

# Kulutuksen ihanteet 1920–1970-lukujen sisustusoppaissa – askeettinen hedonismi ja privatisoituva ydinperhe<sup>1</sup>

*Jaakko Autio ja Minna Autio*

Artikkelissa tarkastellaan orastavaa hedonismin läpimurtoa, rationalisointumista sekä yksilöityvää ydinperhettä suomalaisen kulutusyhteiskunnan muutoksen näkökulmasta. Tutkimusaineistona käytetään vuosien 1923 ja 1972 välisenä aikana julkaistuja sisustusoppaita. Niiden kautta välittyvä näkemys laajemmasta kulutuskulttuuristen ihanteiden muutoksesta ja murroksesta. Suomalainen kätketty nautinto avautuu sisustusoppaista askeettisena hedonismina, jossa näyttäisivät yhdistyvän nautinnon ja puritaanisouden parhaimmat ominaisuudet: toiminnallisuus, viihtyisyys ja kauneus. Näihin ominaisuuksiin yhdistyy myös vahva ydinperheen ympärille rakentuva privatisoituminen, jonka merkkejä ovat persoonallisuuden täyttämä oma tila sekä vapautuminen työn ja ulkomaailman paineesta. Muutos ei ollut yksiselitteinen jatkumo vanhasta uuteen tai yhteisöllisestä yksilölliseen vaan pikemminkin jännitteinen ja ristiriitainen kenttä, joka ravisteli myös sukupuolten ja sukupolvien rooleja.

Älyllinen vapaus riippuu aineellisista seikoista [...] Naisilla ei niin ollen ole ollut penninkään vertaa mahdollisuutta kirjoittaa runoutta. Sen vuoksi olen korostanut niin paljon rahaa ja omaa huonetta.

*Virginia Woolf (1929/1990, 40)*

---

1 Kiitämme Riitta Matilaista, Visa Heinosta, Kaisa Huttusta, Annamari Vänskää ja anonyymiä vertaisarvioijaa hyödyllisistä kommentista artikkelin käsikirjoitukseen. Lisäksi erityinen kiitos rohkaisevista kommentista Minna Lammille ja Riitta Matilaiselle Kulutus-tutkimuksen Seura ry:n syysseminaarissa 17.11.2008. Jaakko Autio on kirjoittanut artikkelin Jenny ja Antti Wihurin rahaston apurahalla.

Virginia Woolfin teos *Oma huone* nostaa esiin kaksi kulutusyhteiskunnan keskeistä piirrettä: oman, yksityisen tilan sekä rahan merkityksen ja taloudellisen riippumattomuuden. Lontoolaisen Woolfin ajatus naisen omasta tilasta nousee esiin myös suomalaisen arkkitehti Salme Setälän samana vuonna 1929 julkaistusta *Miten sisustan asuntoni* -kirjasta. Setäläkin korostaa niin kaupunkilaisen porvariskodin työssäkäyvän naisen kuin kotirouvankin – ja miehen – itsenäisyyttä, rauhaa ja yksityistä lepoa. Puolisoiden erilliset makuuhuoneet, joissa oli mahdollisuus myös työskennellä rauhassa, olivat hänen mielestään onnellisuuden tae (mt., 119–120). Kotia rakennettiin vapauden ja levon tyyssijaksi – kodissa asuvien ihmisten viihtyisäksi linnakkeeksi. Sisustaminen ja kodin muuttuva tyyli eivät olleet itsestään selvyyksiä kasvavalle kaupunkiväestölle, vaan niihin tarvittiin opastusta ja valistusta.

Kodin vastapainona kaupungin valot ja muut modernin elämänmuodon houkutukset kutsuivat vapaa-ajan viettoon. Simmel (1896/2006, 60–62) kuvaakin rahan ja nykyajan liittoa jännityksen, odotuksen ja helittämättömän haluamisen ilmapiirinä, jossa onnen tunne karkaa sitä tavoiteltaessa yhä kauemmaksi. Mielihyvän ja nautintojen etsimistä pidetään yhtenä keskeisimmistä modernin kulutusyhteiskunnan syntyyn vaikuttaneista tekijöistä. Colin Campbellin (1987) mukaan perinteen, fyysistä nautintoa hakevan kulutuksen tilalle syntyi vähitellen uudenlaista, tunteiden ja unelmoinnin kautta välittyvää mielihyvän kokemista. Uutuuksien sekä uusien käytäntöjen ja toimintatapojen tuottaminen ovat merkittävä osa kulutusyhteiskunnan rakentumisen prosessia. Tämän modernin hedonismin aktiiviseksi toimijaksi nousi nainen, jolla oli keskeinen rooli massakulutuksen nousussa. (McNeil 1994, 639, 649; Sparke 2004, 31; Sarantola-Weiss 2003, 38). Naisen rooli oli tärkeä myös kodin, asumisen ja viihtyisyyden rakentajana ja ylläpitäjänä (Edwards 2005, 166; vrt. Setälä 1929).

Mielihyvän tavoitteluun liittyy kuitenkin kuluttajan paradoksaalinen kyvyttömyys nautintojensa ja päiväuniensa täydelliseen toteuttamiseen. Myös talonpoikainen (askeettinen) kulutuseetos (Heinonen 1998) tai rationaalinen, kansallinen romantismi (Garvey 2003, 249), jossa on keskeistä valistuksen ideologia ja puritanismi, ovat estäneet nautintojen juurtumisen pohjoismaiseen kulutuskulttuuriin (Sørensen & Stråth

1997; Sarantola-Weiss 2003). Nautintojen täydellinen itsesääteily ei voi myöskään toteutua kuin ideologisella tasolla, sillä kuluttaja sortuu helposti myös perinteisen hedonismin kesyttömään mässäilyn ja juopottelun nautintoon (Ilmonen 2007, 103–106). Nautinnot näyttäisivät kätkeytyvän suomalaisessa kulutuskerronnassa itsekontrollin ja säästäväisyyden kansallisen ideologian taakse (Huttunen & Autio 2009, Huttunen & Lammi 2009).

Rationalisoiminen liitetään kulutusyhteiskunnan analyysissä masakulutuksen synnyttämän massatuotannon nopeaan kasvuun. Kansainvälisesti rationalisointi ajoitetaan jopa 1600- ja 1700-luvuille, jolloin eliitti ja kasvava ylempi kansankerros muutti kulutustaan tiedostavammaksi (Sassatelli 2007, 22). Suomalainen rationaalisuuden ideologia ajoittuu maailmansotien välisen ajan modernismin ja sitä ilmentävän funktionalismin ihanteisiin, joissa näkyvät uudenlaiset kulutuksen hyveet ja tarpeet (esim. Sarantola-Weiss 2003, 102). Funktionalismin aate-  
mailmaan liittyy kolme keskeistä modernin merkkiä: tarkoituksenmukaisuus eli funktio, tekninen kehitys, joka mahdollisti massatuotannon, sekä tasa-arvo, jota heijastivat muiden muassa yleisempi yhteiskunnallinen demokratisoituminen, sukupuolten muuttuvat roolit ja kulutusmahdollisuuksien leviäminen.

Funktionalistisen muotoilun ja rationalisoinnin ihanteiden kohtaaminen ei ollut yksiselitteinen: esimerkiksi kampauspöydän pyöreän peilin tarkoituksenmukainen muoto ei ollut rationalisoidun tuotantoprosessin mukainen (vrt. Koivisto 2002, 81). Kodin piirissä rationalisointi liittyi pääasiassa työtapojen kehittämiseen (Heinonen 1998, 30) ja toisaalta terveyden ja puhtauden diskursiiviseen korostamiseen (Setälä 1929; Saarikangas 2002). Kodin sisustamisessa uusi, rationaalinen ajattelu näkyi käsin tehtyjen, raskaiden ja kalliiden tuotteiden kritiikkinä ja uusasiallisuuden esiinmarssina (mm. Strengell 1933, 62; Sarantola-Weiss 1995, 90; Kuusi 2009, 136).

Yhteiskunnan, työn ja kodin rationalisoitumiseen liittyi vähitellen ihannekuva yksilöityvästä ydinperheestä (Ollila 1993), jossa koti on vapauden ja kulissittoman arjen ja juhlan tyyssija. Yksityisyyden sfäärin muotoutumiseen vaikutti kotitalousideologia, joka vahvasti käsitystä modernista kaupunkikotitaloudesta, uudesta ydinperheestä, jonka toi-

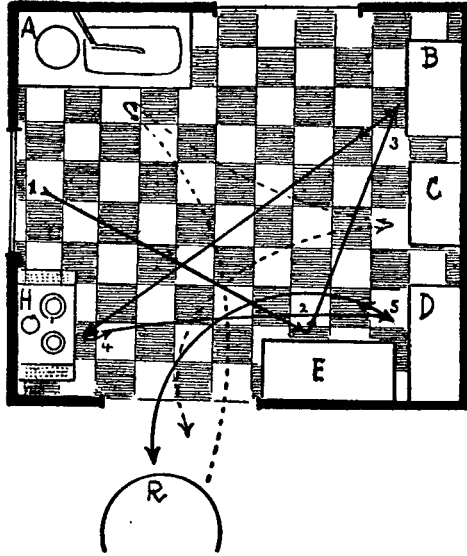
minnot, perhesuhteet ja -roolit erottuivat aikaisemmasta talonpoikaisen eetoksen mukaisesta kotitaloudesta (esim. Heinonen 2007, 172). Semanttinen muutos kodista asunnoksi, hyödykkeeksi, tapahtui vähitellen. Jo 1930-luvulla huomattiin erilaisten kaupunkikotien tarve, sillä perheasuntojen rinnalle kaivattiin lisää vaikkapa poikamiesbokseja tai itsenäiselle naiselle sopivia huoneistoja. Perhe ei siis ollut enää ainut asuntopuunnittelun yksikkö (Funkis... 1979, 84).

Tarkastelemme artikkelissamme suomalaisen kulutusyhteiskunnan muutoksen kolmea kehityskulkua: modernin hedonismien orastavaa läpimurtoa, järkiperaistämistä sekä kasvavaa yksityisen tilan haltuunottoa arkielämässä, erityisesti kodin sfäärissä. Tutkimusaineistona käyttämämme sisustusoppaat 1920-luvulta 1970-luvulle ovat rakentaneet omalta osaltaan kodin ja kulutuksen muutoksen ideaaleja ja välittäneet lukijoilleen käsitystä siitä, millainen heidän yksityisen ympäristönsä tulisi olla. Oppaissa kerrottiin oikeasta, ”hyvän maun” mukaisesta sisustuksesta, tyyleistä ja kodin fyysisen olemuksen vaikutuksesta hyvinvointiin ja henkiseen tasapainoon. Analysoimme oppaiden kautta hedonismien, rationalismien ja privatisoitumisen jännitteistä ja ristiriitaista kenttää, emmekä suoranaisesti kohdistaa katsettamme sisustuksen tyyliin ja muotivirtauksiin.

## Tutkimusaineisto ja lähestymistapa

Kulutusyhteiskunnan muutosta käsittelevässä suomalaisessa tutkimuksessa on käytetty aineistoina toistaiseksi vain vähän sisustusoppaita (kuitenkin esim. Saarikangas 2002, Sarantola-Weiss 2003, Heinänen 2006), jotka kuitenkin kuvaavat vallitsevia käsityksiä kodin asemasta ja odotuksia tuon aseman muuttumisesta. Kansainvälisessä tutkimuksessa sisustusoppaat ja -lehdet ovat olleet kiinnostuksen kohteena jo pidempään (Aynsley & Berry 2005). Niiden kautta on haettu vastauksia kulutusyhteiskunnan kehityksen ja hyvän maun kysymyksiin. Erityisen huomion kohteena on ollut naisen asema ja merkitys kulutusyhteiskunnan muotoutumisessa ja kulutuksen ”työnjaossa” (mm. McNeil 1994; Teasley 2005; Hackney 2006). Katseen suuntaaminen naisiin nousee tutkimus-

**Kuva 26. Järjetön kalustamistapa. — keittäjän tie: 1 ruokavarasto, 2 varastokaappi, 3 ruoanvalmistuspaikka, 4 liesi, 5 tarjollepanopaikka, ja sieltä ruokasallin. - - - - - astioiden tie. A astianpesupöytä, B ruoanvalmistuspöytä, C astiakaappi, D tarjollepanopaikka, E ruokakaappi, H liesi, R ruokapöytä.**



Amerikkalainen kodin rationalisointi tuli Suomeen Saksan kautta. Oheinen kuva löytyy sekä Salme Setälän Keittiön sisustus -oppaasta (1931, 31) että Erna Meyerin Der neue Haushalt -teoksesta (1928), ks. Bullock 1988, 182.

aineistosta, jossa naisen rooli kodin hengen rakentajana ja kotitalouden sisustajana on keskeinen suhteessa itseensä, mieheensä ja perheeseensä (vrt. Sarantola-Weiss 2003, 148).

Minna Sarantola-Weiss on väitöskirjassaan Sohvaryhmän läpimurto (2003) käyttänyt sisustusoppaita taustana tutkimuksensa pääteemalle, kulutuskulttuurin tunkeutumiselle suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-luvuilla. Tässä tutkimuksessa pyrimme oppaiden kautta hahmottamaan laajempaa kulutuskulttuurista muutosta – tai muuttumattomuutta – 1900-luvun kuluessa. Käytämme tutkimuksessamme vuosien 1923 ja 1972 välillä julkaistuja kaupunkikoteihin suunnattuja sisustusoppaita, jotka painottuvat 1920–30-lukujen vaihteeseen ja 1950-lukuun. Täydennämme aineistoa myös Kaunis koti -lehdessä julkaistuilla artikkeleilla.

Oppaiden kirjoittajat olivat joko arkkitehteja (mm. Gustaf Strengell, Salme Setälä, Carl Malmsten, Irmeli Visanti) tai aktiivisia sisustuskysymysten harrastajia (Ulla ja Jorma Mäenpää). Ulkomaiset vaikutteet olivat voimakkaita. Esimerkiksi Salme Setälän Keittiön sisustus -kirjassa vuodelta 1931 kuvitusta on lainattu suoraan mm. saksalaisista alan kirjoista, kuten Erna Meyerin *Der neue Haushalt*ista (Setälä 1931, 31; katso Bullock 1988, 182), tai naapurimaamme Ruotsin tuon ajan tunnetuimmasta keittiösisustusoppaasta *Husmoderns Bok om Kök och Köksinredningar* vuodelta 1927 (esim. Setälä 1931, 126; *Husmoderns... 1927*, 66). Ulkomaisten oppaiden kautta välittyivät Suomeen myös tuon ajan amerikkalaiset ihanteet, kuten kodin rationalisointi. Näiden vaikutteiden soveltaminen suomalaisen kodin tarpeisiin on kotimaisten oppaiden merkittävä ansio. Modernin kulutuskulttuurin kannalta Salme Setälä puukeem. keittiöoppaan esipuheessa muutoksen kiihkeään rytmin oivallisesti: ”Tämäntapaisen kirjan suuri ansio on siinä, että se vanhenee nopeasti.” (Setälä 1931, 7).

Aineistoon on valittu pääsääntöisesti kaikki Suomessa kirjoitetut tai suomalaiseen kotiin sovitettut ja käännetyt (*Perustamme kodin* 1964) sisustusoppaat 1920-luvulta 1970-luvun alkuun. Koska tarkastelussa ovat kaupunkikodit, mukaan ei ole otettu maaseutuasumiseen liittyviä sisustusoppaita tai sisustusohjeita antavia teoksia, kuten Emännän tietokirja. Sisustaminen ei ollut sotavuosina ja sotaa seuranneina pulavuosina ajankohtaista. Niinpä noina vuosina sisustuksesta kiinnostuneet saivat turvautua esimerkiksi *Kotiliesi*-lehden tarjoamaan valistukseen. Ensimmäinen suomalainen sisustuslehti *Kaunis koti* alkoi täyttää kasvavan keskiluokkaisen kaupunkiväestön sisustusohjeiden pulaa vuodesta 1948 lähtien.

Analysoimme aineistoa historiallisen kulttuurintutkimuksen näkökulmasta (Johnson ym. 2004, 126–127), jossa yhteiskunnan muutoksen puhetta tarkastellaan sensitiivisesti suhteessa ajalliseen kontekstiin. Ymmärrämme ilmiöt ja käsitteet, kuten naiseus tai nautinto, historiallisesti rakentuneina ja muuntuvin (*Moisander & Valtonen* 2006, 8–9). Tämä ajallisesti sensitiivinen aineistonluenta tarkoittaa, että nainen/naiseus näyttäytyy aineistoissamme lähes täysin erillisenä, kodin piiriä hallitsevana kategoriana suhteessa mieheen. Kuitenkin sosiaali-

sen sukupuolen ja toimijuuden vahvistuminen on luettavissa erityisesti 1950-luvulta lähtien, jolloin naisen rooli vahvistuu niin kodin miehissä tehtävissä kuin kodin ulkopuolisessa työelämässä. Näin käsitys naiseudesta muuttuu.

Oppaat tulkitsevat ja rakentavat aikakautensa kulttuurisesti jaettu merkityksiä. Niistä voi lukea laajempaa yhteiskunnallista kulutuspuhetta: kuvauksia kulutusyhteiskunnan muotoutumisesta, muutoksen merkeistä sekä ihannetiloista (vrt. Lammi & Timonen 2008). Tutkimuskohteena ovat eri aikakausina vallinneet ja historiallisesti rakentuneet kodin, sukupuolen ja uuden ideaalit suhteessa kulutuksen muutokseen. Jälkimmäisellä viittaamme siis johdannossa esiteltujen kolmen lähestymistavan jaotteluun ja vuoropuheluun.

### **Modernin hedonismien orastava läpimurto – city lights, jazz & kaupan leipä**

Suomalainen yhteiskunta oli itsenäistymisen jälkeen voimakkaassa muutoksessa. Vaikean poliittisen tilanteen varjossa myös koti, kulutus ja arkipäivän kulttuuri muuttuivat. Tähän kehitykseen liitetään usein käsite modernin murros. Sen ajoittaminen ja käsitteen sisältö eivät ole yksiselitteisiä, mutta modernin käsite antaa tilaa tarkastella uutta suhteessa johonkin toiseen, entiseen. Vaikka rationalismi nousi vallitsevaksi ideologiaksi tuotannossa ja tuotannon johtamisessa (vrt. Kettunen 2002, Fellman 2000) ja myös kotitalouden toiminnallisissa ammatillistumisessa (Heinonen 1998), nautintojen toteuttamiselle ja niistä unelmoinnille löytyy tilaa ja vähitellen myös aikaa.

Kaupunkien kasvaville väestömassoille suunnatut modernit palvelut ja kaupunkien sähköistyvä viihdekulttuuri olivat Miten sisustan asuntoni -opasta (1929) kirjoittavan Salme Setälän esittämässä tuokiokuvassa houkutusia, joita peilattiin maaseudun staattisuuteen. Agraarisen yhteisön pysähtyneisyys ei kuitenkaan ollut pelkästään negatiivista, vaan sen hyveet, kuten valaiseva aurinko ja talonpoikaiskotien tilavuus näkyvät Setälässä orastavana "rousseaulaisena" kaipuuna – ennen kuin kaupungistuminen oli edes kunnolla toteutunut.

... ja siellä on elämän suola: elävät kuvat ja teatterit, kahvilat ja ravintolat kutsuvat pimeinä ikävinä iltoina kirkkailla, häikäisevillä valoleikeillään, sinisillä, punaisilla, keltaisilla – sillä aikaa kun hiljaisella maaseudulla kalpea kuu ja tähtien vaatimaton tuike eivät lupaa musiikin eivätkä tanssin rytmiä ja radiokin tuntuu perin elottomalta elähdyttäjältä ... (Setälä 1929, 16)

Tavalliselle kaupunkityöläiselle ja keskiluokalle nautinnot olivat kuitenkin vain pintaa, jonka vastakohtana olivat huonot asuinolot (Hjelt 1912, 38–39; Saarikangas 2002, 134), meteli ja Amerikasta tullut meluisa jazz. Setälä jatkaa:

Silloin ei tarvitse pelätä joutuvansa vuokrakasarmiin, jossa ylhäällä soitetaan jazzia, alhaalla rimputellaan sormiharjoituksia, sivulla haukkuu bernhardilainen koira, portaissa vastaa foxterrieri, ulkopuolella törähtävät autot, vinkuvat raitiovaunun pyörät, pörisevät busset – juuri silloin kun erikoisesti kaipaisit hiljaista työrauhaa tai äänetöntä lepoa päivän työstä rasittuneille hermoillesi. (Setälä 1929, 16–17)

Työn – ja toisaalta vapaa-ajan – merkitys uudessa kaupunki- ja kulutus-kulttuurissa näkyy Setälän tulkinnoissa kiinnostavasti: meluisa jazz liittyy työväenluokkaiseen kulttuuriin, ja kaupungin melu rakentuu modernin teknologian uudelleenlaisen äänimaiseman ja rotukoirien räksytyksen tuomaksi ongelmaksi mielenrauhalle ja levolle. Tarkemmin Setälän tekstiä analysoitaessa voi tosin huomata, että tekstiä ei välttämättä ole mietitty aivan loppuun asti tai sillä onkin haluttu luoda utopiaa uudesta yhteiskunnasta, jossa vuokrakasarmien työväelläkin on varaa sellaisiin demokratisoituvan kulutusyhteiskunnan uutuuksiin kuin rotukoirat ja soittimet.

Toisaalta tasa-arvoistuminen ei koskenut kaikkia. Maaseudun Setälä näki mahdollisuutena niille, joilla oli vapaus valita, siis niille, joilla oli varaa liikkua. Liikennepalvelujen, kuten junien, raitiovaunujen, linja- ja yksityisautoilunkin, kehittyminen teki kuitenkin mahdolliseksi valita asuinpaikka kaupungin laitamilta. Ahtaan, valottoman kadun huone-

hyteistä oli siis vähävaraisemmankin mahdollista hankkiutua terveempään ympäristöön (Setälä 1929, 19).

Yllä olevassa sitaatissa kaupunkikoti tuotetaan levon ja virkistävyyden paikkana – vastapainona palkkatyöyhteiskunnan rasituksille. Työ ja koti olivat erottautuneet eri sfääreihin, minkä seurauksena kodin merkitys nautintojen tyyssijana näyttää muodostuvan keskeiseksi. Suomalaisen kulutusyhteiskunnan nautinnon kulttuuri on saanut jalansijan juuri kodin lämmössä, ei niinkään julkisessa tilassa (Sarantola-Weiss 2003, vrt. Valtonen 2004). Kotielämän sujuvuutta edistettiin siirtymällä peruselintarvikkeissakin kaupallisiin tuotteisiin, kun kerrostalon pihalla ei ollutkaan enää tilaa omalle lypsylehmälle tai ihrasta hytkyvälle porsaalle. Pienissä työväen vuokra-asunnoissa ei välttämättä ollut edes paistomahdollisuutta (Sipponen 2005, 166). Elintarvikkeet olivat tuona aikana suurin kulutuksen kohde. Niihin kului vielä 1920-luvulla yli puolet perheen käytettävissä olevista tuloista (ks. Toivonen 2008, 350–354). Myös unelma omasta puutarhasta tai viljelypalstasta oli varmasti monen haaveissa (Lammi & Timonen 2008, vrt. Setälä 1929, 17–19). Setälä kuvaa ruokakauppojen houkuttelevaa käytännöllisyyttä Keittiön sisustus -kirjassa:

... Nykyään ostetaan mahdollisimman paljon valmista. Kuka valaa kynttilöitä? Paneeko joku olutta kotona tai valmistetaanko teillä näkkileipää? ... Leikkelyliikkeiden kiiluvien ikkunain takaa katselemme sillipurkkeja, säilykkeitä, juustoja ja makkaratuotteita. Kaikkea saa valmiina, kaikkea ostetaan enemmän tai vähemmän valmiina. Kenneläkään ei ole aikaa eikä halua itse alustaa hapanleipäaikinaa, kun jokaisen leipäkaupan hyllyt notkuvat houkuttelevien happamien limppujen alla. (Setälä 1931, 10)

Protestanttinen itsetekemisen velvoittava eetos alkoi murtua maailmansotien välisenä aikana kaupallisen, kaupungistuneen palvelutarjonnan myötä (Sipponen 2005, 166, Sillanpää 2002, 74–77; Hentilä 1999, 220–238, Heinonen 2007, 179, vrt. kuitenkin Lepistö 1994, 137–148). Yllä oleva kuvaus siitä, miten leivätkin kuvaavat – keskellä syvää lamaa kirjoitetussa oppaassa – yltäkyläisyyttä, heijastaa monin tavoin uudenlaisten nau-

tintojen mahdollisuutta: jopa elintarvikkeita saattoi näyteikkunaostella, mihin toisaalta saattoi vaikuttaa juuri tuo syvä, monia työväenluokkaisia kosketanut lama.

Osansa modernin kodin nautinnollisuudesta ja rationalisoinnista saa myös porvariskodin palveluskunta. Salme Setälän Keittiön sisustus-kirjassa kannetaan huolta siitä, että keittiö on sijoitettu siten, että keittiön melu ja ruoankäry ei tunkeudu muualle huoneistoon. Setälän toinen huolenaihe oli asunnon pohjaratkaisun järjestäminen niin, että palvelijan ei tarvitse kävellä ”... 1,200 km – siis suunnilleen Helsingistä Sodankylään ... sanomattakin on selvää, mikä voimantuhlaus edellisestä ajattelemattomasti järjestetystä pohjamuodostelusta johtuu.” (Setälä 1931, 30–31). Vanha talonpoikainen raadanta oli siis kulkenut tiensä päähän. Kenenkään ei Setälän mukaan tullut asua sellaisessa huoneistossa, jossa oli ”järjetön” – siis epärationaalinen – pohjaratkaisu. Samoin kodin pitkiin välimatkoihin ”hukattu” aika nähtiin vaihtoehtona virkistymiselle raittiissa ilmassa, ei siis palvelemissa työn tehokkuutta kuten tänä päivänä.

Modernin hedonismin nautinnot näyttäytyvät sotien välisen ajan sisustusoppaissa ihannekuvinä, vaikkakin ne rakentuvat osittain epätodellisiin ja utopistisiin käsityksiin modernin voittokulusta. Toisaalta ihannoituihin näkemyksiin suhtaudutaan myös kriittisesti: kulutusyh-teiskunnan houkutuksilla on toinenkin puoli. Kodin sisäinen maailma oli kaupungistumisen edetessä vahvassa muutoksessa, kun maaseudun lukitsemattomista ovista siirryttiin kaupunkihuoneistojen anonyymiin, suljettuun piiriin. Samaan tapaan myös julkisesta tilasta muovautui anonyymi, kun kaupunkien ihmiset siirtyivät kohti kaupungin valoja, kahviloita ja teattereita (vrt. Slater 1997, 12–15).

## Rationaalista hedonismia?

Industrialismi, jonka yllä pitäjinä ovat yksinomaan mekaaniset ja taloudelliset voimat, on hävittänyt sen inhimillisesti lämpimän leiman, joka oli ominainen muinaisten aikojen käsi- ja kotiteollisuuden muovailemille kodeille ja niiden esineille. Vanhan, jalon viljelyn tun-

Jazz ja muu tanssimusiikki saivat aikaan gramfonikuumeen, joka toi myös kotien sisustukseen oman leimansa. Kuvassa Werner Westin Stockmannille suunnittelema gramfonilevykaappi teräsputkesta ja selluloosavärillä maalatusta kivistä. Lähde: Strengell 1933, 99.



nelma puuttuu kokonaan – muutamia poikkeuksia lukuunottamatta – uudenaikaisesta joukkotuotannosta, jonka puoleen suurimman osan ihmisiä täytyy kääntyä ostaessaan kodin erilaisia tarve-esineitä. Halpahintainen köyhyys, tyhjänpäiväinen koreus on tunnusomaista useimmille näistä tuotteista. (Malmsten 1926, 191)

Itsetekemisen eetoksesta irrottautuminen ei ollut helppoa. Lainaus on vuonna 1924 alkujaan ruotsiksi ilmestyneen sisustusoppaan *Skönhet och trevnad i hemmet* suomennetusta versiosta *Kaunis koti*, jonka kirjoittaja ruotsalainen Carl Malmsten oli itse sisustusarkkitehti ja huonekalumuotoilija sekä vankka funktionalismin kriitikko ja traditionalistisen suunnittelun kannattaja. Malmstenin teolliseen tuotantoon ja kaupungistumiseen liittämät uhat kohdistuivat vapaa-ajan piiriin: rutiininomainen, yksitoikkoinen tehdastyö veltostuttaa ja ajaa kohti ”passivista nautintoa” sekä huvituksia, jotka tuovat vain haluttomuutta ja tyhjyyttä (mt., 17–18). Vaihtoehtona kirjoittaja esittää aktiivisen nautinnon lähteenä kamppailua elämän eri tehtävien kanssa erityisesti kodin piirissä, mihin kuului ankara kuri ja kodin sisäinen yhteishenki (mt., 21). Kulutusyhteiskunnan nopea leviäminen edellytti kuitenkin väistämättä massatuotantoa, jota Malmsten kritisoi kuvailemalla sitä halpahintaisen köy-

hyiden tuottamaksi koreiluksi. Gustaf Strengell sen sijaan innostui juuri huokean sarjatuotannon eduista esitellessään kotimaisten huonekaluvalmistajien uutuustuotteita vuonna 1933 julkaistussa *Miten sisustan kotini kotimaisin esinein?*:

Sarjahuonekalujen saavuttama menestys perustuu lähinnä siihen taloudelliseen seikkaan, että valmistuksen suurteollisuutena, kun valmistetaan vain muutamia harvoja esinetyyppejä, jotka jokainen on erikseen tutkittu mitä tarkimmin pienimpiä yksityiskohtia myöten, täytyy ehdottomasti johtaa taloudellisesti edullisempaan ja, kuten kokemus on osoittanut, samalla suurin piirtein myös muodon puolesta parempiin tuloksiin kuin mitä saavutetaan valmistettaessa kokonaisa kalustoja pienessä mitassa. (Strengell 1933, 62)

Tayloristinen mallistojen yksinkertaistaminen ja valmistuksen järjeistäminen olivat kulutusyhteiskunnan nousun edellytys. Suurtuotanto edellytti myös laadukkaita ja teollisiin valmistusprosesseihin soveltuvia ja muotoiltuja tuotteita, joilla oli myös massakäynnän edellyttämä ”funktio”, jonka merkitystä Strengell kuvaa (mt., 37–38):

Tavoitteksemme tulee siis uusasiallinen, funktionalistinen muoto; täyttämällä minkään estämättä, mahdollisen vaivattomasti eri tapauksissa erilaiset tehtävänsä – ’funktionensa’ – esineet herättävät meissä tunteita, jotka tajuamme esteettisenä, toisin sanoen, välittävät meille kauneuden vaikutelmia.

Toisen maailmansodan jälkeen funktionalismin aatteellinen idealismi arkipäiväistyi, kun massatuotanto, erityisesti funktien ”karvalakkiveriot” tulivat osaksi tavallisia työläiskotejakin. Ideologia vaihtui tyyliksi (Funkis... 1979, B3).

Kotien rationalisointi ei ollut pelkästään teollisuuden tai insinöörien intressi. Vahvoja kuluttajuuteen ja kotitalouteen vaikuttaneita voimia olivat erilaiset valistusjärjestöt, kuten Martat, maanviljelysseurojen parissa virinnyt nais- ja kotitaloustoiminta, Työtehoseura sekä suomalaiset osuuskauppaliikkeet, jotka korostivat rationaalisuuden ja säästäväisyy-

den ideologiaa. Valistusjärjestöjen toiminta saattaa vaikuttaa ristiriitaiselta suhteessa lisääntyviin kulutusmahdollisuuksiin ja kaupallistumiseen. Valistustoiminnalla pyrittiin kuitenkin vaikuttamaan myös kaupallisten tuotteiden hyvien ominaisuuksien tunnistamiseen ja kodin toimintojen kannalta tarpeellisten uutuusien käyttöönottoon (vrt. Lammi 2006, 128–129, 142–145). Kasvava kaupallisuus ja järkiperäinen ostopäätösten tekeminen kulkivat siis käsi kädessä (myös Perustamme kodin 1964, 16–18). Tämä nautinnon ja niukkuuden liitto näyttää muodostavan suomalaiselle kulutusyhteiskunnalle ominaisen askeettisuutta ihannoivan hedonismin. Kaunis koti -lehti kysyi vuonna 1952 lukijoiltaan, millainen heidän mielestään on kaunis koti. Kirjallisuuden professori Lauri Viljanen tiivistä askeettisen hedonismin ajatuksen: ”Oikea koti on ... kompromissi käytännön ja kauneusvaatimusten välillä.” (Kaunis koti 1/1952, 6)

Sisustusoppaissa kodin toimintojen järjeistäminen näkyy esimerkiksi käytännöllisten astioiden esittelyinä, kotien pohjapiirustuksina, valokuvina huonoista vs. hyvistä ratkaisuista tai vaikkapa värikarttoina ja niiden käytön opastamisena. Ulla ja Jorma Mäenpään Tyylikirjassa (1957) opastetaan myös tunnistamaan erilaisia historiallisia tyyliuuntia faaraoiden ajasta funktionalismiin. Kirjoittajat suostuttelevat lukijaa hyväksymään modernin käytännöllisyyden, ”jonka tarkoituksena on luoda tarkoituksenmukaista elintilaa ihmiselle, ei rihkaman keräämistä hänen ympärilleen.” (mt., 222) Sisustamisen rationaalisuuden kautta kirjoittajat vapauttavat lukijan – siis kuluttajan – toteuttamaan omia harrastuksiinsa ja mielihalujaan tilassa:

... mahdollisimman yksinkertaisten, tarkoituksenmukaisten standardiesineiden avulla, voimme päästää esiin persoonallisuutemme. Nyt meillä onkin siihen aivan toiset edellytykset kuin ennen: emme ole tuhlanneet mahdollisuuksiamme toisarvoisiin ratkaisuihin. Saatamme harrastaa taidetta, kirjallisuutta, musiikkia, filosofiaa, postimerkkeilyä, vanhoja rahoja, kiinalaista posliinia, australialaisia aseita – vieraskutsuja, vapaapainia, puusepäntöitä, kankaankudontaa – mitä ikinä haluamme, intensiivisemmin kuin ennen, koska meillä on enemmän tilaa, enemmän aikaa ja enemmän varoja niihin. (Mäenpää & Mäenpää 1957, 224)

Modernin kotitilan viihtyisyydeksi kirjoittajat tarjoavat esimerkiksi taidelasin ja taiteen hankkimista:

... Tarvitsemme funktionalistista, tarkoituksenmukaista ja samalla kaunista, persoonatonta teollista muotoilua ja sen rinnalle yksilöllisiä esineitä. ... Tarvitsemme kipeästi koteihimme myöskin taidetta – maalaustaidetta, kuvanveistoa. ... Kaikkeen tähän meillä on mahdollisuuksia ... mutta ei ennen kuin meillä on funktionalistinen koti, josta radikaalisti on karsittu pois kaikki tarpeeton rihkama, hyödytön monimuotoisuus ja kuviteltu yksilöllisyys. (mt., 234–235)

Mäenpäiden teoksessa kiteytyy rationalismin ja hedonismin kamppailuva liitto. Heidän tulkinnassaan hedonistisen tilan saavuttamiseksi kuluttajan täytyi omaksua järkevä, funktionaalinen ja funktionalistinen ajattelu. Tutkiessaan 1960- ja 1970-luvun kodin sisustuksen teemoja Minna Sarantola-Weiss (2003, 37–39) nostaa esiin askeesin ja hedonismin yhteisyyden ja erillisyyden merkityksiä suomalaisessa kulutuskulttuurissa. Hänen tulkinnassaan askeettisuus nousee kaikki yhteiskuntaluokat läpäiseväksi näkökulmaksi kulutukseen, vaikkakin ylempien luokkien erottautuminen keskiluokasta tapahtuu ”kalliin askeettisuuden” nimissä.

Tulkintamme mukaan askeettinen hedonismi näyttää ennemmin yhdistävän nautinnon ja puritaanisuuden parhaimmat ominaisuudet kuin pitävän niitä erillään. Askeettisuus nostaa pikemminkin esiin toiminnallisuuden ja viihtyisyyden, muodon ja kauneuden, kuin puhtaan rationaalisuuden. Ehkäpä Sarantola-Weissin ajatteluun on vaikuttanut ”muodon räjähtäminen” 1960- ja 1970-luvulla, jolloin muhkeiden sohvaryhmien ”askeettisuus” oli sallittua keskiluokallekin. Tuolloin Suomi oli jo demokratisoitunut yhteiskunta, kuten Sarantola-Weiss tuo esiin. Kun tarkastelukulmana on aika 1920-luvulta 1950-luvulle, sisustusoppaissa korostuu eliitin ja ylempien keskiluokan maku, jossa askeettisuus näytetään toisin. Tämä hyvä, askeettinen maku haluttiin kuitenkin välittää kaikille kansanosille (vrt. Kuusi 2009, 157–159).

## Yksilöityvä ydinperhe ja sukupuolten muuttuvat paikat

Kritiikki elitistisiä vaikutteita kohtaan heijastuu vahvasti 1950-luvun alun oppaista. Varmasti mennyt sota-aika, puute ja suurten ikäluokkien täyttämät lastenhuoneet vaikuttivat siihen, että oppaissa puhuteltiin tavallisia perheitä ja pyrittiin käytännöllisin keinoin ottamaan irti kaikki hyöty niukoista resursseista. Tiukka taloudellinen tilanne vaikutti myös perheen privatisoitumiseen, sillä ahdas koti ei välttämättä toivottanut vieraita tervetulleiksi – ei ollut varaa salonkeihin. Ulla ja Jorma Mäenpään kirja *Joka kodin sisustusopas* (1953) ei ohjaa kodinrakentajaa bourdieulaiseen distinktion, vaan vahvistaa ”tavallisen virtasen” identiteettiä. Neljä vuotta myöhemmin kirjoittamassaan *Kodinsisustajan tyylikirjassa* (1957) Mäenpää kuitenkin palaavat funktionalistisen distinktion ihanteisiin korostamalla tilan roolia sekä taideteollisuuden ja taiteen merkitystä tilan tunnelman luomisessa. Alla olevassa sitaatissa tiivistyy Mäenpäiden näkemys ydinperheen ja sen jäsenten tarpeiden ensisijaisuudesta ja tärkeydestä (myös Edwards 2005, 149):

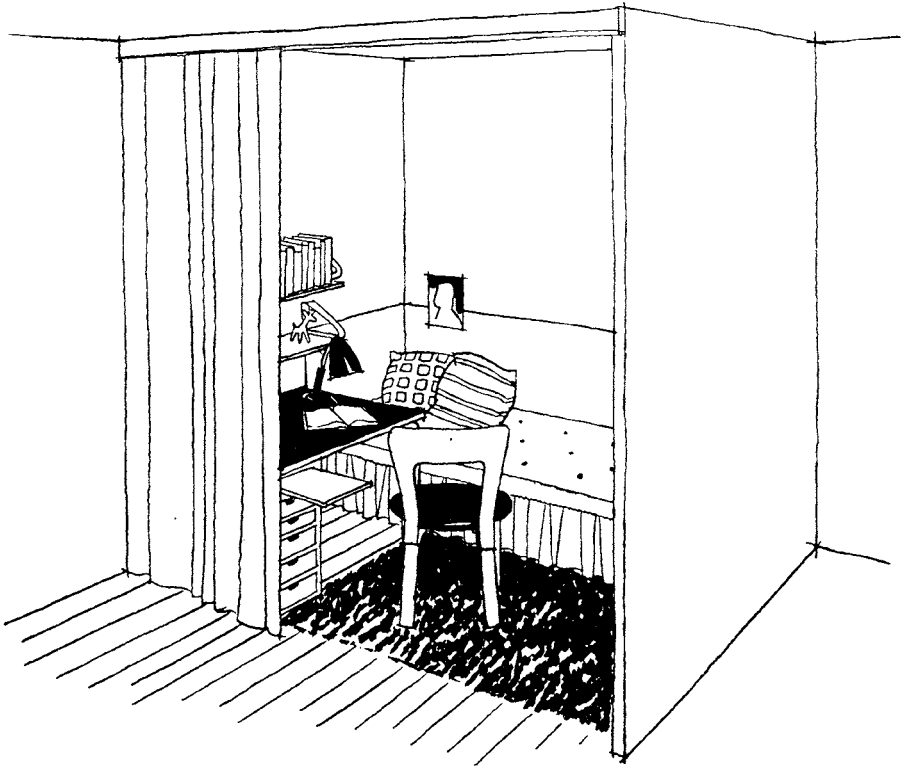
Asu niinkuin elät ... Jos vieraat ovat elämäsi pääsisältö, sisusta toki heitä varten. Jos asemasi välttämättä vaatii sinua ylläpitämään salonkia, rakenna ihmeessä kotiisi tämä salonki. Jos sitävastoin olet tavallinen järvinen omine tapoinesi ja harrastuksinesi – ja perheinesi, jonka jokaisella jäsenellä on omat tapansa ja harrastuksensa – niin unohda silloin jokiset ja virtaset ja heidän viisaat mielipiteensä barokkityylisestä seurustelunurkkauksesta ja kristallikruunujen kau-neusarvoista. Tärkeätä on vain perheesi ja sinä itse, mitä te tarvitsette, mitä toivotte – ja miten nämä vaatimukset ja toivomukset ovat toteutettavissa teidän laillanne ja teidän olosuhteissanne. (Mäenpää & Mäenpää 1953, 21)

Samansuuntainen puhe jatkuu myös Birgitta Tikkasen toimittamassa *Yhtyneiden kuvalehtien Kodin neuvokit -sarjassa* julkaistussa *Kätevässä sisustajassa* (1957):

Emme tarvitse kulisseeja jokapäiväisen elämämme kehyksiksi. Elämä ei ole teatteria eikä kodin sisustaminen lavastustaidetta. Se, jolla on kaikesta huolimatta kodin sisustamisesta tällaiset käsitykset, tekee viisaasti valitessaan kulissit, jotka sopivat juuri hänen rooliinsa. Tavallinen perheenäiti ei ole mikään kamelianainen. Röyhelöt ja silkit eivät pysy siisteinä hänen makuuhuoneessaan kahtakaan viikkoa. Hänen kaksimetrinen liikeapulaismiehensä ei myöskään ole salonkileijona, joka haluaisi viettää kaikki vapaahetkensä rokokootuolilla istuen. ... Älä tee jokapäiväistä elämäsi hankalammaksi kuin se jo on. Älä kuitenkaan sulje silmiäsi kauneudeltakaan. ... Mutta eriskummallisuus kyllästyttää. (Tikkanen 1957, 7)

Kaupunkilaisen ydinperheen kotiin ei siis tarjottu turhaa luksusta vaan askeettisen funktionalismin hengessä pitäydyttiin arkipäiväisessä kauneuden ja viihtyisyyden ideaalissa sekä korostettiin tavallisuutta – eriskummallisuuden vastakohtana. Tikkanen korostaa kuitenkin valinnan mahdollisuutta: jos sisustuskuluttaja ihailee tyylihuonekalujen prameutta, silkkiä ja pitsiä, niin hänellä on oikeus toteuttaa myös näitä mielihalujaan. Toisaalla hän tuo esiin, kuinka isoäitikin joi kahvikupposensa kurinalaisen suoraselkäisesti epämukavassa tuolissa lähinnä korsettilluiden varassa (mt. 69). Miksi eri roolien mukainen sisustaminen kuitenkin saa oikeutuksen? Ehkä kirjoittaja haluaa tarjota sosiaalisen nousun väylän ja tuon distinktiivisen käytöksen mahdollisuuden. Kätevässä sisustajassa eräänlaiseksi vaihtoehdoksi olohuoneelle tarjottiin aktiivista ”perhehuonetta”, hobbyhuonetta, joka vastasi maatalouden toiminnallista tupaa – ei kuitenkaan askarteluhuonetta (mt., 76–80, vrt. Mäenpää & Mäenpää 1953, 170–176). Tällaisen monitoimihuoneen voi katsoa tarjoavan vaihtoehdon, jossa moderni, privatisoitunut ydinperhe saattoi olla yhdessä yksinkin. Todellisuudessa Tikkasen perhehuone ei yleistynyt, sillä jo muutaman vuoden päästä televisio (vrt. mt., 73) valloitti suomalaiset olohuoneet ja vangitsi perheenjäsenet – ja vieraatkin – äärelleen.

Samanaikaisesti ydinperheen privatisoitumiskehityksen kanssa tapahtui muutoksia yhteiskunnan työnjaossa ja sukupuolirooleissa. Kotitalouksien kulutus siirtyi kiihtyvää vauhtia markkinaehtoiseksi, kun perheenäidit siirtyivät kotiäidin roolista työelämäänsä. Kysymys työn ja



**Murrosikäisen oma kevyesti toteutettu nurkkaus pienessä kodissa antaa tilaa yksityisyydelle.** Lähde: Mäenpää & Mäenpää 1953, 185.

perheen yhteensovittamisesta nousi esiin, kun naiset siirtyivät palkkatyöpäivän jälkeen ”iltavuoroon” keittiöön. Suuri osa kotitalouden infrastruktuurin paranemisesta liittyikin ruuanlaittoon ja -säilytykseen sekä kodin hygieniaan, mikä osaltaan vahvisti naisten asemaa myös yksityisessä sfäärissä. Kaupunkikodeissa ei pääsääntöisesti ollut lainkaan miehistä sfääriä, lukuun ottamatta omakoti- ja rivitalojen kellareita tai autotalleja. Joka kodin sisustusoppaassa otetaankin kantaa tähän muuttuneen tilan luomaan, sukupuolittuneeseen uusavuttomuuteen:

Mutta – – – tässäpä tulemmekin erääseen aikamme tyypilliseen ilmiöön: miehellä ei ole juuri mitään työkaluja! Kaikista vastalauseista huolimatta elämme kai todennäköisesti jonkinlaista naisväen valtakautta: perheenmännällä on mitä moninaisemmat koneensa ja kojeensa ja propagandan voimalla yritetään saada mieskin hänen avukseen keittiöön, mutta – miehen työkalut kodeissamme supistuvat useimmissa tapauksissa vasaraan ja hohtimiin. Kuitenkin saa höyläpenkin ja muutamat välttämättömimmät työkalut pölynimurin hinnalla, vähemmälläkin ehkä ... (Mäenpää & Mäenpää 1953, 14)

Miehelle jäi jäljelle – ilman sukupuoliroolien sekoittamista tai vaihtamista – vain kodin ulkopuolinen työelämä, harrastukset, leikkiminen lasten kanssa ja tietysti suomalaisen miehen rakkain paikka, sohva (vrt. Kortteinen 1982, 149–155). Mäenpää kysyvätkin (mt., 14): ”Mies, missä olet?” Samassa he nostavat esiin yhteiskunnallisen aikalaiskeskustelun miehen osallistumisesta kotitalouden perusaskareisiin ja rohkaisevat pitämään yllä taitoja ”ettei miehinen mies sentään missään tapauksessa saisi tuntea itseään avuttomaksi vasaraan ja hohtimiin tarttuesaansa”. Yleensä sisustusoppaat tukivat tätä miehisyiden tuntomerkkien ja taitojen ylläpitämistä korostamalla itsetekemisen merkitystä ja palkitsevuuutta. Toisaalta Mäenpää (mt., 176) pohtivat myös sitä, että höyläpenkkiä ei tarvita, jos isällä yksinkertaisesti on peukalo keskellä kämmentä, kaikki lapset ovat tyttäriä ja jos kenelläkään ei ole innostusta tai aikaa puuhasteluun sen äärellä. Sukupuoliroolit ovat kuitenkin 1950-luvun tyyliin vielä kovin perinteisiä: pojat ovat aktiivisia kädentaitojen toteuttajia, kun taas tytöt viihtyvät nukkeleikkien parissa (mt., 183).

Lasten ja nuorten asema oli kuitenkin muutoksessa. Realiteetit hyväksyen lapsen privatisoituminen ja oman huoneen korostaminen rajoittuu pitkälti puheeseen omasta sängystä, työpöydästä, kaapista ja kirjahyllystä. Jo Salme Setälä (1929, 121–123) esittää, että perheen tytöillä ja pojilla tulisi olla erilliset huoneet, ja vasta nuoruusiässä mahdollisuuksien mukaan täysin omat huoneet. Oma huone tarjoaa työskentelyrauhan ja pitää nuoret pois kadulta kuljeksimasta. Setälä korostaa samalla – ehkä hiukan yllättäen – sitä, että myös vanhemmilla tulisi olla erilliset makuuhuoneet ja oma rauha. Hän perustelee ratkaisua porvarisper-

heen rouvan ja herran kodin ulkopuolisen ja kotitöiden eriytymisen vaatimalla levon tarpeella (mt., 119–120).

Siirryttäessä 1950-luvulle oppaissa puhutaan jo murrosikäisistä ja heidän tarpeestaan omaan soppeen (Tikkanen 1957, 24–25, myös Kotiliesi 20/1950, 684–685). Myös Visannin Sisustamme kerrostaloasunnon (1972, 14) puhuu teini-ikäisistä. Hän ei erottele millään tavoin nuorten sukupuolta, vaan korostaa sitä, että nuorten huoneet täytyy sijoittaa mahdollisimman lähelle ulko-ovea, että he voivat kulkea vapaasti ja tuoda kavereitaan kotiin muiden häiriintymättä. Vapautuminen vanhempien valvonnasta tunnustetaan siis 1970-luvulle tultaessa. Ydinperheen rikkumaton yhteisyys alkoi murtua ja suuntaus kohti yksilön omia tarpeita ja haluja vahvistuu.

Privatisoituminen oli kaupungistumisen myötä luonnollista. Jo Setälän 1920-luvulla pohtima kaupungin kiireisyys, houkutukset ja tietysti työelämän vaativuus tekivät kodista rauhoittumisen ja levon paikan. Julkiset, talonpoikaisen mallin mukaiset yhteisölliset toiminnot ja tilat muuntautuvat 1920-luvulta 1970-luvulle tultaessa yksilöllisyyden ja yksityisyyden läpäisemäksi kaupungistuneeksi, anonyymiksi (Edwards 2005, 152) kulutusyhteiskunnaksi. Muutos ei ollut mutkaton – mies ei ollut enää yksiselitteisesti perheenpää eikä naisen paikka ollut vain keittiössä. Visanti tiivistää kodin muuttuneen merkityksen levon kautta:

Jokaisella pitäisi häiriintymätöntä lepoa varten olla oma huoneensa. Tämä on tarkoituksenmukaisen perheasunnon tärkein tunnusmerkki. Tästä yleisenä poikkeuksena on vanhempien nukkuminen samassa huoneessa. ... Aikuisten makuuhuonetta käytetään usein miten vain iltaisin, joten sen sijoittaminen pohjoispuolelle käy hyvin päinsä. (Visanti 1972, 11–12)

Woolfilainen – tai ehkäpä setäläläinen – ajatus omasta huoneesta kerkaantuu siis myös Visannin (1972) tekstiotteessa. Ajatus omasta huoneesta on 1970-luvun jälkeen tullut entistä realistisemmaksi, kun perheiden keskikoko on pienentynyt samanaikaisesti asuntojen keskikoon kasvaessa. Myös kodin tavaramaailman privatisoituminen on edennyt kiihtyvässä tahdissa: omassa huoneessa on oma televisio, taskussa oma

puhelin ja olohuoneen stereot ovat vaihtuneet iPodiksi, joka soittaa juuri sitä musiikkia, jota kukin on siihen itse valinnut. Myös tuo oma huone varustetaan ja sisustetaan täydellisesti yksilön omista tarpeista yksityiseksi, jopa perheen sisäisestä yhteisöstä erilliseksi tilaksi.

## Päätäntö

Olemme tarkastelleet artikkelissamme sisustusoppaiden kautta kulutusyhteiskunnan rakentumista ja muotoutumista 1920-luvulta 1970-luvun alkuun. Alkuvaiheessa muuttuva kaupunkikulttuuri tuntui herättävän kummastusta – niinhän uudella on tapana. Talonpoikainen – niukka, mutta henkisesti runsas – maalaiskulttuuri eli vahvana ensimmäisen sukupolven kaupunkilaisten mielessä. Kaupunkien houkutusia ei kuitenkaan voinut, eikä tarvinnut vastustaa, sillä ne olivat osa kaupunkikoneistoa. Modernit nautinnot näyttäytyivät julkisessa tilassa neonvaloina, musiikkina, elokuvina, tanssipaikkoina, kahviloina ja ravintoloina. Kulutusyhteiskunnan alkuvaiheessa voidaankin nähdä julkisen tilan, siis lähinnä uudenlaisen, kaikille kansanosille suunnatun palvelutarjonnan lisääntymisen keskeisyys. Tavaramaailman houkutusten sijaan elokuvat, ravintolat ja vaikkapa vain kaupungin valojen katseleminen olivat elämysten arvoisia nautintoja (esim. Onnela 1990).

Sisustusoppaiden elitistinen, vähintäänkin keskiluokkainen tapa lähestyä kotia alkoi kyseenalaistaa 1920-luvulla kodin julkista sfääriä. Aikaisemmin kodilla oli selvästi enemmän julkisia merkityksiä, näyttöarvoa. Perhe-elämän yksityisyyden sfääri näkyy jo 1920-luvun oppaissa, mutta niissä arvostetaan ja myös arvostellaan sitä, että koti on tapaaamisen ja vieraidenkin paikka (esim. Setälä 1929, 11). Kaupunkikivitalossa yksityisyys kuitenkin korostui Setälän (1929, 19) sanoin:

Mutta kun vetää oven kiinni ja sulkee varmuusketjun, on tämäkin koti kuin linna, ainakin linnan irvikuva: sinne ei kenelläkään ole tulemista eikä sekaantumista, niin kauan kuin ei sekaannu muiden edesottamuksiin, ja voihan pumpulilla tukkia korvansa, kun naapuri uudelleen aloittaa sen jazzin, jonka seitsemättä tahtia hän ei koskaan voi oppia.

Sisustusoppaiden sanomaa ei voi kuvata yksiselitteisenä jatkumona, kehityksenä jostakin vanhasta kohti jotakin uutta. Yhteistä tutkimusaineistolle näyttää kuitenkin olevan se, että kodista tuli koti vasta, kun siihen liitettiin persoonallisia yksityiskohtia ja siellä elettiin, oltiin ja tehtiin työtä (esim. Setälä 1929, 11; Mäenpää & Mäenpää 1953, 21). Kodin tuli siis olla siellä asuvien ihmisten näköinen. Kulutusyhteiskunnan paineita ja täydellisyyttä vastaan viestitettiin kuitenkin korostamalla kodin sisustuksen rakentamista vähitellen, ei sen pystyttämistä velkarahalla ja osamaksukaupalla (Kaunis koti 4/1956, 7, Perustamme kodin 1964, 16–18).

Nopea kaupungistuminen 1960-luvulla tuo esiin selvän siirtymän kodin merkityksessä niin semanttisesti kuin fyysisenä ympäristönäkin. Varsinaisia sisustusoppaita ei 1960-luvulla julkaistu juuri lainkaan, vaan perheet tarvitsivat ohjeita itse kodin hankintaan. Samalla koti vaihtui semanttisesti asunnoksi, markkinoilta hankittavaksi, ehkäpä persoonattomaksikin hyödykkeeksi. Oppaiden kirjoittamisen suururakoitsijatkin, Mäenpää, päätyivät kirjoittamaan oppaan Perhe etsii asuntoa, mistä voi halutessaan lukea siirtymän kodista kohti standardisoitua (kulutus) yhteiskuntaa. Persoonattoman standardiasunnon muuttaminen kodiksi tapahtui heijastamalla perheen elämäntyyliä ja omaa identiteettiä sisustukseen ja infrastruktuuriin: asiaankuuluvat mukavuudet ja jopa ylimääräinen lyxikin (vrt. Mäenpää & Mäenpää 1962, 13) oli tarpeen ja sallittua.

Myös itsetekemisen eetoksen murtuminen näyttäytyy perustarpeiden siirtymisenä markkinavälitteiseen kulutukseen. Itsetekemisestä irtottautuminen vapautti aikaa lepoon ja helpotti arjen rutiineja. Uudenlaisesta tee-se-itse-ajattelusta tulikin osa yksilön harrastuksia (mm. Edwards 2005, 224), siis toimintaa, joka liitettiin vapaa-aikaan. Aikaa harrastuksiin tuli myös rationaalisesti rakennetun kodin helppohoitaisuudesta: askeettinen hedonisti otti kaiken ilon irti toimivasta kodistaan. Näin oppaat meille puhuvat.

Kulutustutkimuksellinen hedonismin ymmärrys rakentuu yleensä kulutuksen julkisen sfäärin nautintoihin. Tutkijoiden onkin ollut vaikeaa nähdä, missä suomalainen – ehkä jopa pohjoismainen – nautinto on ja millaista se on. Hedonistista kulutusta on pidetty meillä jopa paheellisena. Ehkäpä siksi olemmekin kätkeneet sen kodin seinien sisäpuolelle

tai muilla tavoin kanssaihmisiltämme näkymättömiin. Tätä heijastaa myös näkemyksemme suomalaisesta askeettisesta hedonismista (vrt. Garvey 2003), jossa nautinnon lähteiksi määrittyvät kodinrakentamisen ideaalit: kauneuden ja persoonallisuuden täyttämä oma tila sekä vapaus työstä ja ulkomaailmasta.

#### Aineisto

- STRENGELL, GUSTAV (1923) *Koti taideluomana*. Esitys sisustustaiteen alkuperusteista. Otava. Helsinki
- MALMSTEN, CARL (1926) *Kaunis koti*. Yksinkertaisia sisustusohjeita. Werner Söderström Osakeyhtiö. Porvoo
- SETÄLÄ, SALME (1929) *Miten sisustan asuntoni*. Otava. Helsinki.
- SETÄLÄ, SALME (1931) *Keittiön sisustus*. Otava. Helsinki.
- STRENGELL, GUSTAV (1933) *Miten sisustan kotini kotimaisin esinein*. Werner Söderström Osakeyhtiö. Porvoo
- MÄENPÄÄ, ULLA JA JORMA (1953) *Joka kodin sisustusopas*. Otava. Helsinki
- MÄENPÄÄ, ULLA JA JORMA (1957) *Kodinsisustajan tyylikirja*. Otava. Helsinki
- Kätevä sisustaja* (1957) Toim. Tikkanen B. Yhtyneet kuvalehdet Oy. Helsinki.
- MÄENPÄÄ, ULLA JA JORMA (1962) *Perhe etsii asuntoa*. Otava. Helsinki.
- Perustamme kodin* (1964) Toim. Piila L-M. Tammi. Helsinki
- VISANTI, IRMELI (1972) *Sisustamme kerrostaloasunnon*. Tammi. Helsinki
- Kaunis koti 1/1952*. Millainen on minun mielestäni kaunis koti, s. 6–8.
- Kaunis koti 4/1956*. Pelkäätekö tyhjää tilaa? (pääkirjoitus), s. 7.

#### Lähteet

- AYNSLEY J, BERRY F (2005) Introduction. Publishing the Modern Home. Magazines and the Domestic Interior 1870–1965. *Journal of Design History* 18 (1) 1–5.
- BULLOCK N (1988) First the Kitchen: Then the Facade. *Journal of Design History* 1 (3–4) 177–192.
- CAMPBELL C (1987). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Blackwell. Oxford.
- EDWARDS C (2005) *Turning Houses into Homes: A History of the Retailing and Consumption of Domestic Furnishings*. Ashgate. Aldershot.

- FELLMAN S (2000) *Uppkomsten av en direktörsprofession – Industriledarnas utbildning och karriär i Finland 1900–1975*. Finska Vetenskaps-Societeten. Helsingfors.
- Funkis. *Suomi nykyaikaa etsimässä* (1979) Suomen rakennustaitteen museo. Helsinki.
- GARVEY P (2003) How to Have a “Good Home”: The Practical Aesthetic and Normativity in Norway. *Journal of Design History* 16 (3) 241–251.
- HACKNEY F (2006) “Use Your Hands for Happiness”: Home Craft and Make-do-and-Mend in British Women’s Magazines in the 1920s and 1930s. *Journal of Design History* 19 (1) 23–38.
- HEINONEN V (1998) *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki. Kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Suomen Historiallinen Seura. Helsinki.
- HEINONEN V (2007) Kotitalous mikroskoopin alla. Teoksessa: *Suomalaisen arjen historia. Modernin Suomen synty*. Toim. K Häggman et al., 169–195. Weilin+Göös. Porvoo.
- HEINÄNEN S (2006) *Käsityö – taide – teollisuus: näkemyksiä käsityöstä taideteollisuuteen 1900-luvun alun ammatti- ja aikakauslehdissä*. Jyväskylä studies in humanities 52. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä.
- HENTILÄ M (1999) *Keikkavaaka ja kousikka. Kaupan työ ja tekijät 1800-luvulta itsepalveluaikaan*. Liikealan ammattiliitto. Helsinki.
- HJELT V (1912) *Tutkimus ammattiyöläisten toimeentuloehdoista Suomessa 1908–1909. Keisarillisen Suomen senaatin toimeksiannosta ja teollisuushallituksen ylivalvonnalla*. Työtilasto XIII. Suomen senaatti. Helsinki.
- Husmoderns bok om kök ovh köksinredningar* (1927) Ählén & Åkerlunds Förlag. Stockholm.
- HUTTUNEN K, AUTIO M (2009) Kulutuseetokset ja rahan merkitykset suomalaisten kuluttajien kertomana. Teoksessa: *Rahan kulttuuri*. Toim. M. Ruckenstein, T Kallinen, 248–262. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Helsinki.
- HUTTUNEN K, LAMMI M (2009) Suomalainen säästäväisyys. Säästäväisyyden puhettavat suomalaisissa kuluttajaelämäkerroissa. *Historiallinen aikakauskirja* 104 (1) 84–98.
- ILMONEN K (2007) *Johan on markkinat. Kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Vastapaino. Tampere.
- JOHNSON R, CHAMBERS D, RAGHURAM P, TINCKNELL E (2004) *The Practice of Cultural Studies*. Sage. London.
- KETTUNEN P (2002) Työväenkysymyksestä henkilöstöpolitiikkaan. Teoksessa: *Suuryritys ja sen muodonmuutos. Partekin satavuotinen historia*. Toim. A Kuusterä, 265–380. Partek. Helsinki.
- KOIVISTO K (2002) Designers, Glass makers and Rationalisation. *Scandinavian Journal of Design History* vol. 12, 81–91.
- KORTTEINEN M (1982) *Lähiö. Tutkimus elämäntapojen muutoksesta*. Otava. Keuruu.
- Kotiliesi (1950) *Oma nurkka kullakin*. 20/1950. s. 684–685.
- KUUSI H (2009) Toiveena edullinen, käytännöllinen ja kaunis. Teoksessa: *Suomalainen muotoilu. Esineistä teollisuustuotteiksi*. Toim. S Vihma, 135–163. Weilin+Göös. Porvoo.

- LAMMI M (2006) *Ett' varttuisi Suomenmaa. Suomalaisten kasvattaminen kulutusyhteiskuntaan kotimaisissa lyhytelokuvissa 1920–1969.* (Väitöskirja). Helsingin yliopisto. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Helsinki
- LAMMI M, TIMONEN P (2008) Oman puutarhan mansikoita. Puutarhahanteiden ja asuiskonseptien eriytyminen toisen maailmansodan jälkeen. Teoksessa: *Koti – tehtävistä uusiin ihanteisiin.* Toim. M Lammi, P Timonen, 77–88. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- LEPISTÖ V (1994) *Joko teillä on primuskeitin? Kotitalousteknologian saatavuus ja tarjonta Helsingissä 1800-luvun puolivälistä 1910-luvun lopulle.* Suomen Historiallinen Seura. Helsinki.
- MALMSTEN C (1924) *Skönhet och trevnad i hemmet. Det enkla svenska hemmet.* Söderström. Helsingfors.
- MCNEIL P (1994) Designing Women: Gender, Sexuality and the Interior Decorator c. 1890–1940. *Art History* 17 (4) 631–657.
- MOISANDER J, VALTONEN A (2006) *Qualitative Marketing Research: A Cultural Approach.* Sage. London.
- OLLILA A (1993) *Suomen kotien päivä valkenee...: Marttajärjestö suomalaisessa yhteiskunnassa vuoteen 1939.* Suomen historiallinen seura. Helsinki.
- ONNELA T (1990) *Modernin unelma. Kuvia ja tunnelmia 1920-luvulta.* Otava. Helsinki.
- SAARIKANGAS K (2002) *Asunnon muodonmuutoksia. Puhtauden estetiikka ja sukupuoli modernissa arkkitehtuurissa.* Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Helsinki.
- SARANTOLA-WEISS M (1995) *Kalusteita kaikille. Suomalaisen puusepänteollisuuden historia.* Puusepänteollisuuden liitto. Jyväskylä.
- SARANTOLA-WEISS M (2003) *Sohvaryhmän läpimurto. Kulutuskuultuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa.* Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Helsinki.
- SASATELLI R (2007) *Consumer Culture. History, Theory and Politics.* Sage. Los Angeles.
- SILLANPÄÄ M (2002) *Säännöstelty huvi. Suomalainen ravintola 1900-luvulla.* Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Helsinki.
- SIMMEL G (1896/2006) *Raha (Das Geld in der modernen Kultur).* Teoksessa: *Suurkaupunki ja moderni elämä. Kirjoituksia vuosilta 1895–1917,* 47–68. Gaudeamus. Helsinki.
- SIPPONEN L (2005) *Elannon kahvileipätuotanto. Makeaa ajan virtausten mukaisesti.* Teoksessa: *Kulman takana Elanto!* Toim. M Sarantola-Weiss, I Savolainen, A Finnilä, M Haga, E Kallio, K Lapinleimu-Assman, E Packalén, S Seppälä, L Sipponen, 166–179. Helsingin kaupunginmuseo. Helsinki.
- SLATER D (1997) *Consumer Culture and Modernity.* Polity Press. Cambridge.
- SPARKE P (2004) *An Introduction to Design and Culture 1900 to the Present.* Routledge. London.
- SØRENSEN Ø, STRÅTH B (toim.) (1997) *The Cultural Construction of Norden.* Scandinavian University Press. Oslo.

- TEASLEY S (2005) Home-builder or Home-maker? Reader Presence in Articles on Home-building in Commercial Women's Magazines in 1920s' Japan. *Journal of Design History* 18 (1) 81–97.
- TOIVONEN T (2008) Kulutusyhteiskunnan aamunsarastus Suomessa Kulutustutkimusten valossa 1890–1928. Teoksessa: *Kulutuksen pitkä kaari. Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin*. Toim. K Ahlqvist, A Raijas, A Perrels, J Simpura, L Uuusitalo, 333–356. Palmenia. Helsinki.
- VALTONEN A (2004) *Rethinking free time. A study on boundaries, disorders, and symbolic goods*. (Dissertation). Helsingin kauppakorkeakoulu. (Acta Universitatis oeconomicae Helsingiensis A 236 )
- WOOLF V (1929/1990) *Oma huone*. Kirjayhtymä. Helsinki.