

Nuori, kotiäiti ja viehättävä emäntä

Tuotettu nainen Anttilan postimyyntiluetteloissa vuosina 1961–1969



Jenni Lumme
Pro gradu -tutkielma
Kulttuurihistoria
Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos
Humanistinen tiedekunta
Turun yliopisto
Maaliskuu 2020

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos / Humanistinen tiedekunta

LUMME, JENNI: Nuori, kotiäiti ja viehättävä emäntä. Tuotettu nainen Anttilan postimyyntiluetteloissa vuosina 1961–1969

Pro gradu -tutkielma, 70 s., 1 liite

Kulttuurihistoria

Maaliskuu 2020

Tämä tutkielma käsittelee Anttilan postimyyntiluetteloissa tuotettua naista 1960-luvulla. Tuolloin Anttila oli postimyyntialan merkittävin yritys Suomessa. Sen tuottama naiseus levisi luetteloiden suuren levikin ansiosta koko maahan. Luettelot antavat uuden näkökulman 1960-luvun suomalaisen yhteiskunnan naiskuvaan. Keskeinen tutkimuskysymys on: millaista naista Anttila tuotti postimyyntiluetteloissaan vuosina 1961–1969?

Tutkielma on lähdelähtöinen. Metodina luetteloiden analysoinnissa on käytetty lähilukua ja temaattista sisällönanalyysia. Luetteloista on tutkittu naisten pukeutumista mainostavat osiot. Näissä osioissa kuvat olivat visuaalisia esikuvia. Otsikoissa, mainoslauseissa ja tuoteteksteissä sanallistettiin kuvissa esitetyt naisten piirteet ja ominaisuudet.

Tämän lisäksi Anttilan tuottaman naiseuden tulkinnassa on hyödynnetty Georg Simmelin muodin käsitettä. Simmelin mukaan erottautuminen ja jäljittely ovat muodin syntyyn ja keston vaikuttavia vastavoimia. Näiden vastavoimien avulla Anttilan luetteloista on havaittu sekä naisia yhdistäviä että erottavia piirteitä.

Anttila näki 1960-luvun naisen kolmen roolin kautta. Nuoresta neidosta tuli 1960-luvun alkupuolella osa nuorisoa, joka erottautui omaksi ryhmäkseen farkuin ja minimekoin. Nämä muotivaatteet asettivat uusilla muodoillaan haasteita myös vanhempien naisten kehonkuvalle. Nuorekkuus ja hoikkuus määriteltiin koskemaan kaikkia naisia.

Luetteloissa mainostetut hääpuvut kertovat naimisiinmenon suosioista 1960-luvulla. Avioliitosta tuli Anttilan kuvastoissa keskiluokkaisen äitiyden edellytys. Vaikka äitiys oli toivottua, tuli raskausvatsaa peitellä väljillä vaatteilla ja tukiliiveillä. Ehkäisytablettien yleistymisen vaikutti 1960-luvun keskusteluun naisten roolien vapautumisesta, mutta Anttilan luetteloissa kotiäitiys nähtiin naisen loppuelämän toimenä.

Anttilan mukaan kotiäidin tuli olla viehättävä ja sosiaalinen emäntä, jonka kokopäivätyöhön kuului niin kodinhoito kuin vierailuiden emännöinti. Vanhempia ja tukevampia emäntiä nimitettiin luetteloissa rouviksi. Erityisesti näitä rouvia ohjattiin kohti Anttilan hoikkaa ja nuorekasta naisihannetta. Tutkielma osoittaa, että Anttilan postimyyntiluetteloissa vuosina 1961–1969 tuotettu nainen oli vartalostaan huolehtiva nuori, kotiäiti ja viehättävä emäntä.

Asiasanat: 1960-luku, Anttila, postimyynti, tuoteluettelot, naiseus, nuoruus, äitiys, kotiäidit, emännät, muoti, pukeutuminen, kulttuurihistoria.

Sisällysluettelo

1. Johdanto.....	1
1.1. Tuotettu nainen Anttilan postimyyntiluetteloissa	1
1.2. Tutkimuskenttä ja -kirjallisuus	4
1.3. Tutkimuksen metodi, aineisto ja rakenne.....	6
2. Nuorekkuutta yli sukupolvien	11
2.1. Nuori neito vai aikuinen?	11
2.2. Ennakkoluulotonta ja radikaalia nuoruutta	17
2.3. Nuoruus osana jokaisen naisen olemusta	23
3. Ihanteena kotiäitiys.....	28
3.1. Avioliitto perheen perustamisen kulmakivenä	28
3.2. Odotuksen riemua?.....	33
3.3. Kotiäitiyden ja muiden toimien välimaastossa	41
4. Viehättävä perheenemäntä – loppuelämän eleganssia ja käytännöllisyyttä	47
4.1. Perheenemännän toimessa	47
4.2. Rouva, madame vai ihan tavallinen nainen?	52
4.3. Vierailuja ja yllätysvierailuja.....	58
5. Nuori, kotiäiti ja viehättävä emäntä	63
Lähdeluettelo	67
Kuvaluettelo	71

1. Johdanto

1.1. Tuotettu nainen Anttilan postimyyntiluetteloissa

Tutkielman kansilehdellä on kuva vuoden 1965 *Anttilan tavaraluettelon* neljännen numeron kannesta. Siinä esitellään äidistä, isästä ja lapsesta koostuva perhe selaamassa aiemmin ilmestynyttä *Anttilan tavaraluettelo*a. Varsin arkisesti, mutta silti viehättävästi pukeutunut perheenäiti osoittaa sormellaan pöydällä olevaa luettelo, joka on auki naisten vaatteita mainostavan aukeaman kohdalta. Pöydän äärellä istuva isä, perheenpää, kirjaa ylös vaimonsa osoittaman toiveen. Hänen sylissään istuu iloinen lapsi nukan kanssa. Kannessa on myös mainoslause ”Onnellinen perhe ostaa tyytyväisyydekseen postitse ANTTILALTA.”¹

Kuvan perheenäiti on pukeutunut tyylikkääseen jakkupukuun, jota koristaa sininen kau-lahuivi. Kuva on otettu niin, että naisen vartalon mallia on varjojen takia vaikea hahmot-taa. Hän seisoo, kun muut istuvat. Perheenäiti valitsee itselleen tuotteen. Isä perheen-päänä vahvistaa ostopäätöksen. Äidin onnesta syntyy myös perheen onni. Kuvaa hallit-see selkeästi perheenäidin toiminta.

Tässä tutkielmassa tarkastelen Anttilan postimyyntiluetteloista välittyvää naiskuva. Tutkimuskysymykseni on: millaista naista Anttila tuotti postimyyntiluetteloissaan vuo-sina 1961–1969? Selvitän, millaisena Anttila näki 1960-luvun naisen ja millaisiin ryhmiin Anttila jaotteli naisia. Lisäksi kysyn, mitä eri piirteitä ja ominaisuuksia Anttila liitti naisiin postimyyntiluetteloissaan. Pohdin sitä, mitä suomalaisten naisten haluttiin ostavan Ant-tilan kuvastoista ja miten suomalainen nainen määrittyy näiden valintojen kautta. Tut-kielmassa kuvaan myös, millä tavoin 1960-luvun suomalaisen yhteiskunnan naiskuva heijastuu Anttilan kuvastoissa.

¹ Kansikuva. *Anttilan tavaraluettelo* 4/1965, kansi.

Anttila eli Kalle Anttila Oy perustettiin vuonna 1952. Sen juuret olivat Kaarle Anttilan vuonna 1918 perustamassa herrain vaatturiliikkeessä, joka laajeni Anttilan Pukimo Oy:ksi 1930-luvun alussa. Kalle Anttila Oy:n perustamisen jälkeen Kaarle Anttila luovutti johtotehtävät pojilleen, erityisesti Kaarlo ”Kalle”² E. Anttilan käsiin. Kalle Anttilan johdossa Anttilan liiketoiminta laajeni. Postimyynti aloitettiin vuonna 1952. Lisäksi yhtiö perusti alennustavarataloja aluksi Helsinkiin, mutta myöhemmin myös muualle Suomeen. Ideat ja toimintatavat sekä postimyyntiin että alennustavarataloihin Kalle Anttila oli saanut Yhdysvalloista, jossa hän oli työskennellyt vähittäiskaupan jättiläisellä Sears Roebuckilla 1950-luvun alussa. Sears Roebuck oli aloittanut postimyynnin paksuine katalogeineen jo vuonna 1886.³

Vaikka postimyynti ei ollut yhtä suosittua 1950-luvun Suomessa kuin Yhdysvalloissa, ei se silti ollut täysin tuntematon ilmiö suomalaisille kuluttajille. Kirjoja oli myyty postitse jo vuosikymmeniä. Ensimmäinen tunnettu suomalainen luettelopostimyyjä Eero Louhivuori oli aloittanut toimintansa vuonna 1897. Postimyynnin syntyä Suomessa vauhditti pitkälti lukutaidon kehittyminen, joka kytkeytyi yhteiskunnan vaurastumiseen.⁴

Postimyynti kasvoi Suomessa kuitenkin hitaasti ja toinen maailmansota katkaisi kehityksen. Kalle Anttila onnistui 1950-luvulla tuomaan postimyynnin suuren yleisön tietoisuuteen ja tiedotusvälineisiin. Uraauurtavat investoinnin suoramarkkinointiin ja atk-tekniikkaan tekivät Anttilasta postimyynnin tienraivaajan Suomessa.⁵

1960-luvulla Anttila oli merkittävin⁶ postimyyntiyritys Suomessa. Vuonna 1967 Anttilalla oli yli 200 000 vakinaista postimyyntiasiakasta, mikä oli noin 14,5 prosenttia Suomen

² Kalle oli sekä isä Kaarlen että poika Kaarlon kutsumanimi. Jatkossa puhuttaessa Kalle Anttilasta tarkoitan poikaa Kaarlo Anttilaa, sillä tutkielma käsittelee Anttilan postimyyntiä 1960-luvulla. Isä Kaarle Anttila oli 1960-luvulla jo väistynyt johtotehtävistä. Kylmälä & Tanntu 1967, passim.

³ Ahola 1997, 58–60; Huokuna 2006, 135–136.

⁴ Ahola 1997, 8.

⁵ Ahola 1997, 60.

⁶ Mikään muu varsinainen postimyyntiyritys ei noussut 1960-luvulla yhtä merkittäväksi kuin Anttila. Aholan mukaan muut kotimaiset yritykset jäivät pienen kokonsa vuoksi Anttilan jalkoihin, ja esimerkiksi SOK:n vuosina 1961–1966 julkaistusta *Kodin Kuvastosta* tilattuja tuotteita ei saanut kotiovelle saakka. Myöskään ulkomaiset vaatteita myyneet postimyyntiluettelot eivät menestyneet Suomessa. Ahola 1997, 53–74.

kotitalouksista. Anttilan postimyyntiasiakkaiden määrä kaksinkertaistui vuoteen 1975 mennessä.⁷

Suomalaisten suosiman ja vuonna 1922 perustetun *Kotilieden* levikki oli 1950-luvun puolivälissä saman verran.⁸ Anttila onnistui siis hankkimaan postimyyntillä 15 vuodessa saman verran pelkästään vakioasiakkaita kuin *Kotiliesi* 30 vuodessa yhteensä. Valtaisan levikin myötä Anttilan postimyyntiluetteloiden tuottama naiskuva levisi ympäri Suomen.

Tutkielman aikarajaus perustuu aiemman tutkimuksen käsitykseen 1960-luvusta merkittävänä vuosikymmenenä naisten historiassa. Yhteiskuntatieteilijä Raija Julkusen mukaan 1960-luvulla aloitettiin naisiin kohdistetun sukupuolimallin uudelleenmäärittely. Naiset nousivat vanhakantaista ajattelua vastaan ja ottivat hyödyn irti modernisoituvan yhteiskunnan mahdollisuuksista tavalla, jota ei aiemmin ollut nähty. Moderni naiseus taisteli perinteistä naisen roolia vastaan.⁹

Aiemmassa tutkimuksessa 1960-lukua on pidetty myös nuorison vuosikymmenenä. Silloin sodan jälkeen syntyneet suuret ikäluokat saavuttivat ikävaiheen, josta aiemmin olisi siirrytty vain suoraan aikuisuuteen. Nuorisoikäisten määrän valtava kasvu johti siihen, että nuoriso tunnistettiin omana ryhmänään. He näkyivät katukuvassa aivan uudella tavalla, kun esimerkiksi muotiteollisuus alkoi tuottaa heille omanlaisia vaatteita. Radikaalius ja ennakkoluulottomuus nähtiin 1960-luvulla nuorten ominaisuuksina.¹⁰

Rajaamalla tutkielman tarkasteluajankohdaksi 1960-luku, voidaan tarkemmin uudelleenarvioida aiemman tutkimuksen käsityksiä vuosikymmenen aikana Suomessa tapahtuneista murroksista naiseudessa ja nuoruudessa. Nousivatko naiset vanhakantaista sukupuoliroolia vastaan? Syntyikö radikaali ja ennakkoluuloton nuoruus?

⁷ *Anttilan tavaruuttelo* 2/1967, 4; SVT, Tulonjakotilasto. Väestöryhmittäiset tuloerot 2016, Liitetaulukko 1. Kotitalouksien määrä, keskipalkko, kotitalousväestön koko ja keskimääräiset kulutusyksiköt Suomessa vuosina 1966–2016; Huokuna 2006, 136.

⁸ Aikasalo 2000, 17.

⁹ Julkunen 1994, 198.

¹⁰ Kaarninen 2006, 30–34.

1.2. Tutkimuskenttä ja -kirjallisuus

Anttilan postimyyntiluettelot ovat kiinnostava lähdeaineisto suomalaista naiskuvaa tutkittaessa, sillä niitä ei ole aiemmassa tutkimuksessa hyödynnetty. Myös itse postimyyntiluetteloita koskevaa tutkimusta on vähän. Nämä havainnot tein jo kandidaatintutkielmassani, jossa käsittelin naisellista pukeutumista Anttilan 1950- ja 1960-lukujen kuvastojen kautta.

Ari Ahola on tutkinut Anttilaa teoksessaan *Arvoisa kaukainen asiakas. 100 vuotta suomalaista postimyyntiä*. Ahola antaa Anttilasta kuvan yhtiönä, jonka päämääränä oli miellyttää asiakkaita ja tarjota heille laatua halvalla. Ahola kiinnittää paljon huomiota Anttilan talouteen, mikä osaltaan kertoo siitä, että yhtiön postimyynti ja tavaratalot muuttivat merkittävästi suomalaista vähittäiskauppaa. Hän ei kuitenkaan paneudu yleishavaintoja tarkempaan kuvastojen analyysiin, vaan teoksesta löytyvät kuvat luetteloista ovat lähinnä kuvitusta, eivät tutkimusaineistoa.¹¹

Mainoksia sisältäviä sanoma- ja aikakauslehtiä on tutkittu melko paljon naiskuvan ja pukeutumisen näkökulmasta. Esimerkiksi kansatieteilijä Päivi Aikasalo on teoksessaan *Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia. Naisten pukeutumishanteet ja vaatevalinnat 1920-luvulta 1960-luvun lopulle* tutkinut *Kotilieden* käsitystä naisten muodin olemuksesta ja naisten pukeutumishanteista. Aiksalon mukaan *Kotiliedellä* oli asenteiden ja pukeutumistapojen muokkaajana selkeä auktoriteettiasema, joka perustui sekä *Kotilieden* tapaan neuvoa ja valistaa, mutta myös siihen, miten *Kotiliesi* välitti ulkomaiset ihanteet suomalaisten saataville.¹²

Muu käyttämäni tutkimuskirjallisuus painottuu vahvasti vaatemuotiin ja naisten asemaa 1960-luvun suomalaisessa yhteiskunnassa käsitteleviin teoksiin. Saksalainen sosiologi Georg Simmel on määritellyt muodin olemusta jo 1900-luvun alussa. Esseessään *Philosophie der Mode*¹³ Simmel toteaa jäljittelyn muotia määritteleväksi voimaksi. Muiden

¹¹ Ahola 1997, 61.

¹² Aikasalo 2000, 261.

¹³ Tässä tutkielmassa käytettävän teoksen *Muodin filosofia* suomennoksen pohjana on teoksessa *Philosophische Kultur* (1923) julkaistu teksti, joka puolestaan perustuu esseeseen *Philosophie der Mode* (1905).

jäljittely ja samanlaiseen muotiin pukeutuminen tarjoavat yksilöille turvallisen lähestymistavan maailman kohtaamiseen. Jäljittelyn kohteena ovat yleensä uudet muotivirtaukset. Simmel toteaa, että varhaisempina aikoina muodit saivat alkunsa tarpeesta. Esimerkiksi naisten pukeutumiseen 1800-luvulla ilmestynyt vannehame oli alun perin tapa piilottaa raskausvatsa. Kehitys kuitenkin kääntyi nopeasti niin, että tuotteita alettiin valmistaa varta vasten muodiksi. Muoti vaatii säilyäkseen kulttuurin, jossa sekä yhteenliittymisen että erottautumisen tarve ovat olemassa.¹⁴

Tarpeellisuuden ja jäljittelyn lisäksi Simmelin muodin käsitettä leimaa muotien liikkuminen ylhäältä alas. Hänen mukaansa muodit ovat aina luokkamuoteja, jotka ylempi luokka hylkää, kun ne saavuttavat alemman luokan. Muoti on häilyvää, ja juuri kun muoti on laajimmillaan, sen kohtalona on loppua. Tasapaino yhtenäisyyden ja erottautumisen välillä muuttuu ja muodin on synnyttävä uudestaan.¹⁵ Kun Simmelin teoriaa muodista soveltaa Anttilan postimyyntiluetteloiden tuottamaan naiskuvaan, voidaan havaita, mitä Anttila on kokenut jäljittelyn arvoiseksi.

1960-luvun muotia ja sen konventioita ovat käsitelleet oman tutkielmani kannalta hedeelmällisesti Sirkka Kopisto ja Sari Savolainen. Kopisto kirjoittaa teoksessaan *Moderni CHIC Nainen* osuvasti 1960-luvusta ailahtelevana vuosikymmenenä, jolloin myös aikuisten muoti koki suuria muutoksia erityisesti kaupallisen nuorisokulttuurin vaikutuksesta.¹⁶ Saman havaitsi myös Savolainen artikkelissaan Värien kirjoja – pukeutuminen 1960- ja 1970-luvuilla. Savolainen luonnehtii 1960-luvun pukeutumista kuitenkin yleisesti hillityksi ja tyylikkääksi.¹⁷

Ritva Nätkinin ja Raija Julkusen artikkelit naisten ja yhteiskunnan suhteesta 1960-luvulla luovat tutkielmalleni kontekstia, josta käsin voidaan verrata Anttilan tuottamaa naista ja naisen asemaa yhteiskunnassa 1960-luvun tapahtumiin. Nätkin käsittelee erityisesti terveydenhuollon suhtautumista naisiin ja äiteihin. Hänen mukaansa 1960-luvun

¹⁴ Simmel 1986 (1905), 23–25, 28–30 & 34.

¹⁵ Simmel 1986 (1905), 26, 38–39.

¹⁶ Kopisto 1997, 105.

¹⁷ Savolainen 2011, 65.

ohjaileva väestöpolitiikka ei jättänyt naisten omalle, vapaalle tahdolle juurikaan sijaa.¹⁸ Julkunen puolestaan valottaa 1960-luvulla tapahtuneita muutoksia keskustelussa naisten asemasta, roolista ja oikeuksista suomalaisessa yhteiskunnassa. Artikkelin ytimessä on uuden sukupuolimallin neuvottelu, joka konkretisoitui 1970-luvun kuluessa ja toi enemmän oikeuksia naisille.¹⁹

1.3. Tutkimuksen metodi, aineisto ja rakenne

Ville Vuolanto käsittelee artikkelissaan *Tutkimusprosessi, metodit ja historiantutkimuksen ominaislaatu* historiantutkimuksessa käytettäviä metodeja ja tutkimusmenetelmiä. Hänen mukaansa historiantutkimuksessa ei ole yhtä tiettyä metodia, jota kaikki tutkijat käyttäisivät. Vuolanto toteaa, että historiantutkimuksessa metodi voidaan ymmärtää neljänä eri tasona: tutkimusprosessina, materiaalin analysointivälineinä, ennako-ole- tusten ja teoreettisten perusteiden joukkona tai esittämisen ja argumentoinnin mene- telminä.²⁰ Historiantutkimus siis eroaa monista muista tieteenaloista, sillä metodi vaih- telee tutkimuksittain.

Vuolanto esittää artikkelissaan kolme vaihtoehtoa aineiston analyysille. Historiantutkija voi lähestyä analyysia teoria-, tutkimus- tai lähdepainotteisesti. Lähestymistapa valikoi- tuu sen mukaan, jäsenteleekö tutkija ajatteluaan ensisijaisesti aineiston, aiemman tut- kimuksen vai teorian mukaisesti.²¹

Tämän tutkielman analyysin perustana ovat Anttilan postimyyntiluettelot vuosilta 1961–1969, joten tutkielman analyysi on lähdepainotteista. Luetteloissa on runsaasti käsityksiä siitä, miltä naisen tulee näyttää, kuinka naisen pitää käyttäytyä ja mitkä ovat naisen tehtävät perheessä ja yhteiskunnassa. Nämä käsitykset ovat vaikuttaneet esikä- sitykseeni siitä, millaista naista Anttila tuotti 1960-luvun luetteloillaan.

¹⁸ Nätkin 1994, 129–155.

¹⁹ Julkunen 1994, 179–201.

²⁰ Vuolanto 2007, 304–305.

²¹ Vuolanto 2007, 307.

Vuolannon mukaan historiantutkimuksessa lähdelähtöisyys merkitsee usein sokeutta omille olettamuksille, sillä tutkija tutkii aihettaan aina jonkinlaisten periaatteiden läpi.²² Olen haastanut luetteloiden pohjalta syntyneitä esikäsityksiäni Anttilan tuottamasta naiseudesta edellä kuvatun tutkimuskirjallisuuden ja Simmelin muodin käsitteen avulla.

Vuosina 1961–1969 Anttila julkaisi säännöllisesti ilmestyneet kevät- ja syysluettelot ja niiden lisäksi kolmesta neljään alennus- ja teemaluetteloa. Tutkielmaa varten on analysoitu kaikkia edellä mainittuja luetteloita, sillä näin on voitu havaita niissä toistuvia teemoja.

Alkuperäisaineistolla on ollut tutkimuskirjallisuuden ohella oma vaikutuksensa tutkielman aikarajaukseen. Ennen vuotta 1961 Anttilan postimyyntiluettelot nimettiin hyvin vaihtelevasti. Kevät- ja syysnumerot kantoivat nimeä *Ostajan opas*, joka jo nimenä viittaa siihen, että luetteloiden tehtävä oli opastaa ostajia. Vasta 1961 luetteloiden nimeksi vakiintui *Anttilan tavaramuuttelo*. Samalla myös pääluetteloiden välissä ilmestyneiden alennusluetteloiden nimet vakiintuivat. Yhtenäinen nimeäminen tarkoitti yhtenäistä mainontaa mainoslauseiden, kuvien, poseerausten ja värien muodossa.

Visuaalista kulttuuria ja muotia tutkinut Annamari Vänskä toteaa, että esimerkiksi vielä 1950-luvun *Voguess* kuva oli toissijainen verrattuna tekstiin.²³ Tämä sama ilmiö näkyy Anttilan postimyyntiluetteloissa. Tuoteteksteissä kuvailtiin vuolaasti tuotteen ominaisuuksia, kuten värejä, materiaaleja ja käyttömahdollisuuksia. Vaikka kuvien rooli Anttilan luetteloiden tuottaman naiseuden välittäjänä kasvoikin 1960-luvun aikana, oli tekstillä silti suuri merkitys kuvan antaman naiskuvan sanallistamisessa.

Sen sijaan 1970-luvulla tekstien sisältö vaihtui täysin tuotteiden ominaisuuksien kuvailusta tuotteiden tilauksiin liittyväksi koodikieleksi. Vaikka tekstin saama palstatila pysyi samana, se jäi toissijaiseksi. Kuvien sisältöjä ei enää aukaistu asiakkaalle sanallisilla keinoin ja kuvan antamien viestien tulkitseminen jäi siten asiakkaalle.

²² Vuolanto 2007, 307.

²³ Vänskä 2012, 19.

Käytän työssäni Anttilan postimyyntiluetteloista sanoja luettelo ja kuvasto. Näin tekemällä pyrin havainnollistamaan kuvallisuuden lisääntymistä luetteloissa. Lisäksi käytän luetteloista myös niiden yksittäisiä nimiä, kuten *Anttilan tavaraluettelo*.

Vielä 1950-luvun luetteloissa myytiin enimmäkseen vaatteita. Suurin osa luetteloiden sivumäärästä oli varattu naisten pukeutumiselle. Vähitellen kodin käyttöesineet ja sisustustavarat, kuten patjat, astiat ja gobeliinit, tulivat merkittävämmäksi osaksi Anttilan postimyyntiluetteloiden valikoimaa.²⁴ Samalla naisten, miesten ja lasten vaatevalikoimat kasvoivat, vaikka niille varattu sivumäärä suhteellisesti pieneni. Esimerkiksi vuoden 1968 kevätluettelossa kokonaissivumäärä oli 172, josta noin 50 sivua oli varattu naisten pukeutumiselle. Kevät- ja syysluetteloiden välissä ilmestyneiden alennus- ja teemaluetteloiden sivumäärä vaihteli 16 ja 40 välillä. Alennusluetteloiden mainosvaltiksi muodostui muita luetteloita enemmän halpa hinta.

Analysoin tutkielmassani ainoastaan kuvastojen naisten vaatteita esitteleviä osioita, sillä osa luetteloista on yli 200-sivuisia. Kaikkien luetteloiden analysointi kokonaisuudessaan olisi ollut epätarkoituksenmukaista näin rajallista tutkielmaa varten. Jo pelkästään naisten pukeutumista esitteleviä osiota tutkimalla saadaan selville, minkälaista naiseutta Anttila tuotti luetteloillaan.

Luetteloiden lisäksi analysoin Anttilan tuottamaa naista yhtiön henkilökuntalehden avulla. *Anttilan Aviisi* ilmestyi vuodesta 1966 aina vuoteen 1982 asti. Sen sivuilla käsiteltiin Anttilan eri toimipisteissä tapahtuneita asioita. *Aviisista* saattoi lukea niin päätoimittajan asiallisen pääkirjoituksen kuin ”erään siivoojan” humoristiseen sävyyn kirjoittaman nootin Anttilan toimistotyöntekijöiden toimipisteiden siisteydestä. Lisäksi sen sivuilla julkaistiin säännöllisesti Nimityksiä-palstaa, jossa kerrottiin ylennyksistä Anttilan toimipaikoissa.²⁵ *Aviisin* tutkiminen tarkentaa käsitystä Anttilan suhtautumisesta naisten työntekoon.

²⁴ Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 5A.

²⁵ Ks. esim. *Anttilan Aviisi* 3/1966, 10; *Anttilan Aviisi* 1/1967, 1 & 9; *Anttilan Aviisi* 1/1968, 1 & 9; *Anttilan Aviisi* 2/1969, 11.

Lähestyn aineistoa ennen kaikkea lähiluvun kautta. Sen avulla aineistosta erottuu sekä pieniä yksittäisiä muutoksia että laajempia teemoja. Lähiluvulla pyrin luomaan kokonaisvaltaisen käsityksen Anttilan tuottamasta naisesta 1960-luvulla. Tässä tutkielmassa kokonaisvaltainen käsitys saavutetaan tekstin ja kuvan yhteisellä tulkinnalla ja analyysillä.

Tutkimusprosessin aikana käytin myös temaattista sisällönanalyysiä apuna löytääkseni luetteloista Anttilan tuottaman naiseuden eri teemoja. Jo muutaman luettelon tutkimisen jälkeen havaitsin, että samat ylätasoon teemat toistuvat kuvastoissa jatkuvasti. Aineiston tutkiminen sanatasolla toi toistuvien teemojen lisäksi esiin yksittäisiä ja joskus jopa hieman yllättäviä kuvauksia. Tulkitseen tekstiä paitsi Anttilan kaupallisena mainontana myös osana 1960-luvun suomalaisen yhteiskunnan kontekstia, jossa käsitys naiseudesta määrittyi. Yhdistän tekstin tulkinnan kuvien analyysiin.

Anttilan tapauksessa erityisesti kiinnostavaa on se, mikä kuvassa ei välttämättä näy ja mitä kuvasta on jätetty pois. Kuvien mainontakäytön kehitykseen perehtynyt Vänskä toteaa, että alun perin kuvan oli tarkoitus olla objektiivinen ja dokumentaarinen, mutta kehitys siirtyi hyvin nopeasti taiteellisempaan ja visuaalisempaan suuntaan. Vänskä toteaa, että vaatteista otettujen kuvien ei ole pelkästään tarkoitus kertoa tuotteesta, vaan niillä luodaan aktiivisesti mielikuvia identiteetistä ja kuluttajasta. Niiden tehtävänä on muokata käsitystä siitä, mikä on ihanteellista ja tavoittelun kohde. Lisäksi Vänskan mukaan muotikuvat kertovat paljon myös kyseessä olevan kulttuurin arvoista ja näkemyksistä.²⁶ Anttilan postimyynti kuvilla oli suuri merkitys mielikuville ihannenaiveudesta ja naisen identiteetistä. Yhdessä mainoslauseiden kanssa ne tuottivat aktiivisesti tietynlaista naiseutta, jota tarjottiin tavallisille naisille tavoittelun kohteena.

Tutkielman ensimmäisessä käsittelyluvussa pääosassa on nuori nainen ja nuorison syntyminen. Kysyn, miten nuoriin naisiin suhtauduttiin Anttilan kuvastojen sivuilla ja mitä tuotteita heille markkinoitiin. Kuvailen, kuinka nuorison asema kuvastoissa kehittyi 1960-luvun kuluessa ja millaisena Anttila näki nuorison. Erityisesti käsittelen 1960-

²⁶ Vänskä 2012, 19 & 22–23.

luvulla suomalaisten nuorten suosiossa olleita muotivaatteita ja niiden markkinointia kuvastoissa.

Toisessa käsittelyluvussa tutkin äitiyden kuvaamista Anttilan luetteloissa. Naisen ja äidin asema alkoi muuttua yhteiskunnallisessa keskustelussa 1960-luvulla erilaisten liikkeiden ajamana. Toisaalla, esimerkiksi Yhdysvalloissa, keskusteltiin naisten asemasta ja paremmista mahdollisuuksista työelämässä, kun taas Suomessa perhekeskeisyys nousi naisten aseman parantamiseen tähdänneen keskustelun ytimeen. Keskityn erityisesti Anttilan käsityksiin avioliitosta ja raskaudesta. Kerron myös, millaisia ihanteita ja odotuksia Anttilalla oli perheenäideille. Näyttäytyikö kotiäitiys ainoana vaihtoehtona, vai saattoiko nainen käydä töissä ja luoda uraa äitiydestä huolimatta?

Kolmannessa käsittelyluvussa perehdyn Anttilan esittämän naisen elämän viimeiseen vaiheeseen eli aikaan lastensaannin jälkeen. Millaisia odotuksia Anttila asetti rouville ja emännille, jotka hoitivat kotia ja lapsia ja kestivät vieraita siinä sivussa? Erityisesti keskityn näiden naisten puhutteluun ja kuvailuun luetteloiden sivuilla sekä Anttilan käsitykseen näiden naisten ikähaarukasta ja ruumiinrakenteesta. Lisäksi analysoin luetteloiden antamaa kuvaa naisten muista tehtävistä ja sosiaalisesta elämästä.

2. Nuorekkuutta yli sukupolvien

2.1. Nuori neito vai aikuinen?

Nuoruus ilmiönä ja elämänvaiheena kytkeytyy moderniin aikakauteen. Sen juuret juontuvat 1800-luvun loppupuolelle, jolloin länsimaisissa yhteiskunnissa koulunkäynti alkoi pidentyä ja laajentua. Nuoruuteen on eri aikoina liitetty erilaisia piirteitä ja siihen on suhtauduttu hyvin vaihtelevasti. Muutos, uusiutuminen ja radikalismi on usein koettu osana nuoruutta.²⁷

Sosiologi Sinikka Aapola ja historioitsija Mervi Kaarninen toteavat, että nuoruus on länsimaissa ymmärretty lapsuuden ja aikuisuuden väliseksi siirtymävaiheeksi, jonka aikana nuori oppii erilaisia myöhemmin tarvittavia taitoja ja ottaa vastuuta omista toimistaan. Nuoruusajan pidentymiselle Aapola ja Kaarninen antavat syyksi juuri kouluttautumisen mahdollisuuden.²⁸

Nuoruusajan pidentyminen ja kouluttautumismahdollisuuksien kasvu kytkeytyvät Suomessa viime sotien jälkeiseen väestölliseen muutokseen. Sotien jälkeen 1940-luvun loppupuolella syntyi ennätysmäärä lapsia, suuret ikäluokat, keskimäärin yli 100 000 lasta vuodessa.²⁹

Vielä 1950-luvun alun Suomessa väestön koulutustaso oli alhainen. Vain alle kymmenes (8,5 %) yli 15-vuotiaista suomalaisista oli käynyt oppikoulua. Yli neljännes (27,5%) ei ollut suorittanut kansakoulua kokonaan tai lainkaan.³⁰ Suomen koululaitos kasvoi vauhdilla, kun suuret ikäluokat aloittivat koulunkäynnin. Erityisesti oppikouluja rakennettiin niin kaupunkeihin kuin maaseudulle, mikä paransi suurten ikäluokkien mahdollisuuksia

²⁷ Aapola & Kaarninen 2003, 12.

²⁸ Aapola & Kaarninen 2003, 12.

²⁹ Turunen 2013, 164.

³⁰ Rahikainen 2011, 370. Taulukko 12. Yleissivistän koulutuksen jakautuminen vuonna 1950 sukupuolen ja asuinpaikan mukaan (15 vuotta täyttänyt väestö).

kouluttautua aiempaa pidemmälle. Osaltaan myös maatalous- ja työväestön kasvaneet tulot mahdollistivat näistä väestönsistä ponnistaneille lapsille ja nuorille vanhempiaan paremman koulutuksen.³¹

Kun vuonna 1950 oppikoulun aloittaneita oli ollut lähes 19 000, niin vuonna 1970 oppikoulun aloitti yli 46 000 oppilasta. Oppikoulun aloittaneiden osuus 11-vuotiasta kasvoi kahdessa vuosikymmenessä 26,8 %-yksiköstä 59,02 %-yksikköön.³² Näin ollen 1960-luvun Suomessa oli enemmän koulutettuja nuoria kuin koskaan aiemmin. Kun koulusta tuli lasten ja nuorten työtä, aikuistuminen ja työnteon aloittaminen siirtyivät aiempaa myöhemmäksi. 1960-luvusta muodostui siten vuosikymmen, jolloin Suomen nuorisolla oli aikaa ja lupa olla nuoria. Samalla syntyi uusi, kuluttava väestöryhmä, jolle keksitiin kilvan uutta ostettavaa niin vaatteiden kuin elämäntavan muodossa.

Nuorisokulttuuri kaikkine alakulttuureineen syntyi Yhdysvalloissa ja Iso-Britanniassa toisen maailmansodan jälkeen. Näistä maista nuorisokulttuuri levittyi myös Suomeen. Vaikka esimerkiksi 1920-lukua voidaan pitää edeltävänä nuorison vuosikymmenenä, joka synnytti uudenlaisen naisen, flapperin, joka lyhensi hameenhelmoja ja käyttäytyi epäsovinnaisesti, vasta 1960-luvulla musiikki, kirjallisuus ja erityisesti muoti huomioivat nuoret uutena ryhmänä ja tarjosivat nuorisolle jotain omaa. Erottautumalla muista nuoriso vahvisti oman ryhmänsä sisäistä sidettä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta.

Naisten sosiaalisia vaatekäytäntöjä tutkinut Sonja Iltanen toteaa, että nuorisokulttuurien leviämisestä huolimatta vielä 1960-luvun alkupuolella valtaosa suomalaisista nuorista naisista halusi näyttää aikuiselta, eikä erottautuminen omaksi ryhmäksi ollut vielä niin tärkeää. Lapsuuden ja aikuisuuden välissä teini-ikäiset tytöt käyttivät ”neidon vaatteita”, jotka kuitenkin muistuttivat hyvin paljon aikuisten vaatteita.³³

Sama ilmiö on havaittavissa myös Anttilan kuvastoissa. Vuoden 1962 kevätluettelossa Anttila mainostaa heti ensimmäisillä sivuilla leninkejä nuorille neidoille. Kuvastossa esiteltiin nuoren neidon unelmapuku: venekaula-aukkoinen ja kellohelmainen mekko,

³¹ Kaarninen 2006, 18.

³² Kaarninen 2011. 409. Taulukko 13. Keskikouluun tulevien osuus vastaavasta ikäluokasta 1880–1970.

³³ Iltanen 2005, 177–178.

jonka valkoisella pohjalla on kukka- ja brodyyrikuvio. Mekon helma ylettyy polveen asti. Mekon lisäksi lyhyttukkaisella vaalealla mallilla on yllään helmikaulakorut, rannekello ja valkoiset hansikkaat.³⁴

Kuvaston seuraavalla sivulla mainostetaan myös juhlovaa nuoren neidon pukua. Tummahiuksisella mallilla on päällä keltainen, varsin maltillisella kaula-aukolla varustettu puku, jossa on rusetti juuri mekon yläreunassa. Mekon pudotettu vyötärö pidentää ylävartaloa, mutta alaosa on varsin ilmava kellomaisen helman myötä. Asun kruunaavat valkoiset hansikkaat ja korkokengät, käsissään hän pitää punaista ruusua.³⁵ Puku siis sopisi nuoren neidon käytettäväksi isompiinkin juhliin.

Ensimmäisten sivujen kuvat ovat Anttilan kevät- ja syysluetteloissa poikkeuksetta väri-
lisiä, joten nuorten neitojen vaatetuksen mainostaminen heti kuvaston alussa alleviivaa sitä, että Anttila oli valmis panostamaan myös nuorten naisten vaatteiden myymiseen ja näin myös tuottamaan oman näkemyksensä mukaista kuvaa nuorista naisista. Vastavia päätelmiä voi tehdä myös muiden vuosien kuvastoista.³⁶

Osassa kuvastoista nuorten neitojen vaatetusta mainostetaan kuvaston alkupuolella, mutta niille ei ole varattu omaa sivua, vaan neitojen vaatteita mainostetaan muiden vaatteiden joukossa.³⁷ Tällöin vaatteen sopivuus nuorelle neidolle tulee esiin tuotteen kuvauksesta, kuten seuraavassa lainauksessa.

BRODYRISOMISTEINEN PEPITAPUKU. Kevään muotikankaisiin kuuluvasta pepitakuosisesta spunrayonista olemme valmistaneet herttaisen tyttömäisen puvun, jonka edustaa somistaa brodyyrisomisteinen napituslista. Leveä poimutettu helma, pyöreä kaula-aukko. Hihattomuus on nuorekasta ja muodikasta.³⁸

³⁴ *Anttilan tavaraluettelo 2/1962, 4.*

³⁵ *Anttilan tavaraluettelo 2/1962, 5.*

³⁶ Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo 2/1963, 8 & 10–12; Anttilan tavaraluettelo 4/1963, 10; Anttilan tavaraluettelo 1/1964, 7; Anttilan tavaraluettelo 2/1964, Anttilan tavaraluettelo 2/1965, 12–13.*

³⁷ Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo 1/1962, 4.* Nuorten neitojen vaatteiden jakaminen usealle eri sivulle oli tyypillistä myös alennuskuvastoille. Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo 3/1961, 1–6.*

³⁸ *Anttilan tavaraluettelo 2/1964, 8.*

Samassa kevään 1962 kuvastossa mainostettiin myös alusvaatteita nuorille. Pyörötika-tuissa ja vaahtokumitäytteisissä liiveissä oli valittavana vain pieniä kokoja, joten tuote oli selkeästi ajateltu vasta nuoren kehityksessä olevalle vartalolle.³⁹ Lisäksi tarjolla oli nuorille sopivia sukkanauhaliivejä. ”Ampiais”-vyötäröliiviä markkinoitiin nuorten naisten ihanneliivinä, joka ”korostaa joustavaa vartalon linjaa ja tehostaa nuorekasta vyötäröä.”⁴⁰ Vaikka Suomen Trikoo oli jo vuonna 1960 aloittanut sukkahousujen tuotannon, vielä 1960-luvun puolivälissä noin 75% prosenttia käytti silti pelkkiä sukkia ja siten myös sukkanauhaliivejä.⁴¹ Täten sukkanauhat ja niihin yhdistetyt vartaloa muovanneet liivit olivat 1960-luvulla yhä yleisiä naisten vaatekappaleita, ja siksi niitä mainostettiin myös nuorille.

Iltanen on tekemiensä haastatteluiden perusteella tulkinut, että 1960-luvulla naiset vahtivat omaa olemustaan jatkuvasti, jotta he pystyivät toteuttamaan oikeanlaista naisuutta. Oikeanlaisen vartalon, naisellisen vartalon, saavuttaminen oli naisille tärkeää ja usein myös myönteinen kokemus. Lihomista vältettiin viimeiseen saakka, sillä se saattoi aiheuttaa esimerkiksi sen, että housuliivin lahkeet puristivat makkaroita liivien alapuolelle ja tämä tietysti näkyi helposti hameen tai housujen läpi. Yksioikoinen vartaloihanne vaikutti naisten kokemuksiin peruuttamattomasti ja vielä vanhemmalla iällä.⁴²

Nuorille sopivien liivien mainostaminen tuo esille sen seikan, että Anttilan tarjoama muoti ja sen käsitys nuoren naisen vartalosta oli suhteellisen rajallinen. Nuorille naisille tarjottiin sellaisia vaatteita, jotka korostivat kapeaa uumaa ja jotka vaativat alleen vahvasti muotoilevia vaatteita. Nuoret naiset siis ahdettiin muottiin, jossa laihuus ja tietyn-tyyppinen muodokkuus oli tärkeintä. Ampiais-vyötäröliivin nimikin antaa ymmärtää, mil-laista vartaloa nuorille tuotettiin.

Toisaalta Iltanen tuo tutkimuksessaan esiin myös toisenlaisen näkökulman. Hänen mu-kaansa 1960-luvulla valmisvaatteisiin liittyneistä ongelmista suurin oli niiden tiukkuus.

³⁹ Anttilan tavaruettelo 2/1962, 28.

⁴⁰ Anttilan tavaruettelo 2/1962, 31.

⁴¹ Savolainen 2011, 67.

⁴² Iltanen 2005, 177.

E
Rayonia
19 85

F
Puuvillaa
17 50

G
Vakosamettia
34 90

H
18 50

Teinitytön mielen mukaisia kevään ja kesän täysosuma!

VEKKULI LIIVIHAME pepitaruutuista rayonia. Hame lievästi viistottu. Liivi jakkumainen, pään yli puettava kaukaukko kulumikas. Mukavan huoleton nuorisosa. Värit: harmaavalkea tai beigevalkea. Koot: 36, 38, 40, 42.
21N9 19:85

CHANEL-LIIVIHAME. Chanel-muotia uusimmissa muodossaan edustava liivihame. Kangas on pellavatyypistä, ryhdikästä puuvillaa. Mallissa suora huoleton linja, spmittävä vyö, neljä pikanttia, mustalla silkillä kantattua valetaskua ja liepeessä sivuilla pienet avovekit kävelytilaa varten. Värit: tiilenpunainen, sininen, ruskea, vihreä. Koot: 36, 38, 40, 42.
21N10 17:50

SAMETTINEN JAKKUPU-KU. Hyvää, hienovakoista puuvillasamettia. Miellyttävän helpohoitoinen ja raikas taitu. Jaku on suora, lantiopitoinen. Hihat 3/4-pituiset ja taskut muodikkaasti vyötärökorkeudella. Koristeelliset kuparinapit. Hame suora, kapealinainen. Hienostunut jakkupuku juhlevampiinkin tilaisuuksiin. Värit: ruskea, tummansininen. Koot: 36, 38, 40, 42.
18N70 34:90

OLKAINHAME. Kevään suosituin olkainhame, 100 % ryhdikästä puuvillaa. Hameessa edessä ja takana syvät vastavekit ja edessä suuret painataskut, jotka on kääntein somistettu. Rintalämpässä on myös koristeellinen käänne, johon olkaimien suuret messinkisoljet kiinnittyvät. Värit: vihreä-puna-kelta-raidoitus. Koot: 36, 38, 40, 42.
21N11 18:50

Soittimet sivulla 85

ANTTILA 11

KUVA 1 ANTTILAN TAVARALUETTELO 2/1963, 11.

Vaatteita ei tehty enää itse, ja vartalo jouduttiin ahtamaan valmiiksi tehtyyn malliin. Tämä johti siihen, että ” farkut saattoivat olla niin kireät, että ne piti pukea sängyllä selällään, jotta vetoketjun olisi saanut kiinni. [...] herkkäihoisimmat saivat kapeista

paidanhihoista haavaumia kainaloihin.”⁴³ Valmisvaatteet olivat lähtökohtaisesti tiukempia ja vartalonmyötäisempiä kuin aiemmin, joten olemassa oleva ruumiinrakenne ei siis ollut ainoa kehonkuvan syntyyn ja hoikkuuden ihannointiin liittynyt tekijä.

Vielä vuonna 1963 Anttilan kuvastojen nuorille suunnitellut ”teinipuvut” eivät huimanneet tiukoilla saumoilla tai liian kiristävillä vaatteilla. Päinvastoin, puuvillasta ja vakosametista valmistetut liivimekot Chanelin tyyliin näyttävät päällepäin varsin löysiltä. Ne olivat monikäyttöisiä, ja niitä saattoi pitää niin päivällä kuin illalla, kuten seuraavasta lainauksesta voi tulkita.

SAMETTILIIVIHAME. Kevään hurmaavin iskelmä hyvää, hienovakoista puuvillasamettia! Malli tyylikkään suoralinjainen kauniisti pyöristyvin kaula- ja hiha-aukoin. Kapea, solmittava vyö. Puseroita vaihdellen muunnatte asun hetkessä viehättäväksi hippa-asuksi esim. röyhelöpuserolla tai arkiasuksi asiallisella paitapuserolla.⁴⁴

Ruskeanvärisen liivihameen kuvailussa Anttila on ottanut huomioon myös vaatteen monikäyttöisyyden. Osalla suomalaisista oli 1960-luvun alussa vain muutama vaatekerta. Vaatekaapista valittiin päälle arki-, työ-, vierailu- tai pyhävaatteet tilanteen mukaan, ja uusia vaatteita ostettiin usein vain pyhävaatteiksi.⁴⁵ Siten vaatteen monikäyttöisyys palveli myös vähävaraisempia nuoria naisia, jotka halusivat osallistua nuorison suosimiin tapahtumiin.

Kuvassa 1 näkyvien mekkojen alle mahtuu hyvin paksumpikin kaulus- tai neulepaita, ja ainoastaan kuvassa istuvien mallien asennoista voi päätellä, kuinka anteeksiantavia mekot ovat. Vaikka mekot ovat verrattain löysiä yläosasta ja helmasta, ovat ne siluutiltaan suoria ja suhteellisen muotoon ommeltuja lantion ja reisien kohdalta.⁴⁶ Koska mekkojen alaosassa ei ole kellohameiden tuomaa väljyyttä, huomion kiinnittäminen vartalon kaapeimpaan kohtaan eli vyötäröön saa alaosan näyttämään tiukalta ainakin istuvilla

⁴³ Iltanen 2005, 183.

⁴⁴ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1963, 10.

⁴⁵ Turunen 2013, 190–191.

⁴⁶ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1963, 11.

malleilla. Siten väljyyden luoma illuusio katoaa, ja voidaan todeta, että mekon alla on täytynyt pitää muotoilevia alusvaatteita näyttääkseen muodinmukaiselta nuorelta neidolta.

Nuorison ryhmäytymisestä huolimatta heitä kuitenkin kohdeltiin vielä pitkään kuin aikuisia, ainakin vaateteollisuuden ihannekuvisa. Välivaiheen, nuoruuden, olemassaolo tunnustettiin ja sille annettiin painoarvoa, mutta odotukset ja ajatukset juuri nuorille sopivista malleista eivät vielä 1960-luvun alussa löytäneet tietään Anttilan kuvastoihin. Vartalomalli, ”täydellinen nainen”, jatkettiin koskemaan myös nuoria, vasta kehitysmässä olevia vartaloita. Paine ihannevartalon pitämiseen kasvoi, ja puolestaan lihavuutta pelättiin, sillä vaateteollisuus ei juuri tunnistanut isokokoisia nuoria.

Mutta mitä pidemmälle 60-luku eteni, sitä tärkeämpää juuri nuorisolle suunnitellusta muodista tuli. Nuorisomuodin tärkein tekijä oli erottaa nuoret lapsista ja aikuisista. Erottautuminen muista ja oman ryhmän muodostaminen lisäsivät nuorten yhteistä kokemusta siitä, että he eivät ole vain matkalla lapsuudesta aikuisuuteen, vaan että heillä on oikeus tähän nuoruuden välivaiheeseen.

2.2. Ennakkoluulotonta ja radikaalia nuoruutta

Anttilan kuvastoissa nuorisomuodin kultakausi voidaan ajoittaa 1960-luvun puoliväliin. Kuten jo edellä todettiin, alkoi Anttila tarjota nuorille neidoille ja teinitytöille vaatteita enenevässä määrin jo 1960-luvun alkupuolella, mutta ne tehtiin enemmän tai vähemmän aikuisten ja tyylikkaiden naisten pukeutumista ohjaavien käsitysten mukaan.

Suomessa 1960-luvulla nuorison pukeutumiseen eniten vaikuttaneita hittituotteita oli kaksi, minihameet ja farkut. Nämä kaksi keskenään hyvin erilaista vaatetta jakoivat kansaa ja niihin liitettiin erilaisia piirteitä: toisille farkut olivat muotivaate, toisille ne merkitsivät auktoriteetin vastustamista. Myös minihameita pidettiin siveettöminä. Nuorisomuodin käsite laajeni sisältämään erilaisia identiteettejä ja erilaisia ryhmiä.

Farkut eivät olleet täysin uusia vaatteita 1960-luvun Suomessa. Vaaksa Oy toi jo 1950-luvun puolivälissä markkinoille Väiski-farkut, jotka menestyivät hyvin, sillä ne olivat suosittua ”jenkkimallia”. Nämä farkut olivat erityisesti nuorten miesten suosiossa, ja niiden kanssa käytettiin valkoista t-paitaa ja mustaa nahkatakkaa. Tyylin esikuvat löytyvät amerikkalaisesta popkulttuurista, musiikista ja elokuvista. Vaikutteita haettiin erityisesti lännenelokuvista ja rock n’ rollista juonensa ammentavista filmeistä. Niissä näytelleet julki-suuden henkilöt toimivat nuorten esikuvina. Farkut, jotka olivat aiemmin olleet orjien ja työläisten vaatteita, tulivat siis osaksi nuorten pukeutumista populaarikulttuurin esikuvien kautta. Farkut muodostivat merkittävän murroskohdan nuorisopukeutumiselle.⁴⁷

Alkuperäisten, amerikkalaisten farkkujen saaminen Suomen kasvaville markkinoille oli haasteellista. Levikset, Leet ja Wranglerit olivat haluttua tavaraa, mutta nuoret ostivat niitä lähinnä ulkomaanmatkoilta. Nykyisenkaltaisten, niittivahvisteisten farkkujen patenttisuojan päätyttyä farkkuteknologia oli kaikkien saatavilla. Koska aitoja jenkkifarkkuja oli niin vaikea saada, kotimaiset toimijat alkoivat tuottaa amerikkalaisia esikuvia kopioiden omia mallejaan. Näin syntyivät myös Mattisen Teollisuus Oy:n hyvin suositut James Dean Style -nuorisomalliston ”Jamekset” vuonna 1958. Uudet Jamekset tekivät kauppansa, joten niiden myötä farkuista tuli osa suomalaisten nuorten pukeutumista.⁴⁸

Nuorten naisten pukeutuminen farkkuihin arkena ei yleistynyt yhtä helposti ja nopeasti kuin miehillä. Vielä 1950-luvulla housut eivät kuuluneet naisten päivittäiseen pukeutumiseen, vaan kaksilahkeisuus oli tiukasti rajattu ulkoiluun ja urheiluun. Housujen asemaa naisten pukeutumisessa tutkinut Arja Turunen toteaa, että housut otettiin vastaan esimerkiksi kaupungeissa varsin varautuneesti, ja teini-ikäiset tytöt saattoivat saada vielä 1960-luvun alussa huomautuksia urheiluhousujen tarpeettomasta käytöstä.⁴⁹ Myös farkkuja vierastettiin alkuun nuorten naisten pukeutumisessa, eivätkä ne kuuluneet asialliseen pukeutumiseen, jota vaadittiin esimerkiksi kouluissa.⁵⁰

⁴⁷ Voutilainen 2011, 17–21.

⁴⁸ Voutilainen 2011, 21–28.

⁴⁹ Turunen 2013, 184, 191.

⁵⁰ Voutilainen 2011, 29.

Helsinkiläinen tavarataloliike Stockmann edusti monille ylemmän luokan elitismiä, kun taas Anttila nähtiin enemmän juuri alemman keskiluokan ja maaseudulla asuvien ostosparatiisina. Tämän luokka-asettelun mukaisesti muotivillitykset saavuttivat muodintuottajat eri tahdissa. Stockmann loikin jo vuonna 1960 oman koko perheen farkkumalliston, jossa denimistä tehtyjä housuja, puseroita ja mekkoja tarjottiin myös naisille. Naisten farmarihousut olivat kapeita, kireitä ja niissä oli usein vetoketju sivusaumassa.⁵¹

Anttilan kuvastoissa farkkujen tulo ja niiden mainostaminen erityisesti teinitytöille kesti pidempään. Vuoden 1965 kevätluettelossa farkkuja oli tarjolla vain yhdet, mutta ne olivat suosittua James-mallistoa. Niitä mainostettiin sanoilla ”Lännen vankkureiden kankaasta leikatut farmarit”.⁵² Farkkujen esittelytekstissä on myös koettu tarpeelliseksi valistaa kuvaston lukijaa nuorten suosimasta tavasta käyttää farkkuja. Kyseisen mallin lahkeissa oli niin paljon kääntövaraa, että lahkeet voitiin kääriä ylös.⁵³

Seuraavan vuoden syysluettelossa mainostettiin ainoastaan Rodeo-talvifarmareita, joihin viitataan alkuperäisenä mallina. Farmareita esittävän mallin päällä on punavalkoruudullinen kauluspaita, jonka helma on tungettu housunkauluksen sisään.⁵⁴ Nuorta esittävä malli näyttääkin enemmän lehmitytöltä, ja farkkujen mainostaminen alkuperäisenä mallina yhdisti ne edelleen lännenelokuvaan ja amerikkalaisiin työläisiin.

Vuoden 1967 kevätluettelossa puolestaan esitellään nuorille naisille kolmea eri farkkumallia, joista ainoastaan Rodeo-farmareiksi nimetyt housut muistuttivat jenkkiedeltäjiään sinisen värin osalta. Toisen mallin housut ovat punaisia ja keltaisia, ja kolmannen mallin materiaalikin eroaa perinteisistä farkuista: vettä hylkivä punaruskea puuvillasa-metti on kuvioitu keltaisella medaljonkikuviolla.⁵⁵

⁵¹ Kopisto 1997, 121–122. Luokkamuodeista ks. Simmel 1986 (1905), 26–27.

⁵² *Anttilan tavaraluettelo* 2/1965, 24.

⁵³ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1965, 24.

⁵⁴ *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 29.

⁵⁵ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1967, 32. Sama teema jatkui luetteloissa myös seuraavana vuonna, jolloin selkeästi nuorisolle suunnatulla sivulla mainostettiin Rodeo-farmareita ja värikkäitä farmarihousuja yhteensopivien pusakoiden kanssa. *Anttilan tavaraluettelo* 2/1968, 32.

Simmel on todennut, että muodin kiinnostavuus ja houkutus perustuu levinneisyyden ja katoavaisuuden vastakohtaisuuteen. Muodin täytyy olla eksklusiivista, jotta siitä voi tulla muotia. Kun harvojen käyttämät vaatteet todetaan jännittäviksi, niiden suosio kasvaa siihen pisteeseen saakka, kunnes kaikilla on mahdollisuus saada kyseiset vaatteet käsiinsä. Silloin kyseinen muoti lakkaa olemasta muotia ja siitä tulee tavallista.⁵⁶

Farkkujen osalta Anttilan kuvastoissa näyttää käyneen juuri näin. Koska farkkujen suosion ja uutuuden viehätyksen kulta-aika sijoittuu 1960-luvun taitteeseen, jolloin Anttila oli vielä varsin uusia toimija nuorisomuodin saralla, farkkuja ei mainostettu Anttilan kuvastoissa muoti-ilmiönä, vaan tavallisena osana nuorten pukeutumista.

Sen sijaan Anttila eli hyvin voimakkaasti mukana minihameiden suosion nousussa. Minimuoti syntyi 1960-luvun puolivälissä, kun ranskalainen André Courrèges ja englantilainen Mary Quant tuottivat samoihin aikoihin kumpikin oman mallistonsa,⁵⁷ jossa esiteltiin mekkoja, joiden helma nousi polven yläpuolelle ja joiden malli oli poikkeuksellisen suora. Ne saattoivat olla väreiltään hyvinkin yksinkertaisia ja sommitelmaltaan geometrisia, tai jopa psykedeelisen värikkäitä ja täynnä erilaisia kuvioita. Yhdistettynä erilaisiin kampauksiin malli sai jopa androgyynisen ulkomuodon, jossa vartalon tuli olla kurviton ja poikamainen. 1960-luvun suosituin brittiläinen malli Twiggy edusti tätä uutta mininuorisoa täydellisesti isojen silmien ja poikamaisen olemuksensa ansiosta.

Anttila tuotti minimuotia ja tätä eurooppalaisen muodin mukaista nuorta naista jo vuonna 1966. Kyseisen vuoden syysluettelossa on lanseerattu uusi, nuorille suunnattu muotimallisto ”Nuorten muotisävel 1966–1967”. Malliston juuret yhdistettiin vahvasti juuri Courrèges’n ja Quantin tuottamaan uuteen kansainväliseen muotiin, joskin Courrèges mainitaan malliston yhteydessä muodin aloittajana ja Quant sen jatkajana.⁵⁸

⁵⁶ Simmel 1986, 77–78.

⁵⁷ Courrèges suunnitteli vuonna 1964 Avaruus-nimisen malliston, jonka puvut saivat inspiraationsa kuvitteellisesta avaruusajasta. Villit leikkaukset, voimakkaat värit ja minimekkoihin yhdistetyt korkeat valkoiset saappaat olivat malliston ydin. Samaan aikaan Quant oli jo luonut Chelsea-tytön, joka pukeutui minihameisiin ja vinyylimuovitakkeihin. Courrèges myöhemmin syytti Quantia ideoidensa varastamisesta, mutta Quant totesi vain toteuttavansa nuorten naisten toiveita lyhyestä muodista. Kopisto 1997, 112–116.

⁵⁸ *Anttilan tavaramallit* 4/1966, 4.

Tulkaa mukaan uuteen, nuoreen muotiin!

Puuvilla on kesän iskelmä



Väriäntästä
kokoamis-
mittaustulokse-
sivulta 139

ANTTILAN Go Go-puvuissa rytmiä ja railakkuutta!

On tässä jännittävä väriyhdistelmä: li-
oranssi-vihreä leninki: hämmästyttökö,
ekallatko pukeutua siihen? Kyllä var-
masti — olettehan seurannut aikaasi ja
tulla kevätmuotia, haluat rohkeasti oi-
nyksiaikainen, muotitietoinen nuori
nainen. Kangas on 100 % puuvillaa.
Kallista neljä taskua ja vyö, muita ko-
steitahan puku ei kaipaa. Vetoketju
kangas. Väri lilla-oranssi. Koot: 36, 38,
40, 42.

Til. nro A95-0494 Hinta 28:80

Pirtsäät, ennakkoluulottomat tytöt valit-
sevat tämän vauhdikkaan puuvillaisen
kesäpuvun. Yksiväristä yllönsä somi-
taa muodikas solmio samaa kuviointia
kuin leveästä, rohkeasta lantiovyöstä
alkava helma. Puvun tyylikkyttä lisää-
vinä yksityiskohtina mainittakoon vas-
talaskos sekä pikimusta pyöreä solki.
Väri turkoosi. Koot: 36, 38, 40, 42.

Til. nro A95-0495 Hinta 29:90

GO GO-KAKSOSISTA ensimmäisessä,
jokaisen nuoren neidon toivepuvussa,
suuripallollinen alaosa on yhdistetty
rohkeasti raidalliseen yllönsä. Puvun
tilava leikkaus takaa, että Go Go-rytmit
sujuvat pukeuduttuunne tähän todelli-
seen mod-asuun. Pitkät hihat, ei kau-
lusta lainkaan ja takana vetoketju. Vä-
ri: lilla-kelta-turkoosi. Koot: 36, 38, 40,
42.

Til. nro A95-0496 Hinta 28:80

Toisen Go-Go kaksosen malli poikkeaa
vain hiukan edellisestä. Tässä hihat-
messa puvussa on poolokaulus — ja
takana vetoketju. Molempien «kaksos-
ten» kangas on Non Iron-käsiteltyä 100
% puuvillaa. Tämän mekon kangassa
on vain voimakkaammat väriyhdistel-
mät. Väri lilla-kelta-puna. Koot: 36,
38, 40, 42.

Til. nro A95-0497 Hinta 26:60

Nopea ja mukava tapa on tilata puhelimitse 90-64 88 11

ANTTILA 9

KUVA 2 ANTTILAN TAVARALUETTELO 2/1967, 9.

Minimuodin suosio ei jäänyt Anttilan kuvastoissa vain yhteen luetteloon, vaan siitä tuli koko loppuvuosikymmenen ilmiö. Jo seuraavan vuoden kevätluettelossa nuorille naisille mainostettiin varsin värikkäitä ja kuviollisia minimekkoja (Kuva 2). Kyseisiä vaatteita mainostettiin uutuuden ja nuorekkuuden avulla, ja menevissä ”Go Go-puvuissa on rytmiä ja railakkuutta!”.⁵⁹ Mekoissa yhdistettiin erilaisia kuoseja ja kirkkaita värejä. Pallokuosi sai vierelleen pystyraita, ja kaksivärinen mekko tuunattiin miesten pukeutumiseen kuuluneella solmiolla. Mitä pidemmälle 1960-luku eteni, sitä värikkäämpiä ja kirkkaampia minimekoista tuli.⁶⁰

Mekkoja kuvailevissa tuoteteksteissä haastettiin nuori uskaltamaan olla nykyaikainen ja rohkea, aikaansa seuraava ja muotitietoinen. Mekkojen käyttäjää kuvattiin pirteäksi ja ennakkoluulottomaksi ja niiden käyttäjältä sujuivat uudet Go Go-rytmitkin paremmin.⁶¹ Verrattuna kuvan 1 esittämään teinivaatetukseen uusi minimuoti oli räjähtävän värikkästä, ja sen käyttäjä varsin rohkea. Vaatteiden mallit olivat melko suoria ja siten ne eivät antaneet kovin paljoa anteeksi vartalon kurveja.

Sukkahousuista tuli minimekkojen pari. Lyhyen mekon alla ei enää pystynyt käyttämään erillisiä sukkia ja niitä ylhäällä pitäviä sukkanauhaliivejä, sillä ne olisivat näkyneet räikeästi lyhyemmän helman alta, mikä ei olisi ollut tarkoituksenmukaista. 1960-luvun puolesta välistä 1970-luvun alkuun mennessä lycrasta ja nylonista valmistettujen sukkahousujen käyttöaste nousi 25 prosentista jopa 95 prosenttiin. Urheilu- ja talvipukimiksi alkuaan suunnitellut sukkahousut nousivat minimuodin myötä arkivaatteeksi, ja niitä sai lähes minkä värisenä ja kuvioisena tahansa.⁶²

Anttilan kuvastoissa tarjottiin sukkahousuja enenevissä määrin 1960-luvun puolivälistä lähtien. Sutjakoita sukkahousuja mainostettiin myös vapauttavina, sillä niiden ansiosta naisten ei enää tarvinnut käyttää kiristäviä liivejä. Ne toivat olemukseen huolettomuutta

⁵⁹ *Anttilan tavaruettelo* 2/1967, 9.

⁶⁰ Ks. esim. *Anttilan tavaruettelo* 2/1968, 7.

⁶¹ *Anttilan tavaruettelo* 2/1967, 9.

⁶² Savolainen 2011, 66–67. Vielä alkuvuodesta 1966 sukkahousuja tarjottiin Anttilan alennusluettelossa juuri urheiluun sopivana alusasuna. *Anttilan tavaruettelo* 1/1966, 11. Ks. myös *Anttilan tavaruettelo* 4/1964, 60.

ja niitä pidettiin ennen kaikkea muodikkaina. Selvää kuitenkin oli, että kaikki eivät vielä olleet tulleet sinuiksi sukkahousujen kanssa, sillä 1969 alennusluettelossa oli vielä ohjeistettu, kuinka sukkahousut puetaan päälle.⁶³

1960-luvun loppupuolella Anttila oli huomionnut nuoret omana ryhmänään ja erilaisina kuluttajina verrattuina aikuisiin naisiin. Uudet tuulet muodin saralla näkyivät kuvastoissa nopeasti lisääntyneenä värikyytenä ja vaatetuksen poikamaisuutena. Nuoriso oli Anttilan silmin räväkkää, uteliasta ja uskaliasta, ja heille pystyi tarjoamaan sellaisia tuotteita, jotka vuosikymmen aikaisemmin olisivat jääneet varaston pohjalle. Uusi nuoriso oli myös rajoja ylittävää, sillä naisten ja nuorten naisten housujen ja erityisesti farkkujen käyttöä vierastettiin vielä 1960-luvun alussa hyvin yleisesti. Nuoriso oli Anttilan mukaan ennakkoluulotonta ja aikaansa seuraavaa.

2.3. Nuoruus osana jokaisen naisen olemusta

Nuorekkuus ei koskenut ainoastaan omaksi uudeksi kuluttajaryhmäkseen noussutta nuorisoa. 1960-luvun kuluessa nuorekkuus ja siihen liittyneet piirteet, kuten ennakkoluulottomuus, rohkeus, räväkkyys ja muotitietoisuus määriteltiin koskemaan kaikkia naisia. Naisten ulkoista olemusta 1960-luvulla muutti eniten juuri edellä mainittu minimuoti, johon ei suhtauduttu kaikissa ikäryhmissä varauksettomasti.

Muodin ilmenemismuodoille ei Simmelin mukaan ole löydetty järkeviä perusteita. Mitä ihmeellisimmät asiat ovat olleet muotia niiden järjettömyydestä huolimatta. Muiden jäljittely mahdollistaa erikoistenkin ratkaisujen jatkumisen kansan pukeutumisessa. Jäljittellessään muita yksilö vapautuu valinnan vaivasta ja antaa vastuun omasta pukeutumisestaan ulkopuoliselle taholle. Lisäksi jäljittely ”antaa yksilölle varmuuden siitä, ettei hän ole toiminnassaan yksin vaan tukeutuu saman toiminnan aikaisempaan harjoitukseen kuin kiinteään perustaan ja vapautuu siten vaivasta kannatella itse itseään.”⁶⁴

⁶³ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1967, 63; *Anttilan tavaraluettelo* 5/1967, 36–37; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1968, 58–59; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1969, 10.

⁶⁴ Simmel 1986, 23–28.

Minimuodin vastaanotto vanhempien, nuorekkaiden naisten keskuudessa oli ristiriitainen. Vaikka minimuodista pyrittiin luomaan sekä nuorille että vanhemmille naisille sopivia versioita, muodin ja jäljittelyn valta oli kuitenkin niin suuri, että minimuotiin pukeuduttiin hyvin itsekritiikittömästi vartalon mallista ja iästä riippumatta. Minimuodin tarjoama nuorekkuus oli valitettavasti osalle naisista epärealistinen kuvitelma, joka halettiin saavuttaa keinolla millä hyvänsä jopa pilapiirrosten uhalla.⁶⁵

Anttilan näkemys minimuodista naissukupolvia yhdistävänä tekijänä oli hyvin selkeä. Minimekkoja tarjottiin kaikille iästä riippumatta, eikä niiden käyttötarkoituksella ollut rajoja. Vuoden 1966 syysluettelossa lanseerattu mallisto ”Nuorten muotisävel” valjastettiin palvelemaan myös aikuisia naisia. Courrèges-tyylin asut saatiin taipumaan niin lapsen, teini-ikäisen kuin aikuisenkin puvustoon,⁶⁶ kuten seuraavasta lainauksesta voidaan havaita.

Nuorten muotisävel soi kaikenikäisille! Uusi, vauhdikas muoti ei ole tarkoitettu vain nuorisolle. Vaikka mannekiinimme ovatkin nuoria, voi näistä muotimalleistamme valita puvun yhtä hyvin äiti kuin tytärkin – eivätkä nämä ole kiellettyjä isoäidiltäkään! Sillä nyt ovat kaikki naiset nuoria, sanoo MUOTI!⁶⁷

Minimuodin kylkiäisenä tullut värien kirjo oli osa tätä nuorekkuutta, joten minimekko ei ollut ainoa keino pukeutua nuorekkaasti. Minimekkojen valloituksesta eteenpäin kuvastoissa vilisi erilaisia väriyhdistelmiä niin hameissa, mekoissa, housuissa kuin myös paidoissa. Värikkyys laajeni koskemaan erityisesti matka- ja ulkoiluasuusteita.⁶⁸

Kotimaan- ja ulkomaanmatkailu kasvoivat 1960-luvulla räjähdysmäisesti, kun Suomessa siirryttiin viisipäiväiseen työviikkoon ja perheiden yhteinen aika lisääntyi. Vuonna 1965 Kalevi Keihäsen perustama Keihäsmatkat Oy lennätti vuosittain yli 100 000 suomalaista Euroopan aurinkorannoille.⁶⁹

⁶⁵ Kopisto 1997, 118–119.

⁶⁶ *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 4, 7.

⁶⁷ *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 9.

⁶⁸ Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo* 2/1968, 13. Ks. myös kuva 3.

⁶⁹ Kortti 2003, 314.

1 28⁸⁰ **2** 28⁸⁰ **3** 28⁸⁰

28⁸⁰ **4**

AURINKORANNALLE MATKAPUVUSTO EDULLISESTI ANTTILALTA

1. Valloittava kesä- ja lomapuku muodikkaasta Kaftan-tyylillä. Lenkivalmistamomme on ommellut sen korkealaatuisesta ja erittäin ryhdikkästä puuvillasta. Suurikuvioisessa ja voimakkaan musta-kelta-puna-värisessä mallissa on välijä leikkaus, avaraksi uurretussa kaula-aukossa kapea pystykaulus, sekä kesäisen- ja muodikkaan lyhyt helma. Todella valloittava kesäasu. Koot: 36, 38, 40, 42, 44. **Til. n:o A95-0931** **Hinta 28:80**

2. Nuorten ja nuorekkaitten naisten muodikas kesämekko samaa valloittavaa Kaftan-tyyliä kuin edellisenkin puku. Valmistusmateriaalina olemme käyttäneet hyvää 100 % puuvillaa, jossa tyylikäs oranssi-musta-beige raidotus. Koot: 36, 38, 40, 42, 44. **Til. n:o A95-0933** **Hinta 28:80**

3. Frotee — tämän kevään iskelmä muotimaailmassa. Viihtyisä ja mieltä monikäyttöisin kesäasu on tämä kuvassa näkyvä froteemekko. Miellyttävän pehmeä helppohoitoinen filmipainettu frotee on Kaftan malliseksi ommeltuna vilpoisa ja ilmava, todellinen kesän toiveasu. Värit ovat hehkuvan voimakkaat punaisen ja kellaisen sävyt. Koot: 36, 38, 40, 42, 44. **Til. n:o A95-0912** **Hinta 28:80**

4. Muotillaisen nykynuorison tämän kevään toiveasu on tämä reipas, hupullinen froteepuku. Huippumuodikkaat yksityiskohdat: aniliinin värinen kangas, edessä panssariveloitettu, kauris, oikapäät päijastava leikkaus sekä suuret, käänteelliset taskut. Tässä asussa olette valloittava niin kesäkuulla kuin rantahietkelläkin. Koot: 36, 38, 40, 42. **Til. n:o A95-0913** **Hinta 28:80**

KUVA 3 ANTTILAN TAVARALUETTELO 2/1968, 13.

Kuvassa 3 mainostetaan erityisen värikkäitä asuja, joiden kanssa saattoi lähteä matkailemaan aurinkorannalle. Ranta- ja lomapuvuiksi ristittyjä mekkoja yhdistää melko peittävä yläosa ja polven yläpuolelle jäävä helma.⁷⁰ Mekot esiteltiin nuorten ja nuorekkaiden suosimina, ja esimerkiksi tuote nro 1 on selkeästi suunniteltu myös varttuneemmille naisille. Asujen silmiinpistävä värikkäisyys todettiin muodikkaaksi ja siten nuorekkaaksi, olihan muotia olla nuori.

Muodikkuudesta ja nuorekkuudesta tuli Anttilan kuvastoissa toistensa synonyymejä. Niitä käytettiin kuvaamaan värikkäitä, eurooppalaisia ja mannermaisia vaatteita ja

⁷⁰ Anttilan tavaraluettelo 2/1968, 13.

niiden leikkauksia. Esimerkiksi jakkupuvusta saatiin uudelleen nuorekas, muodinmukainen ja kaikille ikäluokille sopiva asukokonaisuus pienillä muutoksilla. Vuoden 1967 syysluettelossa myytiin nykynaisen jakkupukuja, joita oli muokattu vastaamaan nuorekkaiden naisten vaatimuksia. Turkoosinvärisestä jakkupuvusta oli tehty ”nuori-ilmeinen” värin ja kimonomallisen kauluksen avulla. Vihreästä jakkupuvusta oli puolestaan saatu muodikas yhdistämällä kankaaseen kultalankaa ja erottamalla kaulukset kultaisilla nauhoilla.⁷¹

Muodikkuus ja nuorekkuus eivät olleet ainoastaan seurausta nuorison vaatimuksista vaatevalmistajia ja muotitaloja kohtaan. Elokuvilla oli usein oma merkittävä vaikutuksensa myös aikuisille naisille sopivan muodikkuuden määrittelemisessä. Jakkupukujen joukosta nousee esille keltainen puku, jossa on tuotetekstin mukaan mustat Zivago-nappilenkit. Nappilenkit, joiden molemmissa päissä oli kolme kirjottua ympyrää, ulottuivat melkein koko rinnan yli.⁷² Nappilenkkien suosio perustuu vuonna 1966 ilmestyneeseen *Tohtori Zivago* – elokuvaan, jossa käytetyissä asuissa näkyi usein juuri tällaisia leveitä nappilenkkejä. *Tohtori Zivagon* vaikutukset näkyivät erityisesti talvivaatteissa, mutta myös muissa vaatteissa, kuten jakkupuku sen osoittaa. Suomalaisten kuluttajien erityistä viehätystä elokuvan vaatetukseen selittänee myös se, että *Tohtori Zivago* oli kuvattu myös Joensuussa.⁷³

Syksyn 1966 luettelossa kerrotaan Anttilan leninkivalmistamon toimintaperiaatteista. Leninkivalmistamon johtajan toimi tuolloin rouva Marja Anttila, joka suunnitteli kunkin kauden muotiluomukset. Nuorekkuus oli 1960-luvun puolivälin tunnusomaisin muodin piirre, jonka pohjalta leninkivalmistamo loi jatkuvasti uutta muotia varta vasten suomalaiselle naiselle. Uuden muodin edellytyksenä oli perehtyminen muun maailman vaikutteisiin muun muassa ulkomaan matkoilla. Anttila muokkasi uuden muodin piirteitä ja tuotti suomalaisille naisille sopivaa nuorekkuutta.⁷⁴

⁷¹ Anttilan tavaraluettelo 5/1967, 14.

⁷² Anttilan tavaraluettelo 5/1967, 14.

⁷³ Kopisto 1997, 125.

⁷⁴ Anttilan tavaraluettelo 4/1966, 10A.

Kuvastoissaan Anttila tuotti nuorta ja nuorekasta naista. Nuorekkuus ilmeni uusina väreinä ja aiempaan verrattuna lyhyempänä ja vartaloa esiin tuovana muotina. Muoti vaikutti paitsi henkiseen myös fyysiseen olemukseen. Minimekkojen tuodessa esiin naisten polvet hameiden helmojen alta naistenlehdet täyttyivät jumppaohjeilla, joilla saatiin paremmin muotiin sopivat polvet.⁷⁵ Nuorison erilaisten kulutustottumuksien ja toiveiden myötä syntyneet uudet vaatekappaleet raivasivat tietä vapaammalle ja nuorekkaammalle aikuisten muodille.

Nuorekkuus merkitsi uusien vaatekappaleiden tai värien ottamista osaksi päivittäistä pukeutumista, mutta myös vanhan korvautumista uudella: sukat ja sukkanauhat vaihtuivat minihameiden kanssa käytännöllisempiin sukkahousuihin. Toisaalta nuorekkuus tarkoitti uuden elämänasenteen luomista. Nuori ja nuorekas ihminen oli Anttilan mukaan rohkea, reipas, muotitietoinen ja aikaansa seuraava. Nuoruuteen kuuluvat uteliaisuus ja uskallus käsitettiin muodikkaana niin vaatevalinnoissa kuin elämänasenteena.

Koska Anttilan kuvastot oli suunnattu naisille ympäri Suomen, niissä ei esiintynyt kovin montaa erilaista popkulttuuri-identiteettiä. Nuorekkuudesta ja räväkkydestä huolimatta kuvastoissa ei tuotettu suuresti niiden yleisestä linjasta poikkeavia identiteettejä. Klassisuus ja tyylikkyys vaikuttivat kaikessa pukeutumisessa, ja ne valmistsivat nuorisoa ja nuorta naista Anttilan tuottaman naisen tuleviin elämänvaiheisiin vaimona, äitinä ja emäntänä.

⁷⁵ Savolainen 2011, 67.

3. Ihanteena kotiäitiys

3.1. Avioliitto perheen perustamisen kulmakivenä

Morsius-huntu nailon tyllä 11⁹⁰

1 Morsius-puku 55,- nailon-pitsissä

2 Crimplene TERILENE 69⁵⁰

3 Siikkijloceeni 24⁹⁰

4 Crimplene TERILENE 57⁵⁰

5 Värikkö- ja juhla- ja raion kangasta 24⁹⁰

6 Crimplene TERILENE 57⁵⁰

7 Puuvilla-kangasta 24⁹⁰

8 Puuvilla-satiniä 24⁹⁰

Kaikkiin perheenne juhla-tilaisuuksiin arvokas ANTTILA-puku

Äitiyspukuja

Arkeen...

Vierailulle ja juhlaan...

Laatua ja tyylikkyyttä uskomattoman edullisesti!

1. Hameesta otetuksihihalla tyllä...
2. BOPPAPUKU...
3. Hameesta otetuksihihalla...
4. ARVOKAS JUHLA- JA MORSIUSPUKU...
5. Värikkö- ja juhla- ja raion kangasta...
6. Crimplene TERILENE...
7. Puuvilla-kangasta...
8. Puuvilla-satiniä...

ANTTILA Nopea tapa tilata puhelimitse 90-64 88 11

KUVA 4 ANTTILAN TAVARALUETTELO 2/1967, 20–21.

Nuoriso tunnustettiin 1960-luvulla omaa ryhmänään ja Anttila tarjosi sille kuvastoisaan identiteettiä, joka sai paljon vaikutteita ulkomailta. Alle 20-vuotias nainen sai olla opiskelija nuori, jonka elämä oli vapaampaa kuin aiemmin. Mutta mitä Anttila ajatteli niiden naisten, jotka olivat jo ohittaneet nuorisoiän, tekevän seuraavaksi?

Kuvassa 4 on kokonainen aukeama vuoden 1967 kevätluettelossa. Sivulla 20 mainostetaan erilaisia naisten juhlapukuja, niin mustia kuin valkosiakin, mutta erityisesti häähäpuku nousee esiin kuvien joukosta. Mekko on lyhyt, mutta mukailee ajan muun vaatepuksen mittoja ja mallin jalassa on sirot avokkaat. Tummahiuksisen mallin ilmeeseen kruunaa puolipitkä huntu. Mutta häähäpuvun pituutta enemmän huomiota herättää äitiysvaatteiden sijoittaminen seuraavalle sivulle. Avioliitto ja perheenperustaminen vaikuttivat

olevan Anttilan mielestä niin tärkeitä asioita, että niistä kertovat tuotteet eli morsiuspuvut ja äitiysvaatteet kannatti sijoittaa samalle aukeamalle. Vaikuttaa siltä, että avioituminen ja sen jälkeen äidiksi tuleminen oli Anttilan mielestä luonnollinen jatkumo nuoren naisen elämässä.

Avioliiton merkitys näkyi vahvasti Anttilan kuvastojen sivuilla. Lähes poikkeuksetta kaikissa vuosina 1961–1969 ilmestyneissä kevät- ja syysluetteloissa mainostettiin yhdellä sivulla Anttilan valmistavia juhlapukuja ja erityisesti morsiuspukuja.⁷⁶ Samalle sivulle päätyivät niin rippi- kuin surupuvutkin, mutta hääpuvut olivat niissä yleensä eniten esillä. Morsiusmekkoja mainostettiin sanoilla ihastuttava, arvokas ja vartaloa myötäilevä.⁷⁷

Vuoteen 1965 asti juhlapukumainokset olivat mustavalkoisia, ja mainosten mallit vaihtuivat vähän. Samoja kuvia käytettiin useammassa lehdessä todennäköisesti taloudellisista syistä, jos myynnissä ollut morsiusmekko ei ollut vaihtunut.⁷⁸ Lisäksi samalla sivulla mainostettiin yleensä myös Anttilan omaa juhlapukuvuokraamo. Vain yhdessä tilaisuudessa käytettävän hääpuvun ostaminen saattoi olla kallista, joten uudenveroisten vuokrapukujen käyttö oli edullista ja kätevää. 1960-luvun loppupuolella pukuvuokraamon mainoksessa ei enää ollut kuvaa, mutta sitä ennen vuokraamon mainoksen tekstin yhteydessä oli piirretty kuva hääparista.⁷⁹

1960-luvulla solmittiin avioliittoja jopa enemmän kuin edeltävällä 1950-luvulla tai sen jälkeen tulleella 1970-luvulla, kuten kaaviosta 1 voidaan havaita. Edellinen piikki solmituista avioliitoista on vuodelta 1946, jolloin solmittiin 49 743 avioliittoa. 1950-luvun

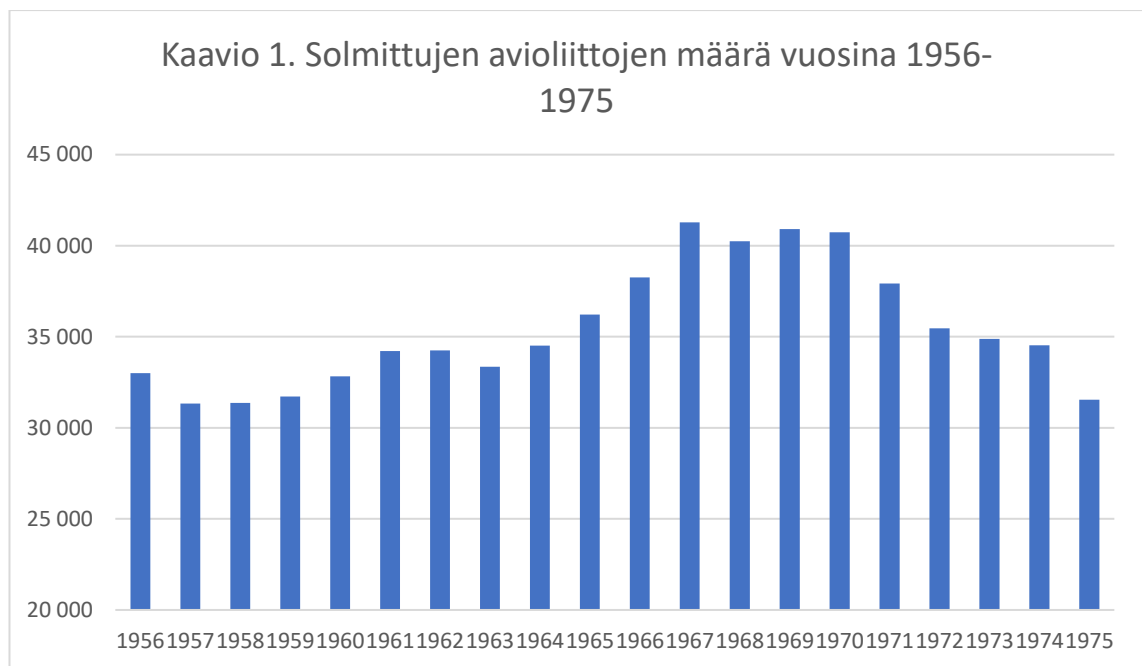
⁷⁶ *Anttilan tavaraluettelo* 4/1961, 13; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1962, 14; *Anttilan tavaraluettelo* 5/1962, 20; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1963, 14; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1963, 147; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1964, 17; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1964, 57; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1965, 30; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1966, 13; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 6A, 16; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1967, 20; *Anttilan tavaraluettelo* 5/1967, 19; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1968, 16.

⁷⁷ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1967, 20; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1961, 13.

⁷⁸ Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo* 4/1961, 13; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1962, 14; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1963, 147; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1964, 57.

⁷⁹ Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo* 5/1962, 20; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1964, 17; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 6A.

huippu ajoittuu vuoteen 1956, jolloin solmittiin 33 004 avioliittoa. 1960-luvun alkupuolella koettiin pieni notkahdus, mutta vuodesta 1964 vuoteen 1967 solmittujen avioliittojen määrä kasvoi yli 2 000 vuodessa. Avioliittojen suurin määrä 1960-luvulla, eli 42 723 avioliittoa, saavutettiin vuonna 1967. Vuosikymmenen viimeisinä vuosina avioliittoja solmittiin yhä yli 40 000 vuodessa.⁸⁰



KAAVIO 1 LÄHDE: SVT, 121V – VÄESTÖMUUTOKSET JA VÄKILUKU, 1749–2018.

Solmittujen avioliittojen määrän kasvua selittää se, että toisen maailman sodan aikana ja sen jälkeen syntyneet suuret ikäluokat saavuttivat tuolloin keskimääräisen avioitumisiän, joka oli 1960-luvulla miehillä 25–26 vuotta ja naisilla 23–24 vuotta. Avioitumisiässä olevan ikäluokan kokoonkin nähden avioliittoja solmittiin todella paljon.⁸¹

Osasyynä avioliittojen suureen määrään voidaan pitää myös avoliittojen vähäisyyttä suurten ikäluokkien keskuudessa. Pitkät avoliitot eivät vielä 1960-luvulla olleet yleisiä, vaan seurusteluvaiheesta siirryttiin usein suoraan kirkon tai maistraatin siunaamaan avioliittoon. Tilastokeskuksen teettämän haastattelun perusteella vuosina 1938–1947 syntyneistä eli 1960-luvulla keskimääräisessä avioitumisiässä olleista naisista reilut 50

⁸⁰ SVT, 121v – Väestömuutokset ja väkiluku, 1749–2018.

⁸¹ Nikander 2010, Kuvio 3. Avioituvuus vuosina 1751–2009; Kuvio 4. Ensimmäisen avioliiton solmineiden keski-ikä vuosina 1960–2008.

prosenttia piti avoliittoa aina hyväksyttävänä, mutta silti näinä vuosina syntyneistä naisista yli 80 prosenttia meni suoraan naimisiin ilman avoliittoa. Ennen 25 ikävuotta avoliitossa oli asunut 1940-luvulla syntyneistä vain 10 prosenttia, kun taas 1950-luvulla syntyneissä vastaava lukema oli jo yli 50 prosenttia.⁸²

Kautta linjan juhlapukumainossivuilla esillä olevat morsiuspuvut ovat linjakkaan yksinkertaisia. Juuri polveen ylettyvät A-linjaiset puvut eivät eronneet kovinkaan paljoa samoilla sivuilla mainostetuista rippimekoista.⁸³ 1960-luvulla olikin hyvin tavallista, että morsiuspuvut olivat yksinkertaisia ilman mitään ylimääräisiä röyhelöitä tai pitsejä, vaikka 1960-luvun lopulla romanttisuus näkyikin hääpuvuissa yhä enemmän. Minimuo-
din tulo vaikutti häämuotiin, ja morsiuspuvut saattoivat olla hyvin lyhyitäkin. Paljon kertoo myös se, että vihille saatettiin mennä ihan tavallisissa vaatteissa tai jopa farkuissa. Myös huntu saattoi saada päivityksen huppuna, joka teki puvusta enemmän kylpytakin kuin juhla-asun näköisen. Pitkät hääpuvut olivat edelleen käytössä, mutta nekin noudattivat yksinkertaista linjaa.⁸⁴

Hääpukeutumisen yksinkertaistumiseen vaikutti osaltaan avioitumistavat. Jo vuodesta 1918 alkaen Suomessa on voinut solmia avioliiton ilman kirkollista vihkimistä. Siviilivihkiminen mahdollisti muun muassa eri uskontokuntiin kuuluvien avioliiton. Vuonna 1960 solmituista avioliitoista (32 834) siviilivihkimisiä eli siviiliviranomaisen suorittamia vihkimisiä oli 10,4 prosenttia. Vuonna 1970 siviilivihkimisiä kaikista yli 40 000 avioliitosta oli 9,4 prosenttia, joka on kuitenkin määrällisesti noin 400 siviiliavioliittoa enemmän kuin 10 vuotta aiemmin.⁸⁵

⁸² Nikander 1992, 10, Kuva 4. Ensimmäinen liitto, naiset syntymävuoden mukaan; Kuva 5. Suhtautuminen avoliittoon, naiset syntymävuoden mukaan.

⁸³ Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo* 4/1961, 13; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1963, 14; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1965, 30.

⁸⁴ Kaivola 1995, 46; *Nuori avioliitto* 28.12.1967. 1960-luvun alkupuolella kuvastoissa on tarjolla morsiuspuku, jota sai sekä ballerinapituisena että pitkänä. *Anttilan tavaraluettelo* 4/1961, 13; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1962, 14.

⁸⁵ Kartovaara 2002, 9, Taulukko 3. Avioliittotilastoja vuosien 1960, 1970 ja 1980 avioliitoista.

Anttila ei kuvastoissaan ottanut kantaa kirkollisen tai siviilivihkimisen puolesta. Morsiuspukuja mainostettaessa tuoteteksti täyttyi lähinnä tuotteen ominaisuuksia kuvaavista sanoista. Viehättävyys, hurmaavuus ja romanttisuus kertovat vain morsiamen ulkoisesta olemuksesta, ja vihkitilaisuuteen viitataan vain sään osalta.⁸⁶

Avioliiton merkitys äitiydelle tulee esiin hää- ja äitiysvaatteiden sijoittelussa. Kuten kuvasta 4 voi huomata, juhla- ja hääpuvut sekä äitiysvaatteet on sijoitettu samalle aukeamalle. 1960-loppua kohden lähestulkoon jokaisessa kuvastossa hääpukumainoksen läheisillä sivuilla mainostettiin äitiysvaatteita.⁸⁷ Sijoittelun perusteella vaikuttaisi siltä, että nuoren naisen elämässä avioliitto ja äitiys ovat tärkeitä ja toisiaan seuraavia tapahtumia.

Vielä merkityksellisempää on se, että juhlapukusivulla osansa saivat myös kastemekot. Varsinkin 1960-luvun alkupuolella kastemekkoja mainostettiin juhlavaatteiden yhteydessä. Vielä syksyn 1964 luettelossa juhla- ja hääpukujen joukkoon on mahdutettu ”sammattikukallisesta nylonkankaasta valmistettu ihastuttava KASTEMEKKO.”⁸⁸ Vuodesta 1965 eteenpäin kastemekkoja ei enää nähdä osana juhlapukusivua. Sekä kastemekkojen että äitiyspukujen mainostaminen morsiuspukujen yhteydessä alleviivaa yleistä vaikutelmaa ja käsitystä siitä, että äitiys on Anttilankin mukaan avioliiton luonnollinen jatkumo.

Minimuodin lyhentävästä vaikutuksesta huolimatta Anttilan markkinoimat morsiusmekot olivat myös 1960-luvun lopulla lähtökohtaisesti polveen asti ylettyviä, siveellisiä ja valkoisia asuja. Farkut Anttila mielsi nuorten vaatteiksi, eikä sellaisilla ollut sijaa häissä. Anttila tuotti siis varsin perinteistä morsianta puhtaan valkoisine mekkoineen ja huntui-
neen. Puhtaus ja perinteisyys oli myös lähtökohta Anttilan tuottaman naisen elämän seuraavalle askeleelle, perheen perustamiselle.

⁸⁶ Vuoden 1966 keväluettelossa pitkähihaista ja pitsistä tehtyä morsiuspukua mainostetaan kesämorsiamelle sopivaksi. *Anttilan tavaramuuttelo* 2/1966, 13.

⁸⁷ Ks. esim. *Anttilan tavaramuuttelo* 5/1962, 20–21; *Anttilan tavaramuuttelo* 2/1966, 12–13; *Anttilan tavaramuuttelo* 2/1968, 15–16.

⁸⁸ *Anttilan tavaramuuttelo* 4/1964, 57.

3.2. Odotuksen riemua?

Edellä on todettu, että Anttilan mielestä avioliitto näytti olevan edellytys äitiydelle. Tilastojen valoissa näin voidaankin sanoa, sillä 1960-luvulla suurin osa lapsista syntyi avioliitossa. Vuonna 1960 kaikista lapsista 96 prosenttia syntyi avioliitossa oleville vanhemmille. Vastaava luku vuonna 1970 oli 94,2 prosenttia. Tosin 35,8 prosenttia vuonna 1960 naimisiin menneistä naisista oli raskaana vihittäessä. Vuosikymmenen kuluttua vastaava osuus oli 32,9 prosenttia.⁸⁹

Tilastojen pohjalta ei voida erottaa syytä raskaana olevan naisen naimisiinmenolle. Raskaus ei välttämättä ollut suunniteltu, jolloin avioliitto nähtiin ainoana vaihtoehtona. Toisaalta taas morsian on voinut olla tietämättään raskaana, jolloin asia on selvinnyt vasta vihkimisen jälkeen. Kolmantena vaihtoehtona on se, että perheenlisäys oli täysin suunniteltu, se vain sattui saamaan alkunsa ennen häitä.

Anttilan kuvastoissa raskausajasta maalataan varsin onnellista ja ihanteellista vaihetta naisen elämässä. Odottaville äideille tarjotaan helppohoitoisia, ihastuttavia, viehättäviä ja pirteitä asuja sekä arki- että juhkakäyttöön. Kevään 1967 luettelossa arkiasuiksi tarjottuja äitiyspukuja kuvaillaan viileän ilmaviksi, tuulenraikkaiksi ja niissä kaikissa on reilun tilava leikkaus. Kaiken kaikkiaan äitiysvaatteita mainostettiin sanalla käytännöllinen.⁹⁰

Samat teemat toistuvat syksyn 1964 luettelossa (kuva 5). Erityisesti nuorille äideille suunnatulla sivulla äitiysvaatteita kuvataan käytännöllisiksi. Käytännöllisyydellä on tarkoitettu tässä erityisesti monikäyttöistä, sillä termi mainitaan usein liivihameiden tuoteteksteissä. Liivihame taipui Anttilan mukaan niin juhlaan kuin arkeen vain paitaa vaihtamalla, kuten seuraavasta lainauksesta voidaan havaita.

Pikkuruutuisesta rayonvillasta olemme valmistaneet tulevalle äidille liivihameen, joka suo paljon vaihtelua hänen muuten supistuneeseen pukuvälikoimaansa. Liivihameen täydennykseksi kuvamme soma nylontrikoopusero, arkisempaan käyttöön neulepusero tai helppohoitoinen

⁸⁹ Kartovaara 2002, 9. Taulukko 3. Avioliittotilastoja vuosien 1960, 1970 ja 1980 avioliitoista.

⁹⁰ *Anttilan tavaruettelo 2/1967*, 21. Ks. myös kuva 4.

popliinipusero ja niin on Teillä aina uusi asu, jossa viihdytte. Edestä lantiolle ulottua napitus helpottaa pukeutumista ja suurille taskuille on aina käyttöä.⁹¹

A
Pusero
24⁹⁰

B
Liivihame
19⁸⁵

C
19⁸⁵

D
28⁸⁰

E
villa-
jersey
33⁵⁰

**NUORTEN ÄITIEN
ONNELLISTA ODOTUSTA**

A. Korkealuokkaisesta, hennon värisestä ruudullisesta nylontrikoosta helpohoitoinen pusero. Valkoinen kaulus ja hihansuut koristetut. Ensiluokkainen laatu ja erittäin huoliteltu työ takaavat tyytyväisyytensä. Koot: 38, 40, 42, 44. **80X029** sinivalkoinen **24:90**

B. Pikkuvuoluisesta rayonvillasta olemme valmistaaneet tulevalle äidille liivihameen, joka suo paljon vaihtelua hänen muuten supistuneeseen pukuvalikoimaansa. Liivihameen täydennykseksi kuvomme soma nylontrikoopusero, arkisempaan käyttöön neulepusero tai helpohoitoinen popliinipusero ja niin on Teillä aina uusi asu, jossa viihdytte. Edestä lantiolle ulottuva napitus helpottaa pukeutumista ja suurille taskuille on aina käyttöä. Koot: 38, 40, 42, 44. **80X089** sini-turkoosi **19:85**

C. Miellyttävä ja käytännöllinen asu odotuskuukausiksi on tämä ryhdikkööstä, ripsimäisestä puuvillasta valmistettu pirttä puku, jonka helmaan levinen viistattu leikkaus antaa reilun liikkumatilan. Pyöreä, naisellinen kaulus, metallinapain koristettu napituslista ja suuret päälleommellut taskut. Koot: 38, 40, 42, 44. **80X090** vadelmapunainen **19:85**

D. Yksivärisestä, hieman kokokuvaioisesta rayonvillasta puku, jolla voitte mennä vaikkopa vierailulle. Tämä nk. "parempi puku" on leikattu tilavaksi: siinä on riittävästi tilaa viimeisinäkin odotuskuukausina. Helman väljyys on koottu koettiin pienille vapaille lastuksille. Viehättävä poolokaulus, vetoketju takana. Koot: 38, 40, 42, 44. **80X091** turkoosi, **80X092** sammaleenvihreä **28:80**

E. Tämä hillityn suoralinjainen, tilavaksi leikattu öljityspuku ensiluokkaisesta villajerseyestä edestä lantiolle ulottuvine napituksineen on asu, jolla on käyttöä odotusajan jälkeinkin, jolloin voitte täydentää sitä kapealla nahkavyöillä. Tilava napitettu tasku ja puvun värin sointuvat napit. Koot: 38, 40, 42, 44. **80X093** turkoosi, **80X094** oranssi **33:50**

Kastemekosta lähemmin sivulla 57 **ANTTILA 19**

KUVA 5 ANTTILAN TAVARALUETTELO 4/1964, 19.

⁹¹ Anttilan tavaraluettelo 4/1964, 19.

Äitiyspukuihin viitattiin yleisesti hyvin paljon nuorentavilla ilmaisuilla. Soma, pikku äidin puku, pirteä ja nuoren, odottavan äidin ”parempi puku” ovat sananparsia, joilla äitiysvaatteista tehtiin nuorten naisten vaatteita vuoden 1966 kevätluettelossa. Samoja sanoja käytettiin myös muissa luetteloissa, kuten kuvassa 5 olevista tuoteteksteistä voi havaita.⁹²

Suomalaisten perheellistymistä tutkinut Timo Nikander toteaa tekemässään selvityksessä, että ensisynnyttäjät ovat keskimääräisesti vanhentuneet vähitellen. Vuosina 1938–1942 syntyneiden naisten kohdalla noin puolet oli saanut esikoisensa ennen 23 ikävuotta. Seuraavan ikäluokan eli vuosina 1943–1947 syntyneistä naisista noin puolet synnytti ensimmäisen kerran 23 vuotiaana tai nuorempana. Vuosina 1948–1952 syntyneistä naisista yli puolet naisista oli synnyttänyt vasta 25 vuotiaana. Näistä ikäluokista noin 80 prosenttia oli synnyttänyt 32 ikävuoteen mennessä.⁹³

Anttilan näkemyksen mukaan äidit olivat siis nuoria, ehkä vasta vähän aikaa sitten avioituneita naisia. Verrattuna tilastotietoihin Anttilan näkemys vastasi melko hyvin todellisuutta, ja siten nuorekkuuden käyttäminen äitiysvaatteiden mainonnassa oli perusteltua.

Käytännöllisyys ja nuorekas pirteys eivät kokonaan määritelleet äitiysasuja. Äitiysvaatteisiin ei voitu tietenkään soveltaa kapean vyötärön ihannetta samalla tavalla kuin muihin vaatteisiin, joten niiden muodikkuus haettiin ennen kaikkea värien, kuosien ja yksityiskohtien kautta. Kevään 1967 kuvastossa muodikkuutta esiteltiin kimalteen muodossa. Varsin arkiseen liivihameeseen on yhdistetty punainen, pitkähihainen pitsipusero, jonka materiaaliin on yhdistetty mitä ilmeisemmin hopealankaa.⁹⁴

Äitiyspuvut eivät olleet tarkoitettuja pelkästään raskauden aikaan, vaan myös sen jälkeen. Monen äitiysvaatteen tuotetekstissä mainitaankin, että ne ovat ”käyttökelpoisia

⁹² Anttilan tavaraluettelo 2/1966, 12. Ks. myös esim. Anttilan tavaraluettelo 1/1962, 5; Anttilan tavaraluettelo 5/1962, 20; Anttilan tavaraluettelo 4/1964; kuva 5.

⁹³ Nikander 1992, 20-21.

⁹⁴ Anttilan tavaraluettelo 2/1967, 21. Ks. myös kuva 4.

myös odotusajan jälkeen”⁹⁵. Tämä vaikuttaisi siltä, että Anttilan väki tiesi mainostaessaan äitiysvaatteita raskauden jälkeiseenkin käyttöön, että äitien vartalot eivät välttämättä palaudu ennalleen kovin nopeasti. Siksi oli tärkeää valmistaa myös äitiysvaatteita, jotka erotettuna kontekstistaan vaikuttaisivat ihan tavallisilta vaatteilta.

Näin on tapahtunut vuoden 1968 keväluettelossa, jossa mainostetusta neljästä äitiyasusta kolmea kehuaan myös lapsen syntymän jälkeen käyttökelpoiseksi asuksi.⁹⁶ Käytettävyyttä perustellaan paljon juuri muodikkuudella. Asut ovat 1960-luvun lopun muodin mukaisesti melko suorina, mutta vaateen väljyyden ansiosta vartalon todellista mallia on vaikea nähdä.

Vaikka äitiysvaatteiden osalta raskausvatsalle annettiin tilaa kasvaa, ei se kuitenkaan tarkoittanut sitä, että nainen olisi voinut kunnolla päästää irti vartaloon kohdistetuista ihanteista. 1960-luvun loppupuolelle asti kuvastoissa mainostettiin tavallisten vartaloliivien ohella myös äitiysliivejä. Äitiysliivit erosivat muista liiveistä niiden muokkauskyvyn takia. Niissä oli vatsan sivuilla nyörit, joita voitiin säätää kasvavan vatsan mukaan. Lisäksi selkää oli tuettu lisäluilla. Vaihtoehtoisesti liiveissä saattoi olla lisäosa, joka sijoittui tukemaan vatsan alaosaa. Osa saatettiin ottaa pois ja vaihtaa tilalle pienempi osa, jolloin liivi oli tukensa ansiosta käyttökelpoinen myös raskauden jälkeen.⁹⁷

1960-luvun alkupuolella äitiysliivejä mainostettiin erityisesti kättilöiden suositteluina (kuva 6). Kättilöiden mainitseminen tietyn tuotteen suosittelijana antoi vaikutelman siitä, että äitiysliivit olivat tärkeitä myös terveysammattilaisten mielestä. Koska liivien tehtävänä ei ollut vain vartalon tukeminen, vaan myös sen pienentäminen ja litistäminen, kättilöt tulivat osoittaneeksi hyväksyntänsä käsitykselle, jonka mukaan naisen tuli olla tarkka linjoistaan myös äitinä. Terveydelliset syyt suositukselle olivat varmasti

⁹⁵ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1965, 15. Ks. myös esim. *Anttilan tavaraluettelo* 4/1963, 13; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1964, 12.

⁹⁶ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1968, 15.

⁹⁷ *Anttilan tavaraluettelo* 4/1961, 28. Ks. myös *Anttilan tavaraluettelo* 5/1962, 26; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1965, 64; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1966, 44; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1967, 44.

ensisijaisia, mutta 1960-luvun ihanne solakasta vartalosta ajettiin sisään myös äitiys-ihanteeseen.

1790:-
NATURANA

1680:- **1145:-**

KÄTILÖIDEN SUOSITTELEMIA ÄITIYSLIIVEJÄ

A. KOKOVARTALOÄITIYSLIIVI. Parhaiten myyty äitiysliivimme. Valmistettu vahvasta ja kauniista himmeäkuviolisesta liivikankaasta. Kaksoin nauhoitus sekä leveässä vatsaa kannattavassa vyössä että varsinaisen liivin vatsaosassa tarjoavat Teille suurenkin säätömahdollisuuden eri raskauskukausina. Korkea selkäosa tuettu erikoisesti liivin luit. Nauhoitus selässä. Leveät kumikankaat sivuilta antavat joustavuutta rintaliiville. Kiinnitys hakasilla edestä. Säädettävät, erikoislevät olkaimeet eivät paina olkapäitä. Leveät sukkanauhut. Väri vaal.pun. Koot: 68-100. 20C7 1.790:-

B. PUOLIPITKÄ ÄITIYSLIIVI. Äitien suosima ja kätilöiden suosittama malli. Liivi on tarkoitettu myös synnytyksen jälkeistä aikaa varten, jolloin vartalo ei ole vielä ennallaan. Liivissä on kolme osaa: 1) vatsaa kannattava vyö, joka on asetettavissa eri korkeuksille raskauskukaudesta riippuen. 2) varsinaisen liivi, joka on varustettu vahvoilla luilla ja spiraalijousilla tukee hyvin sekä selkää että vatsaa, 3) pieni etuosaa, joka nyritytään jälkepäin odotusajanliiviosan tilalle. Näin muunneltavat liivit tarjoavat Teille täyden vastineen rahoistanne. Kangas on erittäin lujaa puuvillaista liivikangasta. Koot: 56-100. 20C9 1.680:-

C. ÄITIYSLIIVI. Vahvaa puuvillaista liivikangasta. Säädettävä vatsavyö. Hakaskiinnitys etukappaleen sivussa on helppo käsittellä. Selälle antavat tarvittavan tuen liivin luut. Kahdet nyörit, suuri säätömahdollisuus. Voidaan käyttää odotusajan jälkeenkäkin irrottamalla vain vatsavyö. Erittäin sopiva myös leikkauksen jälkeen ja sairauksissa, joissa vatsaa on tuettava. Väri vaal.pun. Koot: 68-100. 20C8 1.145:-

565:-
TRIKOOLIIVI. Pään yli vedettävä malli on ihanteellinen naisille, jotka eivät voi käyttää tavallisia korsetteja. Olkapäiltä sukkanauhoihin päättyvät tukevat puuvillanauhut estävät liivin venymisen. Väri vaal.pun. Koot: 38-46. 20C10 .. 38-42, 565:-, 44-46/445:-

665:-
IMETYSLIIVI. Hyvin käytännöllinen ja tarkoituksenmukainen imetyслиivi. Erittäin hyvillä leikkauksilla, antaa tarpeellisen tuen rinnolle sekä pallealle. Kupin yläosan aukeava löppö helpottaa imettämistä. Säädettävä hakaskiinnitys. Takana ja sivussa kumikiilat antavat liiville joustavuutta. Valmistettu korkealuokkaisesta liivikankaasta. Väri: vaaleanpunainen. Koot: 32-34-36-38. B- ja C-kupit. 20C14 665:-

1995:-
TUKEVIEN KOKOVARTALOLIIVI. Paljon kysytty ja toivottu tukevien liivi. Vatsaosa vuorattu ja erikoistuettu upeilla luilla sekä tiikkauksin, muunnussa pallan kohdalla 3 kpl liivin luita poikkisuunnassa, jotka tukevat erittäin hyvin ollen liivi kuitenkin samalla joustava. Selässä olevat luut antavat tarpeellisen tuen heikkoleikin selälle. Hakaskiinnitys etukappaleen sivussa, takana näkyriys sekä sivuilla kumikiilat lisäävät liivin joustavuutta. Rintaosan kupit ovat todella hyvänmalliset sekä tiikkauksin tuettu. Väri: vaaleanpunainen. Koot: 76-120. 20C18 1.995:-

NAISTEN SUKKANAUHOJA. Hyvä, joustava laatu. Väri vaal.pun. Normaalkoko. 20C39 481-/pari

TERVEYSLIIVI. Tupeva kotimaista liivikangasta. Vanhempien naisten suosimo. Ilman "painavia" luita. Leveät olkaimeet. Kiinnitetään hakasilla edestä. Antaa tarpeellisen tuen vatsalle ja rinnalle, ei kiristä. Väri vaal.pun. Huomatkaa suuret Koot: 76, 78, 80, 82, 84, 86, 88, 90, 92, 94, 96, 98, 100, 102, 104, 106, 108, 110, 112, 114, 116, 118, 120, 20C1 .. 845:-

28

KUVA 6 ANTTILAN TAVARALUETTELO 4/1961, 28.

1960-luvulla äitiys ja lasten saaminen oli murroksessa, ja yhtenä syynä siihen oli uudenlaisen ehkäisyvälineen eli ehkäisy pillerin saapuminen Suomen markkinoille. Oikein käytettynä pilleri torjui tehokkaasti raskauksia. Pillarit aiheuttivat heti kohua, ja niihin suhtauduttiin alkuun varsin häveliäästi ja epäilevästi. Aikaisemman tavan mukaan ehkäisy pillereitä ja muita ehkäisyvälineitä suositeltiin lähinnä aviossa oleville naisille, joilla oli jo lapsia. Pelättiin, että ehkäisyn suosittelu myös naimattomille naisille turmelisi heidän siveytensä.⁹⁸

Sodanjälkeisessä Suomessa Väestöliitto ajoi sekä määrällistä että laadullista väestönkasvua, suorastaan synnytystalkoita. Suuret ikäluokat olivat tästä seurausta. Varsinkin maaseudulla syntyi paljon lapsia, mihin vaikutti useita tekijöitä. Esimerkiksi asutustilalliset saivat yhden lainalyhennyksen anteeksi syntyneestä lasta kohden. Vaikka Väestöliitto oli tärkeä tekijä myös ehkäisy tietouden levittämisessä, erilaisten ehkäisyvälineiden saaminen maaseudulla oli hankalaa ja siten lapsia syntyi paljon. Toisaalta myös uskonnollisuus vaikutti siihen, että osassa maata suhtauduttiin kielteisesti kaikenlaiseen ehkäisyyn.⁹⁹

Viranomaisten suhtautuminen raskauksiin oli muutenkin hyvin ristiriitaista. Monilapsisia perheitä ja useampaan kertaan raskaaksi tulleita naisia saatettiin lääkärin vastaanotolla halveksua, mutta ehkäisyksi tarjottiin usein pelkästään pidättäytymistä ja asian hyväksymistä. Sterilisaatio eli naisten tapauksessa munatorvien tukkiminen tai kohdun poisto oli olemassa oleva vaihtoehto, joka toisinaan suoritettiin erityisesti paljon lapsia saaneille naisille ehkäisykeinona. Sterilisaatiota varten naiset kuitenkin tarvitsivat lähtökohteisesti luvan mieheltään, ja siltikin lääkäri saattoi evätä tämän mahdollisuuden, terveydenkin uhalla.¹⁰⁰

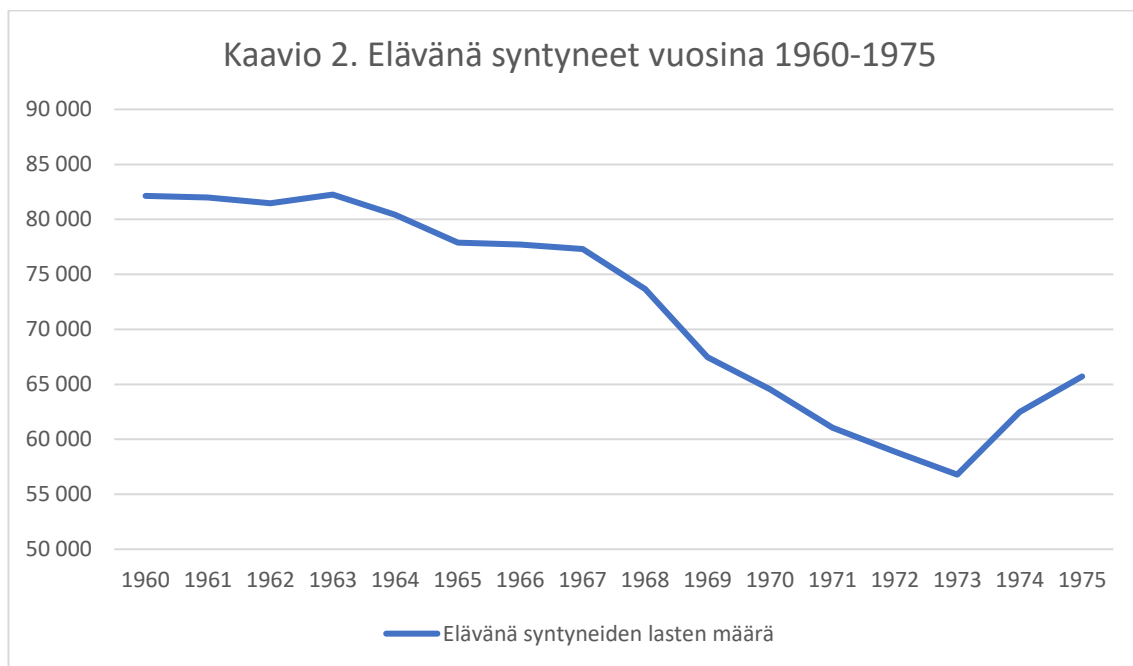
⁹⁸ Vainio-Korhonen & Lahtinen 2015, 215–216; Nätkin 1994, 139–141.

⁹⁹ *Perhesuunnittelu ja ehkäisy* 26.10.1966; Nätkin 1994, 135.

¹⁰⁰ Nätkin 1994, 136–140. Vuonna 1966 tehdyssä katsauksessa sekä suurperheen vanhemmat että kunnanlääkäri ovat ehdottomasti ehkäisyä vastaan, jopa terveyden uhalla. Vasta professoritasolla ehkäisy pilleri nähtiin laittomien ja laillisten aborttien vähentäjänä, vaikka lääkärit yleensäkin olivat suhteellisen vastahankaisia aborttien myöntämisessä. Vain Väestöliiton ehkäisyneuvoja olisi varauksettomasti tarjonnut apua ja neuvoja kaikille, jotka sitä pyysivät. *Perhesuunnittelu ja ehkäisy* 26.10.1966;

Naisella ei siten ollut vaikutusvaltaa tilanteessa, jossa lapsiluku oli hänen omasta miehestään täynnä. Miehen alkoholisoituminen, tiukka taloudellinen tilanne ja oman elämän menettämisen pelko ajoi naisia suorittamaan abortteja, jotka olivat vuoteen 1950 asti kaikin tavoin laittomia. Ritva Nätkin siteeraa artikkelissaan Väestöliiton tutkijana toiminutta Armas Niemistä, joka vuoden 1955 väitöskirjassaan arvioi, että 1940-luvun lopulla joka neljäs tai jopa joka kolmas raskaus päättyi laittomaan aborttiin. Laillistamisen jälkeen lääkärit olivat yhä haluttomia tekemään abortteja raskaana oleville naisille.¹⁰¹

Väestöliiton tarjoama ehkäisyneuvonta ja perhesuunnittelu alkoi kuitenkin jo 1960-luvulla vaikuttaa niin paljon, että syntyvyys ja suomalaisnaisten kokonaishedelmällisyysluku alkoi laskea. Moderni kaksilapsijärjestelmä alkoi saada jalansijaa. Varsinkin kaupungeissa ja koulutettujen ihmisten keskuudessa lapsia ei hankittu yhtä vauhdikkaasti kuin maaseudulla.¹⁰²



KAAVIO 2 LÄHDE: SVT, 001 – ELÄVÄNÄ SYNTYNEET SUKUPUOLEN MUKAAN 1751–2018.

¹⁰¹ Nätkin 1994, 130, 138–142.

¹⁰² Nätkin 1994, 136–137.

Vuoteen 1964 asti lapsia syntyi vuosittain yli 80 000, mutta sen jälkeen syntyvyys laski merkittävästi muutamassa vuodessa (kaavio 2). Jyrkin käänne nähtiin vuosien 1967 ja 1969 välillä, jolloin vuosittainen syntyvyys laski reilusta 77 000 lapsesta vain reiluun 67 000 lapseen.¹⁰³ Siten vuosien 1960 ja 1973 välillä keskimääräinen lapsiluku kutakin naista kohden laski noin 2,75 lapsesta vain 1,5 lapseen. Perhe-etuuksien parantamisella lapsiluku saatiin 1970-luvulla jonkin verran nousemaan.¹⁰⁴

Koska äitiysvaatteita kuitenkin mainostettiin Anttilan kuvastossa, voimme olettaa, että ne olivat muodinmukaisia, vaikka tätä ei erikseen mainittu tuotetekstissä. Muodikkuus syntyi ennen kaikkea tarpeesta,¹⁰⁵ sillä äitiys oli monella tapaa keskiössä 1960-luvun keskustelussa. Asujen väljyys peitti oleellisimman asian, eli tulevasta äitiydestä muistuttavan vatsan, mutta sama ominaisuus teki äitiydestä myös näkyvää. Äitiysvaatteet erottivat odottavat äidit muusta väestöstä, mutta muun muodin jäljittelyn avulla odotusajan vaatteet naamioitiin muistuttamaan ajan vaatemuotia.

Anttilan postimyyntiluetteloissa äitiys oli keskeisin osa naiseutta, joten voidaan olettaa, että Anttilan käsityksen mukaan naisen elämässä tärkeintä oli saavuttaa äitiys ylipäänsä. Kuvastoissa ei otettu kantaa lasten lukumäärään, perhesuunnitteluun tai lapsilukumäärän rajoittamiseen ehkäisyllä. Anttila näki 1960-luvun äidin nuorena äitinä, ja sitä tuotiin esille niin tuoteteksteissä kuin myös otsikoissa.

Raskausaikaan liitettiin kuvastoissa paljon odotuksia naisille niin olemuksen kuin vartalon suhteen. Pirteys ja iloisuus liitettiin kuvastoissa onnelliseen odotukseen. Uuden perheenjäsenen odottaminen ei ollut hyväksyttävä syy vartalon repsahdukselle, joten vartaloa tukevat ja muokkaavat liivit olivat mukana kuvastoissa 1960-luvun lopulle saakka. Äitiysvaatteet olivat varsin ilmavia ja peittivät tehokkaasti kasvavan vatsan. Kun ottaa huomioon ajan keskustelun äitiydestä, raskauden piilottaminen isojen vaatteiden alle saattoi olla monille keino suojautua ulkoapäin tulevia odotuksia kohtaan.

¹⁰³ SVT, 001 – Elävänä syntyneet sukupuolen mukaan 1751–2018.

¹⁰⁴ Kartovaara 2002, 11. Kuvio 2. Kokonaishedelmällisyysluku 1960–2000.

¹⁰⁵ Muodikkuuden tarpeellisuudesta ks. Simmel 1986 (1905), 23-25 & 30.

Äitiys ei kuitenkaan ollut yksinkertaista, sillä lasten syntymisen jälkeen perhe joutui tekemään päätöksen siitä, jääkö äiti kotiäidiksi hoitamaan lapsia ja pitämään huolta kodista, vai meneekö hän töihin, joko omasta vapaasta tahdosta tai pakon sanelemana. Kotiäitiyden ja työssäkäyvän äidin ristiriita oli koko 1960-luvun naiskysymyksen ytimessä.

3.3. Kotiäitiyden ja muiden toimien välimaastossa

Anttilan näkemys naisen paikasta ja roolista yhteiskunnassa oli varsin selvä, kuten tutkielman kannen kuvasta voidaan havaita. Naisen piti olla iloinen perheenäiti, joka jäi kotiin hoitamaan lapsia, jotta näistä kasvaisi iloisia ja onnellisia. Miehen tehtävänä oli elättää perhe ansiollaan.

Kuvastoissa tuotettiin erityisesti kotiäiti-ideaalia, jonka ytimessä oli jokapäiväinen kodinhoitotyö. Muista äitien työtehtävistä on kuvastoissa mainintoja varsin niukasti. Jos naiset eivät olleet kotiäitejä, kuvastojen mukaan he työskentelivät palveluammateissa ja toimistotehtävissä. Tarkasti määriteltyjä ammatteja löytyi vain neljä: tarjoilija, kampaaja, parturi ja rohdosmyyjä. Tarjoilijattarille markkinoitu valkoinen kauluspaita esiintyi kuvastoissa vuosina 1961 ja 1962, ja työtakkia markkinoitiin rohdosmyyjille vain vuosina 1963 ja 1964.¹⁰⁶ Kampaajien ja partureiden työtakkeja sen sijaan mainostettiin läpi vuosikymmenen. Työtakit olivat yleensä paitapuseromaisia ja malliltaan hyvin väljiä.¹⁰⁷

Näiden tehtävien lisäksi työtakkeja mainostettiin myyjättärille ottamatta sen enempää kantaa varsinaiseen työpaikkaan. Myyjättärille mainostetut työtakit olivat usein samoja, kuin kampaajille ja partureille nimikoidut työtakit, mutta osa myyjättärien työtakkeista

¹⁰⁶ Tarjoilijattaren paita: ks. *Anttilan tavaraluettelo* 4/1961, 8; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1962, 12; *Anttilan tavaraluettelo* 5/1962, 15. Rohdosmyyjän työtakki: ks. *Anttilan tavaraluettelo* 2/1963, 28; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1964, 55.

¹⁰⁷ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1963, 28; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1964, 55; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 25; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1967, 17.

kelpasivat Anttilan mukaan myös kotiäidin askareisiin. Lisäksi kuvastoista löytyi epämää-
räisiä mainintoja naisten tekemistä töistä termeillä toimi tai liike.¹⁰⁸

Villaa 39:90 Vakosamettia 29:80 Vakosamettia 25:50 Tetoron 39:80

Pusero luonnon-silkkiä 16:60

Varmistakaa kokousmeronni: Mittatouluuko sivulla 7

Värien rikkautta arkipäivän harmauteen!

E. RUUDULLINEN JAKKUPUKU. Pehmeistä italialaisesta villakankaasta muodikas jakkupuku. Jakun väriin sointuva yksivärinen kapea hame korostaa jakun ruudutusta. Päitakaulus, 3/4-hihat, metalli-
napit. Hame vuorilla. Värit vihreä hame, sini-vihreäruudullinen jakku. Koot: 38—40—42—44.
1BR181 39: 90

F. SAMETTIPUKU. Kapearaitaisesta vakosametista asiallinen ja nuorekas toimistopuku. Muodikkaat mustat pompulanapit ja tuprupäinen kapea kiiltoahkevyö. Pirkät hihat, manseteissa kaksoisnapitus. Sametti soveltuu niin syys- kuin talvikäyttöönkin. Värit leijonankeltainen, ruskea. Koot: 38—40—42—44.
1BR182 29: 80

G. SAMETTILIIVIPUKU on syksyn muotiasunne käpearaitaisesta vakosametista. Manikäyttöinen hame-liivi-yhdistelmä suo Teille monta vaihtoehtoa pukeutumiseenne. Muodikas kaksiivinen pallonapitus on pirteänä liivin yksityiskohdansa. Kapea hame, takana laskos. Yhdistämällä asun sopivan puseron olette siistit ja hyvinpukutuneen näköinen. Värit leijonankeltainen, ruskea. Koot: 36—38—40—42—44.
1BR183 25: 50

H. TETORON-RUUTUPUKU. Musta-valko värilyhdistelmä on viimeisin muotivuuus. Tämän ruudullisen puvun kankaana on käytetty tetoron-kangasta, joka on pölyester-kuitua. Kangas on täysin rypistymätöntä, kuosinsa säilyttävää pitkäänkin käytön jälkeen. Reipas nuorekas malli. Helmassa edessä ja takana vastalaskos. Valkoinen kaulus ja musta pallonapitus sekä kiiltoahkevyö tekevät puvusta raiikkaan ja elegantin. Väri musta-valkoruudut. Koot: 36—38—40—42—44.
1BR184 39: 80

Puseron teksti sivulla 139

ANTTILA 137

KUVA 7 ANTTILAN TAVARALUETTELO 4/1963, 137.

¹⁰⁸ Anttilan tavaraluettelo 4/1965, 31; Anttilan tavaraluettelo 4/1966, 10, 25; Anttilan tavaraluettelo 4/1967, 17; Anttilan tavaraluettelo 1/1969, 7.

Toimistoasut ilmestyivät kuvastoihin keväällä 1963. Syksyn 1964 kuvastossa (kuva 7) toimistoasun määritelmä tulee varsin selkeästi esiin. Kuvassa oranssiin pompulanappiseen, asialliseen ja nuorekkaaseen toimistopukuun pukeutunut malli nojaa toimistopöytään, jonka päällä on jonkinlainen kirjoitus- tai laskukone. Lisäksi kuvan vasemmassa reunassa seisovalla mallilla on kädessään muistilehtiö ja sulkakynä.¹⁰⁹ Kuvasta voidaan tulkita, että Anttila näki naisen ensisijaiseksi tehtäväksi toimistotyössä muistiinpanojen kirjoittamisen.

Kuvastoissa toimistopuvut tai virkanaisen asut olivat usein vyöllisiä paitapuseropukuja, jotka olivat joko hillityn yksivärisiä, tai 1960-luvun loppua kohden raidallisia tai muuten kuviollisia. Housuasujen, edustavien puseroiden ja hameiden kohdalla toimistosopivuutta ei erikseen mainittu yhdessäkään kuvastossa. Toimistopukuja kuvailtiin 1960-luvulla sanoilla edustava, viehättävä, asiallinen ja tyylikäs. Vain noin 10 vaateen tuotetekstistä löytyi selkeä viittaus sen sopivuuteen toimistotöissä.¹¹⁰ Voidaan kuitenkin olettaa, että esimerkiksi kuvan 7 tapauksessa myös muut sivulla mainostetut asut olivat sopivia toimistotöihin, vaikka sanaa toimisto tai virkanainen ei tuotetekstissä mainittu. Monet pelkästään asiallisina ja tyylikkäänä mainostetut jakkupuvut ovat varmasti olleet yhtä lailla sopivia toimistotyöhön.

1960-luvulla Suomessa elettiin murrosvaiheessa, jossa odotettiin, että kotiäitiys ja kaksilapsisuus korvaisivat aiemman monilapsisen kulttuurin vaurastumisen ja kaupungistumisen myötä. Vielä 1950-luvulla työvoimaennusteissa avioituneiden naisten työssäkäynnin odotettiin vähenevän ja kenties palaavan sotia edeltäneelle tasolle. Suomalaista yhteiskuntaa hallitsi ajatus kodista naisen työpaikkana. Äitiys nähtiin suurena tehtävänä, jota palkkatyön ei sallittu häiritsevän. Vain köyhien äitien ja uraäitien, joilla oli varaa kotiapulaisiin, sallittiin työskentelevän.¹¹¹

¹⁰⁹ Anttilan tavaraluettelo 4/1963, 137.

¹¹⁰ Anttilan tavaraluettelo 2/1963, 7; Anttilan tavaraluettelo 4/1963, 7, 10, 137; Anttilan tavaraluettelo 4/1964, 2, 7, 10, 15; Anttilan tavaraluettelo 4/1965, 22; Anttilan tavaraluettelo 1/1967, 5; Anttilan tavaraluettelo 2/1967, 7; Anttilan tavaraluettelo 5/1967, 8 & 24; Anttilan tavaraluettelo 1/1969, 4 & 7.

¹¹¹ Julkunen 1994, 184–185.

Yhteiskuntatieteilijä Raija Julkusen mukaan suomalainen yhteiskunta jakautui väestöllisesti kolmeen ”napaan”, joista jokainen sisälsi jo itsessään ristiriitaisuuksia naisen ja äidin roolista. Maalaisväestön keskuudessa naisten työnteko antoi pohjan kaupunkimaiselle palkkatyölle, mutta samalla maaseudun emäntäliike vaikutti ajatuksiin naisen paikasta kotona. Porvarillinen ideologia sen sijaan eli kodin ja äitiyden yhteyden ylistyksestä. Samaan aikaan kuitenkin juuri porvarilliset naisliikkeet olivat ajamassa naisille aiempaa laajempia oikeuksia. Sosialistisessa aatteessa ajatus palkkatyöstä naisten vapauttamisen välineenä oli keskeinen. Tästä huolimatta sosiaalidemokraattinen käytäntö keskittyi turvaamaan palkkatyöllä työläisnaisille mahdollisuutta äitiyteen ja kunniallisen perhe-elämään.¹¹²

TAULUKKO 1 ALLE 7-VUOTIAIDEN LASTEN ÄITIEN TOIMET VUOSINA 1950 JA 1970. LÄHDE: JALLINOJA 1976, 47.

	1950	1970
Äiti ammatissa oleva	18 %	47 %
Äiti kotiäitinä	40 %	38%
Äiti maatalouden piirissä	40 %	15 %

Taulukosta 1 voidaan havaita, että pienten lasten äitien toimet muuttuivat vuosien 1950 ja 1970 välillä. Ammatissa olevien äitien osuus yli 2,5-kertaistui 18 prosenttiyksiköstä 47 prosenttiyksikköön. Kotiäitien osuus laski hieman, mutta yhä 1960-luvun päätteeksi lähes kaksi viidestä pienen lapsen äidistä hoiti lapsiaan kotona. Kun vielä vuonna 1950 äideistä kaksi viisiosaa oli toiminut maatalouden piirissä, niin kaksivuosisikymmentä myöhemmin enää vain joka kahdeksas työskenteli maataloustöissä.¹¹³

Julkunen toteaa, että pienten lasten äidit siirtyivät toimien välillä useampaan suuntaan. Kaupunkien kotiäitejä siirtyi ansiotyöhön, kun taas maaseudun emäntiä siirtyi kotiäideiksi. Hän toteaa, että suomalaisen yhteiskunnan rakennemuutos loi naisille uusia

¹¹² Julkunen 1994, 182–183.

¹¹³ Jallinoja 1976, 47.

mahdollisuuksia, mikä johti siihen, että naiset tekivät yksilötasolla uudenlaisia valintoja.¹¹⁴ Kaupungistuminen, koulutustason kasvu ja yhteiskunnan keskiluokkaistuminen avasivat siis naisille uusia mahdollisuuksia myös kotiäiti-ideaalin ulkopuolelta.

Anttilan organisaatiossa työskenteli myös runsaasti naisia. Anttilan henkilöstölehdessä, *Anttilan Aviisissa*, oli oma osio uusille nimityksille, jossa kerrottiin, kuka on ylennetty mihinkin tehtävään. Näistä nimityksistä suuri osa meni miehille, mutta myös naisia ylennettiin. Myös *Aviisin* muissa osioissa mainittiin Anttilalla työskennelleiden naisten tehtäviä. Monet naisista olivat asiakaspalvelijoita, vastaavia myyjiä tai muita myyjiä. Joukossa oli myös eri osastojen hoitajia. He työskentelivät Anttilan eri tavarataloissa ja puhelinpalvelussa.¹¹⁵

Lisäksi moni nainen oli Anttilan palveluksessa apulais- tai varsinaisena ostajana, erityisesti naisten ja lasten pukeutumisen osastolla. Myös kirjanpidossa ja tiedotusosastolla työskenteli naisia. *Aviisissa* on erikseen mainittu leninkimyymlän, tiedotuksen ja tuontiosaston päällikköinä toimivat naiset sekä eräs johtajiston sihteerinä työskennellyt nainen. Huomattava osa *Aviisissa* nimellä mainituista naisista oli rouvia eli naimisissa olevia naisia ja siten myös hyvin todennäköisesti äitejä.¹¹⁶

Vaikka Anttila toi kuvastoissaan esille sen, että äidit työskentelevät erilaisissa palveluammateissa ja toimistoviroissa, oli se kuitenkin vähäistä. Ammattiin ja työskentelyyn viittaavat maininnat jäivät kuvastoissa marginaaliin, eikä niitä ole edes joka kuvastossa. Anttilan henkilökuntalehdessä nimeltä mainitut naistyöntekijät työskentelivät pääasiassa matalapalkkaisissa asiakaspalvelutehtävissä.

Aviisissa mainitut naiset olivat hyvin usein rouvia eli naimissa olevia henkilöitä. Anttila siis tunnusti myös sen, että perheelliset naiset käyvät töissä. Sitä lehti ei kuitenkaan kerro, minkä ikäisiä nämä naiset olivat. Kuvastojen ja henkilökuntalehden perusteella

¹¹⁴ Julkunen 1994, 185.

¹¹⁵ *Anttilan Aviisi* 2/1966, 2, 4 & 6.

¹¹⁶ *Anttilan Aviisi* 2/1966, 3; *Anttilan Aviisi* 3/1966, 6 & 9; *Anttilan Aviisi* 2/1967, 10; *Anttilan Aviisi* 3/1968, 10; *Anttilan Aviisi* 1/1969, 9; *Anttilan Aviisi* 2/1969, 11.

vaikuttaa siltä, että Anttilan kotiäiti-ideaali oli suunnattu ennen kaikkea nuorille pienten lasten äideille.

Anttila halusi pitää kiinni vanhakantaisesta ja sotien jälkeen uudelleen heränneestä ajattelusta, jossa äiti toimi kotiäitinä niin kauan, kuin lapset häntä kotona tarvitsivat. Äitiyden rinnalla naisen tuli toteuttaa naiseuttaan ennen kaikkea rouvana ja emäntänä. Naisilta edellytettiin perheenemännyyttä eli huolehtimista perheen päivittäisestä arjesta ja ystävien, sukulaisten ja muiden kestittämisestä. Kaiken tämän keskellä perheenemännän tuli myös toteuttaa Anttilan naiskuvan mukaisesti viehättävää ja tyylikästä naiseutta.

4. Viehättävä perheenemäntä – loppuelämän eleganssia ja käytännöllisyyttä

4.1. Perheenemännän toimesta

Edellä on osoitettu, että Anttilan näkemyksen mukaan nuorekkuus ja äitiys olivat 1960-luvulla eläneen naisen parhaita ominaisuuksia. Nainen ei voinut olla liian nuorekas, eikä äitiys mennyt Anttilan kuvastojen perusteella pois muodista, vaikka todellisuudessa syntyvyys laskikin 1960-luvun aikana merkittävästi. Nuorekkuuden ja äitiyden lisäksi kaikilta naisilta ja erityisesti rouvilta edellytettiin viehättävyyttä ja eleganttiutta kodinhengettäjinä ja perheenemäntinä.

Perheenemännäisyys lankesi jokaisen perheellisen naisen tehtäväksi. Kodinhoitoon tuli suhtautua vakavuudella. Vaikka naisten ansiotyö yleistyi, ei se silti poistanut sitä tosiasiaa, että kotitöiden katsottiin edelleen kuuluvan ”naisten työksi”.¹¹⁷ Tämä näkyi niin naisten ulkoisessa olemuksessa, käyttäytymisessä kuin myös tavoissa hoitaa kotia ja lapsia. 1960-luvulla ydinperheidea alkoi vaikuttaa enemmän naisten rooliin päivittäisessä elämässä ja perheenemännäisyys sai uusia ulottuvuuksia.

Anttilan postimyyntiluetteloissa emännäisyys liitettiin vahvasti siivoukseen ja ruuanlaittoon. Lähestulkoon jokaisessa kuvastossa mainostettiin useilla eri sivuilla kotitakkeja ja -pukuja sekä koko vartalon peittäviä essuja (kuva 8). Näiden suojavaatteiden yhteydessä maininnat emännyydestä ja perheenemännistä painottuvat 1960-luvun alkupuolelle, vaikka kotitakit ja essut kuuluivat vakiotuotteisiin myös 1960-luvun lopulla. Kotitakkien siivousvaikutelmaa saatettiin tehostaa lisäämällä kuvaan imuri tai muu siivousväline.¹¹⁸

¹¹⁷ Turunen 2013, 163–171.

¹¹⁸ *Anttilan tavaraluettelo* 4/1961, 6 & 16; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1962, 9–10, 13 & 23; *Anttilan tavaraluettelo* 5/1962, 8; *Anttilan tavaraluettelo* 1/1963, 6; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1963, 29, 140 & 142–143; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1963, 142; *Anttilan tavaraluettelo* 1/1964, 8A–B & 68; *Anttilan tavaraluettelo* 3/1964, 7; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1964, 18 & 55; *Anttilan tavaraluettelo* 1/1965, 7; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1965, 31 & 65; *Anttilan tavaraluettelo* 1/1966, 7, 17 & 36; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 24–25

1 2 3

1985:- 1495:- 1985:-

4

1290:-

VIEREISEN SIVUN TAVARASELOSTEET

A.-B. VOHVELIKANKAINEN KYLPTAKKI on väärtämaton meile jokaiselle. Mainio ottaa mukaan saunamatkalle tai uimarannalle, käyttää sitä pyyhkeenä ja lämmikkeenä. Suojaa vilustumiselta saunan jälkeen. Mainiota vohvelikangasta, joka kuivaa nopeasti. Väljä runsasmittainen malli. Anttilan ompelimon erikoistyötä. Vahvaa, lievästi kärkeäköä puuvillavohvelikangasta. Värit: naisille ja tytöille puna-ruutuinen, miehille ja pojille siniruutuinen. 31C71 Naisten koot: 38, 40, 42, 44 1.495:-
24C26 Miesten koot: 48, 50, 52, 54 1.250:-
27C28 Tyttöjen koot: 34, 36 .. 1.250:-
27C43 Poikien koot: 8, 10, 12, 14-vuotiaille 1.250:-

C. PROTEEKYLPTAKKI NAISELLE. PMK:n pakusta ja pehmeästä kylpytaksista lämmin ja kuivaava kylpytaksi naisille saunan tai kylryn jälkeen. Rehi-tilava leikkaus, hirttikaulus, iso tasku, mi-
mittava vyö. Saumat eivät ripoa saun-
kaan jälkeen, ne ovat kankaalla vah-
vistetut. Värit: keltaisen, vaal. sinisen,
vaal.punaisen, pohjaväri, jossa siveä kii-
kareita. 31C100 2.495:-

D. PROTEEKYLPTAKKI MIEHILLE. Ensiluokkaisesta PMK-froesekankaasta läm-
min ja kuivaava kylpytaksi miehille ot-
mainio asu saunan ja kylryn jälkeen.
Väljä, miellyttävä leikkaus. Tummat
suurusvärit leveinä raitoina, sopii vaikkapa
aamutakiksi kylpytakin ohella. Värit: tum-
ma vihreä/ruskea raidoitus tai sini/ruusko
raidotus. Koot: 48-54. 24C25 .. 2.985:-

E. FLANELLINEN AAMUTAKKI. Su-
loisen pehmeästä ja lämpimästä molemmin
puolin raapatusta aamutakkiflanellista
valmistettu aamutakki on todellakin jok-
kaisen naisen unelmatakki. Värit: Punai-
sella, sinisellä tai mustalla pohjalla kausi-
ruusuksiivointi. Koot: 38, 40, 42, 44, 46,
31C101 1.640:-

F. SILKKIFLANELLINEN AAMUTAKKI. Su-
urikukkaisesta irävaltalaisesta silkki-
flanellista, jonka sisäpuoli on pehmeästä
raapatusta, päällispuoli kausi-
silkkiflanellista, kukallinen. Runsaat pituus, solmittava
vyö. Värit: sinisellä tai punaisella pohjalla
vaal.harmaa ruusuksiivointi. Koot: 38,
40, 42, 44, 46. 31C72 1.800:-

G. TUMMASÄYTYINEN AAMUTAKKI
silkkiflanella. Kestävästä ja liioa hylki-
västä kiiläväpintaisesta silkkiflanellista
opea aamutakki. Edestä raitoina mainio
malli, solmittava vyö. Tikkauskain koru-
taksi: kulfmaukaus, 2 taskua. Värit: vih-
reällä, punaruskealla tai sinisellä pohjalla
pieni ruutuksiivointi. Koot: 38, 40, 42,
44, 46. 31C102 2.095:-

H. NYLONTOPATTU AAMUTAKKI.
Tylsien hienon unelma-takki nylontop-
attua kankaasta. Kausi leikkaus, suuret
taskut, pyöreä kaulus, napitus alas asti.
Runsaspiuiset hihat, joita voi hihasuu-
känteillä lyhentää haluttuun pituuteen.
Värit: valkoisella pohjalla punainen tai
sinivihreä kukkakiivointi. Koot: 38, 40,
42, 44. 31C103 1.985:-

1. KÄYTÄNNÖLLINEN ARKIPUKU tukevahkoille vartalolle. Länsi-saksa-
laisesta rayonvillasta; helppopesuinen ja
hoitoinen. Viiden kappaleen kellohelma,
3/4-hihat, kaulus kaulaa pekkoleiva, vyö.
Todella mieluisen asu äidille arkisiin puu-
tiin. Sini-valko-harmaaruudutus. Koot: 42,
44, 46, 48, 50. 31 C 112 1.985:-

2. TALVIPUUVILLAPUKU ranskalaie-
sestä bomasse-kankaasta. Lämmin ja vahva
käytöpuku perheenemännille. Todella ku-
lutusta kestävä ja helppopesuinen. Lämpimät
talvivärit himmein kukkakuviin: vih-
reä, tummanpunainen, sininen. 31 C 16.
Koot ja hinnat: 38-44 1.495:-, 46-50/
1.695:-

3. RUUDULLINEN KOTIPUKU. Toi-
meliaat perheenemännät pitävät varmasti
tädät kausiasta ja käytännöllisistä mallista.
Itäitalaisesta rayonkankaasta, joka säilyt-
tää ryhtiä ja värinsä pesussa. Paitakau-
lus, napitus edustassa, 3/4-hihat. Viiden
kappaleen kellohelma; kaksi tilavaa taskua;
vyö. Kumihauha vyötärön takaaosasta antaa
väljyyttä. Värit: punainen-, sininen- tai
vihreäruudutus. 31 C 43. Koot ja hinnat:
38-44/1.985:-, 46-50/2.285:-

4. KOTITAKKI. Väärtämaton asu pe-
heenemännille on napitettava kotitakki
tilavine taskuineen. Kangas vahvaa, kulu-
tusta ja pesua kestävä puuvillakangasta.
Tummat talviset kukkakuviin. Värit: vihreä,
punaruskea. Koot: 38, 40, 42, 44, 46,
31 C 115 1.290:-

**TAKAAMME NAISTEN LENINKIEN EHDOTTOMAN
SOPIVAISUUDEN**

Noudattakaa allaolevia yksinkertaisia ohjeita tilatessanne
leninkejä, hameita ja puseroita.

1) Ilmoittakaa pituutenne.

2) Mitatkaa rinnanpääryksenne (laajimmalta koh-
dalta), vyötärönpääryksenne sekä lantionpääryksenne (laajim-
malta kohdalta). Valitkaa näiden mittojen avulla allaole-
vasta mittataulukosta lähinnä sopiva kokonumero. Ilmoit-
takaa tämä kokonumero meille pituusmittanne lisäksi.

	38	40	42	44	46	48	50
Rinnanpääryks (laajimmalta kohdalta)	90	96	100	110	115	120	125
Vyötärönpääryks	66	70	75	85	90	100	115
Lantionpääryks (laajimmalta kohdalta)	96	100	105	115	120	130	140

KUVA 8 ANTTILAN TAVARALUETTELO 4/1961, 6.

& 36; Anttilan tavaraluettelo 2/1967, 39; Anttilan tavaraluettelo 5/1967, 17 & 39; Anttilan tavaraluettelo 6/1967, 29 & 35-36; Anttilan tavaraluettelo 2/1968, 20, 22 & 36; Anttilan tavaraluettelo 6/1968, 29; Anttilan tavaraluettelo 1/1969, 4; Anttilan tavaraluettelo 6/1969, 22.

Kotitakki oli vaate, jonka saattoi pukea päälle sellaisenaan tai suojaamaan jo päällä olevia vaatteita kotitöiden roiskeilta. Kotitakkia pidettiin nimensä mukaisesti kotona, eikä siihen pukeutuneena menty ulos. Nykypäivänä 1960-lukun kotitakin ja emännän arkipuvun välille ei tehtäisi eroa, sillä niiden mallit ja värit eivät juuri eronneet toisistaan. Suurin ero muihin vaatteisiin oli kotitakkien ja essujen kestävyys, jota tuotiin esille tuotetekstissä:

KOTITAKKI. Välttämätön asu perheenemännille on napitettava kotitakki tilavine taskuineen. Kangas vahvaa, kulutusta ja pesua kestävää puuvillakangasta. Tumman talviset kukkakuosit. Värit: vihreä, punaruskea.¹¹⁹

Kotitakkien lisäksi esiliinat mainitaan luetteloissa emännyyteen kuuluvina vaatekappaleina. Niiden tehtävänä ei ollut pelkästään suojata niiden alla olevia vaatteita liialta, vaan niillä korostettiin kantajansa naisellisuutta ja paikkaa yhteiskunnassa. Esiliina oli merkki arkisesta emännästä, mutta sen avulla pystyi erottautumaan muista. Hyvä emäntä omisti useamman esiliinan, ja niitä vaihdettiin tilaisuuden luonteen mukaan. Isohko, koko edustan peittävä ja vaatimaton esiliina vaihdettiin usein vieraiden saapuessa niin sanottuun edustusmalliin, joka yleensä oli arkimallia pienempi ja sirompi. Valkoista röhöhelöesiliinaa käytettiin usein myös pyhäesiliinana sunnuntaipäivällisen yhteydessä.¹²⁰

Esiliinojen ja kotitakkien tyylit muuttuivat 1960-luvun kuluessa hyvin vähän. Perinteiset kotipuvut ja -takit olivat malliltaan paitapuseromaisia, ja niissä oli usein vyö korostamassa vartalon kapeinta kohtaa (kuva 8). Kotipuvun, joka vaati ylleen esiliinan, ja kotitakin, joka puettiin muiden vaatteiden päälle, erona oli lähinnä kotitakin väljyys, jotta kaksinkertainen kerros vaatteita ei ollut liian kireä askareiden hoitamiseen.¹²¹

1960-luvun lopulla minimuoti teki myös kotipuvuista lyhyempiä, mutta niiden värit säilyivät tummina. Asujen kuviointi puolestaan muuttui 1960-luvun alun herkistä kukkakuvioista ajalle tyypillisiin psykedeelisempiin ja isompiin kuvioihin. Myös kotipukujen malli

¹¹⁹ Anttilan tavaraluettelo 4/1961, 6.

¹²⁰ Aikasalo 2000, 158–160; Anttilan tavaraluettelo 2/1966, 36; Anttilan tavaraluettelo 2/1968, 36.

¹²¹ Ks. esim. Anttilan tavaraluettelo 4/1961, 6; Anttilan tavaraluettelo 2/1966, 36; Anttilan tavaraluettelo 2/1968, 36.

vaihtui alun a-linjaisesta ja vyötäröä korostavasta trumpettimaiseen suuntaan, ja ne muistuttivat kuvan 2 ja 3 kaltaisia asuja lyhyemmän ja alaspäin levenevän mallin osalta Ehdoton lisä kotitakeissa ja esiliinoissa oli taskut, jonne saattoi laittaa imuroinnin lomassa lattialta löytyneet tavarat tai pölyrätin.¹²²

Raija Julkusen mukaan vielä 1960-luvun puolivälissä vallalla oli sukupuolimalli, jossa naisten katsottiin olevan kotiäitejä ja perheenemäntiä. Mallin mukaan naisten tehtäviin kuului juuri kodinhoito, ruuanlaitto ja lastenhoito. Niin sanotulla jatkettulla 1960-luvulla eli vuosina 1966-1975 alkoi keskustelu naisen paikan uudelleenmäärittelystä, jossa naisten työnteko ja sen vaikutukset perinteisesti naisille kuuluneisiin tehtäviin olivat sovitelun keskiössä. Naisten työtä koskenut uusi palkkasopimus ja siihen liittynyt päivähoitokysymys horjuttivat kotiäitisopimuksen perusteita. Miesten roolin osalta tällaista keskustelua ei 1960-luvulla käyty.¹²³

Vaikuttaa siltä, että Anttila noudatti tätä perheenemäntämallia tuottaessaan asiakkailensa vuodesta toiseen kotiäidin töihin liittyviä vaatteita. Pukemalla tietynlaisia vaatteita päälleen postimyyntiasiakas saattoi erottautua muista naisista perheenemännäksi, ja toisaalta myös muut tunnistivat hänet emännäksi. Tietyssä roolissa toimiminen ja sen edellyttämän ulkonäön toteuttaminen vahvisti naisen roolia ja sen tärkeyttä. Mikäli Anttila olisi uskonut, että tällaiset perinteisesti naisille uskotut tehtävät siirtyisivät enenevässä määrin palvelijoille tai miesten tehtäväksi, olisi esiliinojen ja kotitakkien tarjonta vähentynyt huomattavasti.

Perheenemännän työtä *Kodin Neuvokki* -oppaissa käsitelleen Kaisa Kutilaisen mukaan emännuus määrittyi jopa ammatiksi, jota varten tarvitsi kouluttautua. Modernisoituvassa maailmassa emännän tuli pysyä ajan tasalla niin uusien kotikoneiden kuin ruokareseptien suhteen. Ilman kouluttautumista kaikista tehtävistä oli Kutilaisen mukaan vaikea selvitä. Silti emännuus nähtiin jokaisen tavallisen naisen osana ja tulevaisuutena. Emäntä oli kaikissa toimissaan rationaalinen ja tehokas. Työelämän ja emännyyden

¹²² Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo* 4/1961, 6; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1966, 36; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1968, 36; *Anttilan tavaraluettelo* 6/1969, 11.

¹²³ Julkunen 1994, 179–183.

yhteensovittaminen ei ollut helppoa, siksi naisen tuli osata säästää aikaa ja voimiaan. Kiireen keskellä emännän rooli oli varsin moniulotteinen, ja naiset sopeutuivat työtaakkaan monin eri tavoin. Emännäisyys oli normi, johon muita mahdollisia naiskuvia verrattiin.

124

Kansatieteilijä Eero Sappinen on perehtynyt erityisesti raumalaisen arkielämän murrokseen 1960- ja 1970-luvuilla. Hänen keräämänsä tilastot antavat laajan kuvan niin kodeista kuin niiden sisällä tapahtuvista asioista. Tekemiensä kyselyiden perusteella Sappinen sai selville, että naiset olivat vastuussa suurimmasta osasta kodin töistä. Esimerkiksi ruuanlaitto kuului yksin äidin vastuulle 73 prosentissa kyselyyn vastanneista kotitalouksista ja siihen käytettiin päivittäin noin 2 tuntia. Myös siivous ja vaatehuolto oli naisten alaa. Suuressa osassa kotitalouksia imuroitiin päivittäin, mutta siivousvastuu jakaantui erityisesti suursiivouksien osalta myös miehille ja perheen lapsille. Pyykinpesuun käytettyä aikaa on vaikea määrittellä, sillä 1960-luvulla taloudet erosivat toisistaan pyykinpesumahdollisuuksien osalta. Sappinen kuitenkin toteaa, että mitä suurempi perhe on, sitä enemmän kotitöihin on käytetty aikaa. Esimerkiksi 3 hengen talouksissa kotitöitä oli noin 8 tunnin verran, kun taas yli 5 hengen talouksissa kotityöt veivät päivästä jopa yli 10 tuntia.¹²⁵

Anttilan tuottama kuva naisesta siivousintoisena perheenemäntänä heijastaa yhteiskunnallista todellisuutta. Vaikka ansiotyössä käyneiden naisten kokema epätasa-arvo työskentelystä sekä kotona että kodin ulkopuolella nostettiin yhteiskunnallisessa keskustelussa epäkohdaksi, oli naisten kuitenkin toteutettava emännän roolia hoitamalla kotitaloutta. Yhteiskunnallisen muutoksen vasta kehkeytyessä kotityöt siis lankesivat yhä naisille.

Kotitalouksien keskipöytä oli 1960-luvulla reilut 3 henkeä.¹²⁶ Kuten edellä todettiin 3 hengen talouksissa kotitöitä tehtiin päivittäin noin 8 tunnin verran. Näin ollen perheenemännän voidaan sanoa olleen kotona kokopäivätyössä. Siksi Anttila näki kotitakkien ja

¹²⁴ Kuttilainen 2008, 117–122.

¹²⁵ Sappinen 2000, 227–234.

¹²⁶ SVT, Väestöryhmittäiset tuloerot 2016, Liitetaulukko 1. Kotitalouksien määrä, keskipöytä, kotitalousväestön koko ja keskimääräiset kulutusyksiköt Suomessa vuosina 1966–2016.

esiliinojen mainostamisen järkevänä. Ne olivat tuotteita, joita varmasti ostettiin, sillä niiden käyttöaste oli suuri. Muita vaatteita suojaavien kotiasujen merkitys oli myös roolien kannalta tärkeä. Pukeutuessaan kuten emäntä, naisella oli selkeä käsitys siitä, mitä emännän ja naisen rooliin kuuluu, ja mikä taas jää miehen hoidettavaksi. Roolien ylläpito toi selkeyttä naisten päivittäiseen elämään. Anttilan luetteloissaan tuottama naiseus pohjautui siis hyvin vahvaan käsitykseen naisen tehtävästä perheenemäntänä, joka piti huolen niin ruoanlaitosta kuin siivouksesta.

4.2. Rouva, madame vai ihan tavallinen nainen?

Perheenemännän vaatetukseen eivät kuuluneet ainoastaan kotitakit ja esiliinat. Anttila tarjosi heille valikoimissaan laajasti erilaisia vaatteita: housuja, hameita, puseroita ja vapaa-ajan urheiluvaatteita. Edellä mainituista erottuivat selkeästi niin sanotut rouvapuvut ja madamemallit, joiden kautta Anttila tuotti asiakkailleen kuvaa tietyn ikäisestä ja kokoisesta, naimisissa olevasta viehättävästä naisesta.

Vuoden 1966 syysluettelossa mainostettiin ”hillitysti muodikkaita” pukuja naisille erityisesti vierailutarkoitukseen. Samalla sivulla neljää eri mekkoa kuvailtiin sanoilla klassinen, ihastuttava pikkupuku ja naisen toivepuku. Neljättä mekkoa kuitenkin mainostettiin jo tuotenimen osalta rouvapukuna, selkeästi siis naimisissa oleville naisille sopivana asuna:

Tyylikäs **rouvapuku** kohokuvioisesta rayonvillasta on pukeva vierailu- tai pyhäasu. Hoikentava, suoralinjainen leikkaus pukee täyteläistäkin vartaloa. Naisellinen, pyöreä kaulus, jota somistaa rusetti ja edustassa puvun kankaalla päällystetyt napit. Huomatkaa laaja kokovalikoima.¹²⁷

Kyseinen turkoosinvärinen rouvapuku oli Anttilan mukaan useimmille naisille sopiva, sillä oli hoikentava vaikutus ja se sopi myös isommille vartaloille. Tätä vaikutelmaa vahvisti vaatteen laaja kokovalikoima, joka mainitaan tuotekuvauksessa erikseen. Kyseistä vaatetta sai aina koosta 40 kokoon 50 asti, joskin koot 46–50 maksoivat 29,90 markan sijaan 34,90 markkaa. Asun pyöreä kaulus lisäsi Anttilan mukaan asun antaman

¹²⁷ Anttilan tavaruettelo 4/1966, 11.

vaikutelman naisellisuutta rusetteineen. Lisäksi koko viereinen sivu mainosti rouvapukuja ylälaidassaan erottuva otsikko ”Muodikasta rouvamallistoa, jossa myös suuria kokoja”.¹²⁸

Anttila tuotti kuvastoissaan samanlaista rouvaa niin 1960-luvun alussa kuin lopussakin. Rouvapukuja mainostettiin tilavina, hoikentavina ja myös tukeville vartaloille sopivina. Niissä oli usein sama, suoralinjainen malli sekä tämä edellä mainittu naisellinen kaulus.¹²⁹ Asujen sopivuutta tietyn ikäisille ja tietyn statuksen omaaville naisille tuotiin esiin myös muuten kuin tuotenimellä rouvapuku. Ero nuorille sopivista vaatteista tehtiin esimerkiksi mainostamalla tuotetta varttuneemmillekin naisille. Kaikenikäisille markkinoit-
dut puvut toki olivat myös nuorille tarkoitettuja, mutta ikärajan puuttuminen mahdollisti vanhempien naisten kiinnostuksen tuotteesta.¹³⁰

Kuvastojen sivuilla vilahtelee myös hienostuneempi versio rouva-sanasta. Nämä madamemalliset vaatteet eivät juuri poikenneet rouvamalleista. Nekin olivat rouvapukujen tapaan hoikentavia, mutta joskus vyötäröltä hieman tiukempia asuja. Madame-asujen kuosit olivat yleensä yksivärisiä, tai kuviot muuten hillittyjä. Myös $\frac{3}{4}$ -hihat kuuluivat hienostuneeseen tyyliin. Madame-asut olivat usein myös juhla-asuja, joten ne olivat siten viehättävämpiä ja hienompia kuin jokapäiväiset rouvapuvut. Olennaista oli, että madamemallisen puvun helma oli usein tilavampi ja siitä sai isompia kokoja, kuin muista vaatteista.¹³¹

Sekä rouvapuvut että madamemalliset asut olivat selkeästi tietyn ikäisille ja tietyn vartalotyypin omaaville naisille suunniteltuja vaatteita. Ne eivät kuitenkaan välttämättä

¹²⁸ Anttilan tavaraluettelo 4/1966, 10–11.

¹²⁹ Ks. esim. Anttilan tavaraluettelo 3/1961, 2; Anttilan tavaraluettelo 2/1963, 5, 140–141; Anttilan tavaraluettelo 1/1964, 4; Anttilan tavaraluettelo 3/1965, 7 & 17; Anttilan tavaraluettelo 1/1966, 7; Anttilan tavaraluettelo 2/1967, 23; Anttilan tavaraluettelo 2/1968, 5.

¹³⁰ Anttilan tavaraluettelo 4/1961, 5; Anttilan tavaraluettelo 2/1965, 9; Anttilan tavaraluettelo 4/1966, 4. Pukuja saatettiin myös osoittaa aikuiselle naiselle ja ”nykynaiselle, jolla ei ole ikää”. Anttilan tavaraluettelo 5/1967, 12.

¹³¹ Anttilan tavaraluettelo 5/1962, 2; Anttilan tavaraluettelo 4/1964, 14–15; Anttilan tavaraluettelo 1/1966, 20–21; Anttilan tavaraluettelo 5/1967, 13 & 20.

eronneet juuri millään tavalla puvuista, joiden tuoteteksteissä ei mainittu sopivuutta rouvavartaloille. Esimerkiksi kevään 1963 luettelon loppupäässä mainostettiin kauniita kevätpukuja (kuva 9). Kyseisen kuvaston sivun 140 oikeassa laidassa mainostetaan kaikille vartalotyypeille sopivaa ruudullista kotipukua, mutta sen vasemmalla puolella olevan leveähelmaisen kesäpuvun tekstistä ei löydy mainintaa sen sopivuudesta nuorille tai rouville iän eikä vartalotyypin osalta. Viereisellä sivulla 141 sen sijaan vierekkäin sijoitettuja punaista ja sinistä mekkoa mainostettiin hoikentavana rouvapukuna ja tukevammille rouvavartaloille suunniteltuna.¹³²

Muoti ei tunne rajoja—

Suven suloisin puku Anttilalta!

Anttilan kauniit puvut tänä keväänä

Anttilan kauniit puvut tänä keväänä

yhtaikaa Helsingissä ja Tukholmassa!

Naisten pukujen mittataulukko sivulla 143

KUVA 9 ANTTILAN TAVARALUETTELO 2/1963, 140–141.

Kun kuvan 9 pukuja vertaa keskenään ulkonäöltä lukematta tuotetekstejä, niiden välillä on vain vähän eroja. Vyötärö erottuu kaikissa mekoissa, ne ovat kaikki suurin piirtein samanpituisia eli polvimittaisia, ja kaula-aukoissa on vain kolmea vaihtoehtoa: pyöreä, neliskulmainen ja kauluksellinen. Myös muut asusteet ovat melko rajattuja, sillä jopa kolmella mallilla on samanlaiset valkoiset avokkaat. Kuitenkin vain näissä mainituissa

¹³² Anttilan tavaralettelö 2/1963, 140–141.

rouvapuvuissa kokoja on tarjolla runsaasti, koosta 38 aina kokoon 50 ja kotipuvussa kokoon 46 asti. Muiden kokotaulukko loppuu numeroon 44.¹³³

Pro gradu -työssään *Kauneus & Terveys* -lehden kauneusihanteita 1950- ja 1960-luvulla tutkinut Katja Heiskanen toteaa, että lehden mukaan iän myötä lihominen oli luonnollista, mutta sitä pidettiin kuitenkin epäterveellisenä. Naisen tuli sopeuttaa ruokavalio iän tuomiin muutoksiin. Vartalon lihavuudesta johtuvat, epäsuotuisat piirteet olivat mitä ilmeisemmin suosittu aihe lehden sivuilla, sillä laihduttamista käsiteltiin niin naisille suunnatuissa kirjoituksissa kuin kysymyspalstoilla. Huomattavaa on, että Heiskasen mukaan terveys ei ollut kyselypalstoilla yleinen huoli puhuttaessa ylipainosta, vaan useimmat naiset kertoivat kärsivänsä lähinnä ulkonäköön liittyvistä ongelmista.¹³⁴

Ottaen huomioon Heiskasen toteamuksen siitä, että 1960-luvulla kurvikkuuden ihannointi vaihtui hoikkuuteen ja muoti sen mukana,¹³⁵ voidaan todeta, että isompikokoinen rouvavartalo ei ollut Anttilan ideologian mukaan tavoiteltava tila. Hoikkuus näyttäytyi koko naisen ikärakenteen läpileikkaavana ominaisuutena. Oli hyväksyttävää, että naisen vartalo muuttuu iän ja perhetapahtumien myötä, mutta se ei saanut johtaa lihavuuteen. Anttila kuitenkin ymmärsi sen, että tällaisia ei-hoikkia rouvaihmissä oli olemassa ja he tilasivat tuotteita erityisesti postimyynnin kautta.

Postimyyntituotteita toki tilattiin 1960-luvulla myös kaupungeissa, mutta yleisesti kuvastot olivat käytetympiä sellaisilla paikkakunnilla, jotka olivat kauempana isommista keskuksista.¹³⁶ Näillä haja-asutusalueilla väestö oli myös keskimäärin iäkkäämpää, kun nuoret muuttivat töiden perässä kaupunkeihin. Maalla kaivattiin enemmän pitkäikäisiä, käytännöllisiä ja klassisen elegantteja asuja. Kaikkia muotivillityksiä ei otettu ilolla vastaan, vaan uusi aika otettiin vastaan maltillisemmin.

¹³³ Anttilan tavaruettelo 2/1963, 140–141.

¹³⁴ Heiskanen 2014, 56 & 60.

¹³⁵ Heiskanen 2014, 65.

¹³⁶ Ahola 1997, 149.

Samana havainnon on tehnyt kansatieteilijä Päivi Aikasalo tutkiessaan *Kotilieden* välittämää naisten pukeutumishanteita. Hän toteaa, että muotivaikutelma ei aina tarkoittanut pelkästään mallia, vaan myös värejä. Siksi asu saattoi olla malliltaan klassisempi, mutta väriltään muodikas. Teollisuus myös pyrki tuottamaan vaatteita, jotka noudattivat muotia joiltakin osin, jolloin asiakkaalle jäi kuvitelma pitkäikäisestä tuotteesta.¹³⁷

Vaikuttaa siltä, että Anttila on noudattanut tätä Aikasalon esittämää väitettä pitkäikäisten vaatteiden tuottamisesta. Vanhemmille ja isompivartalosisille naisille suunnitellut vaatteet kokivat 1960-luvun aikana vain vähän muutoksia, ja nämä muutokset tapahtuivat lähinnä asujen väreissä ja helman pituudessa. Kun minimittaiset hameet saavuttivat kuvastot, niistä tehtiin erikseen myös muille kuin nuorille naisille sopivat mallit, jotka noudattelivat enemmän aikaisempia konventioita naisten pukeutumisessa värien, kaulusten ja hihojen osalta.

Toisaalta suuri osa Anttilan mainostamista naisten vaatteista ei sisältänyt viittauksia sen käyttäjän ikään tai vartalon muotoon. Esimerkiksi puseroita mainostettiin sanoilla, jotka kuvailivat tuotteen ominaisuuksia, kuten hihojen tai kauluksen koristeluita. Kevään 1966 kuvastossa mainostettiin viehättäviä ja romanttisia puseroita, jotka otsikon mukaan olivat sen hetken muotia (kuva 10). Vaaleanpunaista röhelöpaitaa kuvailtiin seuraavasti:

Terylene Sheer-kankainen **pusero** on kevyt, vilpoisa ja silittämättä siisti. Leveä koristelu puseron edustassa on näyttävä esim. jakkupuvun kanssa käytettynä. Täyspitkät hihat, pieni kulmakaulus. Suorahelmaisena pusero soveltuu myös hameen alle.¹³⁸

Muiden samalla sivulla olleiden puseroiden tuotetekstit noudattivat samaa kaavaa. Unelmankevyt kangas, viehättävä jakkupuvun täydennys ja ylellisen runsaat, pliseeratut röhelöt olivat näiden viehättävän romanttisten puseroiden ominaisuuksia. Myös sanat juhlava, tyylikäs ja nuorekas kuvasivat näiden tuotteiden ulkonäköä. Ainoastaan tuotteiden E ja F tekstissä oli maininta, että ne sopivat kaikenikäisille.¹³⁹ Kun tuotetekstissä ei mainittu muita kuin tuotteen näkyvillä olevia ominaisuuksia, syntyi kuva kaikille

¹³⁷ Aikasalo 2000, 71.

¹³⁸ *Anttilan tavaruettelo 2/1966*, 20.

¹³⁹ *Anttilan tavaruettelo 2/1966*, 20.

sopivasta tuotteesta. Täten päätös vaateen ostamisesta tehtiin enemmän sen muodikkuuden, värin tai omien mieltymysten perusteella.

A 24⁹⁰

B 22⁹⁰

C 18⁹⁰

D 24⁹⁰

Puserot ovat viehättävän romanttisia sanoo nyt MUOTI

A. Terylene Sheer-kankainen pusero on kevyt, vilpoisa ja siirtämättä siisti. Leveä koristelu puseron edustassa on näyttävä esim. jakkupuvun kanssa käytettynä. Täyspitkät hihat, pieni kulumakaulus. Suorahelmäisenä pusero soveltuu myös hameen alle. Väri vaaleanpunainen. Koot: 38, 40, 42, 44. 12L085 24:90

B. Juhlava pusero, jonka edustaa soimistaa upea, pliseerattu röhhelöedusta. Pitkät hihat erikoislevyisin mansetoin. Kaulaa pakoileva, pyöreä kaulus. Unelmankevyt kangas helppohoitoinen Terylene Sheerä. Väri vaaleanpunainen. Koot: 38, 40, 42, 44. 12L086 22:90

C. Hihaton pikku Terylene-pusero, jonka edustassa koristenapit ja kaulan röhhelösomiste on viehättävä jakkupuvun täydennys, mutta hameenkin kanssa käytettynä raikas hellepäivän asu. Napitus takana. Väri valkoinen. Koot: 36, 38, 40, 42. 12L087 18:90

D. Romanttinen ja viehkeän naisellinen, upea juhlapusero unelmankevyyttä Terylene Sheerä. Pieni paltakaulus ja napitus edessä. Ylellisen runsaat, pliseeratut röhhelöt edustassa ja juhla-vien, täyspitkien hihojen aulassa. Väri vaaleanpunainen. Koot: 38, 40, 42, 44. 12L088 24:90

E-F. Tämä malliltaan tyylikkään yksinkertainen pusero sopii kaikenikäisille. Pusero on vuorattu samanvärisellä siikillä, paitsi täyspitkät hihat, jotka ovat ilman vuoria. Kangas kestävä kukkakuvioista nylonpitsä. Koot: 36, 38, 40, 42, 44. 12L089 punainen, 12L090 turkoosi 19:90

G-H. Nuorekas pitsipusero ihastuttavasta kukkakuvioisesta nylonpitsistä, jossa vuorittomat, juhlavat, pitkät hihat. Kaula-aukossa ja hihansuissa kevyt röhhelösomiste. Puseron miehusta vuorilla, takana pari nappia. Koot: 36, 38, 40, 42. 12L091 valkoinen, 12L092 vaaleansininen 19:90

E 19⁹⁰

F 19⁹⁰

G 19⁹⁰

H 19⁹⁰

KUVA 10 ANTTILAN TAVARALUETTELO 2/1966, 20.

Anttilan kuvastot vaikuttivat tuottavat vain tietynlaista kotiäiti-ideaalia, mutta on kuitenkin huomattava, että oikeastaan Anttilan laaja asiakaskunta oli varsin moninaista. Samaan aikaan 1960-luvulla eli nuoria, keski-ikäisiä kuin myös vanhempia naisia ja perheenemäntiä. Anttilan tuli ottaa huomioon nämä kaikki ikäluokat ja tarjota heille ikään sopivia tuotteita. Tämä erottelu tapahtui juuri edellä mainittujen termien avulla. Isomman vartalon omaaville ja naimisissa oleville naisille markkinoitiin asuja sanoilla rouvapuku, madamemalli ja rouvavartalosisille, kun taas nuoremmille naisille asuja mainostettiin sanoilla nuori-ilmeinen, räväkkä ja muodikas.

Kertoessaan, minkä ikäiselle naiselle asu sopii, Anttila piti huolen siitä, että naiset saivat juuri itselleen iästä tai vartalosta riippumatta sopivan asun. Kun asua markkinoitiin rouvapukuna, oli se merkki siitä, että vaate oli suunniteltu myös isokokoisille ja vähintään keski-ikäisille naisille. Toisaalta se myös kertoi siitä, että kyseinen vaate ei ollut sopiva nuorille naisille, vaan se saattaisi jopa vanhentaa nuorekasta naista. Heille mainostettiin omanlaisiaan tuotteita, joita vanhempi rouvashenkilö ei olisi voinut laittaa päälleen joutumatta naurunalaiseksi. Pääasia oli, että nainen näytti elegantilta, tyylikkäältä ja viehättävältä sekä omasta että muiden mielestä.

4.3. Vierailuja ja yllätysvierailuja

Anttilan tuottamaan keskiluokkaiseen kotiäiti-ideaaliin ja perheenemännyyteen liittyi olennaisesti myös sosiaalisen kanssakäymisen taso, jota toteutettiin omassa kodissa, ystävien ja sukulaisten luona ja erityisesti käymällä kulttuurilaitoksissa. Vierailukulttuuri ja seurusteluryhmien hankkiminen koteihin oli 1960-luvulla suosittua, mikä näkyi myös Anttilan kuvastoissa.

Erilaisia vierailupukuja mainostettiin Anttilan kuvastoissa läpi koko 1960-luvun. Niitä mainostettiin alennus-, kevät- ja syysluetteloissa.¹⁴⁰ Niihin pukeuduttiin, kun lähdettiin kodin ulkopuolelle esimerkiksi tapaamaan ystäviä tai sukulaisia tai käymään teatterissa.

¹⁴⁰ Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo* 3/1961, 4–5; *Anttilan tavaraluettelo* 1/1964, 4–5, 11, 13 & 16; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 11 & 13–15; *Anttilan tavaraluettelo* 4/1969, 4.

Vierailupuvut olivat usein tyylikkäämpiä ja hienompia, kuin perheenmännän kotiasuiksi tarkoitettut puvut. Tärkeää oli näyttää viehättävältä ja huolitellulta.

Vierailupukujen olemassaolo liittyy erityisesti 1960-luvun lopulla kiihtyneeseen kaupungistumiseen ja väestön keskiluokkaistumiseen. Suomeen rakennettiin noin puoli miljoonaa uutta asuntoa vuosien 1965 ja 1975 välillä. Nämä uudet kerrostaloasunnot ja pienet talot, joita ilmestyi eniten esikaupunkialueille, olivat aiempaan kaupunkirakentamiseen verrattuna tilavia. Elementtirakentaminen tarkoitti tasokasta ja tasalaatuista asumista, johon entistä useammalla oli varaa. Massatuotanto ja palkkatyön yleistyminen lisäsivät kotitalouksien kulutusmahdollisuuksia, joten seurustelukulttuurin keskeisin huonekalu, sohvaryhmä, yleistyi suomalaisten kotien olohuoneissa.¹⁴¹

Vuoden 1965 syysluettelosta löytyy kokonainen aukeama pukuja, joita mainostettiin nimenomaan vierailupukuina (kuva 11). Aukeamalla neljä mallia esittelevät 8 erilaista vierailuasua, joissa saattoi mennä myös juhlatilaisuuksiin. Kaikille puvuille oli yhteistä puvun polvimittaisuus. Minimuodin vaikutus näkyi 1960-luvun edetessä vierailuasujen helman lyhenemisenä, mutta silti helmat pysyivät polvimittaisina.¹⁴²

Vierailuasut vaikuttavat olleen enimmäkseen kotelomekkoja ja jakkupukuja, joiden väri, kuosi ja erilaiset somisteet vaihtelivat. Kuvassa 11 kahden eri sivun vierailupuvut erotettiin toisistaan tummiin ja vaaleampiin, mitä edelleen korostaa taustan värivalinta. Oranssilla pohjalla olevat tummemmat asut ovat taustansa ansiosta vieläkin tummemmat, ja vaikuttavat siten olevan sopivampia talven pimeisiin päiviin. Sen sijaan pastellinväriset puvut on asetettu hyvin vaalealle taustalle, joka korostaa niiden vaaleutta entisestään. Lehti on ilmestynyt kesän lopussa, joten pukujen voi kuvitella sopivan sekä valoisaan syksyyn että myös seuraavaan kevääseen.¹⁴³

Vierailuasujen joukosta erottuvat materiaaliensa ja väriensä puolesta vihreä samettimekko sekä mustalla rusetilla varustettu vaaleanpunainen villakangaspuku. Vihreä oli melko suosittu väri varsinkin 1960-luvun lopulla, mutta samettiin yhdistettynä se antaa

¹⁴¹ Sarantola-Weiss 2003, 23–25; Sappinen 2000, 82–84.

¹⁴² *Anttilan tavaramuuttelo* 4/1965, 6–7; *Anttilan tavaramuuttelo* 2/1968, 1–2, 5 & 10.

¹⁴³ *Anttilan tavaramuuttelo* 4/1965, 6–7.

tyylikkään ja arvokkaan vaikutelman. Vihreä sametti oli siten erityistä ja erottui muista mallien yllä olleista materiaaleista muodikkeudellaan. Malliltaan yksinkertaisen mekon katseenvangitsijoina toimivat hihojen ja puvun edustan nappirivistöt, jotka kuvaston mukaan olivat ”se jokin, joka antaa puvulle huolitellun leiman.”¹⁴⁴ Vaaleanpunaisen puvun ”se jokin” oli puolestaan suuri, mustasta lakkasatiinista valmistettu rusetti. Puku oli tavalliseen tapaan hoikentava ja useimmille sopiva. Vaaleanpunainen ei ollut värinä kovin yleinen, vaikka esimerkiksi kevään 1966 luettelosta pinkkejä pukuja löytyy yhden sivun verran.¹⁴⁵



KUVA 11 ANTTILAN TAVARALUETTELO 4/1965, 6–7.

Keinokuidut tulivat osaksi tyylikästä vierailupukeutumista 1960-luvun kuluessa. Muovista valmistetut tekokuidut, kuten rayon, lycra ja nailon, olivat suosittuja niiden helpohoitoisuuden vuoksi. Tekokuitukankaat olivat rypistymättömiä, muotonsa säilyttäviä ja siten erityisen helppoja pesemisen ja käytön kannalta.¹⁴⁶ Anttilan kuvastot olivat

¹⁴⁴ Anttilan tavaraluettelo 4/1965, 6.

¹⁴⁵ Anttilan tavaraluettelo 4/1965, 7; Anttilan tavaraluettelo 2/1966, 9.

¹⁴⁶ Savolainen 2011, 68.

täynnä viittauksia näihin uusiin, tekokuiduista valmistettuihin ihmekankaisiin. Terylene, Tetoron, Crimplene ja Ban-Lon olivat suurimpia tekokuitulaatujia ja niistä valmistettiin esimerkiksi jakkupukuja, neuleita ja housuja.¹⁴⁷

Luonnonmateriaalit, kuten villa ja puuvilla, olivat vielä 1960-luvun puolivälissä muodissa vierailuasujen materiaalina niiden hengittävyiden ja lämmittävyiden ansiosta varsinkin talvella. Kuitenkin 1960-luvun loppuun mennessä tekokuidut tulivat myös osaksi hienompaa vaatetusta. Keväällä 1968 kuvastoissa mainostettiin useampaakin vierailupukua, jotka oli tehty täysin keinokuiduista. Yksivärisyys oli vaihtunut siksak-kuvioon ja Afrikka-vaikutteiseen värikirjoon. Samalla hameiden ja mekkojen kapeat helmat olivat muuttuneet trumpettimaisiksi.¹⁴⁸

Vierailuihin liittyy olennaisesti myös yllätyksen elementti. Ei ollut mitenkään tavatonta, että naapurilla tai tutulla saatettiin niin kaupungeissa kuin maalla pistäytyä hetken mielihjohteesta. Tällaisen yllätysvierailun sattuessa oli tärkeää, että emännän asu oli vierailun kestävä, toisin sanoen sen verran hienostunut ja tyylikäs, että vieras ei olisi asun perusteella osannut sanoa, että vastaanottavainen emäntä olisi juuri äsken ollut moppaamassa lattiaita.

Perheenemännän perusvaatteet, usein pelastivat päivän yllätysvierailun sattuessa. Syksyn 1966 luettelossa Anttila mainosti kokonaisella aukeamalla kotitakkeja, jotka olivat malliltaan perinteisiä paitapuseropukuja, mutta joiden väritys oli melko vaihteleva ja kirjava. Erästä puolihihaista ja ruusukuviosta kotipukua mainostettiin muodikkaana, ja yllätysvierailuille sopivana, sillä ”tässä hehkuvan värisessä **kotipuvussa** voi perheenäiti ottaa vaikkapa vieraankin vastaan päiväkahville!”¹⁴⁹

Samanlainen maininta asun sopivuudesta yllätysvieraiden vastaanottoon löytyy myös vuoden 1969 joululuettelosta turkoosin värisen kotiasun yhteydessä. Viihtyisään koti-

¹⁴⁷ Ks. esim. *Anttilan tavaraluettelo* 4/1964, 2–3; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1965, 11; *Anttilan tavaraluettelo* 2/1968, 10 & 19.

¹⁴⁸ *Anttilan tavaraluettelo* 2/1968, 10; Savolainen 2011, 69.

¹⁴⁹ *Anttilan tavaraluettelo* 4/1966, 24–25.

iltaan sopinut housupuku oli silkkipintainen ja siinä oli kultakirjailua. Housujen lahkeet olivat muodin mukaisesti alaspäin levenevät, ja tunikamainen jakku todettiin ”kuli-kauluksen” eli pystykauluksen ansiosta muodikkaaksi.¹⁵⁰

Kotivaatteiden ei tarvinnut olla tylsiä tai kulahtaneita. Arkivaatteissa Anttila toteutti klassisia, mutta raikkaita värejä ja malleja, jotka sopivat jokapäiväiseen käyttöön. Kevään 1966 kuvastossa mainostettiin kesän viehättäviä arkipukuja. Yleisilmeeltään vaaleat sini- ja mustavalkoiset puvut olivat koruttoman tyylikkäitä, mutta niissä oli isohkot ja jopa psykedeeliset kuviot. Mustavalkoista kalanruotopukua luonnehdittiin ryhdikkääksi ja kuvionsa puolesta pidentäväksi ja hoikentavaksi.¹⁵¹

Vaikka kyseisten arkipukujen tuoteselosteissa ei mainita sopivuutta kotiasuksi, sana arki voidaan tässä kontekstissa ymmärtää käsittämään perheellisen kotiäidin päivittäistä elämää, johon kuuluu kodinhoitoa ja ruuanlaittoa, mutta myös viehättävänä oleminen ja vierailuihin varautuminen. Siten myös ”visiitillekin” sopiva, sinivalkoinen madamemalli on ollut sopiva kotiasu esiliinalla tai kotitakilla täydennettynä.

Vierailujen avulla perheenemäntäkin sai pidettyä yhteyttä tuttaviiin ja sukulaisiin työntöön lomassa. Vaikka pukeutuminen yleisesti liikkui kohti yksinkertaisempaa ja useisiin eri tilaisuuksiin sopivaa käyttömuotia,¹⁵² Anttila näki tilanteen mukaan pukeutumisen tärkeänä. Vierailupukujen suuren määrän perusteella voidaan sanoa, että Anttila rohkaisi naisia puvuston erotteluun ja eri tilaisuuksiin sopivien asujen hankkimiseen.

Vierailuasun pukeutumalla nainen korosti vierailun merkitystä ja tilanteen erityisyyttä. Samaten oli vierailijoiden vastaanottajien vastuulla tehdä oma roolinsa selväksi. Vaihtamalla arkiset suojavaatteensa edustusversioihin perheenemäntä kohotti itsensä pois työläisen asemasta tasokkaaksi emännäksi. Huolitellut ja tyylikkääät asut lisäsivät naisten viehättävyyttä. Ostamalla ja käyttämällä näitä asuja naiset toteuttivat Anttilan tuottamaa naiskuva.

¹⁵⁰ Anttilan tavaralettelö 6/1969, 12.

¹⁵¹ Anttilan tavaralettelö 2/1966, 16.

¹⁵² Huokuna 2006, 142.

5. Nuori, kotiäiti ja viehättävä emäntä

Anttilan tuottama nainen oli luetteloiden perusteella vartalostaan huolta pitävä nuori, kotiäiti ja viehättävä emäntä. Anttilan naiskuva ei syntynyt tyhjästä, vaan siihen vaikutti useita eri ilmiöitä. Muoti osaltaan saneli sen, millaisena nainen nähtiin. Muista maista tulleet muotivaikutteet, kuten minimekot ja sukkahousut, muuttivat suomalaisten naisten pukeutumista ja roolia yhteiskunnassa. Aiemmin naiskuvaan liitetyt ajatukset ja tehtävät vaikuttivat Anttilan tekemiin vaate- ja mainosvalintoihin. Yhtiön tuottamaan naiseuteen vaikuttivat myös suomalaisten naisten omat valinnat. Anttila seurasi sitä, millaisia tuotteita suomalaiset naiset halusivat ostaa Anttilasta. Huonosti menestyneet tuotteet joutuivat nopeasti alennusluetteloiden sivuille.

Anttila tuotti postimyyntiluetteloissa naiseutta myynnissä olevien tuotteiden lisäksi myös kuvin ja tekstein. Kuvat toimivat visuaalisina esikuvina. Tuoteteksteissä, otsikoissa ja mainoslauseissa sanallistettiin kuvissa naisille esitetyt ominaisuudet ja piirteet. Tekstillä oli kuvaa tukeva funktio. Anttilan tarkoittama ja naisille suunnattujen vaatteiden todellinen käyttötarkoitus saattoi selvitä vasta tuotetekstistä. Monet vaatteet nimittäin näyttivät samanlaisilta, vaikka niiden käyttötarkoitus oli erilainen. Myös yleismaailmalliset, koko sivun tuotteita kuvaavat lauseet määrittivät tuotteiden käyttötarkoitusta ja niiden sopivuutta naisten päivittäiseen elämään. Anttila luotti kuvan ja tekstin yhteisvaikutukseen ja tuotti niiden avulla muodinmukaista naista.

Vaikka 1960-luku on aiemmassa tutkimuksessa ollut radikaalin vuosikymmenen maineessa, tämän aineiston pohjalta voidaan todeta, että todellisuus on ollut paljon moniulotteisempi ja monikerroksisempi. *Anttilan tavaruetteloissa* tuotettu naiseus ei eronnut jyrkästi aiempien vuosikymmenien suomalaisesta naiskuvasta, vaikka se muuttuikin enemmän nuorekkuutta ja hoikkuutta painottavaksi. 1960-luku ei aineiston perusteella ollut muista vuosikymmenistä irrallinen, vaan sodanjälkeisen ajan ja erityisesti 1950-luvun vaikutukset näkyivät 1960-luvulla edelleen. Toisaalta 1960-luvulla alkaneet muutokset yhteiskunnassa ja suhtautumisessa naisten asemaan konkretisoituivat laajemmin vasta 1970-luvun puolella.

Aikuisista erottautumaan pyrkinyt nuoriso oli tärkeä osa Anttilan tuottamaa naiskuvaa. 1960-lukua on yleisesti pidetty Suomessa nuorison vuosikymmenenä, ja yhtenä syynä tähän olivat nuorisoikä saavuttaneet suuret ikäluokat. Nuorten määrä verrattuna aikuisiin oli yksinkertaisesti niin suuri, että heidät oli tunnistettava omana ryhmänään. Nuorison määrän kasvu näkyi myös Anttilan kuvastoissa. Alkuun kuvastoissa mainostettiin nuoren neidon vaatteita, jotka eivät juuri eronneet muiden naisten vaatteista. Nuoriso-vaatteet, kuten farkut ja 1960-luvun puolivälissä kuvastoihin ilmestyneet minimekot, antoivat nuorille naisille mahdollisuuden erottua aikuisista perheenäideistä. Anttilan kuvastoissa onkin nähtävissä muutos aikuismaisesta nuoresta neidosta todelliseksi nuoreksi, jonka pystyy erottamaan aikuisista.

Lyhyet ja psykedeelisen värikkäät minihameet ja kireät farkut merkitsivät muodin muutosta arkipäiväisempään suuntaan, mutta laajemmin kyse oli uudenlaisen elämänasenteen hyväksymisestä. Naisen tuli olla ennakkoluuloton ja suhtautua vastaanottavaisesti kaikkeen uuteen. Uusi oli nuorekasta ja nuorekas oli uutta. Nuorekkuus, reippaus ja räväkkyys eivät jääneet koskemaan ainoastaan nuorisoa, vaan nämä ominaisuudet levisivät myös vanhempien naisten keskuuteen. Ei tarvinnut olla nuori ollakseen nuorekas.

Vaikka Anttilan tuottama naiskuva muuttui nuorekkuuden myötä, luetteloiden naiskuva korosti jatkuvuutta säilyttämällä aiempien vuosikymmeniltä periytyvät naisroolit. Anttila arvosti naisen roolia vaimona ja äitinä. Äitiyden edellytyksenä Anttila piti avioliittoa. Avioliittoja solmittiin 1960-luvulla ennätysmääriä, joten häöpukuja mainostettiin Anttilan kuvastoissa runsaasti. Hääpuvusta ja naimisiinmenosta tuli keskiluokkaisen äitiyden edellytys.

Äitiys teemana ei kuitenkaan ollut 1960-luvun yhteiskunnassa itsestäänselvyys. Ehkäisy-pillerit ja perhesuunnittelu vähensivät syntyneiden lasten määrää Suomessa. Yhteiskunnallinen keskustelu polarisoitui, sillä samanaikaisesti toivottiin sekä lapsiluvun kasvua että kaksilapsisen ydinperhemallin leviämistä. Suurperheiden äitejä paheksuttiin neuvoiloissa, mutta silti sterilisaatioita tai aborttia ei herunut helposti. Tällaista kaksinaismoralismia ei kuitenkaan Anttilan kuvastoissa ollut havaittavissa. Anttilalle tärkeintä oli, että nainen oli ylipäänsä äiti.

Kotiäitiys ja siten myös ydinperheihanne olivat merkittävä osa Anttilan tuottamaa naista. Kotiäitiyden suurta osaa Anttilan tuottamassa naiseudessa alleviivaa se, että 1960-luvun kuluessa maininnat naisten muista työtehtävistä jäivät vähäisiksi. Nainen saattoi olla kuvastojen mukaan esimerkiksi myyjätär, kampaaja tai toimistotyöntekijä. Anttilan oman henkilökunnan osalta naisia oli eniten juuri palveluammateissa, millä oli varmasti myös oma vaikutuksensa Anttilan luetteloissa tuotettuun naiseuteen. Joitakin yksittäisiä naisia kuitenkin pääsi nousemaan osastonjohtajiksi ja johtajiston sihteeriksi asti.

Perheenemännyys oli se työ, jota Anttila halusi naisten tekevän. Kodinhoito, ruuanlaitto, pyykkihuolto ja lastenhoito olivat niitä oleellisia tehtäviä, jotka kuuluivat Anttilan tuottaman naisen päivittäiseen elämään. Kotiäitiyttä ja emännyyttä tuli suorittaa tiedolla ja taidolla, sillä se oli naisen päätehtävä. Kodinhoito oli itsessään jo kokopäivätyö, eikä muille töille ollut aikaa.

Vaikka emännyyden toteuttaminen sijoittui vahvasti koteihin ja neljän seinän sisälle, oli sosiaalinen kanssakäyminen myös osa emännän päivää. Vierailukulttuurin suosio oli osittain seurausta kaupungistumisesta ja uudenaikaisista asumistavoista. Kun väestö keskiloikkaistui, yhä useammilla oli varaa täysikokoiseen seurusteluryhmään. Vierailupukujen määrä Anttilan luetteloissa kertoo sekä sosiaalisen kanssakäymisen tärkeydestä että pukeutumiskulttuurin vaatimuksista. Arkisessa kotitakissa ei ollut sopivaa lähteä kodin ulkopuolelle. Myös vieraan läsnäoloa täytyi kunnioittaa pukeutumalla hieman paremmin.

Nuorison, äitiyden ja emännyyden lisäksi Anttilan tuottaman naisen ominaisuuksiin kuului myös vartalon hoikkuus. Naisen tuli olla hoikka iästä riippumatta. Läpi koko vuosikymmenen Anttilan kuvastoissa mainostettiin hoikentavia ja vartaloa muokkaavia alusvaatteita. Naisilta edellytettiin sopeutumista tietynmallisiin ja kokoihin vaatteisiin, jotka vaativat hoikkaa ja jopa poikamaista vartaloa. Erityisesti uudet vaikutteet, minimuoti ja sukkahousut, asettivat edellä kuvattuja odotuksia vartalolle.

Anttila kuitenkin tunnusti, että niin sanottujen rouvashenkilöiden vartalo ei välttämättä ollut niin hoikka. Tätä väitettä tukevat rouvapukujen suurempi kokoluokitus. Toisaalta, jos ei ollut hoikka, piti edes yrittää näyttää hoikemmalta käyttämällä Anttilan tarjoamia hoikentavia vaatteita. Myös raskaana olevat naiset joutuivat Anttilan hoikan vartaloihanteen uhreiksi. Äidiksi tuleminen ei ollut hyväksyttävä syy vartalon repsahdukselle ennen tai jälkeen synnytyksen. Äitiysliivit ja telttamaiset, vartalon muodon kokonaan kadottavat vaatteet pitivät huolen siitä, että vatsan kasvu näkyi mahdollisimman vähän.

Tietynlainen nuorekas iättömyys leimasi koko 1960-luvun ajan Anttilan kuvastojen naiskuvaa. Naisista puhuttaessa nuoriso ja nuoret äidit saivat huomattavasti enemmän palstatilaa kuin vanhemmat naiset. Isoäideistä puhuttiin vain harvoin. Vanhempi nainen naamioitiin rouva- ja madamepukujen käyttäjäksi ilman, että hänen ikäänsä mainittiin millään tavalla. Silti tämän rouvashenkilön tuli olla nuorekas iästään riippumatta.

Anttilan luetteloiden laaja-alaisempi tutkiminen muiden kuin vaatteiden osalta olisi hedelmällistä ja sillä voitaisiin saavuttaa vielä moniulotteisempi ja -kerroksisempi kuva Anttilan tuottamasta naiseudesta osana 1960-luvun yhteiskuntaa. Jo pelkkiä vaateosioita tutkimalla on ollut kuitenkin mahdollista osoittaa, että Anttilan tuottama nainen oli hoikkuuteen pyrkivä nuori, kotiäiti ja viehättävä emäntä.

Lähdeluettelo

Lähteet

Alkuperäislähteet

Anttilan tavaramuuttelo 1961–1969.

Anttilan Aviisi: Kalle Anttila Oy:n henkilökuntalehti. 1966–1969.

Aikalaiskirjallisuus

Kylmälä, Timo & Tantt, Juha: Kalle Anttila – Halpaa tavaraa. *Kakunjakajia. Kaksikymmentä johtajaa Kalle Anttilasta Matti Virkkuseen*. Kirjayhtymä, Helsinki 1967, 6–12.

Audiovisuaalinen materiaali

YLE Elävä arkisto

Nuori avioliitto. Tuottaja: Yle. Ensiesitys 28.12.1967. <https://yle.fi/aihe/atik-keli/2006/09/08/haat-ja-haiden-valmistelu> Viitattu 10.1.2020.

Perhesuunnittelu ja ehkäisy. Tuottaja: Yle. Ensiesitys 26.10.1966 <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2011/12/02/mahdollisuus-ehkaisyyn-heratti-vastustusta-ja-arvokysymyksiä> Viitattu 10.1.2020.

Tilastot

Suomen virallinen tilasto (SVT): Siviilisäädyn muutokset [verkkajulkaisu]. ISSN=1797-6413. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 3.12.2019].
Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/ssaaty/index.html>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Syntyneet [verkkajulkaisu]. ISSN=1798-2391. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 25.2.2020].
Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/synt/index.html>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tulonjakotilasto [verkkajulkaisu]. ISSN=1795-8121. Väestöryhmittäiset tuloerot 2016, Liitetaulukko 1. Kotitalouksien määrä, keskipalkko, kotitalouksien koko ja keskimääräiset kulutusyksiköt Suomessa vuosina 1966–2016 . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 25.2.2020]. Saantitapa: http://www.stat.fi/til/tjt/2016/02/tjt_2016_02_2018-03-23_tau_001_fi.html?fbclid=IwAR07Yjlk19J6gCm4LUojlqPryQ6xLLzSB0W5Y4baYejn4s_pSYyg2VBNOc

Tutkimuskirjallisuus

Aapola, Sinikka & Kaarninen, Mervi: *Nuoruuden vuosisata. Suomalaisen nuorison historia*. Suomalaisen kirjallisuuden seura, WSOY, Helsinki 2003.

Ahola, Ari: *Arvoisa kaukainen asiakas. 100 vuotta suomalaista postimyyntiä*. Suoran Koulutus ja Kustannus Oy, Helsinki 1997.

Aikasalo, Päivi: *Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia. Naisten pukeutumisasihanneet ja vaatevalinnat 1920-luvulta 1960-luvun lopulle*. Kansatieteellinen arkisto 47. Suomen muinaismuistoyhdistys, Helsinki 2000.

Heiskanen, Katja: *Naisen velvollisuus on olla solakka. 1950–1960-lukujen kauneusihanne aikakauslehdessä*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, Helsinki 2014.

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

Iltanen, Sonja: *Pässinpökkimistä bleiseriin. Naisten vaatemuistoja*. Teoksessa *Suuret ikäluokat*. Toim. Antti Karisto. Vastapaino, Tampere 2005, 167–193.

Jallinoja, Riitta: *Tutkimus lasten päivähoiton kehityspiirteistä Suomessa*. Helsingin yliopisto, sosiologian laitos, Working papers N:o 1. Helsinki 1976.

Julkunen, Raija: *Suomalainen sukupuolimalli – 1960-luku käänteenä*. Teoksessa *Naisten hyvinvointivaltio*. Toim. Anneli Anttonen, Lea Henriksson ja Ritva Nätkin. Vastapaino, Tampere 1994, 179–201.

Kaarninen, Mervi: *Nuorisokulttuurin läpimurto*. Teoksessa *Täältä tulee nuoriso! 1950–79*. Toim. Kai Häggman. WSOY, Helsinki 2006, 8–37.

Kaarninen, Mervi: *Oppikoulu yhteiskunnan rakentajana*. Teoksessa *Valistus ja koulunpenkki. Kasvatus ja koulutus Suomessa 1860-luvulta 1960-luvulle*. Toim. Anja Heikkinen

ja Pirkko Leino-Kaukiainen. Suomen kasvatuksen ja koulutuksen historia II. Suomen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2011, 405–429.

Kaivola, Terttu: *Kahden kauppa. Juhlatietoa, kuvia ja kertomuksia suomalaisista häistä*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 1995.

Kartovaara, Leena: Perhe on paras. Väestötilastollinen tutkimusretki suurten ikäluokkien perheisiin. *Hyvinvointikatsaus 1/2002: Suuret ikäluokat*. Tilastokeskus, Helsinki 2002, 8–14.

Kopisto, Sirkka: *Moderni CHIC Nainen. Muodin vuosikymmenet 1920–1960*. Museovirasto, Helsinki 1997.

Kortti, Jukka: *Modernisaatiomurroksen kaupalliset merkit. 60-luvun suomalainen televisiomainonta*. Bibliotheca Historica 80. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2003.

Kutilainen, Kaisa: *Tehokas emäntä – Perheenemännän työ Kodin Neuvokki -oppaissa 1956–1968*. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto, Turku 2008.

Nikander, Timo: Suomalaisnaisen perheellistyminen. *Väestö 10/1992: Naisen elämäntulkku ja perheellistyminen*. Tilastokeskus, Helsinki 1992.

Nikander, Timo: Avioliiton suosio on hitaasti kasvanut. *Hyvinvointikatsaus 2/2010: Elämäntaiheet*. Tilastokeskus, Helsinki 2010.

Nätkin, Ritva: Väestöpolitiikka, abortti ja äitiys – hyvinvointivaltion ammattilaisten ja naisten suhteen tarkastelua. Teoksessa *Naisten hyvinvointivaltio*. Toim. Anneli Anttonen, Lea Henriksson ja Ritva Nätkin. Vastapaino, Tampere 1994, 129–155.

Rahikainen, Marjatta: Kansakoulun vuosisata 1866–1966 tilastojen valossa. Teoksessa *Valistus ja koulunpenkki. Kasvatus ja koulutus Suomessa 1860-luvulta 1960-luvulle*. Toim. Anja Heikkinen ja Pirkko Leino-Kaukiainen. Suomen kasvatuksen ja koulutuksen historia II. Suomen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2011, 405–429.

Sappinen, Eero: *Arkielämän murros 1960- ja 1970-luvuilla. Tutkimus suomalaisen työväestön elämäntavoista ja niiden paikallisista raumalaisista piirteistä*. Toim. Sanna Kaisa Spoof. Kansatieteellinen arkisto 46. Suomen muinaismuistoyhdistys, Helsinki 2000.

Sarantola-Weiss, Minna: *Sohvaryhmän läpimurto. Kulutuskulttuurin tulo suomalaiseen olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2003.

Savolainen, Sari: Värien kirjoja – pukeutuminen 1960- ja 1970-luvuilla. Teoksessa *James päällä joka säällä. Ajankuva 1960–70-luvuilta sekä Mattisen Teollisuus Oy:n ja James-farkkujen historiaa*. Toim. Juuti, Sirpa. Heinolan kaupunginmuseon julkaisuja 21. Heinolan kaupunginmuseo, Lahti 2011, 65-84.

Simmel, Georg: *Muodin filosofia*. Alkuteos: Die Mode (1905). Suom. Antti Alanen, esipuhe Arto Noro. Kustannus Oy Odessa, Helsinki 1986.

Turunen, Arja: Perheenemäntiä ja housupukuja. *Onnen aika? Valoja ja varjoja 1950-luvulla*. Toim. Kirsi-Maria Hytönen & Keijo Rantanen. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä 2013.

Vainio-Korhonen, Kirsi & Lahtinen, Anu: *Lemmen ilot ja sydämen salat. Suomalaisen rakkauden historiaa*. WSOY, Helsinki 2015.

Voutilainen, Leena: James päällä joka säällä. Teoksessa *James päällä joka säällä. Ajankuva 1960–70-luvuilta sekä Mattisen Teollisuus Oy:n ja James-farkkujen historiaa*. Toim. Juuti, Sirpa. Heinolan kaupunginmuseon julkaisuja 21. Heinolan kaupunginmuseo, Lahti 2011, 15–61.

Vuolanto, Ville: Tutkimusprosessi, metodit ja historiantutkimuksen ominaislaatu. *Historiallinen aikakauskirja* 105 (3/2007), 304–316.

Vänskä, Annamari: *Muodikas lapsuus: lapset mainoskuvissa*. Gaudeamus, Helsinki 2012.

Kuvaluettelo

Kannen kuva: Anttilan tavaraluettelo 4/1965, 1 (kansi).

Kuva 1 Anttilan tavaraluettelo 2/1963, 11.....	15
Kuva 2 Anttilan tavaraluettelo 2/1967, 9.....	21
Kuva 3 Anttilan tavaraluettelo 2/1968, 13.....	25
Kuva 4 Anttilan tavaraluettelo 2/1967, 20–21.....	28
Kuva 5 Anttilan tavaraluettelo 4/1964, 19.....	34
Kuva 6 Anttilan tavaraluettelo 4/1961, 28.....	37
Kuva 7 Anttilan tavaraluettelo 4/1963, 137.....	42
Kuva 8 Anttilan tavaraluettelo 4/1961, 6.....	48
Kuva 9 Anttilan tavaraluettelo 2/1963, 140–141.	54
Kuva 10 Anttilan tavaraluettelo 2/1966, 20.....	57
Kuva 11 Anttilan tavaraluettelo 4/1965, 6–7.....	60