

Naiskauneus kaupunkitilassa

Petri Fills
13.5.2016

Käsitteillä joita käytämme päivittäin on oma historiansa. Ne on ymmärretty eri tavalla historian saatossa. Anu Korhonen on kirjoittanut artikkelin jossa selvitetään sitä miten kauneus ymmärrettiin Lontoossa uuden ajan alussa. Artikkelista käy ilmi miten sukupuolittunut käsite kauneus oli, kun puhe oli ihmisistä. Englanninkielisessä artikkelissaan Korhonen käyttää kauniista kirjoittaessaan sanaa *beautiful*. Kauneuden ilmaisemiseen on niin suomen- kuin englanninkielellä useita sanoja, mutta Korhosen tutkimana sana *beautiful* on luullakseni niistä yleisin ja edelleen taajaan käytössä englanninkielellä.

Tutkimuksen aineistona Korhonen on käyttänyt muun muassa omaelämäkerrallisia aikalaiskirjoituksia, jotka ovat pääasiassa miesten kirjoittamia. Naisten kirjoittamia tekstejä uuden ajan alusta on vähän, joten kauneuden käsite, sikäli kun se teksteissä ilmenee, on miehinen näkökulma. Aineistosta saa kuitenkin hyvän kuvan siitä miten miehet ymmärsivät kauneuden. Kauneus nähtiin ennen kaikkea naisiin liittyvänä ominaisuutena, joka voidaan tulkita siten myös naisten hallitsemaksi resurssiksi, josta miehet halusivat nauttia. Nainen tunnustettiin jo silloin, samoin kuin nytkin, olevan se kauniimpi sukupuoli.

Naisten sosiaalinen asema ei ollut tasavertainen miesten kanssa ja Korhonen ottaa esiin kiinnostavan seikan siitä, miten ajan patriarkaalinen normi vaikutti siihen millaisen merkityksen naiskauneus sai. Naisilla oli siis käytössään resurssi jota miehillä ei ollut, ja siten naisilla oli ohut mahdollisuus vaikuttaa kauneudellaan miehiin sosiaalisessa valtapelissä. Kauneuden voiman tiedostivat sekä miehet että naiset. Miesten kirjoituksista voikin lukea kuinka he olivat tahtomattaan naiskauneuden armoilla kohdatessaan kadulla kauniin naisen. Kaupungistuminen oli uuden ajan alun ilmiö ja kaupunkitila mahdollisti uudenlaisen katsomisen ja katseen kohteena olemisen. Patriarkaalisen normin vallitessa mies oli se jonka oletettiin olevan katsova subjekti, ja miehen näkökulmasta naiselle lankesi katseen kohteena olevan objektin osa.

Artikkelissa käsitellään laajemmin edellä kuvattua subjektin ja objektin asemaa kaupunkitilassa. Objektina nähty nainen ei kuitenkaan ollut passiivinen toimija, ja tämä muodosti seuraavan paradoksin subjektin ja objektin määrittelyssä.

1. Toiminta määrittyy miehestä käsin. Katsova mies on aktiivinen toimija.
2. Toiminta määrittyy naisesta käsin. Nainen kontrolloi miestä kauneudellaan. Nainen on toimija.
3. Molemmat nähdään aktiivisina toimijoina ja katseilla käydään keskustelua katutilassa.

Tässä kohtaa tämän päivän ihminen kysyy, että miksi naiset eivät jo tuolloin sitten juhlineet avoimesti kauneuden antamaa kiistatonta voimaansa suhteessa miehiin. Siitä vain istuva mekko ylle sekä muodikas kampaussuorinta tietä raitille flaneeraamaan. Ajan patriarkaalisen normin mukaan naisella tuli olla jokin toimi hoidettavanaan hänen liikkua kaupungilla. Tyhjäkäynnillä kuljeksimista pidettiin epäilyttävänä, jos kyseessä oli katseen kohteeksi asettuva nainen. Urbaani flanöörin ja dandyn hahmo tulee tunnetuksi vasta myöhemmällä ajalla – ja silloinkin miesten toimesta. Asia oli sikäläkin mutkikas, että naisten keskuudessa kauniiksi laittautuminen katsottiin turhamaisuudeksi ja sitä kautta ylpeilyksi. Siksi tietoinen kaunistautuminen alensi asemaa naisten sosiaalisessa hierarkiassa.

Tässä suhteessa tapahtui kulttuurinen muutos 1800-luvun loppuun tultaessa ja kerron hieman siitä, viitaten Hannu Salmen ja Anna Kortelaisen kirjoituksiin jotka käsittelevät aikaa, jota historian tutkimuksessa kutsutaan termillä *fin de siècle*.

1700-luvulla alkanut teollinen vallankumous oli jo hyvässä vauhdissa 1800-luvulla. Teollisesti pystyttiin tuottamaan suuria määriä kulutustavaroita, jotka olivat kuitenkin verrattain hyvälaatuisia. Tuotannon ylijäämä tunnetusti vilkastuttaa kaupankäyntiä ja massatuotettujen kulutustavaroiden suuri määrä myös muutti muutti kulutuskulttuuria 1800-luvulla. Kun jotain tuotetta on markkinoilla paljon, niin sen myyntihintakin laskee, oli kyseessä sitten kallis ylellisyystavara, tai jokin valmiiksi edullinen tuote. Tämän johdosta yhä useammilla ihmisillä oli mahdollisuus osallistua kuluttamiseen.

Bon Marché oli Ranskan ja koko maailman ensimmäinen tavaratalo, joka täytti modernin tavaratalon tunnusmerkit. Vielä ennen Ranskan vallankumousta eri myyntiartikkeleita tuli myydä toisistaan erillisissä tiloissa ja myynti oli muutenkin kiltalaitoksen säätelemää. Ainoastaan markkinamyymälät ja kiertävät kulkukauppiat saattoivat myydä sekalaista tuotevalikoimaa. Tältä osin 1800-luvulla syntynyt suuri tavaratalo, *le grand magasin*, oli jotain aivan uutta, kun saman katon alla oli myynnissä monia myyntiartikkeleita. (Kortelainen 2005, 21)

1800-luku on siitä kiinnostava että monet silloin syntyneet ilmiöt vaikuttivat toisiinsa samanaikaisesti. Salmi esittelee artikkelinsa alussa 1800-luvun mieskulttuurin ilmiön, dandysmin. Dandyllä ja sen ranskalaisella vastineella flanöörillä, tarkoitettiin keikarimiestä, joka rakensi sosiaalisen identiteettinsä omituisella pukeutumisella ja käytöksellä. Suurkaupunkien nopea väestönkasvu näyttäytyi kaupunkitilassa ihmisten massana ja urbaanin keikarin hahmo piti väkijoukkoon sulautumista esteettisenä kokemuksena. Dandy hakeutui oleskelemaan kaduille,

kahviloihin ja muille julkisille paikoille. Myös pasaasit olivat paikkoja joissa dandyn saattoi nähdä. Pasaasit olivat katettuja kauppakäytäviä, jotka voi nähdä tavaratalojen edeltäjinä, mutta niissä liikkeet olivat toisistaan erillisiä myymälöitä jotka keskittyivät tiettyihin myyntiartikkeleihin.

Kortelainen mainitsee myös erään merkittävän seikan joka 1800-luvulla muutti osaltaan kulutuskulttuuria. Pienissä erikoisliikkeissä tavarat olivat usein tiskin takana ja siten oli pyydettyä myyjää esittelemään kysyttyä tuotetta. Myyntiartikkelit eivät myöskään pääsääntöisesti olleet valmiiksi hinnoiteltuja, sillä hinta oli neuvottelukysymys ja myyjällä oli siten mahdollisuus ilmoittaa eri hinta asiakkaan mukaan. Koska kaupankäynti oli perinteisesti miesten harjoittamaa, edellä kuvattu asetelma oli naisille psykologisesti raskas toimitus. Kaiken lisäksi mainittu kaupankäynnin tapa sisälsi implisiittisen ostovelvoitteen liikkeeseen astujalle. Tavarataloissa vakiintui kuitenkin tapa ilmoittaa tavaroille kiinteä hinta, joka oli kaikkien nähtävillä, samoin kuin tuotteet itsessään. Katselu tuli näin keskeiseen osaan kuluttamista, ja tavaratalot myös rohkaisivat tähän ilmoittamalla markkinoinnissaan ”ei ostopakkoa”. (Kortelainen 2005, 24)

Vielä 1800-luvulla oli vähän julkisia tiloja joihin naisilla oli vapaa pääsy. Tavaratalot olivat kuitenkin alusta saakka paikkoja joissa naisten liikkuminen oli sosiaalisesti hyväksyttyä. Salmen artikkelissaan tiivistämä katseluun ja katseen kohteena olemiseen liittyvä flaneeraus tuli nyt myös naiskulttuuriin tavaratalojen muodossa.

Kirjallisuus:

Kortelainen, Anna 2005.

Päivä naisten paratiisissa

Helsinki: WSOY

Korhonen, Anu 2008.

To See and To Be Seen: Beauty in the Early Modern London Street

Journal of Early Modern History 12 (2008) 335-360

Salmi, Hannu 2002.

Baudelaire tavaratalossa: kaupunkikulttuuri ja kuluttaminen

julkaisussa *Vuosisadan lapset. 1800-luvun kulttuurihistoria.*