: 219.

Iittalan lasimainonnan, jotta saisin kokonaiskuvan lasimainonnan määrästä ja mainostetuista tuotteista. Muuttujatekijät määrittelin kuitenkin vain *Maininki*-, *Silko*- ja *Säde*-astiastojen mainoksille, koska arvelin, että ottamalla mukaan kaiken Karhula-Iittalan mainonnan tehtävästä tulee tutkielmani tutkimussuunnitelmaan nähden liian laaja ja aikaa vievä. Sepän mukaan muuttujatekijöiden määrä vaikuttaa kuvien määrään. Pienen muuttujatekijämäärän sisällönanalyysiin voi riittää jopa yksi kuva, mutta jos muuttujatekijöitä on paljon, kuva-aineiston on oltava riittävän laaja, jotta muuttujatekijöitä tulee käsiteltyä riittävän monipuolisesti.¹⁹⁰ Karhula-Iittalan mainokset ovat varsin yksinkertaisia ja niissä toistuvat samat elementit. Valitsemieni muuttujatekijöiden määrä soveltuu mielestäni hyvin kuva-aineistoni määrään.

Valitsin analyysin kohteeksi *Kotiliesi*-lehdessä julkaistut mainokset pitkälti käytännön syistä. Tiesin entuudestaan, että lehdessä mainostettiin Karhula-Iittalan lasia ja lehden vuosikerrat ovat suhteellisen helposti saatavilla. Lehdessä julkaistuista mainoksista tehdyissä johtopäätöksissä on otettava huomioon lehden kohderyhmä ja tausta. *Kotiliesi* oli sidoksissa naisasialiikkeeseen ja keskiluokkaisten naisten järjestötoimintaan, sen henki oli vahvasti valistava. Mallia lehden toimituskunta otti mm. englantilaisista ja yhdysvaltalaisista naistenlehdistä ja muokkasi tyylin kotimaiseen makuun sopivaksi. Lehti edusti kotitalousideologiaa, jossa korostettiin äitiyttä ja perheenmännyyttä naisen ensisijaisena tehtävänä, pyrittiin ammatillistamaan se ja hankkimaan näin arvostusta naisten tekemälle kotityölle. Ideologian suosio nousi varsinkin maailmansotien välisenä aikana. Se pyrki kehittämään kotitaloustyötä ja -välineitä sekä kotitalousopetusta.¹⁹¹ Tätä taustaa vasten on luontevaa, että Ahlström-yhtiö näki taloudellisesti järkeväksi mainostaa *Kotiliedessä* talouslasia. Muita lehdessä mainostettuja tuotteita ovat erilaiset kauneuden hoitoon ja pukeutumiseen liittyvät tuotteet, pesuaineet, kodinhoitoon liittyvät työvälineet, elintarvikkeet, säilöntätarvikkeet, astiat jne. Lehti ilmestyi kaksi kertaa kuussa, eli yhteensä 24 kertaa vuodessa.

3. Konteksti

Anita Sepän mukaan ”konteksti tarkoittaa sisällönanalyysissä sitä käsitteellistä ja tekstuaalista ympäristöä, jonka puitteissa ja avulla kuva saa merkityksensä”¹⁹². Konteksti on aina tutkijan sekä tietyn tieteellisen diskurssin tuottama, ei siis itsestään muodostunut. Konteksti auttaa

¹⁹⁰ Seppä 2012: 221.

¹⁹¹ Turunen 2014: 47–48.

¹⁹² Seppä 2012: 221.

tutkimuskysymysten/hypoteesien muodostamisessa, ja kontekstin kautta tutkija kertoo mitä hän tekee analysoimillaan kuvilla.¹⁹³ Tarkasteleman mainosaineiston konteksti muodostuu luontevasti muusta Karhula-Iittalan lasimainonnasta *Kotiliedessä*, Karhulan lasitehtaan kehityksestä 1930-luvulla sekä yleisestä muotoilun tilasta lasiteollisuudessa tuona aikana.

Karhulan lasitehdas perustettiin vuonna 1888. Tehtaan perustajan William Ruthin kuoleman jälkeen lasitehdas myytiin A. Ahlström Osakeyhtiölle vuonna 1915. Kaksi vuotta myöhemmin Ahlström hankki omistukseensa myös Iittalan lasitehtaan (perustettu 1881).¹⁹⁴ Näin Karhulan ja Iittalan lasitehtaista tuli sisartehtaita, joiden tuotanto, kehitys ja markkinointi olivat sidoksissa toisiinsa. 1930-luvun mainonnassa sekä Karhulan että Iittalan tuotteita mainostettiin yhteisnimellä Karhula-Iittala. Nimeä käytettiin talouslasikuvastoissa vuoteen 1964 saakka. A. Ahlström Osakeyhtiö alkoi 1930-luvulla rationalisoida lasiteollisuutensa toimintaa. Tähän liittyviä toimenpiteitä olivat mm. mallistojen karsiminen ja nykyaikaistaminen, tuotannon koneellistaminen, valmistusmateriaalien kehittäminen ja ammattimuotoilijoiden palkkaaminen. 1930-luvun lopulla Ahlström päätti tuotesuuntajaosta, jonka mukaan puhalletun lasin tuotanto keskitettiin Iittalaan ja koneellisesti valmistetun lasin tuotanto Karhulaan. Aikaisemmin molemmat tehtaat valmistivat tuotteita sekä koneellisesti että käsityönä. Sodan vuoksi tuotesuuntajakko päästiin käytännössä toteuttamaan vasta 1940–50-lukujen taitteessa. Tämän jälkeen Karhula valmisti pääasiassa pakkauslasia. Monien Karhulan tunnettujen talous- ja taidelasimallien tuotantoa kuitenkin jatkettiin Iittalassa.¹⁹⁵ Tässä mainosanalyysissä tarkasteleman lasiastiatot suunniteltiin ja valmistettiin Karhulassa. *Maininkia* valmistettiin vuosina 1937–1950, *Silkoa* 1937–1960 ja *Sädettä* 1938–39 ja 1947–1960. Muutamia *Silko-* ja *Säde-*mallistojen astioiden valmistusta jatkettiin Iittalassa vielä tuotesuuntajaon toteuttamisen jälkeen.¹⁹⁶

Silko-, *Säde-* ja *Maininki-*astiatot piirsi Karhulaan vuonna 1932 vakituiseksi suunnittelijaksi palkattu Göran Hongell. Muotoilijat alkoivat yleisesti näkyä suomalaisessa lasiteollisuudessa 1920–30-luvuilla, ensin suunnittelukilpailuiden kautta ja myöhemmin freelance-taiteilijoina sekä tehtaille palkattuina suunnittelijoina.¹⁹⁷ Varsinaisesti suomalainen 1930-luvun tuotanto ei ollut muotokieleltään mitenkään erityisen omaleimaista, vaan seurasi Ruotsin ja Keski-Euroopan lasimuotoilua, mutta sillä pohjustettiin Suomessa ja maailmalla 1950–1960-luvulla suosioon noussutta modernistista taide- ja talouslasia. Vielä 1930-luvulla suomalaiselle kuluttajalle

¹⁹³ Seppä 2012: 221–222.

¹⁹⁴ Koivisto 1989: 4, 36.

¹⁹⁵ Koivisto 1989: 39; Koivisto 2001: 87.

¹⁹⁶ Koivisto 2001: 96–97; Luhtala 2010: 89.

¹⁹⁷ Koivisto 2001: 32.

funktionalistista muotokieltä edustavat lasiesineet, etenkin sileäpintainen kristalli verrattuna perinteiseen runsain hionnoin koristeltuun, olivat uutta ja vierasta. Arjen talouslasin puolella yksinkertaisuuteen oli kuitenkin totuttu: pelkistettyjä viilivajeja, juomalaseja, karahveja yms., oli valmistettu esimerkiksi Karhulan lasitehtaalla sen toiminnan alkuaajoista 1800-luvulta lähtien. Koristeellinen, kristallin hiontamalleja jäljittelevä puristelasi, nk. ”köyhän kristalli”, kävi kuitenkin myös hyvin kaupaksi.

Karhulan lasitehdas esiintyi muotoilun tukijana julkisuudessa, mutta yhtiön sisällä muotoilulla ei ollut virallista asemaa. Se nähtiin ensisijaisesti markkinoinnin keinona. 1930-luvun lopulla valmistettiin paljon perinteistä hiottua kristallia ja vanhoja lasistomalleja, mutta niitä ei näkynyt kuvastoissa tai mainonnassa.¹⁹⁸ Tarkasteltaessa Karhulan lasitehtaan tuotantoa ja mainontaa 1930-luvulla on otettava huomioon myös taloudelliset ja tuotannolliset ratkaisut. Karhulan lasitehdas oli vuosikymmenen alkupuolella laman, viennin vähenemisen ja kovan kotimaisen kilpailun vuoksi pahoissa talousvaikeuksissa.¹⁹⁹ Vaihtoehdot olivat joko suuret investoinnit tai tehtaan lakkauttaminen.²⁰⁰ Yhtiö valitsi vaihtoehdoista ensimmäisen. Tehtaalle hankittiin automaattinen pullokone, tuotantotiloja sekä lasimallistoja uudistettiin ja lasimassan valmistusta tehostettiin.²⁰¹ Kieltoain päättyminen vuonna 1932 ja sen myötä pullootuotannon lisääntyminen nopeutti lasialan nousua lamasta.²⁰²

Kaikki edellä mainitut seikat vaikuttavat *Mainingin*, *Silkon* ja *Säteen* valmistuksen taustalla. Esimerkiksi teknisesti haastavan sileäpintaisen *Silkon* valmistaminen on edellyttänyt mahdollisimman kehittynyttä valmistustekniikkaa.

4. Muuttujatekijöiden määrittely

Muuttujatekijöiden määrittely vaikuttaa siihen mihin kuvissa oleviin konkreettisiin asioihin kuvia tarkasteltaessa kiinnitetään huomiota. Niitä ovat kaikki sellaiset kuvassa esiintyvät asiat, jotka ovat mitattavissa ja jotka voitaisiin korvata jollain vaihtoehdoisella elementillä. Muuttujatekijä ei koskaan viittaa ”reaalitodellisuuteen”, vaan kuvan representaatioihin eli esim. ihmisen ikää määriteltäessä kiinnitetään huomiota tutkittavan kuvan ihmisestä välittämään ikään, ei siihen, minkä ikäinen kuvassa oleva ihminen todellisuudessa on. Tällä sisällönanalyysin vaiheella tavoitellaan tieteellisyyttä ja toistettavuutta: jos muuttujatekijät määritellään huolella, eri tutkija päätyisivät

¹⁹⁸ Koivisto 2001: 87–88, 249.

¹⁹⁹ Ahtokari 1974: 47–48, 53.

²⁰⁰ Saarinen 2002: 137.

²⁰¹ Ahtokari 1974: 55–54.

²⁰² Koivisto 2001: 86; Nyholm 1989: 64.

suurin piirtein samoihin muuttujatekijöihin. Muuttujatekijät perustuvat muuttuja-arvoihin, jotka kuuluvat loogisesti samaan luokkaan: esim. koko sivu, puolikas sivu ja kolmasosa sivu ovat saman muuttujatekijän eri muuttuja-arvoja. Muuttujatekijöiden ja muuttuja-arvojen tulee olla toisensa poissulkevia, mahdollisimman tyhjentäviä sekä tuottaa tutkimusaiheesta analyttisesti kiinnostavaa ja johdonmukaista tietoa.²⁰³

Anita Seppä varoittaa ohjeissaan, että muuttujatekijöiden määrittely voi olla hankalaa, ja sitäkin se olikin²⁰⁴. Määrittelyn aikana kyseenalaistin moneen kertaan onko valitsemani kuva-aineisto ja tutkimuskysymykset järkevä yhdistelmä, koska tarkasteluun valitsemiani kolmea lasisarjaa on vuosien 1937–1939 aikana mainostettu keskenään hyvin samankaltaisilla ja samoja kuvia sisältäneillä mainoksilla. Kaikkien lehdessä vuosikymmenen aikana julkaistujen lasimainosten tyyli on hyvin yhtenäinen, mutta jos olisin valinnut enemmän mainoksia lähempään tarkasteluun, eli muitakin kuin *Silko*-, *Säde*- ja *Maininki*-mainoksia, vaihtelua olisi saattanut löytyä enemmän.

Muuttujatekijöiksi valitsin seuraavat asiat *Maininki*-, *Silko*- ja *Säde*-lasisarjojen mainoksissa:

1. Mainoksen koko suhteessa lehden sivuun: koko sivu, puolikas sivu
2. Tekstin ja kuvan suhde: onko mainoksessa enemmän kuvaa vai tekstiä
3. Astioita määrittävä kuvailu: esim. yksinkertaisuus, tyylikkyys/arvokkuus, edullisuus, modernius/uusiasiallisuus, tarpeellisuus, laadukkuus, perinteisyys, kodikkuus, uutuus, vanhanaikaisuus, välttämättömyys, taiteellisuus, jne.
4. Mitä astioita kuvassa on: esim. lautaset, kulhot, kermakko, jalalliset maljat, jalalliset leivoslautaset, sokerikko
5. Astioiden sijoittelu: ovatko astiat sisätilassa vai luodaanko vaikutelma ulkotilasta
6. Onko kuvassa rekvisiittaa: esim. pöytäliina, ruokaa, kukkia
7. Onko kuvassa henkilöitä
8. Onko mainos kohdennettu määritellylle käyttäjälle/ostajalle
9. Muita huomioita

Luettelossa mainitut asiat toistuivat mainoksissa, joten tavoitteena oli, että näiden muuttujatekijöiden kautta mainoksista nousisivat esiin toistuvat elementit sekä toisistaan poikkeavat asiat. Muuttujatekijöiden määrittelyn yhteydessä korostui, että mainoksissa tutkitaan sekä kuvaa että tekstiä ja niiden yhdessä muodostamaa kokonaisuutta.

²⁰³ Seppä 2012: 223–224, 226.

²⁰⁴ Seppä 2012: 224.

5. Kuvien koodaus

Muuttujatekijöiden määrittelyn jälkeen kuvat käydään huolellisesti läpi ja tulkitaan muuttujatekijäkategorioiden valossa.²⁰⁵ Toteutin tämän jakamalla mainokset ryhmiin mainostettavan tuotteen perusteella, esim. *Silko*-mainokset, *Säde*-mainokset, kaikkien kolmen lasiston yhteismainokset jne. Sen jälkeen kävin läpi jokaisen mainoksen ja merkitsin taulukkoon miten muuttujatekijät mainoksessa ilmenevät. (Liite 1) Taulukon perusteella näin mitkä muuttujatekijät toistuvat missäkin mainoksessa ja sain kuvan esim. siitä mitä määritelmiä lasistoista käytettiin markkinoinnissa ja oliko tietyn lasiston mainoksilla yhteisiä nimittäjiä verrattuna kahden muun lasiston mainontaan.

5.1 Karhula-Iittalan mainonnan yleiskuva *Kotiliesi*-lehdessä vuosina 1936–1939

Seuraavassa esittelen Karhula-Iittalan kaikkea lasimainontaa *Kotiliesi*-lehdessä vuosina 1936–39 taustaksi *Maininki*-, *Silko*- ja *Säde*-mainonnalle. Lasistot tulivat tuotantoon vuosina 1937–1938, joten niitä mainostettiin 1930-luvulla vain vuosina 1937–39. Kaikkiin kolmeen lasistoon kuuluu erikokoisia lautasia ja kulhoja, leivoslautasia, jalallisia kulhoja, sokerikkoja, kermakkoja, maljakoita ja kaatimia.²⁰⁶

Vuoteen 1935 saakka lasituotteiden mainontaan vaikutti Lasitehtaiden myyntikeskus, joka perustettiin laman kynnyksellä vuonna 1930. Lasiteollisuus eli tuolloin viennin varassa ja kaupat alkoivat vähentyä. Lasitehtaiden myyntikeskuksen tarkoitus oli keskittää eri tuotteiden valmistus eri tehtaille ja hillitä lasiteollisuuden keskinäistä kilpailua. Tällainen sopiminen ei ollut mitenkään tavatonta suomalaisten lasitehtaiden kesken. Osakkaiden myyntiosuudet jakaantuivat niin, että Osakeyhtiö Riihimäen ja sen omistaman Kaukalahden lasitehtaan osuus oli 40,6 %, Karhula Osakeyhtiön ja Iittalan lasitehtaan 38,6 %, Viialan lasitehtaan 13,4 % ja Nuutajärven lasitehtaan 7,4 %.²⁰⁷ *Kotilieden* lasimainonnassa tämä näkyy niin, että vuoteen 1935 saakka kaikki lasituotteiden mainokset olivat Lasitehtaiden myyntikeskuksen mainoksia, joissa mainittiin kaikki keskuksen toimintaan osallistuvat tehtaat. (Kuva 1) Eniten mainostettiin säilöntään tarkoitettuja tuotteita (8 mainosta). Lisäksi myyntikeskus markkinoi valaisinlasia (2 mainosta) ja mainosti yhdessä lehdessä yleisesti keskuksen kuuluvia lasitehtaita.

²⁰⁵ Seppä 2012: 227.

²⁰⁶ Nyholm 1989: 168; Koivisto 2001: 96.

²⁰⁷ Löfberg 1981: 43; Nyholm 1989: 60; Koivisto 1989: 13; Koivisto 2001: 86.

**Puolukat avopurkkiin –
'vesipuolat' sulkupurkkiin!**



Keitetty tai survottu puolukkahillo on hilloista säilyvintä, mutta n. s. 'vesipuolat', jotka talvella ovat sokerin kera niin raikasta herkkua, säilyvät parhaiten yli talven ilmatiiviissä sulkupurkissa.

K a i k k i i n
marjasäilykkeisiinne saatte huokealla *k o t i m a i s i a* avonaisia lasipurkkeja, erilaisia sulkupurkkeja, säilykepulloja!

LASITEHTAITTEN MYYNTIKESKUS
Riihimäen—Kaukalahden, Karhulan—Iittalan, Viialan ja Nuutajärven lasitehtaat.

ta- ja syväpainossa, Porvoossa 1931.

Kuva 1

Lasitehtaitten myyntikeskus hoiti kuuden suurimman suomalaisen lasitehtaan mainonnan vuosina 1930–1935. Kuvan mainos on julkaistu Kotilieden numerossa 19/1931.

Yksittäisille kuluttajille suunnattu mainonta oli vähäistä ennen 1950-luvun puoliväliä. Sotien jälkeen muotoilusta tuli keino valistaa kuluttajaa moderneista tuotteista ja tällä oli merkittävä vaikutus kuluttajan kauneuskäsityksen muutoksessa. Kaisa Koivisto arvioi *Silkon*, *Mainingin* ja *Säteen* jo edustaneen sitä modernia muotokieltä, joka sotien jälkeen nousi suosioon. Nämä kolme eivät kuitenkaan olleet ainoat uudenaikaiset lasistot, joita Karhulassa 1930-luvulla valmistettiin.²⁰⁸ Muita puristelasiastiastoja tuolta ajalta ovat Aino Marsio-Aallon *Aalto* (1932) sekä saman suunnittelijan nimetön astiasto vuodelta 1936 (juomalasi 4059, kaadin 4647, lautassarjat 4146 ja 4147 ja kulhosarja 4328).²⁰⁹ Lisa Johansson-Papen *Press* (1932) sekä Aarre Putron *Olli* (1932). Näitä puristelasisarjoista ei *Kotiliesi*-lehdessä tarkasteluajanjaksona mainostettu lainkaan, vaikka kuvastojen perusteella ne olivat tuotannossa koko vuosikymmenen ajan. Erikoinen poikkeus tosin on *Punahilkka*-nimisten lautasten ja kulhojen mainos *Kotilieden* numerossa 11 vuodelta 1937. (Kuva 2) Mainoksen kuvan lautaset näyttävät erehdyttävästi *Aalto*-sarjan lautasilta, joihin on maalattu reunaan raita. *Aalto* vilahtaa myös Karhula-Iittalan astioita yleisesti markkinoivassa mainoksessa lehdessä 11/1936. Kuvassa on mukana muutakin tehtaiden puristelasituotantoa.

²⁰⁸ Koivisto 1989: 38; Koivisto 2001: 156, 185, 191.

²⁰⁹ Grönstrand 1996: ”Esineluettelo”, esineet 34–38; Keinänen 1996: ”Alvar ja Aino Aalto lasin muotoilijoina, ’Bölgeblick’-ehdotuksesta suosittu puristelasisarja”. Julkaisussa ei ole sivunumeroita.



Kuva 2

Punahilkka-astiat muistuttavat Aino Marsio-Aallon suunnittelemaa *Aalto*-lasisarjaa. *Aalto*-sarjalla Aino Aalto voitti Karhulan lasitehtaan suunnittelukilpailun puristelasisarjan toisen palkinnon vuonna 1932.

Kotiliesi 11/1937

Karhula-Iittala mainosti vuosina 1936–1939 selvästi eniten talouslasia (23 mainosta). Seuraavaksi eniten mainostettiin tölkkejä ja muita säilöntään tarkoitettuja astioita (8 mainosta). Lisäksi mainostettiin taidelasia ja kristallia (7 mainosta), lahjapakkauksia (7 mainosta), Karhula-Iittalan yleismainoksia (4 mainosta) sekä valaisinlasia (1 mainos). Vuosina 1936–1939 Kaikista Suomen lasitehtaista Karhula-Iittala mainosti *Kotiliedessä* ahkerimmin. Muiden lasitehtaiden mainoksia oli tuona aikana vain muutama. Vuonna 1936 Karhula-Iittalan mainoksia on enemmän kuin seuraavina vuosina: 18 kpl. Vuonna 1937 mainoksia julkaistiin 12 kpl, 1938 13 kpl ja 1939 vain 7 kappaletta. Vuoden 1936 mainosmäärään vaikuttanee Lasitehtaiden myyntikeskuksen toiminnan loppuminen sekä Karhulan ja Riihimäen lasitehtaiden välille syttynyt ankara hintakilpailu, joka päättyi tehtaiden väliseen hintasopimukseen seuraavana vuonna. Ehkä lasitehtaiden vähäiseen mainontaan ylipäättään vaikutti mm. se, että Riihimäen Lasi Oy:llä meni taloudellisesti hyvin ja se oli tuotannoltaan suurin lasitehdas Suomessa.²¹⁰ Muut tehtaat olivat kenties liian pieniä sijoittaakseen mainontaan, menestyivät riittävän hyvin ilman mainontaa tai mainostivat muualla kuin *Kotiliesi*-lehdessä. Karhula ja Iittala olivat osa A. Ahlström Osakeyhtiötä, jonka lasiteollisuus tuotti tuolloin tappiota²¹¹, mutta joka sai tuloja muustakin teollisuudesta ja pystyi ehkä siksi panostamaan myös lasin markkinointiin.

²¹⁰ Koivisto 1988: 45–36; Koivisto 2001: 87.

²¹¹ Koivisto 2001: 86.

Seuraavassa kokoaan muuttujatekijöiden määrittelyn ja kuvien koodauksen lopputuloksia *Maininki*-, *Silko*- ja *Säde*-astiastojen mainoksissa vuosina 1937–1939.

5.1.1 *Maininki*

Maininki-lasisarja tuli tuotantoon vuonna 1937²¹². Lanseerausvuotenaan sitä mainostettiin kolmessa *Kotilieden* numerossa: 10, 17 ja 19/1937. Mainonta alkaa toukokuun toisesta numerosta, eli lasiston valmistus oli todennäköisesti aloitettu talven tai kevään aikana. Seuraavana vuonna *Maininkia* mainostettiin numeroissa 17 ja 19/1938. Mainos on sama molemmissa lehdissä ja ohessa on myös tekstissä maininta *Silko*-lasistosta, mutta mainoksen päähuomio on *Mainingissa*. Vuonna 1939 *Maininkia* ei mainostettu lainkaan yksin, ainoastaan yhdessä *Silkon* tai kaikkien kolmen astiaston kanssa. Vuosien 1937 ja 1938 mainoksissa on käytetty vain kahta eri valokuvaa. *Kotilieden* numeroiden 10 ja 17/1937 mainoksissa on sama kuva, jossa astiat ovat pöydällä. Voimakas valo tulee vasemmalta ja sillä on korostettu astioiden aaltoilevaa pintakuviota, joka jättää varjot pöydän pintaan. Kuvassa ei ole mitään rekvisiittaa, vain erikokoisia kulhoja ja lautasia sekä kermakko. *Kotilieden* numeroissa 19/1937 sekä 17 ja 19/1938 on kaikissa sama valokuva. Kuvassa on liinalla päällystetylle pöydälle katettu *Maininki*-astioihin leivoksia, hedelmiä ja kermanekka. Maljakossa on kukkia. Mainoksen 19/1937 kuvan laidalla pilkottaa myös keraaminen kahvikuppi asetteineen, josta tulee luonteva yhteys lasiseen *Maininki*-kermakkoon. *Maininki*-mainoksissa ei esiinny ihmisiä ja vain yhdessä on mainittu kohderyhmä. Numeron 19/1937 mainoksessa kerrotaan, että *Maininki* astiat ovat ”[...] ’prikulleen’ emäntien makuun”.

Kaikissa mainoksissa mainitaan astioiden edullinen hinta (”huokeita”). Tämän lisäksi *Maininkia* kuvaillaan ”tyylikkääksi”, ”yksinkertaisen tyylikkääksi”, ”kauniiksi” ja ”yksinkertaiseksi”. Kahdessa vuoden 1937 mainoksessa kuvaillaan astiaston muotoa: ”aaltomaisin uurtein koristeltu”, ”uurremalli: sileä ulkopinta ja loivasti aaltoileva sisäpinta”. (Kuva 3) *Maininkia* valmistettiin ilmeisesti eniten kirkkaasta lasista, mutta värillisiäkin astioita tehtiin. Karhulan 30-luvun lopun puristelasien värejä olivat ”azurinsininen” (vaaleansininen), ”merivihreä” (sinivihreä), ”savu” (harmaa) ja ”rionkeltainen/ruskea” (oranssin ruskea). Vuonna 1939 tuotantoon otettiin ”kullankeltainen” väri, jota mainostetaan *Säde*-mainoksessa 20/1939.²¹³

²¹² Koivisto 2001: 96.

²¹³ Nyholm 1989: 168.



Kuva 3

Maininki-mainoksessa korostetaan valaistuksella lasien aaltoilevaa muotoa. Samat valokuvat toistuvat mainoksesta toiseen. Usein vain tekstejä ja kuvien sijoittelua on muutettu.

Kotiliesi 10/1937

5.1.2 *Silko*

Silko-astiasto tuli myös tuotantoon vuonna 1937²¹⁴. Sitä mainostettiin yksinään vain kolmessa Kotilieden numerossa vuosina 1937–1939: 9 ja 18/1937 sekä 20/1938. Lisäksi *Silko* mainitaan kahdessa astiastojen yhteismainoksessa ja yhden *Maininki*-mainoksen yhteydessä. *Silko*a on pidetty visuaalisesti ja teknisesti haastavana astiastona. Puristelasi on halpaa ja nopeasti koneellisesti tuotettua lasia, johon tulee valmistusvaiheessa helposti virheitä. Virheitä on pyritty peittämään koristeellisella pinnalla ja valmistamalla värillistä lasia. Siksi esimerkiksi viime vuosisadan alun monet puristelasit ovat runsaasti koristeltuja. *Silko*-astioita valmistettiin ilmeisesti eniten kirkkaasta lasista²¹⁵ ja sileä pinta oli valmistustekninen haaste. Jokaiseen näkemääni *Silko*-astiaan on aina jäänyt muistumia tehtaalta, kuten ilmakuplia lasimassaan tai pieniä kupruja pintaan. *Silko*n tuotantoa jatkettiin Iittalassa vuoteen 1960 ja valmistustekniikkaa saatiin vuosikymmenten aikana varmasti kehitettyä paremmaksi ja lasia näin virheettömämmäksi.

²¹⁴ Koivisto 2001: 96.

²¹⁵ Nyholm 1989: 82, 168.

Ehkä modernein Karhula-Iittalan mainos *Kotiliesi*-lehdissä 1930-luvulla on koko sivun mainos numerossa 9/1937. (Kuva 4) Vaikka astiat siinä ovat *Silkoa*, astiaston nimeä ei mainita ja mainoksen voi nähdä Karhula-Iittala lasitehtaiden yleismainoksena. Mainoslauseena on ”Tyylipuhdasta käyttölasia”. Jos tyylipuhtaudesta viitataan funktionalismiin tai ”uusasiallisuuteen”, *Silko* on sileydessään ja yksinkertaisuudessaan hyvä esimerkki arjen uudenaikaisimmasta käyttölasista, ja sopii siksi kuva-aiheeksi. Mainoksessa on Karhula-Iittalan mainoksille poikkeuksellisen vähän tekstiä, vain yksi mainoslause ja valmistajan nimi. Kuva saa suurimman roolin. *Kotilieden* numeroiden 18/1937 ja 20/1938 mainoksen ovat perinteisemmällä linjalla: niissä



kuvan ja tekstin suhde on noin puolet ja puolet. Numerossa 18/1937 on puolen sivun mainos ja 10/1938 koko sivun mainos, jonka alalaidassa mainostetaan myös lasten Disney-hahmoaiheisia hammaslaseja.

Kuva 4

Silko-astiat on valittu kuvittamaan Karhula-Iittalan pelkistetyintä *Kotiliedessä* julkaistua mainosta.

Kotiliesi 9/1937

Mainoksissa *Silko*-astioita kuvaillaan ”tyylipuhtaiksi”, ”siroiksi”, ”huokeiksi”, ”yksinkertaisiksi”, ”aistikkaiksi”, ”laadukkaiksi”, ”sileiksi”, ”kirkkaiksi” ja ”edullisuutensa vuoksi huolettomiksi”. Numeroiden 18/1937 ja 20/1938 mainoksissa mainitaan, että *Silkoa* valmistetaan kirkkaana ja värillisenä. Kaikissa kolmessa mainoksessa on eri kuva. Numeroiden 9/1937 ja 20/1938 mainoksissa astioita on aseteltu tarkemmin määrittelemättömälle alustalle voimakkaan sivuvalon korostaessa astioiden kirkkautta. ”Tyylipuhdasta käyttölasia” -mainoksessa (9/1937) kuvassa on vain lautasia. Numeron 20/1938 mainoksen kuvassa on esillä lautasia, kulhoja sekä jalallisia

lautasia ja kulhoja. Numeron 18/1937 mainoksen kuvassa astiat ovat liinalla peitetyllä, katetulla pöydällä. Kulhossa on hedelmiä ja lautasella on lohkottu omena. Maljakossa on kukkia. Kuva muistuttaa numeroiden 19/1937 sekä 17 ja 19/1938 *Maininki*-mainosten valokuvaa. (Kuva 5) Kahdessa muussa mainoksessa rekvisiittaa ei ole.

Yhdessä *Silko*-mainoksessa kuvassa on ihminen. Numeron 20/1938 mainoksen oikeassa reunassa on piirretty nainen, jolla on käsissään katettu tarjotin. Nainen tuntuu ylimääräiseltä lisältä mainoksen muuhun sisältöön nähden. Tosin mainoksessa on ainoana kolmesta mainittu kohderyhmänä emännät: ”Siroit *Silko*-kulhot ja -lautaset päästävät emännän monesta kattamispuhasta, ja huokeutensa vuoksi ne ovat ”huolettomia” käyttää joka aterian astioina.”



Kuva 5

Molempien mainosten kuvassa on ilmeisesti käytetty samaa pöytää ja rekvisiittaa. Vain astiasarjaa on välillä vaihdettu.

Kotiliesi 18/1937 ja 17/1938

5.1.3 Säde

Säde tuli tuotantoon vuonna 1938²¹⁶ ja sitä ehdittiin tuona vuonna mainostaa kolmessa *Kotilieden* numerossa: 5, 6 ja 20/1939. Jokainen mainos on koko sivun kokoinen. Ensimmäisessä mainoksessa

²¹⁶ Koivisto 2001: 96.

lasistosta puhutaan vain sen mallinumerolla: ”Ihastuttava uutuus/ Karhulan pöytälasisto N:o 4334”. Lehden seuraavassa numerossa lasistolla on nimi *Säde*. Kaikissa mainoksissa kuvan ja tekstin suhde on noin puolet ja puolet. Vaikka *Säde* on uusi astiasto, sitä myydään perinteisyydellä. Tämä näkyy mainosteksteissä, joissa astiastoa kuvaillaan sanoilla ”entisaikojen tuntu”, ”kodikas”, ”tuttu”, ”entisajan tyyli”. Muita kuvailuja ovat ”muodikas”, ”tuttu”, ”soveltuu mainiosti mitä uusasiallisimpaankin kotiin”, ”hinnaltaan sopiva”, ”huokea”, ”siro”, ”suosittu”, ”kaunis”. *Mainingin* ja *Silkon* yhteydessä ei puhuta moderniuudesta, funktionalismista tai uusasiallisuudesta mitään. *Säteen* kohdalla korostetaan, että astiasto ei ole mitään näistä, vaan perinteinen, mutta ”uusasiallisuuden kannattajankin hyväksymä”²¹⁷. (Kuva 6)

**VANHANAIKAISUUS
ON MUODISSA ...**

Viehättävästä entisajan tyylistä, joka on lyönyt leimansa nykyisiin naismuoteihin, näkyy vaikutteita myös kodeissamme, käyttöesineissämme. Niinpä KARHULAN upouusi «SÄDE» lasisto tuo mieleen äitiemme kodikkaat kutsupöydät vuosien takaa... Uusasiallisuuden kannattajakin hyväksyy «SÄDE»-lasien siro mallin ja säästäväsinkin emäntä niiden huokean hinnan.

Kodin varustajat!

Hankkikaa «SÄDE»-lasisto täydellisenä – sen malliin ei kyllästy. Käsitteä sarjan kulhoja ja lautasia, sokerikon, kermakon ym.

KARHULA ja IITTALA • Lasitehtaat

Kuva 6

Säde-astioiden mainonnassa korostettiin sitä, etteivät astiat ole moderneja vaan ennemmin vanhanaikaisia. Ehkä kiristynyt maailmanpoliittinen tilanne ja Suomea uhkaava sota ajoi mainosmiehetkin nostalgisiksi.

Kotiliesi 6/1939

Säde-mainoksissa on käytetty vain kahta eri valokuvaa, jotka molemmat ovat jo ensimmäisessä mainoksessa numerossa 5/1939. Toisessa kuvassa on sarjan astioita ilman rekvisiittaa. Tätä kuvaa on käytetty numeroiden 5/1939 ja 20/1939 mainoksissa. Numeron 20/1939 mainoksessa kuvan

²¹⁷ Kotiliesi 6/1939.

vasempaan ylänurkkaan on jätetty vaalea alue, josta on piirretty nuolia astioiden päälle. Nuolet yhdistettynä mainoksen tekstiin ”Auringonvälkettä aterioille” ja astiaston *Säde*-nimeen merkkäavat ilmeisesti auringonsäteitä. Toisessa kuvassa on lautanen ja jalallinen malja, joihin on aseteltu hedelmiä. Tätä kuvaa on käytetty mainoksissa *Kotilieden* numeroissa 5 ja 6/1939. Ihmisiä on vain yhdessä mainoksessa. Numeron 6/1939 mainoksessa on piirretty 1800–1900-lukujen taitteen tyyliin pukeutunut nainen, jolla on kädessään *Säde*-kulho. (Kuva 6) Mainoksen tekstin mukaan ”vanhanaikaisuus on muodissa”, joten naisen ulkoasu viittaa todennäköisesti tähän. Mainoksen mukaan ”entisajan tyyli on lyönyt leimansa naismuoteihin” ja tämä vaikuttaa myös kotien käyttöesineisiin. Mainos on suunnattu jälleen ”säästäväisille emännille”. Jokaisessa *Säde*-mainoksessa tekstissä mainitaan emännät kodin astioiden hankkijoina.

5.1.4 *Maininki, Silko ja Säde* -yhteismainokset

Aineiston kolmessa lehdessä mainostettiin yhdessä joko *Maininkia* ja *Silkoa*: 10/1938, 18/1938, tai kaikkia kolmea astiastoa: 7/1939. Lisäksi muiden *Kotilieden* numeroiden *Maininki*- ja *Silko*-mainoksissa saatettiin mainita sivulauseessa toinen astiastoista. Kaikissa yhteismainoksissa kuvan osuus on hieman tekstiä suurempi. Erikoista on, että numeron 7/1939 mainoksessa *Maininki*-astiaston kuvassa on todennäköisesti *Aalto*-astiasto, ainakaan *Maininki* se ei ole. Tämä lienee mainoksen tekijän inhimillinen erehdys. (Kuva 7) Astioiden kuvailussa toistuvat samat termit kuin kaikissa aikaisemmin käsitellyissä mainoksissa. *Silkoa* kuvaillaan ”sileäksi”, ”yksinkertaiseksi” ja ”tyylipuhtaaksi”, *Maininkia* ”aaltoilevaksi”. Molemmat ovat mainosten mukaan ”kauniita”, ”puhdaspiirteisiä”, ”huokeita” sekä ”taiteelliseen” ja ”tyylikkääseen” kattaukseen soveltuvia. Kaikkia kolmea astiastoa mainostavassa mainoksessa astioiden kuvailu on niputettu yhteen. Kaikki ovat ”siroja” ja ”huokeita”. Lisäksi mainitaan *Säde*-astiaston uutuus. Mainoksissa toistuvat samat kuvat. Numeron 18/1938 yhteismainoksen kuva on samasta astia-asetelmasta kuin numeron 18/1937 *Silko*-mainoksessa, tosin rajausta ja kuvakulmaa on muutettu. Numeron 10/1938 yhteismainoksen kuva on sama kuin numeron 20/1938 *Silko*-mainoksessa. *Maininki*-valokuva on sama numeroiden 10/1937 ja 17/1937 sekä 10/1938 ja 18/1938 mainoksissa (yhteismainoksia). *Säde*-valokuva on sama numeroiden 7/1939 (yhteismainos), 5/1939 ja 20/1939 mainoksissa. Poikkeuksellisesti yhteismainoksessa numerossa 7/1939 *Silko*-astiastossa on eri kuva kuin muissa *Silko*-mainoksissa. Kuvassa on jalallisen lautasen, kulhojen ja lautasten lisäksi myös juomalasi ja kannu, joita ei muissa mainoksissa näy.

Yhteismainosten valokuvissa rekvisiittia on ainoastaan numeron 18/1938 mainoksen *Silko*-kuvassa, jossa on hedelmiä kulhossa. Henkilöitä ei ole missään mainoksista. Kaikissa mainoksissa korostetaan yhtenäisen käyttölasiston välttämättömyyttä. Numeron 18/1938 mainoksessa sitä pidetään yhtä tärkeänä kuin yhtenäisen posliiniastiaston omistamista: ”Onko teidän astiakaappinne ajan tasalla?”

**TALOUSLASISTOA
TARVITESSANNE**
valitkaa jokin
näistä
MAININKI

KARHULAN
kauniit käyttölasistot

»SÄDE» (uutuus), »SILKO» ja »MAININKI» käsittävät kukin sarjan erikokoisia kulhoja ja lautasia ym. talouslasia. Nykyisinhän pidetään malliina yhtenäistä käyttölasistoa välttämättömänä joka kodissa, ja sitä silmälläpitäen on nämä sirot, mutta huokeat lasistot luotu. Kysykää niitä kaupolista!

KARHULA - IITTALA LASITEHTAAT

Kuva 7

Yhtenäinen käyttölasisto on joka kodin välttämättömyys, vakuuttivat kaikkia kolmea lasistoa markkinoineen mainokset. Tässä mainoksessa *Maininki*-astiaston kuva on korvautunut todennäköisesti *Aalto*-astiastolla. Molempia lasistoja koristaa vaakasuuntainen aaltomainen ulkopinta.

Kotiliesi 7/1939

5.2 Lopputulosten analysoiminen

Tavoitteeni mainosten tarkastelussa oli selvittää käytettiinkö *Silko*-, *Maininki* ja *Säde*-astiastojen *Kotiliesi*-lehdessä vuosina 1937–1939 julkaistuissa mainoksissa hyväksi lasistojen uutta, modernia muotokieltä, ja miten ylipäättään näitä Karhulan puristelasisarjoja pyrittiin myymään asiakkaille. Mainosten tutkimisen jälkeen voi vetää johtopäätöksen, että *Maininkia*, *Silkoa* ja *Sädettä* ei erityisesti markkinoitu niiden moderniudella. Yhdessä *Säde*-mainoksessa jopa korostettiin astioiden ”vanhanaikaista” tyyliä. Viittauksia aikakauden funktionalismin henkeen voi kuitenkin halutessaan löytää sellaisista astioiden kuvailuun käytetyissä sanoissa kuten ”sileä”, ”yksinkertainen”, ”yksinkertaisen tyylikäs”, ”muodikas” ja ”uusasiallisuuden kannattajankin hyväksymä”. Trendeistä oltiin varmasti tietoisia, mutta on eri asia olivatko astioiden ostajat niistä kiinnostuneita. Listasin astioiden kuvailuun käytettyjä abstrakteja määritelmiä. Suosituin on ”huokeus”: edullisuus nostettiin esiin lähes jokaisessa mainoksessa. Muita suosittuja määritelmiä olivat ”tyylikäs”, ”kaunis”, ”siro”, ”yksinkertainen” ja ”tyylikästä”, jota ei *Säteen* mainonnassa käytetty. Sen sijaan *Säde* korosti olevansa ”kodikas”, ”entisaikojen tuntuinen”, mutta ”muodikas”. Mainokset on selvästi suunnattu naisille ja perheenemännille, kuten *Kotiliesi*-lehtikin. Jos mainoksessa mainitaan oletettu ostaja, se on ”emäntä”. On myös mahdollista, että *Säde*-astiaston ostajien ajateltiin olevan iäkkäämpiä kuin *Silko*- tai *Maininki*-astioiden ostajakunnan ja siksi *Säteen* yhteydessä korostettiin ”entisaikojen tuntua”.

Mainosten modernia ilmettä voi nähdä valokuvissa. Kuvat ovat pelkistettyjä, usein aiheena ovat vain astiat ilman ruokia tai muuta rekvisiittaa. Nykykatsojan huomio kiinnittyy siihen, että esimerkiksi *Maininki*- ja *Silko*-mainoksessa *Kotilieden* numerossa 10/1938 tekstissä kirjoitetaan: ”Ajatelkaa aurinkoista kesäpöytää salaatteineen, viileineen, marjoineen - kaikkeen sellaiseen tarjoiluun tarvitsette välttämättä erikokoisia lasikulhoja ja lautasia”, mutta kuvissa astiat seisovat tyhjinä studion pöydällä. Tuoreita kasviksia ei välttämättä ollut saatavilla mainosten kuvaamisen aikaan. Jotta voisi varmistua Karhula-Iittalan lasimainosten kuvien moderniudesta, täytyisi tutkia muitakin mainoksia, jotta saisi yleiskuvan ajan mainonnassa käytetystä tyylistä. Kannattaisi varmasti myös tutustua vanhempaan mainontaan, jotta saisi selville miten kuvatyylit muuttui vuosien saatossa. Mainoskuvan kehitystä on tutkinut mm. Päivi Hovi väitöskirjassaan *Mainoskuva Suomessa – Kehitys ja vaikutteet 1890-luvulta 1930-luvun alkuun* (1990). Visa Heinonen ja Hannu Konttinen kirjoittavat tutkimuksessaan *Nyt uutta Suomessa – Suomalaisen mainonnan historia* (2001), että Suomi oli vielä 1930-luvulla maatalousvaltainen maa, mutta kulttuurinen muutos kohti kulutusyhteiskunnan elämäntyylin omaksuvaa keskiluokkaa oli jo käynnissä. 1920-luvulla oli saatu

ensimmäiset ns. mainosklassikot ja 1930-luvulle tultaessa tavaramerkkien mainostaminen löi lopullisesti läpi. Monet arkkitehdit, kuten Gustaf Strengell, olivat kiinnostuneita mainonnasta ja tästä voisi jatkossa saada mielenkiintoisen lähestymiskulman ammattimuotoilijoiden suunnittelemien kodintuotteiden mainontaan.²¹⁸ *Kotilieden* 1930-luvun numeroissa on varsin paljon mainoksia, yleensä taka- ja etukannen sisäpuolella sekä yhteensä noin 2-3 aukeamallista lehden sisällä. Mainonnan sesonkiaikaa lehdessä olivat kesän ja syksyn säilöntäkausi sekä joulunalusaika. Eri mainostajien tyyli, tuotteesta riippumatta, on keskenään melko samanlaista. Tekstien asettelussa ja kuvien aiheissa ja tuotteiden esittelytavassa ei ollut juurikaan vaihtelua. Myös Karhula-Iittalan mainokset heijastavat lehden mainosten yleistä trendiä.

Tätä pientä mainostutkimusta voisikin jatkossa laajentaa ottamalla mukaan kaiken *Kotilieden* lasimainonnan ja esim. vertailla mainontaa eri lehtien kesken. Esimerkiksi *Suomen Kuvalehdessä* julkaistiin lasimainoksia 1930-luvulla. Näkemieni mainosten perusteella lehdessä saattaa olla enemmän taidelasimainoksia kuin *Kotiliedessä*, joka keskittyi arjen käyttölasin mainontaan. Tämä varmistuisi kuitenkin vain tarkemmalla tutkimisella. Voisi olla mielenkiintoista pohtia esimerkiksi kuinka lehden kohderyhmä vaikuttaa siihen mitä lasituotteita lehdessä on mainostettu. Mietin myös jonkin verran pitäisikö minun tutustua laajemmin mainonnan historiaan Suomessa. Jätin kuitenkin tämän polun kulkematta, koska tarkastelin lasimainoksia puhtaasti niiden välittämän informaation kautta ja vertailin niitä keskenään. En yrittänyt tulkita lasimainoksia suhteessa aikakauden muuhun mainontaan. Tutkimusta voi kyllä luontevasti laajentaa myös tähän suuntaan.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkielmani tavoitteena oli pohtia puristelasitematiikka yhdistettynä laajemmin 1930-luvun suomalaisiin keskusteluihin uudesta estetiikasta, suunnittelijan roolista ja taiteen ja teollisuuden suhteesta. Käsittelin puristelasia yhtenä esimerkkinä ”modernista” esineestä: millainen modernin kodin esineen tuli olla, miten tällainen moderni kodinesine suunniteltiin, valmistettiin ja miten sitä markkinoitiin. Esimerkkituotteiksi valitsin Karhulan lasitehtaan puristelasin, koska Karhula oli suomalaisen modernin puristelasimuotoilun edelläkävijöitä 1930-luvulla.

Tutkielmani vahvistaa käsitystä siitä, että sotien välinen aika oli Suomessa muotoilun murroskautta ja pohjusti sotien jälkeisen ajan suomalaisen lasimuotoilu nousua. Taiteeseen, arkkitehtuuriin ja muotoiluun omaksutun modernismin viime vuosisadan alussa vauhtiin päässyt kehitys katkesi

²¹⁸ Heinonen & Konttinen 2001: 46, 50, 69.

sotiin, mutta jatkui jälleen pian rauhan tultua. Yhtenä esimerkkinä tästä on Iittalan lasitehtaan vuonna 1946 järjestämä suunnittelukilpailu. Kuten Ilmari Tapiovaara totesi vuonna 1945: sotavuosina totuteltiin eroon entisestä ja nyt oli aika luoda uutta.²¹⁹ 1930-luvun muotoilupiirin visiot yksinkertaisesta muotokielestä ja arjen käyttöesineistön esiin nostamisesta alkoivat saada laajempaa kannatusta niin lasin kuin muunkin muotoilun saralla.

Tarkastelemani modernia muotoilua ja kodin esineiden teollista valmistamista käsittelevät aikalaiskirjoitukset muistuttivat siitä, että funktionalismin puolestapuhujien tavoitteet olivat ylevät, mutta tavoitteiden siirtyminen käytännön kodintavaratuotantoon tapahtui erittäin hitaasti. Lisäksi oli selvästi havaittavissa erimielisyyksiä muotoilun suunnasta. Joidenkin mielestä muotoilun lähtökohdan tuli edelleen olla taidekäsityössä. Osa ajatteli radikaalimmin, että koko muotoilijan työnkuva tulee muuttumaan ja suunnittelijan oman taiteellisen näkemyksen ilmaiseminen vähenemään. Kaikki kirjoittajat olivat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että avain sekä teollisen valmistuksen kehittämiseen että muotoilijoiden saamiseksi teollisuuden palvelukseen, on muotoilijoiden koulutuksen edistäminen. Muotoilijoiden koulutuksen kehittymisen tarkasteleminen voisikin olla mielenkiintoinen suunta jatkaa koneellisesti massatuotetun kodinesineistön suunnittelun tutkimista!

Karhulan lasitehdas tasapainoili 1930-luvulla uuden muotokielen ja ostajien miellyttämisen välillä. Tehtaan johto oli ilmeisen selvästi kiinnostunut aikakauden arkkitehtuurista ja muotoilusta: muotoilijoita hyödynnettiin suunnittelukilpailuja järjestämällä ja yhtiö toimi pioneerina palkkaamalla kaksi vakituista lasisuunnittelijaa konserninsa lasitehtaisiin Karhulaan ja Iittalaan. Suunnittelun ammattilaisille suunnatuissa julkaisuissa markkinoitiin modernia lasia ja esiteltiin kilpailu- ja näyttelyesineitä, mutta ostavalle yleisölle funktionalististen tuotteiden modernius pyrittiin häivyttämään. Suurin osa valmistetusta lasista oli edelleen perinteistä koristeellista tyyliä. Saadakseni käsitystä arkisia astioita ostaville suunnatusta mainonnasta, tutkin Kotiliesi-lehdessä 1930-luvulla julkaistuja Karhula-Iittalan puristelasimainoksia. Mainokset vahvistivat kuvaa siitä, että lasia ei yritetty myydä perheenäideille niiden moderniudella tai funktionalistisuudella. Muotoilun murroskausi näkyi kuitenkin kiinnostavasti rivien välistä. Toisaalta korostettiin perinteisyyttä, jopa vanhanaikaisuutta, kuten *Säde*-astiaston mainoksissa. Toisaalta lehden sivuilla saattoi näkyä hyvinkin pelkistettyä mainostyyliä, kuten konsernin molempia tehtaita mainostanut koko sivun kuva yksinkertaisista *Silko*-lautasista.

²¹⁹ Tapiovaara 1945: 11–12.

Tutkielmani suurin anti itselleni oli havainto siitä, miten monesta eri näkökulmasta arjen esineiden muotoilua ja muotoilun historiaa voi lähestyä. Toisaalta huomasin myös, että tutkimuksen huolellisemmalla suunnittelulla ja työn alkuvaiheessa perusteellisemmin pyöritellyillä eri näkökulmien pohtimisella olisin voinut syventyä tarkemmin vain johonkin tiettyyn käsiteltyyn osa-alueeseen ja saada siitä enemmän irti. Nyt tutkielmaan käytettävissä ollut aika sekä valitut aihepiirit johtivat siihen, että jokainen osa-alue jäi vaille syvempää selvittämistä ja analyysiä. Olen kuitenkin tyytyväinen siihen, että tutkielmani luo eri näkökulmien avulla yleiskuvaa toistaiseksi vähemmälle huomiolle tutkimuksessa jääneen puristelasin muotoilun historiasta.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Aav, Marianne (2011). ”Kohti universaaleja muotoja”. Teoksessa *Kaj Franck - Universaaleja muotoja*. Designmuseo. Helsinki.

Aav, Marianne (2010). ”Neljä lukua suomalaisen modernin keramiikan historiassa”. Teoksessa *Modernismi - Kirjoituksia suomalaisesta modernismista*. Designmuseo. Helsinki.

Ahtokari, Reijo (1974): *Karhulan tehtaat 100 vuotta*. Varkaus.

Annala, Vilho (1948). *Suomen lasiteollisuus vuodesta 1681 nykyaikaan - II osa: Kehitys 1809 jälkeen*. Ensimmäinen ja toinen nide. Helsinki.

Bell, Philip (2007). ”Content analysis of visual images”. Teoksessa *Handbook of visual analysis*. 6. painos. Trowbridge, Iso-Britannia.

Blaszczyk, Regina Lee (2002). *Imagining consumers - Design and innovation from Wedgewood to Corning*. The Johns Hopkins University Press.

Forsius, Arno (2006). ”Hygienian historiaa 1800-luvun loppupuolella”.
<http://www.saunalahti.fi/arnoldus/henkhyg2.htm>, viitattu 31.8.2016.

Giedion, Siegfried (1955). *Mechanization Takes Command - A Contribution to Anonymous History*. Toinen painos. New York.

Grönstrand, Satu (1996). ”Esineluettelo”. Julkaisussa *Alvar ja Aino Aalto lasin muotoilijoina*. Iittalan lasimuseo. Uusintapainos. Sävy-paino. Huom. Julkaisussa ei ole sivunumeroita.

- Heinonen, Visa & Konttinen, Hannu (2001). *Nyt uutta Suomessa – Suomalaisen mainonnan historia*. Mainostajien Liitto. Helsinki.
- Herler, Igor (2016). ”Aarre Putro ja Karhula-Iittalan lasikilpailu v. 1932–33”. Julkaisussa *Suomalaisen lasin vuosikirja 2016*. Riihimäki.
- Herler, Igor (2016). ”Alvar Aallon lasitaiteen toinen ja kolmas aalto”. Julkaisussa *Suomalaisen lasin vuosikirja 2016*. Riihimäki.
- Hovi, Päivi (1990). *Mainoskuva Suomessa – Kehitys ja vaikutteet 1890-luvulta 1930-luvun alkuun*. Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja A 8. Jyväskylä.
- Jantunen, Päivi (2006). ”Iittala - Nimi paljon haltijaksi. Iittala ottaa uuden muodon”. Teoksessa *Suomalaisen lasin juhlaa - Iittala 125*. Helsinki.
- Kalha, Harri (1997). *Muotopuolen merenneidon pauloissa - Suomen taideteollisuuden kultakausi: mielikuvat, markkinointi, diskurssit*. Jyväskylä.
- Keinänen, Timo (1997). ”Alvar Aalto ja lasi”. Julkaisussa *Alvar Aalto Kotkassa*. Kotka.
- Keinänen, Timo (1996). ”Alvar ja Aino Aalto lasin muotoilijoina”. Julkaisussa *Alvar ja Aino Aalto lasin muotoilijoina*. Iittalan lasimuseo. Uusintapainos. Sävyaino. Huom. Julkaisussa ei ole sivunumeroita.
- Keinänen, Timo (1989). ”Aino ja Alvar Aalto Karhulassa”. Julkaisussa *100 vuotta Karhulan lasia. Lasitutkimuksia - Glassresearch V*. Suomen lasimuseon tutkimusjulkaisu. Vammala.
- Keinänen, Timo (1981). ”Funktionalismin läpimurto Suomen lasiteollisuudessa”. Julkaisussa *Suomen Taideteollisuusyhdistyksen vuosikirja 1981*. Helsinki.
- Koivisto, Kaisa (2013). ”Käyttölaseja taidelasin rinnalla - Lasiteollisuuden toimintaedellytykset ja muotoilu”. Teoksessa *Suomalaisen taidelasin kultakausi*. EU.
- Koivisto, Kaisa & Laurén, Uta (2013). ”Lasinvalmistussanastoa: Puristelasi”. Teoksessa *Suomalaisen taidelasin kultakausi*. EU.
- Koivisto, Kaisa (2013). ”Taiteilijat: Göran Hongell”. Teoksessa *Suomalaisen taidelasin kultakausi*. EU.

Koivisto, Kaisa (2013). ”Tehtaat: Nuutajärven lasitehdas 1793–2014”. Teoksessa *Suomalaisen taidelasin kultakausi*. EU.

Koivisto, Kaisa (2011). ”Kaj Franck ja kaunis arki”. Teoksessa *Kaj Franck - Universaaleja muotoja*. Designmuseo. Helsinki.

Koivisto, Kaisa (2006). ”125 vuotta kirkasta lasia”. Teoksessa *Suomalaisen lasin juhlaa - Iittala 125*. Helsinki.

Koivisto, Kaisa (2005). ”Lasi suomalaisessa ruokapöydässä”. Teoksessa *Pöytä koreaksi - Kattauksen ja pöytätapojen historia*. Hämeenlinna.

Koivisto, Kaisa (2001). *Kolme tarinaa lasista - Suomalainen lasimuotoilu 1946–1957*. Lasitutkimuksia - Glass research XIII. Suomen lasimuseon tutkimusjulkaisu. Vammala.

Koivisto, Kaisa (1999). ”Göran Hongell - The Finnish glass designer”. Julkaisussa *Scandinavian journal of design history volume 9/1999*. Rhodos international science and art publishers. Copenhagen 1999. Tutkielmassa on käytetty Varastokirjaston toimittamaa kopiota, jossa ei ole kuvia eikä sivunumeroita. Näin ollen lähdeviitteiden sivunumerot saattavat poiketa julkaisun sivunumeroista.

Koivisto, Kaisa (1998). ”Finnish glass design - National and international”. Teoksessa *Finnish modern design - Utopian ideals and everyday realities 1930–1997*. Italy.

Koivisto, Kaisa (1994). ”Kauneutta arkeen, kauneutta juhlaan - Käyttölasi Suomessa”. Näyttelyjulkaisussa *European glass in use - Käyttölasia*. Suomen lasimuseo. Riihimäki.

Koivisto, Kaisa (1994). ”Tekniikka: Täysautomaattisesti puhallettu lasi”. Näyttelyjulkaisussa *European glass in use - Käyttölasia*. Suomen lasimuseo. Riihimäki.

Koivisto, Kaisa (1989). ”Kärpäsenpyytäjistä juomalaseihin, viinikannuista sitruunanpuristimiin”. Teoksessa *100 vuotta Karhulan lasia*. Lasitutkimuksia - Glass research V. Suomen lasimuseon tutkimusjulkaisu. Vammala.

Koivisto, Kaisa (1989). ”Parrunpätkestä kevytpulloihin”. Teoksessa *100 vuotta Karhulan lasia*. Lasitutkimuksia - Glass research V. Suomen lasimuseon tutkimusjulkaisu. Vammala.

Laurén, Uta (2013). ”Kohti kansainvälistä mainetta”. Teoksessa *Suomalaisen taidelasin kultakausi*. EU.

- Laurén, Uta (2013). ”Taiteilijat: Henry Ericsson”. Teoksessa *Suomalaisen taidelasin kultakausi*. EU.
- Laurén, Uta (2013). ”Taiteilijat: Erkki Vesanto”. Teoksessa *Suomalaisen taidelasin kultakausi*. EU.
- Laurén, Uta (2013). ”Tehtaat: Riihimäen Lasi Oy 1910–1990”. Teoksessa *Suomalaisen taidelasin kultakausi*. EU.
- Laurén, Uta & Koivisto, Kaisa (2013). ”Lasinvalmistussanastoa”. Teoksessa *Suomalaisen taidelasin kultakausi*. EU.
- Luhtala, Johanna (2006). ”Muotoilijaluonnehdinnat”. Teoksessa *Suomalaisen lasin juhlaa - Iittala 125*. Helsinki.
- Löfberg, Aimo (1981). *Lasi- ja posliinityöväen liitto 1906–1981: 75-vuotisjulkaisu*. Helsinki.
- Nurmi, Virpi (1989). *Lasinvalmistajat ja lasinvalmistus Suomessa 1900-luvun alkupuolella*. Kansatieteellinen arkisto 36. Rauma.
- Nyholm, Inkeri (1989). ”50 vuotta kristallin kimmellystä”. Teoksessa *100 vuotta Karhulan lasia. Lasitutkimuksia - Glass research V*. Suomen lasimuseon tutkimusjulkaisu. Vammala.
- Nyholm, Inkeri (1989). ”Lasimuotoilun vaihteita Karhulassa”. Teoksessa *100 vuotta Karhulan lasia. Lasitutkimuksia - Glass research V*. Suomen lasimuseon tutkimusjulkaisu. Vammala.
- Nyholm, Inkeri (1989). ”Göran Hongell 1902–1973”. Julkaisussa *100 vuotta Karhulan lasia. Lasitutkimuksia - Glass research V*. Suomen lasimuseon tutkimusjulkaisu. Vammala.
- Rose, Gillian (2003). *Visual methodologies. An introduction to the interpretation of visual materials*. 4. painos. Trowbridge, Iso-Britannia.
- Saarinen, Juhani (2002). *Kymistä Kotkaan, osa II: Kaupungin kehitys teollisuuden kasvusta tietoyhteiskunnan aikaan*. Porvoo.
- Saarikangas, Kirsi (2002). *Asunnon muodonmuutoksia - Puhtauden estetiikka ja sukupuoli modernissa arkkitehtuurissa*. Suomalaisen kirjallisuuden seuran toimituksia 860. Helsinki.
- Seppä, Anita (2012). *Kuvien tulkinta*. Tampere.
- Sparke, Penny (1987). *Design in Context*. Lontoo.

Teollisuustaitteen Liitto Ornamon internetsivut. ”Ornamon tarina”. <https://www.ornamo.fi/fi/mita-temme/ornamon-tarina/>, viitattu 30.11.2016.

Turunen, Arja (2014). ”Naistenlehdet Suomessa 1880-luvulta 1930-luvulle”. *Lehdessä Media & Viestintä*. 37/2014.

Vihma, Susann (2008). ”Mitä on muotoilu”. Teoksessa *Suomalainen muotoilu - Käsiyöstä muotoiluun*. Porvoo.

Painetut aikalaislähteet

Aalto, Alvar (1935). ”Rationalismi ja ihminen”. Julkaisussa *Alvar Aalto - Luonnoksia*. Alvar Aalto - säätiön julkaisusarja 1. Helsinki 1971.

Aalto, Alvar (1930). ”Pienasunto?” Julkaisussa *Pienasunto – Pienasuntojen rationalisoimisosaston julkaisu taideteollisuusnäyttelyssä 1930*. Suomalaisen kirjallisuuden seuran kirjapaino.

Blomstedt, P. E. (1930). ”Vanha ja uusi taideteollisuus”. Julkaisussa *Pienasunto – Pienasuntojen rationalisoimisosaston julkaisu taideteollisuusnäyttelyssä 1930*. Suomalaisen kirjallisuuden seuran kirjapaino.

Blomstedt, Rafael (1927). ”Suomen taideteollisuus ja koristetaiteilijain liitto Ornamo”. Julkaisussa *Koristetaiteilijain Liitto Ornamo, 1. Vuosikirja*. Porvoo.

Domus - Aikakauslehti sisustustaidetta, taideteollisuutta, maalaus- ja kuvanveistotaidetta varten. Vuosikerrat 1930–1933.

Gullichsen, Maire (1947). ”Teollisuutemme ja käyttöesineet”. Julkaisussa *Maire Gullichsen - Kuvataide, taideteollisuus, arkkitehtuuri*. Porin taidemuseon julkaisu nro 47. Kukkila 2000. Artikkelit on julkaistu alun perin aikakauslehdessä *Taide* 5-6/1947.

Hahl, Nils-Gustav (1935). ”Taide - Teollisuus”. Julkaisussa *Koristetaiteilijain Liitto Ornamo, 7. Vuosikirja*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Kirjapaino Oy.

Koristetaiteilijain liitto Ornamon vuosikirjat I-XII. 1927–1945.

Kotiliesi. Vuosikerrat 1930–1939.

Paaer, Germund (1931). ”Vår gamla och nyare glasindustri”. Aikakauslehdessä *Domus - Tidskrift för inredningskonst konstindustri, måleri och skulptur*. Nro 10/1931. Helsinki.

Strengell, Gustaf (1931). "Henry Ericssons konstglas". Aikakauslehdessä *Domus - Tidskrift för inredningskonst konstindustri, måleri och skulptur*. Nro 10/1931. Helsinki.

Strengell, Gustaf (1933). *Miten sisustan kotini kotimaisin esinein?* Porvoo.

Tapiovaara, Ilmari (1945). "Hyötytaide ja teollisuus - Tuotantokriisiajan kysymyksiä". Julkaisussa *Koristetaiteilijain Liitto Ornamo, 12. Vuosikirja*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Kirjapaino Oy.

Kuvastot

Illustrerad katalog Karhula Glasbruk. 1891. Näköispainos. Riihimäki 1989.

Karhula Osakeyhtiö Glasbrukets, Hushållsglas Priskurant A, 1904 tai 1907. Kuvaston painovuodesta on ristiriitaista tietoa.

Karhula-Iittala, Kuvasto/Katalog P. 1922. Näköispainos. Hämeenlinna 1981.

Karhula-Iittala, Lisäkuvasto/Tilläggs katalog, Kuvasto/Katalog P, 1927

Karhula Osakeyhtiö. Kuvasto P. 1929. Helsinki 1929.

Karhula-Iittala lasitehtaat, Painettua talouslasia, 1938

Painamattomat lähteet

Akkola, Jenni (2007). *Kauneutta arkeen – 1950-luvun suomalaisen käyttölasin diskurssit*. Pro gradu -tutkielma. Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos. Turun yliopisto.

Niemistö, Noora. Iittalan lasimuseo. Sähköpostikeskustelu 22.10.2016.

Kallio, Eeva-Liisa (1988). *Suomalainen lasimuotoilu 1960-luvulla – Tarkastelun kohteena Nuutajärven, Iittalan ja Riihimäen lasitehtaiden tuotanto*. Pro gradu -tutkielma. Taidehistoria. Helsingin yliopisto.

Kaunisharju, Kirsi (1999). *Ikuinen idealisti - Nils-Gustav Hahlin taidekäsityksestä*. Pro gradu -tutkielma. Taidehistorian laitos. Jyväskylän yliopisto.

Koivisto, Kaisa. Intendentti, Suomen lasimuseo. Sähköpostikeskustelu 5.4.2016.

Koivisto, Kaisa (1988). *Suomen lasiteollisuuden koneellistuminen*. Pro gradu -tutkielma. Historian laitos. Helsingin yliopisto.

Rassa, Carita (2003). *Lasin rosainen aikakausi – Iittalan lasitehtaan tuotantouudistukset, koneellistuminen ja markkinointi 1965-1975*. Pro gradu -tutkielma. Taiteiden ja kulttuurin tutkimuksen laitos. Jyväskylän yliopisto.

Räsänen, Johanna (2007). *Mystisestä valonsäteestä leijuviin laseihin – Iittalan mainosvalokuvat 1950-1970 -luvuilla*. Pro gradu -tutkielma. Taiteiden ja kulttuurin tutkimuksen laitos. Jyväskylän yliopisto.

Saarinen, Marko (2015). *Viisi suomalaista taidelasitehdasta – Taiteen merkitys suomalaisen lasiteollisuuden historiassa*. Pro gradu -tutkielma. Historian laitos. Tampereen yliopisto.

Vesanto, Erkki. ”Designlasin kehitys Suomessa”. Esitelmän käsikirjoitus 17.11.1980. Iittalan lasimuseon arkisto. Designmuseon arkisto.

Kuvalähteet

Kotiliesi-lehdet	19/1931
	9-11,18/1937
	6-7/1939

Kuvat tekijän ottamia, ellei toisin mainita.

LIITTEET

Liite 1/1

Kuvien koodauksen muuttujatekijätaulukot.

MAININKI	Kotiliesi 10/37	Kotiliesi 17/37	Kotiliesi 19/37	Kotiliesi 17 ja 19/38
mainoksen koko	½ sivu	½ sivu	½ sivu	½ sivu
tekstin ja kuvan suhde	n. 50/50, tekstiä hieman enemmän	50/50	n. 50/50, tekstiä hieman enemmän	50/50
astioita määrittävä kuvailu	yksinkertaista tyylikkyyttä, kauniita, huokeita, uurremalli: sileä ulkopinta ja loivasti aaltoileva sisäpinta, eri kokoisia, värit: kirkas, savunväri, rioruskea	uutuus, yksinkertaisen tyylikäs, monipuoliseen käyttöön, huokeahintainen, kaunis, lasistoon kuuluu useita eri kokoja	tyylikkää, tarpeen, huokeahintaisia, aaltomaisin uurtein koristettu, erikokoisia	Maininki: tyylikkää, hienon näköisiä, huokeita, merivihreä, hennonvihreä, kirkas, lasistoon kuuluu eri kokoja Silko: sileä, siro, värillinen, kirkas
mitä astioita on kuvassa	kuva sama kuin 17/37, eri kokoisia kulhoja 3 kpl, eri kokoisia lautasia 4 kpl, 2 sokerikko, 1 kermakko	eri kokoisia kulhoja 3 kpl, eri kokoisia lautasia 4 kpl, 2 sokerikko, 1 kermakko	maljakko, sokerikko/pieni kulho, kermakko, kulho, jalallinen lautanen, lautanen, keraaminen kahvikuppi ja	maljakko, sokerikko/pieni kulho, kermakko, kulho, jalallinen lautanen, lautanen

			asetti, lusikka	
astioiden sijoittelu: ulkotila/sisätila	ei määritelty, miellelyhtymä pöydästä sisätilassa, voimakas studiovalo, joka korostaa astioiden pintakuviointia	ei määritelty, miellelyhtymä pöydästä sisätilassa, voimakas studiovalo, joka korostaa astioiden pintakuviointia	kuva on sama kuin mainoksissa 17 ja 19/30, kuvasta tulee miellelyhtymä sisätilaan: voimakas studiomainen valo, pimeä tausta	ei määritelty onko sisä- vai ulkotila, pöydällä, jolle lankeaa ”aurinkomainen” valo: kuvan tausta on vaalea, samassa kuvassa 19/37 tunnelma on tumman taustan vuoksi studiomainen
rekvisiitta	hedelmät, kukat, leivokset, maito, pöytä, pöytäliina/kangasalusta	ei rekvisiittaa	kukkia maljakossa, sokerikko/kulhossa jotain tunnistamatonta (tuskin sokeria), kermaa kermakossa, omenoita isossa kulhossa, leivoksia jalallisella lautasella, pöydällä pöytäliina	kukkia maljakossa, sokerikko/kulhossa jotain tunnistamatonta (tuskin sokeria), kermaa kermakossa, omenoita isossa kulhossa, leivoksia jalallisella lautasella, pöydällä pöytäliina

henkilöitä kuvassa	ei henkilöitä	ei henkilöitä	ei henkilöitä	ei henkilöitä
onko kohdennettu mainos	ei ole	ei ole	emäntien makuun	ei ole
muuta				mainostaa myös Silko-lasistoa

SILKO	Kotiliesi 9/37	Kotiliesi 18/37	Kotiliesi 20/38
mainoksen koko	koko sivu	½ sivu	koko sivu
tekstin ja kuvan suhde	90/10, kuva pääosassa	50/50	60/40, tekstiä enemmän
astioita määrittävä kuvailu	tyylipuhdasta käyttölaseja	siroja, huokeita, yksinkertaisia, aistikkaita, mainio laatu, sileys ja kirkkaus, värit: kirkas, rioruskea, savunväri	aistikas, huokea, siro, huolettomia (koska huokeita), kirkkaita ja värillisiä, uusin väri merenvihreä
mitä astioita kuvassa on	kahden mallisia lautasia	maljakko, 2 erikokoista kulhoa, 2 lautasta	erikokoisia kulhoja 4 kpl, lautasia 4 kpl, jalallisia lautasia 2 kpl, 1 jalallinen kulho (kuva on rajattu suuremmasta niin että osa astioita jää kuvan ulkopuolelle)
astioiden sijoittelu:	ei määritellä, studiomainen	mielleyhtymä sisätilasta	vaikutelma sisätilasta, studiomainen

ulkotila/sisätila	sisätila	(studiomainen)	
rekvisiitta	astioilla kangas- tms. alusta	kuten Maininki 17, 19/37, kukkia maljakossa, omenoita kulhossa ja lautasella, pöydällä liina	ei ole
henkilöitä kuvassa	ei ole	ei ole	piirretty nainen, jolla käsissään ruokatarjotin
onko kohdennettu mainos	ei ole	ei ole	päästävät emännät monesta kattauspulasta
muuta	ei varsinaisesti mainosta Silkoa, vaikka kaikki lautaset ovat sitä mallia		maininta myös Maininki-sarjasta, alalaidassa pieni Mikki Hiiri ja Aku Ankka -hammaslasien mainos

SÄDE	Kotiliesi 5/39	Kotiliesi 6/39	Kotiliesi 20/39
mainoksen koko	koko sivu	koko sivu	koko sivu
tekstin ja kuvan suhde	40/60, enemmän kuvaa	50/50	50/50
astioita määrittävä kuvailu	entisaikojen tuntu, kodikas, tuttu, muodikas (soveltuu uusasialliseen kotiin), hinnaltaan sopiva	entisajan tyyli, upouusi, kodikkuus, siro, huokea, uusasiallisuuden kannattajankin hyväksymä	suosittu, huokea, viehättävä, siro, kaunis, kullankellervä, kullankeltainen, vaalean kullankeltainen, kirkas, sileä,

			erikokoisia
mitä astioita kuvassa on	erikokoisia kulhoja 4 kpl, lautasia 4 kpl, jalallisia maljoja 2 kpl, 1 sokerikko, 1 kermakko	jalallinen malja ja lautanen, naisella kädessä piirretty kulho	sama kuva kuin 5/39 (vähän muokattu), erikokoisia kulhoja 4 kpl, lautasia 3 kpl, 1 jalallinen malja, 1 sokerikko, 1 kermakko
astioiden sijoittelu: sisätila/ulkotila	vaikutelma sisätilasta, studiomainen	vaikutelma sisätilasta	vaikutelma sisätilasta, studiomainen, mutta vasempaan ylänurkkaan on valkoinen alue, kuin aurinko, josta lähtee piirretyt nuolet (säteitä?)
rekvisiitta	ei ole, toisessa kuvassa hedelmiä jalallisessa maljassa ja lautasella	sama kuva kuin 5/39 pikku kuva, hedelmiä jalallisessa maljassa ja lautasella	ei ole
henkilöitä kuvassa	ei ole	1800-luvun tyylinen nainen	ei ole
onko kohdennettu mainos	saavuttaa varmaan emäntien suosion	uusasiallisuuden kannattaja, säästäväinen emäntä, kodin varustajat	emännät
muuta	astiaston nimeä ei vielä ole, vain mallinumero		mainostaa myös Maininkia, oikeassa yläkulmassa viittaus 1940 olympialaisiin

YHTEISMAINOKSET	Kotiliesi 18/38	Kotiliesi 7/39
mainoksen koko	koko sivu	koko sivu
tekstin ja kuvan suhde	40-60, kuvaa enemmän	40-60, kuvaa enemmän
astioita määrittävä kuvailu	Silko: sileä, yksinkertainen, tyylikuhdas Maininki: aaltoileva Molemmat: kaunis, taiteelliseen kattaukseen, huokeita	Silko, Maininki, Säde: sirot, huokeat Säde: uutuus
mitä astioita kuvassa on	Silko: 2 erikokoista kulhoa, 1 lautanen Maininki: 3 erikokoista kulhoa, 2 lautasta, 1 sokerikko, 1 kermakko (kaikki astiat eivät näy kokonaan)	Säde: kuten kuva 20/39, 1 jalallinen malja, 3 erikokoista lautasta, 3 erikokoista kulhoa, 1 kermakko Maininki: näyttää Bölgeblickiltä, ei Mainingilta Silko: 1 jalallinen lautanen, 1 kannu, 1 juomalasi, 2 erikokoista kulhoa, 2 erikokoista lautasta, samaa kuvaa ei ole ollut muissa Silko- mainoksissa
astioiden sijoittelu: sisätila/ulkotila	molemmissa kuvissa vaikutelma studiomaisesta sisätilasta	kaikissa vaikutelma studiomaisesta sisätilasta
rekvisiitta	Silko: pöytäliina, kulhossa hedelmiä Maininki: ei rekvisiittaa	ei ole

henkilöitä kuvassa	ei ole	ei ole
onko kohdennettu mainos	emännille, Onko teidän astiakaappinne ajan tasalla?	”teille”
muuta	korostaa yhtenäisen käyttölasiston välttämättömyyttä ja vertaa sitä posliiniastiastoon	korostaa yhtenäisen käyttölasiston välttämättömyyttä