

Huomiolla hallittu

Modernin naisen elämäntyyli *Aitta*-lehdessä 1927–1930

Henna Haavisto

Pro gradu -tutkielma

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

TURUN YLIOPISTO

Kesäkuu 2011

TURUN YLIOPISTO

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos / Humanistinen tiedekunta

HAAVISTO, HENNA: Huomiolla hallittu. Modernin naisen elämäntyyl
Aitta-lehdessä 1927–1930

Pro gradu -tutkielma, 117 sivua, 23 liitesivua

Kulttuurihistoria

Kesäkuu 2011

Tutkielman aiheena on vuosina 1927–1930 ilmestyneen *Aitta*-aikakauslehden kuva modernin naisen elämäntyylistä. Varakkaalle ja yläluokkaiselle lukijakunnalle suunnattu *Aitta* osallistui 1920-luvun Suomessa keskusteluun, jossa määriteltiin sukupuolten muuttuvia suhteista ja paikkoja modernisoituvassa yhteiskunnassa.

Aitassa esiintynyttä modernin naisen elämäntyylä lähestytään lukemalla ja analysoimalla sekä lehdessä julkaistuja kuvia että tekstejä. Teoriapohjana tutkielmassa hyödynnetään filosofi Judith Butlerin performatiivisuus-käsitettä. Performatiivisuudessa keskeistä on sukupuolten näkeminen esityksinä, jotka tuottuvat ja joita tuotetaan jatkuvasti ihmisten välisessä kommunikaatiossa. Sukupuolelle ei nähdä alkuperää, vaan sitä käsitellään kokonaisuudessaan rakentuneena. Tarkastelemalla *Aitan* materiaaleja performatiivisesti rakentuneina sukupuoliesityksinä näkyviin tulee modernin naisen vapaana pidettyyn elämäntyylisiin kohdistettu huomattava kontrolli.

Elämäntyylä tarkastellaan tutkielmassa kolmen teeman kautta. Ensimmäisenä teemana ovat modernin naisen ulkoiset tunnusmerkit. Uudenlainen kaunistautumiskulttuuri, naiset vapauttavaksi mainostettu muoti ja nykyaikaiset tavat olivat *Aitassa* modernin naisen tunnusmerkkejä, joita esittelivät ja käsittelivät niin mainokset kuin kolumnistitkin. Vapauden ja nykyaikaisuuden eetoksen alta paljastui kuitenkin yhä tiukkeneva naisruumiin kontrolli, jossa moderni nainen asetettiin vastuuseen ulkoisesta olemuksestaan.

Toisena teemana on modernin naisen elämäнкаari. *Aitassa* käsiteltiin paljon naisen haluttua ja pelättyä elämänkulkua. Ihannetapauksessa moderni kotiäiti omaksui konservatiivisen, miehelle ja lapsille omistautuneen elämäntehtävän modernein vivahtein. Varoittavina esimerkkeinä sen sijaan toimivat kertomukset naisista, jotka eivät lyhyen jazz-tyttöajan jälkeen palanneet paikalleen patriarkalisessa perhekäsityksessä ja aiheuttivat siten itsenä, miehen tai molempien tuhon.

Kolmantena teemana ovat modernin naisen uudet mahdollisuudet. Opiskelu, työssäkäynti ja matkailu olivat elämäalueita, jotka *Aitan* perusteella olivat naisten valloitettavissa. Positiiviseksi kehitykseksi katsotuista yksityiskohdista huolimatta modernia naista oli mahdoton pitää kokonaisvaltaisesti toivottavana kehityskulkuna. Lopulta moderni nainen alkoi vaikuttaa maskuliinisen edistyksen vääristymältä tai negaatiolta, jota oli pyrittävä kontrolloimaan mahdollisimman tarkasti.

Asiasanat:

1920-luku, aikakauslehdet - historia, *Aitta*-lehti, Butler, moderni, naishistoria, performatiivisuus, sukupuoli - historia

Huomiolla hallittu

Modernin naisen elämäntyö *Aitta*-lehdessä 1927–1930

1. Johdanto.....	1
2. Ulkoiset tunnusmerkit: moderni ihannenaideus performatiivina	
2.1 Kaunistautuminen velvollisuutena.....	13
2.2 Uuden muodin hermoilla ja armoilla.....	24
2.3 Nykyaikaisia tapoja – tiukkoja ruumiin rajoja.....	35
3. Elämäntoimittaja: siveettömästä saalistajasta säädylliseksi sulottareksi	
3.1 Modernin kotiäidin konservatiiviset ihanteet.....	47
3.2 Varoittavat esimerkit ja paluu heteronormatiiviin.....	56
3.3 Viehätyks ja virheellisyys – nainen aina väärässä roolissa.....	65
4. Uudet mahdollisuudet: toisin toistamisen rajat	
4.1 Kyseenalaista opiskelua, toiveiden työtä ja tekniikan mallinukkeja.....	76
4.2 Mielikuvien urbaani matkalainen.....	84
4.3 Moderni nainen maskuliinisen edistyksen vääristymänä.....	94
5. Lopuksi: vapaamman elämäntoimittajan lisääntyvä kontrolli.....	104
Lähteet.....	111
Liite 1: kuvat.....	1–23

1. Johdanto

Eikö sinulla tosiaankaan ole mitään muita, järkevämpiä asioita, jotka kiinnostaisivat mieltä kuin jazzi, savukkeet, puvut ja nykyaikainen viaton' keimailu. Onko siis totta että pitkän tukan mukana naiset ovat heittäneet luotaan kaiken tosinaisellisuuden, kaiken ylevyyden, joka kuitenkin on naisen paras, sisäinen koristus? Aikamme nainen koristaa huulensa mieluummin savuavalla savukkeella; ei sillä ujolla hymyllä, joka ennen asusti nuoren tytön huulia.¹

Näin kärkevästi kommentoi täti sukulaistytönsä Eevan elämäntyylisiä novellissa ”Nykyajan tyttö”, joka ilmestyi uudessa aikakauslehti *Aitassa* vuonna 1927.² Perinteistä elämäntapaa edustava täti ei ollut huolineen yksin: modernin naisen ilmestyminen aiheutti 1920-luvun Suomessa päänvaivaa riippumatta siitä, oliko keskustelijoilla tästä uudesta ilmiöstä kokemuksia vai ei. Tärkeintä mielipiteen muodostumisessa oli mielikuva, jossa uutta elämäntyylisiä tavoittelevat naiset koettiin yhteiskuntarauhaa häiritsevinä, jopa yhteisön perusarvoja uhkaavina. Sitaatissa näkyikin laajempi keskustelu, jota 1920-luvulla käytiin modernin naisen elämäntyylisestä. Määriteltäessä luonnollista, siveetöntä tai sopivaa otettiin samalla kantaa naisen elämän sallittuihin ja mahdollisiin alueisiin: jotain rajattiin pois ja jotain nostettiin keskiöön.

1920-luku oli niin Suomessa kuin muuallakin Euroopassa kansainvälistymisen ja uudenlaisen modernin kulttuurin vuosikymmen, jolloin julkisuudessa kommentoitiin paljon maailman ja yhteiskunnan muutosta: aikalaiset mielsivät elävänsä murroskohdassa, jossa perinteinen yhteiskuntajärjestys muuttui ja sai uusia muotoja.³ Myös visuaalinen kulttuuri oli murroksessa: 1800–1900 -lukujen taitteessa kuvan ja sanan yhteistoiminta monipuolistui ja sai uusia muotoja.⁴ Lehdistössä käytiin kiivaitakin keskusteluja ja neuvotteluja uuden, modernin ajan sisällöstä, sen mahdollisuuksista ja uhkakuvista.⁵ Paljon kommentoitiin erityisesti sukupuolten muuttuvia suhteita ja niiden vaikutuksia yhteiskuntaan.⁶ Muutoksen nähtiin ensisijaisesti koskevan uudenlaiseen julkiseen elämämpiiriin astuvia naisia, jotka erityisesti olivat arvottavan tarkkailun kohteena.⁷

¹ ”Nykyajan tyttö” -novelli, kirjoittanut Tyyne Jensen. *Aitta* Helmikuu/1927, 66.

² ”Nykyajan tyttö”, *Aitta*, Helmikuu/1927, 64–68.

³ Immonen et al. 1992, 16–17.

⁴ Mikkonen 2005, 14–15.

⁵ Immonen et al. 1992, 7–17.

⁶ Ks. esim. Hapuli et al. 1992.

⁷ Immonen et al. 2000, 7–14.

Tarkastelen tutkimuksessani yhden modernisaatiokeskusteluun osallistuneen aikakauslehden – vuosina 1927–1930 ilmestyneen – Otavan julkaiseman *Aitan* esityksiä modernista naisesta. Kysyn, minkälaisen modernin elämäntyylin ideaalin *Aitta* pyrki erityisesti naislukijoilleen tarjoamaan. Minkälainen nainen esiintyi hienoston lehdeksi mielletyn *Aitan* sivuilla? *Aitta* määritteli itse itsensä jo ennestään kulttuurielämää tuntevalle yleisölle suunnatuksi ja lehden mainoksissa todettiin, kuinka *Aitta* ei suinkaan pyrkinyt olemaan kaikkien lehti.⁸ Keskiöön nousevat ulkonäkö- ja elämäntapahanteet, joita modernin naisen toivottiin tai pelättiin tavoittelevan. Oleellista on kuitenkin myös se, minkälaiden kuvallisten ja tekstuaalisten esitysten myötä uutta elämäntapaa naisille esiteltiin. Mitkä piirteet tässä uudessa naisessa nähtiin torjuttavina, mitkä puolestaan suotavina? Keskityn *Aitan* esittelemään elämäntyyliin sellaisena kuin se lehden sivuilla näyttäytyy: en pyri selvittämään lukijoiden reaktioita tai sitä, toteutuiko *Aitassa* kuvailtu moderni missään. Tutkimukseni kannalta kiinnostavaa on *Aitassa* näkyvän uuden naisen elämäntyylin tuottaminen: sen selvittäminen, minkälaisilla ulkoisilla merkeillä, käytöstavoilla, eleillä tai ruumiinkielellä moderni nainen tuli *Aitassa* olemassa olevaksi käsitteenä.

Uutta naista eurooppalaisella tasolla tutkineen Rita Felskin mukaan modernin kohdalla kysymys sukupuolesta on hyvin oleellinen. Tutkimuksessaan *Gender of Modernity* (1995) Felski puolustaa tulkintojen moniäänisyyttä ja varoittaa, että mikäli modernista pyritään rakentamaan yhtenäinen kertomus, ottaa mies väistämättä paikan historiallisena subjektina ja naiselle jää ikuinen Toisen rooli.⁹ Käsitteenä modernin voi ajoittaa alkamaan aina 1800-luvun loppupuolelta, mutta yleisesti ensimmäisen maailmansodan jälkeistä jaksoa, erityisesti 1920-lukua, on pidetty erityisen merkittävänä uusien elämäntapojen muokkautumisen aikana.¹⁰ Suomalaista modernia sukupuolinäkökulmasta tutkineen Ritva Hapulin mukaan myös Suomessa 1920-luku on antoisa ajanjakso tutkittaessa sukupuolien esityksiä.¹¹ Taustalla vaikuttivat itsenäistyminen vuonna 1917 ja sisällissota vuonna 1918, mutta varsinainen ”poliittinen kaksikymmenluku” lasketaan alkavaksi vuodesta 1919, jolloin Suomi oli hylännyt monarkian ja saanut oman hallitusmuodon ja eduskunnan. Vuosikymmenen loppua leimasivat yhtäältä kokeilevan kulttuurielämän jyrännyt nouseva oikeistoradikalismi ja toisaalta vuonna 1929 hyväksytty uusi avioliittolaki, joka tasoitti puolisoitten eriarvoista

⁸ Ks. esim. *Aitta* Joulukuu/1927, 40–41 ja Tammikuu/1930, 55.

⁹ Felski 1995, 1–8.

¹⁰ Modernin ajoituksesta ks. esim. Felski 1995; Immonen et al. 1992; Hapuli 1995.

¹¹ Hapuli 1995, 26.

asemaa.¹²

Suomalaisessa modernissa leimallista oli haavekuvien ja todellisuuden välinen ristiriita, joka kuitenkin antoi ensikosketuksen uusiin kaupunkilaisiin arvoihin ja kansainvälisiin kulttuurin yläluokkiin. Vaikka Suomesta ei eurooppalaisella mittapuulla löytynyt yhtään metropoliksi laskettavaa keskittymää, edusti suurkaupunki haave- ja uhkakuvissa vaarallista, ulkoa tuotua, epäaitoa ja toisinaan moraalisesti paheksuttavaa.¹³ Kyse oli todellakin enemmän mielikuvien suurkaupunkikulttuurista, sillä huolimatta 1900-luvun ensimmäisten vuosikymmenien voimakkaasta kaupungistumisesta, jonka aikana Suomen keskeisten kaupunkien väkiluku kaksin- tai kolminkertaistui, leimasi koko maata voimakas maatalousvaltaisuus.¹⁴ Tästä huolimatta kuva vapaammasta kaupunkikulttuurista aiheutti levottomuutta ja rinnastui parempia oikeuksia itselleen vaatineeseen naiseen: molemmat herättivät aikalaisissa niin ihastusta kuin pelkoakin.¹⁵

Tutkimuksessa modernin naisen on todettu olleen sekä todellinen että ei-todellinen ilmiö.¹⁶ Moderniin kuuluvan kaupunkilaisuuden ja sen mukanaan tuoman uuden elämänrytmin julkisine katuineen ja väkijoukkoineen miellettiin aiheuttavan lisääntyvää hermostollista ja psyykkistä ärsytystä, joka näkyi erityisesti naisissa.¹⁷ Naisille kaupunkien uudet julkiset tilat merkitsivät hyveellisyyden menettämistä ja itsensä likaamisen vaaraa.¹⁸ Tunnistettavuudesta tuli yksi uutta naista keskeisesti koskeneista huolenaiheista: modernin elämäntyylin pelättiin häivyttävän erot huonojen ja siveellisten naisten väliltä. Tällöin mureni sekä ajatus naisesta hyveellisyyden ikonina että myös miesten kyky erotella ja siten arvottaa näkemänsä nainen tämän ulkonäön perusteella.¹⁹ Tätä vallan menettämistä protestoitiin epäsuorasti myös *Aitan* sivuilla. Lehdessä ruodittiin paitsi modernin naisen ulkonäköä, myös hänen tapojaan, eleitään ja elinympäristöään. Oireellisesti naisten uusia mahdollisia elämäntyyliä kritisoitiin ja ihasteltiin *Aitassa* voimakkain äänenpainoin, jonka ansiosta se on myös tutkijalle antoisa tarkastelukohde.

Aitassa esiteltiin useita modernin naisen elämäntyyliin kytkeytyviä asioita ja käytänteitä. Elämäntyyliksi ymmärrän ihmisten arkipäivään ja sosiaaliseen identiteettiin kytkeytyvien käsitysten ja tapojen yhdistelmän, joka muokkautuu ajan myötä ja

¹² Immonen et al. 1992, 9–12 ja Hapuli et al. 1992.

¹³ Immonen et al. 1992, 14–15.

¹⁴ Hapuli et al. 1992, 112.

¹⁵ Immonen et al. 1992, 14–15.

¹⁶ Kaarinen 1995, 12–13. Ks. myös Hapuli et al. 1992.

¹⁷ Hapuli et al. 1992.

¹⁸ Hapuli et al. 1992, 102–103.

¹⁹ Hapuli 1992, 113.

jatkuvasti muokkaa perinnettä.²⁰ Elämäntyyli on sekä tavoiteltu ideaali että eletty kokemus, jonka yksilö ymmärtää heijastavan itseään ja maailmankuvaansa. Eheänä kokonaisuutena elämäntyyli on olemassa ainoastaan mielikuvien tasolla, jossa siihen sisältyvät niin yksilön ulkoinen olemus, elämäntyyli kuin tavatkin. Modernina aikakauslehtenä *Aitta* toimi 1920-luvun lopulla uudenlaisena elämäntyylimedianana, jossa tärkeää ei ollut vain elämäntyylien esittely, vaan ennen kaikkea niiden tuottamiseen vaadittavan käsitteellisen *tilan* luominen. Tässä tilassa elämäntyyliemediat loivat tunnistettavia elämäntapapiirteitä, ja osallistuvat elämäntyylien legitimointiin niiden näkyväksi tekemisen kautta.²¹ Suomalaisen modernin suhteen *Aitta* oli yksi tällainen foorumi, jossa ideaalia elämäntyyliä muotoiltiin.

Aitta oli ilmestyessään vuosina 1927-1930 selkeästi uudentyyppinen kaupunkilainen, hienostoon kuuluvan tai siihen pyrkivän varakkaan ja kansainvälisesti suuntautuneen lukijakunnan aikakauslehti, joka ilmestyi 12 kertaa vuodessa.²² Uutuudesta kertoo jo lehden nimi, joka oli tarkoitettu suoraksi suomennokseksi uudesta eurooppalaisesta magazine-lehtityypistä.²³ Hienostolehden leimaa selittää mainostajien, juttutyypin ja kirjoittajien perusteella hahmotettava taloudelliseen ja kulttuuriseen eliittiin rajautuva kohdeyleisö. Suurimmaksi osaksi *Aittaa* tilattiin todennäköisesti varakkaisiin ja suomenkielisiin talouksiin lähinnä Helsingin alueella: lehti itse mainosti itseään toistuvasti sivistyneistön lukemistona, jonka erityinen vahvuus oli ajankohtaisen kulttuurielämän tuntemisessa.²⁴ *Aitan* voidaan katsoa kuuluneen niiden suomalaisten aikakauslehtien joukkoon, joiden avulla vuosisadan alussa manner-Euroopassa suosiota saavuttanutta yleistajuista ja laajasisältöistä aikakauslehtityyppiä yritettiin juurruttaa Suomeen. Ensimmäisiä olivat Karisto Oy:n *Maailma*, Otavan *Otava* ja Suomen *Kuvalehti* sekä WSOY:n *Kansan Kuvalehti*. Valistushenkisen Otavan jäätyä *Maailman* jalkoihin Otava lanseerasi ensin *Otavaiseksi* ristityn epäonnistuneen perhelehtikokeilun, jonka jälkeen vuonna 1927 oli kunnianhimoisemman ja muodikkaamman *Aitan* vuoro.²⁵ Vuosisadan alku oli aikakauslehtirintamalla muutoinkin vilkasta aikaa: vuodesta 1880

²⁰ Engl. *lifestyle*. Bell & Hollows 2006, 2–3.

²¹ Elämäntyylimediasta ks. Bell & Hollows 2006, 4–5.

²² Karjalainen 1993, 31.

²³ Engl. *magazine*, suom. makasiini eli aitta, nykysuomeksi aikakauslehti. Sana ”aitta” oli vuonna 1921 valittu voittajaksi Karisto Oy:n *Maailma* -lehdessä järjestetyssä *magazine* -sanan suomenoskilpailussa. Uino 1991, 93.

²⁴ *Aitta* 1927–1930, omista mainoksista ks. esim. Tammikuu/1928, 73 ja Kesäkuu/1928, 7. *Aitasta* ei ole tilastoitu tilaaja- tai levikkitietoja lainkaan, joten tarkkoja tietoja lehden tilaajista ei ole saatavilla. Yleisesti aikakauslehtien laajamittaisempaa tilaajakartoitusta ryhdyttiin tekemään vasta 1930-luvun puolella. Uino 1991, 66–68.

²⁵ Uino 1991, 89–93.

vuoteen 1920 Suomessa julkaistujen aikakauslehtien määrä lähes kymmenkertaistui 37:stä aina 350 kappaleeseen.²⁶

Aitan päätoimittajana toimi Yrjö Soini, joka tunnetaan 1900-luvun alun kaupunkilaista kulttuuria kepeään sävyyn käsittelevänä pakinoitsijana ja kirjailijana myös nimellä Agapetus. *Aitan* aihepiiriä voidaan pitää Tulenkantajien suuntaan kallellaan olevana, mutta kirjoittajiensa puolesta lehti hyödynsi niin vanhan kuin uudenkin polven kykyjä eikä ottanut kantaa suomalaisessa kirjallisuudessa samoihin aikoihin käytyyn vanhan ja nuoren kirjoittajakunnan sukupolviistaan.²⁷ *Aittaaan* kirjoittivat muun muassa Aino Ackté, Olavi Paavolainen, Tyyni Tuulio, Helmi Krohn, Maria Jotuni, Uuno Kailas, Mika Waltari ja Elsa Enäjärvi. Lisäksi lehdessä ilmestyi ulkomaisia käänösartikkeleita ja -novelleja, muotireportaaseja, muotokuvia, kilpatehtäviä, ulkomaareportaaseja ja matkakohde-, sekä taide-esittelyjä. *Aitassa* pohdittiin ajankohtaisia aiheita usein kepeän pakinoivaan sävyyn ja yleisilmettä väritettiin viihdyttävillä artikkeleilla sekä tyylikkäällä ulkoasulla.

Aitan visuaaliseen ulkoasuun kiinnitettiin toimituksessa erityistä huomiota.²⁸ Eurooppalaisia esikuvia seuraten lehdessä pyrittiin helposti lähestyttävään populaariin ilmeeseen ja ulkonäön vaikutuksesta myyntiin ja mielikuviin oltiin hyvin tietoisia.²⁹ Tekstin graafinen ilme oli tarkkaan harkittu; kuvituksia tilattiin nimekkäiltä piirtäjiltä – muun muassa Martta Wendeliniltä ja Topi Vikstediltä ja lisäksi käytettiin paljon valokuvia. Nimekkäistä kirjoittajista ja harkitusta ulkoasusta huolimatta lehden painos jäi koko sen ilmestymisen ajan varsin pieneksi: toisena ilmestymisvuonnaan 1928 se oli noin 3 000 kappaletta ja lopetusvuonna 1930 määrä oli jo pudonnut 2 500 kappaleeseen.³⁰ Samoihin aikoihin aikakauslehdistä *Suomen Kuvalehden* levikki oli vuonna 1927 noin 110 000 kappaletta, ja naistenlehti *Kotiliesi* ylsi jo vuonna 1925 52 800 kappaleeseen.³¹ Martta Wendelinin kuvituksia tutkineen Tuula Karjalaisen mukaan *Aitan* lopetukseen vuonna 1930 vaikutti 1930-luvun alkava lama, mutta myös voimistuvan kansallisaatteen mukanaan tuomalla kulttuurisesti ja henkisesti ahtaammalla ilmapiirillä on todennäköisesti ollut vaikutusta päätökseen.³²

Pienestä levikistään huolimatta – ja osin kenties myös sen ansiosta – *Aitta* avaa

²⁶ Kivikuru 1996, 56.

²⁷ Karjalainen 1993, 31. Sukupolviikiistasta ks. Takala 1990, 55–65.

²⁸ Uino 1991, 93.

²⁹ Takala 1990, 55 ja Hapuli 1995, 10.

³⁰ Karjalainen 1993, 31.

³¹ Uino 1991, 85 ja 200.

³² Karjalainen 1993, 31 ja 101–103.

mielenkiintoisen näkökulman suomalaiseen modernisaatiokeskusteluun. *Aitan* voikin katsoa ilmentävän eräänlaista modernin ideaalia: kaupunkilaisuus, kansainvälisyys ja useat muut moderniin liitetyt piirteet esiintyvät lehden sivuilla sellaisina, joina suomalaisen sivistyneistön ja yläluokan modernin elämäntavan airueet halusivat niistä kertoa. Huolimatta siitä, että *Aitta* ei ollut naistenlehti, eikä suinkaan ainoa uutta naista jollain tasolla esittelevä ja kommentoiva 1920-luvun julkaisu, oli moderni nainen *Aitassa* erityisesti esillä. Sukupuolien muuttuvia suhteita käsiteltiin lähes aina naisten muuttuneen yhteiskunnallisen aseman kautta. Suomalaisia 1920-luvun naistenlehtiä tutkinut Kaisa Vehkalahti onkin huomauttanut, kuinka uuden naisen ideaa arvostelivat myös sellaiset naiset, joita 1920-luvun Suomessa voitiin hyvin pitää moderneina naisina.³³ *Aitassa* keskusteluun uuden naisen elämäntyylisestä osallistuivat niin miehet kuin naisetkin. Lisäksi lehdessä julkaistuilla kuvallisilla esityksillä on ollut vaikutusta mielikuvien ja mielipiteiden muodostamisessa. Vaikka *Aitta* ei siis kuvaakaan toteutunutta tai 1920-luvun lopulla vallinnutta suomalaista modernia, tarjoaa se hyvän näkökulman siihen, minkälaiseksi moderni ”parhaimmillaan” sivistyneessä ja yläluokkaisessa kontekstissa voitiin ymmärtää, ja mitä ennakoitiin sen mahdollisista vaikutuksista suomalaiseen yhteiskuntaan.

Tarkasteltaessa *Aittaa* yhtenä modernin naisen elämäntyylin määrittelyyn osallistuvana tahona on hedelmällistä keskittyä lehden yleisilmeestä välittyvään viestiin. Vaikka niin kirjoittajilla, mainostajilla kuin kuvittajillakin oli varmasti omat intressinsä lehden suhteen, on lukijalle *Aitasta* välittynyt mielikuva ollut todennäköisesti enimmäkseen lehden yleisilmeeseen perustuva. Suhteessa modernin naisen elämäntyylisiin *Aittaa* itsessään voi käsitellä eräänlaisena tekijänä, jonka materiaaleissa muotoutui juuri kyseiselle lehdelle ominainen käsitys uudesta naisesta. Kyseinen kokonaisuus myös välittyi lukijalle monien tekijöiden yhdistelmänä. Esimerkiksi hyvin suoraan modernia naista kommentoineissa jutuissa kirjoittajan sukupuolella ei juuri ollut väliä, sillä vaihtelevia perusteluja puolesta ja vastaan esittivät niin mies- kuin naiskirjoittajatkin. Miesten ja naisten työpanosta lehden tekemiseen myös hyödynnettiin suhteellisen tasapuolisesti: niin kirjoittajien kuin kuvittajienkin sukupuolijakauma näyttää olleen melko tasainen.

Aittaa on tutkimuksissa sivuttu useaan otteeseen, mutta varsinaista pelkästään siihen keskittyvää kartoitusta lehden koko ilmestymisen ajalta ei tiettävästi ole

³³ Vehkalahti 2000, 132–133.

aikaisemmin tehty.³⁴ Koska *Aitta* ehti ilmestyä vain muutaman vuoden ajan, tarkastelen lehteä koko sen olemassaolon ajalta. Tutkielmassani pyrin yhdistämään *Aitan* kuvallisen ja tekstuaalisen modernin naisen elämäntyylin liittyvän materiaalin kokonaisuudeksi, jota tarkastelen sukupuolen tuottamisen ja uusintamisen näkökulmasta filosofi Judith Butlerin performatiivisuus-käsitettä hyödyntäen. Tutkimuksellani toivon avaavani jotain uutta keskusteluihin 1920-luvun suomalaisesta modernista ja erityisesti uuden naisen rajojen määrittelystä mielikuvien ja ihanteiden tasolla. Vuosina 1927–1930 ilmestyneen *Aitta*-lehden tarkastelu kulttuurihistoriallisissa kontekstissa asettuu tässä tutkielmassa naistutkimuksen, sukupuolihistorian, visuaalisuuden tutkimuksen, kuvan ja sanan vuorovaikutustutkimuksen, suomalaisen modernin-, ja lehdistöhistorian kentille. Tutkimuksen fokus muodostuu näiden risteävien kenttien leikkauspinnalla sukupuolen problematisoinnin punaista lankaa seuraten: *Aitan* sivuilla esitetty modernin naisen elämäntyyli kertoo hierarkkisten sukupuolikategorioiden tuottamisesta ja uusintamisesta ja voi parhaimmillaan paljastaa jotain niistä itsestäänselvyyksistä, jotka yhä vaikuttavat käsityksissämme sukupuolten oletetuista eroista.

Sukupuolen esittämistä teoretisoinut filosofi Judith Butler on tarkastellut sukupuolen tuottamista teoilla, eleillä ja ruumiiseen liitetyillä merkkijärjestelmillä. Butler käyttää käsitettä sukupuolen performatiivisuus, jolla hän viittaa essentialistisen sukupuoli-identiteetin olemattomuuteen.³⁵ Butlerin mukaan ”miehen” ja ”naisen” identiteetit turvataan sukupuolisuuden ja seksuaalisuuden käsitteillä, jotka rakennetaan performatiivisesti: sukupuoli suoritetaan toistamalla tekoja ja eleitä.³⁶ Keskeistä Butlerin ajattelussa on Simone de Beauvoirilta omaksuttu ajatus, jossa ”naiseksi ei synnytä vaan naiseksi tullaan”. Butler siis esittää, että ei ole olemassa sukupuoli-identiteettiä, joka edeltäisi sukupuoli-identiteetin ilmaisuja, eli performatiiveja.³⁷ Sukupuolen voi suorittaa ymmärrettävästi vain, koska on olemassa tietty vakiintunut kulttuurinen eleistö, jonka aikalaiset tunnistavat.³⁸ Tämä eleistö ei kuitenkaan pohjaa miehen tai naisen fyysiseen ruumiiseen, joten se on historiallisesti muuttuva. Muuttuvuus puolestaan tarkoittaa, että ei ole olemassa mitään ”alkuperäisestä todellisuudesta” johdettavia perusteluja naisen ja miehen erilaisille tehtäville tai asemille yhteiskunnassa. Tällöin jokaisessa ajassa yhteiskunnallisen keskustelun kautta tapahtuva sukupuolien uudelleenmäärittely paljastuu ennen kaikkea vallankäytöksi.

³⁴ *Aittaa* ovat aikaisemmin hyödyntäneet mm. Hapuli 1995, Karjalainen 1993 ja Aaltio 1984.

³⁵ Butler (1990) 2008, 68–69.

³⁶ Butler (1990) 2008, 24–25.

³⁷ Salih 2004, 6–7 ja 90–91.

³⁸ Pulkkinen 2000, 51–53.

Tutkielmassani käytän performatiivisuuden käsitettä avaamaan tuoreen näkökulman *Aitan* materiaaliin: sukupuoleen liitetyt piirteet, tavat ja käytösmallit nähdään sen avulla entistä selvemmin (vallankäyttöön liittyvänä) kulttuurisena konstruktiona, jota on tarpeen analysoida ja purkaa. Hyödynnän työssäni Butlerin teoriaa, joka pohjaa pitkälti hänen alun perin vuonna 1990 julkaistuun teokseensa *Gender Trouble*.³⁹ Teos on laaja ja perusteellinen puheenvuoro yleiseen feministiseen teoriakeskusteluun jossa performatiivisuus – joka tässä tutkielmassa auttaa analysoimaan *Aitan* kuvien ja tekstien tuottamaa elämäntyä – on vain yksi osa.⁴⁰ Sukupuolten esityksiä eli performatiiveja ei Butlerin mukaan voi vapaasti valita, mutta niitä voi toisinaan häiritä ”väärin” toistamalla.⁴¹ Butlerille toiston vaikutus ”todellisuuden” muokkaajana ja tuottajana onkin merkittävä, sillä toistamalla sukupuolia yhteiskunnan normien mukaisesti sukupuoli alkaa näyttää essentialistisen pohjan omaavalta ja siten oikeutetulta kategorisoinnin keinolta.⁴² Tätä toistoa ja rakentuneisuutta tarkastelen *Aitan* materiaaleista. Suomalaisessa historiantutkimuksessa tuotettua sukupuolta on tutkinut Butlerin ajatuksia hyödyntäen muun muassa Tiina Männistö, joka teoksessaan *Haluathan tulla todelliseksi naiseksi?* (2003) on tarkastellut nuoren naisen ruumiin tuottamista tytöille suunnatuissa opaskirjoissa.

Butler ammentaa paljon filosofi Michel Foucault’n ajattelusta. Erityisen tärkeä Butlerille on ollut Foucault’n genealogian käsite, jossa asioille ei pyritä löytämään alkuperää tai ”todellisuuteen sinänsä” ankkuroituvaa lähtökohtaa. Butlerin ajattelussa genealogia on sovellettu sukupuolen tuottamiseen. Butleria lainaavan filosofi Tuija Pulkkinen mukaan genealoginen ote historiassa yhdistyy vahvaan ontologiseen kannanottoon: asiat, jotka näyttäytyvät identiteetteinä, voisivat yhtä hyvin olla näyttämättä itsensä kanssa yksiltä ja samoilta.⁴³ Genealogiseen otteeseen osaltaan pohjaavan performatiivisuuden myötä kiinnittyy huomio sukupuolihistoriassa prosesseihin ja vallankäyttöön, joissa ”miehiä” ja ”naisia” tuotetaan identiteetikategorioina.

³⁹ Käytössäni on teoksesta vuonna 2008 julkaistu suomennos *Hankala Sukupuoli*. Suomennoksen ovat tehneet itsekin Butleria tutkimuksissaan hyödyntäneet sukupuolentutkijat Tuija Pulkkinen ja Leena-Maija Rossi. Tässä tutkimuksessa Butlerilta peräisin olevan terminologian ja käsitteiden käyttö pohjaa ensisijaisesti Pulkkinen ja Rossin suomennokseen.

⁴⁰ Butler kirjoittaa edelleen ja osallistuu aktiivisesti yhteiskunnalliseen keskusteluun omia mielipiteitään jatkuvasti tarkentaen ja muokaten. Pulkkinen 2000, 57. Tässä tutkielmassa keskityn vain performatiivisuuden mahdollisuuksiin kuvaa ja tekstiä yhdistävän historiallisen aineiston analyysissä, enkä puutu esimerkiksi Butlerille yhtä oleelliseen subjektin muotoutumisen psykonalyttiseen problematiikkaan.

⁴¹ Salih 2004, 11 ja Pulkkinen 2000, 51–53.

⁴² Butler (1990) 2008, 47–92.

⁴³ Pulkkinen 2000, 47–51.

Feministihistorioitsija Joan Scott näkee ”sukupuolen” seksuaalisen eron sosiaalisena organisoimisena: sukupuoli on tietoa, joka vakiinnuttaa ruumiilliset eroavaisuudet. Nämä erot kuitenkin määritellään aina tietyissä ajallisissa ja kulttuurisissa tilanteissa. Scott korostaakin, että mikään tieto sukupuolesta ei ole puhdasta, vaan aina sidoksissa kontekstiin.⁴⁴ Feministisen historiantutkimuksen, joka on myös tämän tutkielman viitekehys, tehtävänä on kiinnittää huomio sukupuolten epätasa-arvoon eli siihen, miten sukupuolieroa ylläpitäviä hierarkioita tuotetaan ja uusinnetaan. Tällöin huomio kiinnittyy prosesseihin ”alkuperän” tai ”todellisuuden” sijaan. Kulttuurihistorioitsija Anne Ollilan mukaan näitä prosesseja on mahdollista tutkia tarkastelemalla erityisesti sellaisia historiallisia tilanteita, jolloin aikaisemmin itsestään selvinä pidettyjä sukupuolten tunnusmerkkejä muutetaan tai neuvotellaan uudelleen. Ihmiset reagoivat usein voimakkaasti tilanteissa, joissa sukupuolikoodeja kyseenalaistetaan ja hämärretään: tällöin näkyviin tulevat myös sukupuolen rakentuneisuudesta kertovat itsestäänselvydet.⁴⁵ Suomessa 1920-lukua voidaan naisten aseman ja uuden elämäntyylin keskusteluineen pitää tällaisena aikana, jolloin kamppailtiin sukupuolien esityksistä ja niiden määrittelyoikeudesta.

Elämäntyylin nostaminen *Aitan* materiaaleja ja Butlerin teoriaa yhdistäväksi käsitteeksi palvelee tässä työssä sen hahmottamista, miten *Aitassa* 1920-luvun lopulla käsitteellistettiin moderni nainen. Elämäntyylin historiaa teoksessaan *Historizing Lifestyle* (2006) käsitelleiden David Bellin ja Joanne Hollowsin mukaan elämäntyyli tulisi yhä useammin nähdä pitkän historian omaavina ilmiönä, jotka liittyvät kiinteästi tekniikoihin ja tapoihin, joilla itsenä muokataan vastaamaan omia ja yhteiskunnan odotuksia. Elämäntyylin media puolestaan toimii foorumina niille ohjeille ja suosituksille, joiden myötä itseään ja elämäänsä voi kehittää moraalisesti ja esteettisesti.⁴⁶ Elämäntyylin avulla tapahtuva itsen muokkaaminen näyttäytyykin osin samankaltaisena toimintana kuin Butlerin performatiivisuus. Molemmissa on vahvasti läsnä oletus mielikuvien tasolla tapahtuvasta muokkaamisesta ja määrittelystä, jolla kuitenkin on selkeästi havaittava vaikutus materiaaliseen todellisuuteen ja elämisen käytänteisiin. Siinä missä elämäntyylin kohdalla on kyse erityisesti *tyylin* hyvin tietoisesta suorittamisesta, antaa performatiivisuuden käsite mahdollisuuden keskittää tarkastelu sukupuolen tuottamiseen tasolla, joka kulloisessakin yhteiskunnassa näyttäytyy kulttuurisena itsestäänselvytenä, jota voi tutkia, mutta joka ei rajoitu elämäntyyli-

⁴⁴ Scott 1988, 2.

⁴⁵ Ollila 2007, erit. 60, 65–66.

⁴⁶ Bell & Hollows 2006, 2–9.

käsitteen sisään tai alle.

Samoin kuin performatiivit, myös elämäntyylit ovat historiallisesti muuttuvia ja siten kytköksissä aikalaisten ymmärrykseen tunnistettavuudesta. Modernin naisen elämäntyylin esittelemisen oli *Aitassa* mahdollista vain, koska jotkin osat siitä olivat jo aikalaisille tunnistettavia. Kysymys ei kuitenkaan ollut vielä vakiintuneesta saati yleisesti hyväksytyistä kehityssuunnista, vaan pikemminkin kiistasta legitimoitaessa modernin naisen elämäntyyliä. Yhtäältä huomio siis kiinnittyy modernin naisen käsitteen tuottamiseen, toisaalta sen muokkaamiseen ja uusintamiseen. Performatiivisuus toimiikin tässä tutkielmassa tulokulmana elämäntyylisiin, joka hahmottuu *Aitan* sivuilla. Elämäntyyli puolestaan rajaa *Aitasta* lukemiani sukupuoliperformatiiveja keskittämällä tarkastelun erityisesti 1920-luvun keskusteluihin modernista naisesta – tällöin tarkasteluni ulkopuolelle jäävät esimerkiksi lehdessä toisinaan esiintyneet sinänsä mielenkiintoiset historialliset naiskohtaloiden kuvaukset tai katsaukset esimerkiksi taiteen kehitykseen.

Aittaa luen erityisesti naisiin liittyvää materiaalia tarkkaillen: tällaiseksi ymmärrän paitsi suorat kommentit ”nykypäivän naisista”, myös – ja erityisesti – sellaisen materiaalin, joissa ei suoraan pyritä ottamaan kantaa naisten tehtävään tai paikkaan yhteiskunnassa. Rajaan tarkasteluni pääosin vain naisiin siksi, että käsitellessään modernia aikalaislehdistö keskittyi erityisesti naisiin, joiden oli vaikea tasapainoilla uuden ja vanhan elämäntyylien vaatimusten välillä. Vaikka *Aitta* ei ollut naistenlehti, tuli uudesta naisesta tiivistymä modernin muutoksen aiheuttamille peloille ja haaveille. Huolimatta myös miesten aseman ilmeisestä muutoksesta myös *Aitassa* juuri naisten nähtiin olevan muutoksen keskiössä, ja heistä kirjoitettiin paljon. Paradoksaalisesti siis tässäkin työssä ”sukupuoli” kääntyy tarkoittamaan ”naista”, vaikka juuri tämänkaltaisen fallosentrisen universalismin purkamiseen sukupuolen käsitteen problematisointi on tutkimuksessa tähdännyt.⁴⁷

Naisiin keskittyminen on perustelua kuitenkin myös näkyväksi tekemisen kannalta. Scottia mukaillen feministinen historia pyrkii osaltaan ymmärtämään, mikä rooli historiankirjoituksella on sukupuolia koskevan tiedon tuottamisessa.⁴⁸ Tätä ymmärrystä edeltää väistämättä naisten historian kirjoittaminen, jota myös modernin osalta on tehty. Yleisesti suomalaista modernia on kartoitettu aikaisemmin useissa tutkimushankkeissa, artikkelikokoelmissa ja väitöskirjoissa. Monipuolinen kuva

⁴⁷ Butler (1990) 2008, 58–61.

⁴⁸ Scott 1988, 9.

suomalaisesta 1920-luvusta piirtyy Kari Immosen, Katriina Mäkisen ja Tapio Onnelan toimittamasta teoksesta *Vampyyrinainen ja Kenkkuniemen sauna. Suomalainen 1920-luku ja modernin mahdollisuus* (1992). Erityisesti modernin naisen problematiikkaan keskittynyt Kari Immosen, Ritva Hapulin, Maarit Leskelän ja Kaisa Vehkalahden toimittama *Modernin lumo ja pelko. Kymmenen kirjoitusta 1800–1900-lukujen vaihteen sukupuolisuudesta* (2000) on auttanut laajemman sukupuolihistoriallisen kontekstin hahmottamisessa. Mervi Kaarnisen teos *Nykypäivän tytöt* (1995) on lisäksi avannut luokan ja sukupuolen suhdetta 1920-luvun Suomessa, joka on myös *Aitan* kohdalla ohittamaton tema.

Luen *Aitassa* ilmestynyttä moninaista materiaalia kuvan ja tekstin muodostamina kokonaisuuksina, joiden katson tuottavan käsitystä moderniin naiseuteen kuuluvasta elämäntyylistä. Tekstien lisäksi erityisesti kuvat ovat tarkastelun kohteena, sillä ne ovat yksi vallankäytön muoto. Kuva kantaakin mukanaan yhteiskunnan arvoja, ja voi parhaimmillaan avata näkökulmia myös kulttuurisiin myytteihin, kuten sukupuolen mukaan jaettuihin yhteiskunnallisiin tehtäviin.⁴⁹ Kuvallisista kulttuureista koostuvat visuaaliset järjestykset puolestaan ovat osa sosiaalista järjestystä ja siten kytkeytyneitä kulttuurisiin tapoihin ja normeihin.⁵⁰ *Aitassa* modernin naisen elämäntyylä rakennetaan monilla pienillä viittauksilla siihen, mitä pidetään toivottavana ja tavoiteltavana sekä toisaalta siihen, mikä esitetään negatiivisessa tai uhkaavassa sävyssä. Samalla nämä viittaukset niin kuvissa kuin teksteissäkin itsessään tuottivat tietoa sukupuolesta.

Aitasta olen valinnut tarkasteluun pääsääntöisesti vain sellaisia modernin naisen elämäntyylä edustavia materiaaleja, joissa on mukana sekä tekstiä että kuva. Kuvallisen ja tekstuaalisen materiaalin yhtäläinen huomioiminen on tarpeellista, mikäli *Aitan* sivuilla hahmottuvaa modernin naisen elämäntyylä halutaan tarkastella mahdollisimman monipuolisesti. Vaikka kuvaa ja tekstiä yhdistävän materiaalin käyttö voi joissain tapauksissa osoittautua haastavaksi, on niiden yhteistulkinnalla mahdollista parhaimmillaan tavoittaa lähteistä myös sellaisia puolia, jotka eivät niitä erikseen tarkastellessa nousisi esille.⁵¹ Teoriapohjaa historian tutkimuksessa toistaiseksi vielä vähäisemmälle kuvallisen aineiston käytölle olen koonnut niin kuvatutkija Kai Mikkosen (2005) kuin visuaalisuuden tutkija Janne Seppäsen (2004; 2005) tutkimuksista, jotka molemmat pohjaavat suurelta osin Foucault'n tiedon ja

⁴⁹ Seppänen 2004, 182–183.

⁵⁰ Seppänen 2004, 41.

⁵¹ Kuvan ja sanan yhteistoiminnasta tulkinnassa ks. Mikkonen 2005.

kulttuuristen järjestysten luonnetta pohtiviin teoksiin. Erityisen hyödylliseksi oman tarkastelutapani kannalta ovat osoittautuneet visuaalisuuden tutkija Leena-Maija Rossin Butlerin performatiivisuus-käsitettä hyödyntäneet analyysit, etenkin suomalaista mainoskuvastoa tarkasteleva *Heterotehdas. Televisiomainonta sukupuolituotantona* (2003).

Ensimmäisessä käsittelyluvussa keskityn modernin naisen ulkoiseen olemukseen: *Aitassa* uuden naisen ulkoiset tunnusmerkit olivat huolellisten havaintojen kohteena. Mitä mainokset ja artikkelit kertoivat niin uusista kuin perinteisistäkin kauneushanteista sekä suoraan että kielteisten esimerkkien kautta? Millaisina pidettiin modernin naisen uusia tapoja, kuten tansseissa käyntiä tai tupakointia? Toisessa käsittelyluvussa huomio kiinnittyy uuden naisen elämänkaareen. Miten moderni aika vaikutti kodinhoitoon, rakkaussuhteisiin tai ajatukseen naisen paikasta perheessä? Kolmannessa käsittelyluvussa tarkastelen modernin naisen uusia mahdollisuuksia. Mitä naisille tarjosivat muun muassa opiskelu, aikaisempaa itsenäisempi työkulttuuri tai kaupungin sekä matkustelun kautta saavutetut uudet ympäristöt? Koskiko muutos vain naisia, vai joutuivatko myös miehet hakemaan paikkaansa suhteessa uudenlaisiin sukupuoliperformatiiveihin?

2. Ulkoiset tunnusmerkit: moderni ihannenaisuus performatiivina

2.1 Kaunistautuminen velvollisuutena

Kansainvälisesti 1900-luvun alussa naisen ulkonäköihanteissa tapahtui suuri muutos kun kosmeettiset ja kaupalliset diskurssit alkoivat yhä enemmän määritellä naisruumista. Ulkonäöstä ja ruumiin muokkaamisesta tuli naisille yhä tärkeämpi menestyksen väline: erilaiset ulkonäköpaineet ja esimerkiksi laihduttaminen olivat yhä voimakkaammin läsnä myös kuvallisissa esityksissä.⁵² Erityisesti 1920-luvulla juuri laihduttaminen nousi keskiöön, kun uusi muoti vaati tiukan dieetin avulla saavutettavia poikamaisen hoikkia mittoja. Ulkonäöstä tuli asia, jota voi ja jopa kuuluu muokata.⁵³ Samalla keskusteluissa jatkuvasti määriteltiin toivottuja ja ei-toivottuja naisruumiin piirteitä. Muutokset tapahtuivat eri aikoihin eri paikoissa. Siinä missä Yhdysvalloissa viimeistään 1930-luvulle tultaessa meikkaus oli kääntynyt tarkoittamaan oman identiteetin esilletuomista kasvojen väärentämisen sijaan,⁵⁴ pitivät suomalaiset naistenlehdet itsensä keinotekoisista kaunistamista vielä 1920-luvulla pääosin paheksuttavana, vaikka uudet kansainväliset kauneusihanteet alkoivat muun muassa mainoksissa jo hiljalleen näkyä.⁵⁵ Ensimmäisen maailmansodan jälkeistä aikaa ja etenkin 1920-lukua voidaankin Suomessa pitää uusien modernien käsitysten muokkautumisen vuosikymmenenä, jolloin käytiin paljon keskusteluja modernin naisen ulkoisesta olemuksesta.

Tämä uusi olemus oli vahvasti läsnä niin *Aitan* kansissa kuin sisäsivujen mainoksissa ja pakinoissakin. Vaikka *Aitta* aikakauslehtenä oli suunnattu sekä miehille että naisille, esiintyi lehden kansissa pääosin naisia.⁵⁶ Lehden ilmestymisaikana, jolloin mainonta alkoi myös Suomessa hiljalleen muuttaa muotoaan kohti yhä harkitumpia kuva-asetelmia, tiedostettiin se myynnin lisäys, jonka naisen kanssa olo tutkimusten mukaan aiheutti.⁵⁷ Ensimmäisinä ilmestymisvuosinaan 1927–1928 *Aitan*

⁵² Männistö 2003, 168–169.

⁵³ Roberts 1993, 678–681.

⁵⁴ Männistö 2003, 168.

⁵⁵ Vehkalahti 2000, 134.

⁵⁶ *Aitan* neljänä ilmestymisvuotena nainen esiintyi kannessa 34 kertaa, mies kaksi, nainen ja mies yhdessä kaksi kertaa ja kahdessatoista kannessa oli jokin muu aihe (esimerkiksi syksyinen rapujuhla-kattaus tai koristeellisesti toistuva ”*Aitta*”-teksti). *Aitta* 1927–1930.

⁵⁷ Uino 1991, 83.

kansikuvanaiset olivat pääosin Martta Wendelinin piirroksia, myöhemmin vuosina 1929 ja 1930 lehti vaihtoi selvästi tyyliä ja siirtyi käyttämään kansikuvissa valokuvia. Siinä missä Wendelinin piirtämät naiset edustivat enimmäkseen lehden ajanmukaisuutta ja tyylikkyyttä muodikkaine asuineen ja ympäristöineen, viestittää aitoihin valokuviiin siirtyminen entistä suuremman huomion kiinnittämistä ”todellisen” ulkoisen kauneuden ihanteisiin. Kenties piirrokset alkoivat myös hiljalleen tuntua liian vaisuilta yhä runsaamman kuvallisen mainosmateriaalin kiinnittäessä lukijan huomion lehden sisäsivuilla.

Vuonna 1929 kansissa tapahtunut siirtymä valokuviiin alkoi erilaisten oletettavasti aikalaisten tunnistamien naispuolisten henkilöiden esittelyllä. Kansissa komeilivat muun muassa Suomalaisen Oopperan tanssijatar Ellen Sylvin⁵⁸ ja pianisti Kerttu Bernhard⁵⁹. Hiljalleen kuuluisuuksien nimet kuitenkin haihtuivat kansien selitystekstistä ja tilalle tulivat yksinkertaisesti naisia erilaisissa toimissa tai ympäristöissä kuvaavat valokuvat. Viimeisenä ilmestymisvuonna 1930 kansissa nähtiin yhä rohkeampia kuvia, muun muassa uimapuvuissa naisia esiintyi kesänumeroissa kolmen kannen verran ja loppuvuodesta marraskuun lehden kannessa nähtiin jo tupakkaa polttava nainen.⁶⁰

Yhteistä kansien valokuvissa esiintyneille naisille oli kauneus – kaikki olivat nuoria, raikkaan ja terveen näköisiä. Useimpia myös yhdisti muodikkaasti lyhyeksi leikattu, mutta myös hyvin harkitusti laitettu kampaus. Vuoden 1929 ensimmäisen lehden kannessa esiintyi rintakuvassa profiilista kuvattu Suomen Kansallisteatterin näyttelijätär Heidi Korhonen (kuva 1 liitteessä).⁶¹ Vaikka kuva keskittyy kasvoihin, voi ylävartalosta näkyvän osan perusteella havaita Korhosen olevan pukeutunut koristeelliseen iltapukuun. Katse on suunnattu pois kamerasta, silmät ovat unelmoivat ja vaarattomasti puoliksi auki. Maaliskuun lehden kannessa esiintyi lähikasvokuvassa suoraan kameraan katsova kaunis lyhyttukkainen vaalea nuori nainen. Tällä kertaa kannen alalaitaan on lisätty teksti ”Suomalaisen Oopperan tanssijatar Ellen Sylvin”.⁶² Tekstin lisääminen oli jokseenkin poikkeuksellista, sillä tavallisesti *Aitan* kansissa oli ainoastaan koko sivun kattava kansikuva, lehden ilmestymiskuukausi sekä suuremmalla fontilla painettu lehden nimi.⁶³

⁵⁸ *Aitta* Maaliskuu/1929, kansi.

⁵⁹ *Aitta* Toukokuu/1929, kansi.

⁶⁰ *Aitta* Kesäkuu/1930, kansi; Heinäkuu/1930, kansi; Elokuu/1930, kansi sekä Marraskuu/1930, kansi.

⁶¹ *Aitta* Tammikuu/1929, kansi.

⁶² *Aitta* Maaliskuu/1929, kansi.

⁶³ Koko *Aitan* ilmestymisajalta ainoastaan kahdeksassa kannessa esiintyi toimituksen erikseen nimeltä

Vuonna 1929 kansiin ilmestyvien henkilökuviin toisinaan liittyvien selitystekstien funktion voi tulkita ainakin kahdella mahdollisella tavalla. Kyseessä on ensinnäkin hyvin voinut olla yksinkertaisesti kuvissa esiintyvien naisten identifioiminen lukijan kiinnostuksen herättämiseksi. Koska käytäntö ei kuitenkaan ole johdonmukainen, voi ammattia tai titteliä esittelevien tekstien tulkita korostavan *Aitan* omakuvaa tyylikkäänä kulttuurilehtenä. Kansissa esiintyvä kulttuurimaailmaan viittaava vihje yhdistää samalla kauneuden, menestyksen ja tavoiteltavan aseman toisiinsa: ne ruumiillistuvat kannessa esiintyvässä kauniissa naisessa. Tällaisilla kansikuvilla *Aitalla* oli mahdollisuus antaa itsestään kuva, jossa lehti on enemmän kuin pelkkä ulkokuori – enemmän kuin pelkät kauniit kasvot. Vuonna 1929 kansissa esiintyikin näyttelijättären⁶⁴ ja kahden tanssijattaren⁶⁵ lisäksi myös pianisti⁶⁶ sekä oopperalaulajatar⁶⁷ – kaikki hyvin perinteiseen korkeakulttuurikäsitteeseen yhdistettäviä ammatteja. Huomion arvoista on myös se, että lähes kaikilla nimeltä identifioituilla naisilla oli täten oma työ, joka toisaalta antoi vaikutelman modernista itsenäisestä naisesta, ja toisaalta oli hyvin tuttu liittyessään naisille 1900-luvun alussa jo melko laajalti hyväksytyihin taideammatteihin.⁶⁸

Aitan kaltaisella moderniksi itseään luonnehtivalla lehdellä ei ollut varaa suhtautua liikkeessä oleviin kauneuskäsityksiin ja -ihanteisiin kevyesti. Naisten muuttunutta ulkonäköä puitiin 1920-luvulla monilla foorumeilla, ja myös useat lehdet vetivät oman linjansa suhteessa muodikkaaksi tulleisiin kaunistautumismenetelmiin, kuten ihomaalien tai puuterin käyttöön.⁶⁹ Ajanmukaisen *Aitan* ei kenties sopinut kauhistella näitä kauneudenhoidon uutuuksia, ja järkisyihin ja rationaaliseen toimintaan vetoavan tyylin voikin havaita vallitsevan *Aitan* omissa kaunistautumista käsittelevissä teksteissä.

Erityisesti maaliskuusta 1927 heinäkuuhun 1928 epäsäännöllisin väliajoin ilmestynyt ”Peilin edessä” -niminen kauneudenhoitoa käsittelevä sarja pyrki lisäämään lukijoiden tietoutta kauneudenhoidosta ja tekemään sen vakavasti otettavalla tyyllillä.⁷⁰ Sarjaa kirjoitti nimimerkki Kleopatra – nimi joka jo itsessään viittasi arvovaltaan klassisen kauneuden saralla. Kirjoituksissa käsiteltiin kauneuteen liittyviä asioita käsien

mainitsema henkilö. *Aitta* 1927–1930.

⁶⁴ *Aitta* Tammikuu/1929, kansi.

⁶⁵ *Aitta* Maaliskuu/1929, kansi ja Syyskuu/1930, kansi.

⁶⁶ *Aitta* Toukokuu/1929, kansi.

⁶⁷ *Aitta* Helmikuu/1929, kansi.

⁶⁸ Naistaiteilijoihin liitetyistä käsityksistä vuosisadan vaihteessa ks. Kontinen 1998.

⁶⁹ Vehkalahti 2000.

⁷⁰ *Aitta* 1927–1928.

oikeasta hoidosta irtopuuterin valintaan. Lehden sivuilta sarja erottui piirretyllä tunnuskuvallaan, jossa kaunis ja nykyaikaisen lyhyttukkainen nainen kiinalaistyylliseen aamutakkiin pukeutuneena tarkkailee itseään peilistä (kuva 2 liitteessä).⁷¹ Kiinnostavasti yleisesti peiliin liitetty turhamaisuuden symboliikka pyritään tekstissä häivyttämään tai jopa poistamaan kokonaan, ja lukijaa puhutellaan järkeen ja hyvään makuun vedoten.

”Peilin edessä” on *Aitan* ainoita omia kaunistautumista käsitteleviä tekstejä, ja sarjasta voikin aistia lehden näkemyksen suomalaisten naisten kauneudenhoidon tiedoista ja taidoista, jotka vielä muutamia vuosia sitten olisivat olleen ainoastaan maineeltaan kyseenalaisten naisten tunnusmerkki. Kleopatra myös itse kirjoitti ihomaalien käytön aikaisemmin olleen enimmäkseen ”puolimaailmannaisten” tunnusmerkki ja valitti, että vastoin totuutta niiden käyttöä pidetään yhä kevytkenkäisyyden merkinä.⁷² Sarjassa pyrittiinkin tekemään vahva ero nykyisyyden ja menneen välille: moderni nainen hoiti kauneuttaan velvollisuudentuntoisesti ja hyvällä maulla. Vaarat kuitenkin vaanivat tietämätöntä kosmetiikankäyttäjää ja lukija sai moneen kertaan kuulla, kuinka jäljessä Suomi oli suhteessa muuhun eurooppalaiseen kehitykseen kauneusasioissa. Huomiota kiinnitettiin myös oikeanlaiseen varustautumiseen: aikaansa seuraava nainen osasi esimerkiksi sekoittaa omalle iholleen sopivan puuterisävyä, käytti ainoastaan hyvälaatuisia tuotteita ja omisti niin untuvahuiskun kuin erilaiset pohjustusvoidetyypitkin.⁷³ Erityisenä auktoriteettina esiintyi tekstissä ”pariisitar”, joka asiantuntemuksessaan sai aina viimeisen sanan. ”Niin tekee pariisitarkin” oli riittävä todistus niin puuteroimisen kuin ihomaalienkin käytölle osana modernin naisen kauneudenhoitoa.⁷⁴

Vaikka nykyaikaisen naisen tuli ensisijaisesti pitää kauneudestaan huolta omaa itseään varten, ei kyseessä kuitenkaan ollut asia, jonka olisi voinut jättää tekemättä vaikka itsestä olisi siltä tuntunutkin. Päällisin puolin entistä vapaammalta vaikuttava kauneudenhoitokulttuuri asetti sekin omat rajansa. Kleopatran siteeraaman La Bryèren mukaan naisen koristautuessa itseään varten oman maun noudattaminen on sallittua, mutta pyrittäessä miellyttämään miehiä on ehdottomasti vältettävä tekemästä itsestään vastenmielistä mauttomuudella tai liiallisuuksilla.⁷⁵ Näitä välttääkseen naisten tuli olla hyvin perehtyneitä ja tietäväisiä uutuuksista ja nykyaikaisesta kaunistautumiskulttuurista, sekä noudatettava tarkoin arvovaltaisten asiantuntijoiden

⁷¹ ”Peilin edessä”, ks. esim. *Aitta* Marraskuu/1927, 86.

⁷² ”Peilin edessä” *Aitta* Huhtikuu/1928, 87–88.

⁷³ ”Peilin edessä” *Aitta* Marraskuu/1927, 87.

⁷⁴ ”Peilin edessä” *Aitta* Marraskuu/1927, 87 ja Huhtikuu/1928, 87–88.

⁷⁵ ”Peilin edessä” *Aitta* Huhtikuu/1928, 87.

neuvoja. Mielenkiintoisesti ”Peilin edessä” palsta on kuitenkin kirjoitettu pakinoivaan tyyliin, jossa lukija voi hyvinkin selvästi neuvontadiskurssista huolimatta halutessaan lukea itsensä kirjoittajan kanssa samaan sivistyneiden ja tietäväisten joukkoon. *Aitan* yleisestä sivistyneestä ja korkean tason yleisilmeestä päätelleen toisenlainen, esimerkiksi kysy ja vastaa -palsta olisi voinut vaikuttaa lehden itselleen linjaamien lukijoiden aliarvioimiselta. Pakinamuoto sen sijaan mahdollisti lukijan osallistumisen niin asiantuntemuksen jakamiseen kuin tietämättömyyden kauhisteluun. Kirjoittamalla elegantin modernin naisen elämäntyylä todelliseksi ja arkipäiväiseksi loi *Aitta* samalla myös omaa ihanteellista lukijakantaansa.

Samaan lukijoita osallistavaan ja toisaalta tieteellisesti vakavasti otettavaan sävyyn kirjoitti toimittaja Eeva Harri reportaasin ”Kauneusklinikka”, joka käsitteli Helena Rubinsteinin kauneushoitoloita ja niissä käytettyjä menetelmiä.⁷⁶ Lukijaa puhutellaan suoraan ja houkutellaan jopa tekemään tunnustuksia kirjoittajalle. Rubinsteinin missiota, kaikkien naisten tekemistä kauniiksi, tervehditään ilolla ja luottamuksella. Myös eräänlaisia vertaisarviointeja annetaan:

Sanotaan, että yksinpä älykkäät ja intellektuellit naiset, jotka siihen asti olivat nauraneet vanhoille ”yhdessä yössä kauniiksi tekeville” voiteille, suhtautuvat luottamuksella Helena Rubinsteinin tieteelliseen ja vakavaan hoitomenetelmään.

Selväksi käy, että kyseessä ei suinkaan ole mikään kevytkenkäinen turhamaisuus vaan suoranainen tahtotila, sillä ”Amerikassa, jossa naisilla on varoja hoitaa itseään ei ole kuulemma rumia naisia.” Samoin kuin Kleopatralle, ei Rubinsteinin konsteillakaan ole oikotietä onneen, vaan kauneus vaatii tietoa, taitoa ja työtä. Nykyaikaiselle naiselle tämä on kuitenkin mahdollista. Kuten Eeva Harri reportaasin lopussa kysyy: ”Kuka käskee meidän vanhentua ja rumentua? Ilmastoko, laiha kukkaro vai välinpitämättömyys?” Kaikki ominaisuuksia, jotka selvästi eivät kuuluneet modernin naisen elämäntyyl-ihanteiden piiriin. Näin ollen myös vaihtoehdot jäivät vähälle: kaunistautuminen alkoi ottaa yhä enemmän velvollisuuden muodon.

Kansainvälisellä tasolla muuttuvien elämäntyyl-ihanteiden taustalla vaikutti oleellisesti mainonnan kehitys. 1900-luvun alkupuolella lisääntyvän vapaa-ajan myötä kulutuksen merkitys merkitys kasvoi ja mainonta ammattimaistui. Aikaisemmin mainosten keskiössä olleesta tuotteen kuvailusta siirryttiin kuluttajan houkutteluun

⁷⁶ ”Kauneusklinikka” *Aitta* Elokuu/1929, 51–55.

mielikuvien avulla: mainoksissa pyrittiin nyt enenevässä määrin kuvailemaan niitä haluttuja elämäntyylin osia, jotka kuluttaja tuotteen avulla saavuttaisi. Mainostajan tuli pyrkiä luomaan itselleen rooli kuluttajan ystävänä ja neuvojana: kuluttajaa valistettiin olemaan luottamatta omaan puutteelliseen arvostelukykyynsä ja turvautumaan sen sijaan erilaisiin mainostajien markkinoimiin tuotteisiin.⁷⁷ Kun kauneushanteet on ensin yleisellä tasolla (muun muassa kansikuvien ja niissä näkyvien kauniiden menestyvien naisten avulla) määritelty ja niiden saavuttamiseksi tarvittava moninainen välineistö esitelty, on mainostajien varsin helppo liittää omat tuotteensa modernin naisen kauneudenhoitodiskurssiin.

Aitassa erilaisten kauneudenhoitotuotteiden markkinointi jakaantui karkeasti kolmeen luokkaan: terveystuotteet, kauneustuotteet ja erilaiset kauneuskojeet ja -laitteet. Hyvin tavallista oli liittää kauneudenhoito terveyden edistämiseen, tästä esimerkkeinä mainostivat muun muassa hammastahna Oxygenol ja hedelmäsuola Samarin – kummatkin tuotteita, joissa kauneuteen vetoaminen oli hyödyllinen lisämyyntivaltti, mutta jotka kuitenkin perustivat tarpeellisuutensa terveyden varaan.⁷⁸ Toiseksi markkinoitiin tuotteita, jotka selvästi tähtäsivät erityisesti kauneuden edistämiseen: tällaisia olivat muun muassa erilaiset voiteet tai *eau de toilette* -vedet.⁷⁹ Terveysdiskurssi ei kuitenkaan täysin kadonnut, vaan se näyttäytyi näiden tuotteiden mainonnassa usein ”luonnollisen kauneuden” tavoittelun muodossa. Kolmanneksi luokaksi voidaan laskea erilaiset kojeet ja ihmeitä tekevät laitteet, joilla pyrittiin muuttamaan koko kehon tai jonkin sen osan ulkomuotoa pysyvästi, ja usein myös varsin radikaalisti – kaukana ”luonnollisista” menetelmistä – vaikka terveydellisiin vaikutuksiin usein viitattiinkin. Esimerkkinä kolmannesta ryhmästä eli teknisestä kauneudenhoidosta erottuu yksi *Aitan* ahkerista mainostajista, Teknillinen liiketoimisto, joka kauppasi ostajille muun muassa välineitä suonikohjujen hoitoon, vääränmuotoisen nenän suoristamiseen tai rintojen ”laihduuttamiseen”.⁸⁰

Yhteistä erityisesti ensimmäisen ja toisen luokan kauneudenhoitotuotteille oli mainonnan keskittyminen itsen hoitamiseen: mainoksissa luotiin kuvien ja tekstin avulla vaikutelma, jossa muun muassa ihon tai hampaiden hyvä hoitaminen on paitsi jokaisen itseään kunnioittavan naisen velvollisuus, myös päivittäinen nautinto, sillä kukapa ei haluaisi näyttää mahdollisimman hyvältä.

⁷⁷ Gorman & McLean 2003, 66–69.

⁷⁸ Ks. esim. Oxygenol-hammastahna, *Aitta* Kesäkuu/1929, 71 ja hedelmäsuola Samarin *Aitta* Lokakuu/1927, 85.

⁷⁹ Ks. esim. Tekno, *Aitta* Marraskuu/1930, 1.

⁸⁰ Ks. esim. Teknillinen liiketoimisto, *Aitta* Kesäkuu/1929, 72; Helmikuu/1929, 87 ja Kesäkuu/1927, 86.

Kauneuden, luonnon ja terveyden yhdistämistä julisti vuoden 1927 lokakuun numerossa ilmestynyt Hedelmäsuola Samarinin mainos, joka koko sivun kokoisen ilmoituksen aluksi tervehtii katsojaa ”Auttakaa luontoa!” -vetoomuksella (kuva 3 liitteessä).⁸¹ Mainos kertoo perusteellisesti, kuinka ”sulamaton ravinto ja kelpaamattomat jätteet jäävät ruumiiseen”, jopa niin että ”otaksuttavasti ette ole tietoinenkaan sairaalloisuudestanne”. Normaalius, siis luonnonmukainen olotila palautetaan juomalla Samarinia. Samalla tuotteen luvataan tuovan muun muassa ”reippautta, puhtaan ja terveän veren” sekä ”raikkaan ihonvärin”. Tärkeimmäksi argumentiksi nousee terveys, joka asetetaan ihmisen luonnolliseksi olotilaksi. Terveystestä, joka tavoitetaan vain Samarinin avulla (sillä sairastunut ei tekstin mukaan itse välttämättä tiedä olevansa sairas) puolestaan seuraa ominaisuuksia, jotka aikalaisille edustivat kauneuden edellytyksiä.⁸²

Mainoksen vasemmassa reunassa on piirroskuva, jossa hymyilevä nainen pitää käsissään lasillista Samarinia sekä Samarin-pulloa. Turkisreunusteiseen juhlavaan viittaa pukeutunut nainen ei ensisijaisesti edusta mainosta tekstitasolla hallitsevaa reippautta ja terveyttä, vaan ennenkin kauneutta ja glamouria. Kuvan avulla tekstissä esiintyvä terveysdiskurssi kytketään kauneuden ja menestyksen (jota piirroksessa edustaa ylellinen pukeutuminen), taustaoletukseksi. Samalla luonnollinen terveys muuttuu asiaksi, jota lukija ei enää voi pitää itsestään selvänä vaan olotilana, jonka saavuttamiseksi on tehtävä töitä, tai ainakin juotava Samarinia. Mainos toimiikin kokonaisuutena tehokkaasti vetoamalla tekstissä tieteellisiin järkisyihin ja kuvan tasolla lupaamalla käyttäjälle kauneutta ja haluttavuutta. Tekstissä ”ääneen lausuttuna” on silti vain yleisesti hyväksytyjä tieteeseen perustuvia syitä. Täten potentiaalisen käyttäjän ei myöskään tarvitse kantaa huolta muun muassa ajan naistenlehtien paheksumasta itsensä koristamisesta, tavoitehan on vain normaali, luonnollinen ja ennen kaikkea odotusten mukainen olotila.

Terveyden ja kauneuden yhdisti mainoksissaan myös Oxygenol hammastahna (kuva 4 liitteessä)⁸³, joka muun muassa vakuutti valkean hammasrivistön olevan ”Teidän arvokkain kalleutenne --- josta koko yleisvointinne on suorastaan riippuvainen. Ja kuitenkin tärkevät lukemattomat ihmiset hampaansa hitaasti mutta varmasti huolimattomalla hoidolla.”⁸⁴ Puolen sivun kokoisen mainoksen ylälaitaa hallitsee kuva

⁸¹ Hedelmäsuola Samarini, *Aitta* Lokakuu/1927, 85.

⁸² Vehkalahti 2000, erit. 141–147. Ks. myös ”Peilin edessä” -sarja, *Aitta* 1927–1928.

⁸³ *Oxygenol hammastahna*, ks. esim. *Aitta* Marraskuu/1928, 85 tai Kesäkuu/1929, 71.

⁸⁴ Oxygenol hammastahna *Aitta* Kesäkuu/1929, 71.

kauniista naisesta kumartuneena korurasiansa ääreen, kaulassa ja käsisään hänellä on helminauhoja. Tekstissä ihannoitu valkea hammasrivistö rinnastuu vaivatta kuvan kalliisiin helmiin, johon myös huoli ”arvokkaimmasta kalleudesta” kiinnittyy. Kuvan ensivaikutelmasta poiketen teksti kuitenkin ”paljastaa” todellisen kalleuden: toisin kuin helmet, hyvin ja huolella hoidetut hampaat ovat ”vaikeasti korvattavissa, jos Te sen kadotatte”. Varustautumalla oikeanlaisilla kauneudenhoitotuotteilla saattoi siis ostaa itselleen säilyvämpää tai pysyvämpää kauneutta, mutta seurausta huonosta hoidosta ei sen sijaan voinut rahalla paikkailla.

Luonnollista kauneutta peräänkuuluttivat *Aitassa* ilmestyneissä mainoksissaan Diamond Coldcream ja Amarant Snowcream -voidepari.⁸⁵ Voidemainoksissa luonto näyttäytyi toisinaan vihollisena jota vastaan taistella, toisinaan ystävänä, joka teki töitä jokaisen naisen kauneuden eteen. Joskus nämä kaksi puolta mahtuivat jopa samaan mainokseen. Vuoden 1929 marraskuun lehdessä ilmestynyt Diamond Coldcreamin mainos varoittaa ensin otsikossaan, kuinka ”Ilma ja tuuli ovat vihollisianne” mutta kuitenkin ”luonto taistelee saavuttaakseen täydellisyyden ja on sen vuoksi Teidän paras liittolaisenne.”⁸⁶ kauneutta tavoiteltaessa. Avainsanana myös näissä mainoksissa oli naisen oma panos kauneuden saavuttamiseksi. Oikeilla välineillä ja oman vaivannäön auttamana luonto sai tehdä tehtävänsä kauneuden eteen – voiteita tarvittiin vain ”varavälineiksi”⁸⁷ tai ”apuvälineiksi”⁸⁸. Huhtikuun numerossa vuonna 1929 ilmestynyt mainos tiivistä konseptin idean hyvin: ”Päivä päivältä vanhenet! Sitä et voi millään auttaa, et estää. Mutta *ulkomuodoltasi ei sitä huomaa* jos hoidat itsesi, ennenkaikkea ihosi hyvin.”⁸⁹

Voidemainoksiin liitetyt kuvat tukivat taitavasti mielikuvaa kaunistautumisesta ylellisyytenä ja hemmotteluna itselle. Samalla kun teksti varoitti vanhentumisesta, esiintyi kuvassa budoaarijakkaralla istuen nuori nainen pitsialusmekossa, syventyneenä itsensä hoitamiseen.⁹⁰ Lukijalle tarjottiin varsin selkeä kuvallinen kertomus onnistuneesta kauneudenhoidon haltuunotosta ja esitettiin samalla visuaalinen lupaus voiteen käytön tuloksista: jos näet vaivaa kauneutesi eteen, ei sinunkaan ulkomuotosi

⁸⁵ Diamond Coldcream & Amarant Snowcream, ks. esim. *Aitta* Huhtikuu/1929, 67; Marraskuu/1929, 64 tai Heinäkuu/1930, 63. Voiteita mainostettiin sekä parina että erikseen. Mainoksissa mainittiin ainoastaan voiteiden nimi – ei esimerkiksi niiden mahdollista erinimistä valmistajaa tai vähittäismyyntipaikkaa.

⁸⁶ Diamond Coldcream *Aitta* Marraskuu/1929, 64.

⁸⁷ Diamond Coldcream *Aitta* Marraskuu/1929, 64.

⁸⁸ Diamond Coldcrema & Amarant Snowcream *Aitta* Huhtikuu/1929, 67.

⁸⁹ Diamond Coldcrema & Amarant Snowcream *Aitta* Huhtikuu/1929, 67. Kursivointi alkuperäinen.

⁹⁰ Diamond Coldcrema & Amarant Snowcream *Aitta* Huhtikuu/1929, 67.

paljasta ikääsi, ja täytät modernille elämäntyyliille asetetut vaatimukset kestävästä nuoruudesta ja kauneudesta.

Kolmanteen kategoriaan kuuluvat mainokset houkuttelivat lukijaa jo hieman vaativampaan vaivannäköön: kyseessä ei enää ollut niinkään luonnolliseksi ajateltu itsestä huolehtiminen, vaan pikemminkin pyrkimys pysyvään muutokseen. Kyseiset *Aitassa* ilmestyneet mainokset pyrkivät puhuttelemaan niin kotiäitejä kuin itsenäisiä konttoristejakin. Yksi ahkerista mainostajista *Aitassa* oli jo mainittu Teknillisen liiketoimisto, joka mainosti niin laihduttavia rintaliivejä, hoikistavaa vyötä kuin rintoja sähköllä kiinteyttävää kojettakin.⁹¹ Kyseisissä mainoksissa näkyy selvästi Suomessa 1920-luvulla tapahtunut siirtymä kohti kauneutta naisen velvollisuutena, vaikkakin Teknillinen Liiketoimisto suuntasi välillä tuotteitaan myös miehille. Esimerkiksi huolet lihavuudesta ja ”esteettistä tunnetta loukkaavasta”⁹² punaisesta nenästä koskettivat Teknillisen liiketoimiston mainoksissa myös miehiä.⁹³

Teknillisen liiketoimiston todennäköisesti ulkomaista tuontia olleiden laitteiden mainokset olivat tavallisesti suhteellisen pienikokoisia ja niissä oli sekä tekstiä että kuva. *Aitan* tammikuun 1927 numerossa ilmestyneessä mainoksessa markkinoidaan ”Punkt-Roller” -nimistä laihdutuskojetta, jonka luvataan hävittävän liiallisen rasvakudoksen käyttäjän haluamista kohdista (kuvat 5 ja 6 liitteessä).⁹⁴ Ilmoitus on varsin pieni, ja suurimman osan tilasta vie laitetta esittelevä teksti – mainoksessa on kuitenkin myös kuva, jossa kaunis, hoikka nuori nainen käyttää laitetta. Tekstissä ”Punkt-Roller” esitelläänkin ”kulttuurimaailman kojeena”⁹⁵, jolla itseään saattoi laihduttaa juuri haluamistaan kohdista – jälleen kauneuden, glamourin ja menestyksen linkittäminen nousee selvästi esiin. ”Punkt-Rollerin” mainoksessa kuvan ja sanan yhteistoiminta konkretisoituu mielenkiintoisella tavalla: teksti kertoo, kuinka tavoiteltuun ihannetilaan (solakkuuteen) päästään, ja kuva näyttää jo toteutuneen tilanteen, jossa paradoksaalisesti kyseinen malli ei enää laitetta tarvitsisi. Samalla logiikalla toimivat usein myös nykyiset kauneustuotemainokset: ne näyttävät tuloksen, jota kuluttajan oletetaan tuotteen avulla tavoittelevan.

Samalla kun mainosteksti listaa naisen vartaloa mahdollisesti ”rumentavat” piirteet, tulee se myös määritelleeksi tavoiteltavan tilanteen. Onkin mielenkiintoista,

⁹¹ Teknillinen liiketoimisto, *Aitta* ks. esim. Tammikuu/1927, 98; Huhtikuu/1927, 103; Toukokuu/1927, 87; Kesäkuu/1927, 86 ja Heinäkuu/1927, 87.

⁹² Teknillinen liiketoimisto, *Aitta* Helmikuu/1929, 87.

⁹³ Teknillinen liiketoimisto, *Aitta* Helmikuu/1929, 87 ja Huhtikuu/1927, 103.

⁹⁴ Teknillinen liiketoimisto. *Aitta* Tammikuu/1927, 98.

⁹⁵ Teknillinen liiketoimisto. *Aitta* Tammikuu/1927, 98.

kuinka aikalaiskontekstissa selvästi ”turhamaisuuden” kategoriaan sijoittuvan tuotteen mainos pyrkii tekstin tasolla vetoamaan potentiaalisiin ostajiin erityisen rationaalisiin perustein: ”Tuhansilla naisilla on taipumusta paikoittaiseen liikalihavuuteen, vaikka vartalo muuten yleensä on normaali. --- *Liikalihavuus on myrkkä terveydelle ja sen tähden poistettava!*”⁹⁶ Tekstissä ihanteeksi asettuu ”normaali”, ei siis ainakaan turhamainen vartalo, ja itsestään huolehtiminen nähdään suorastaan kansanterveydellisenä velvollisuutena. Kuvassa sen sijaan on esitetty hyvinkin kaunis, muodikas ja nykyaikainen nainen, jonka kauneus ei kuvan esittämässä tilanteessa johdu luonnollista tai synnynnäisistä piirteistä, vaan on aktiivisen kaunistautumistoiminnan tulosta. Mainokseen kuvattu nainen asettuikin varsin kauas niistä luonnollisuuteen ja terveyteen vetoavista painotuksista, joita teksti argumentoi.

Kuvatutkija Kai Mikkosen mukaan kuvaan liittyvä teksti voi toteuttaa samaan aikaan useita tehtäviä: visualisoitu suhde kuvaan voi katsomisen aikana saada useita eri rooleja.⁹⁷ Myös ”Punkt-Rollerin” mainoksessa useat eri tehtävät elävät päällekkäin: toisaalta vedotaan ”turhamaisuuteen” (ensisijaisesti kuva), toisaalta terveydestä huolehtiminen nähdään naisen velvollisuutena (ensisijaisesti teksti). Mikkosen mukaan kuva ja sana toimivatkin yhteisessä tilallis-ajallisessa akselissa, jossa katsojan/lukijan on samanaikaisesti kyettävä seuraamaan visuaalisia ja verbaalisia merkkejä. Näin yhdessä toimiessaan kuva ja sana voivat tarkentaa toistensa merkityksiä niiden suhteen synnyttämää tulkinnosta vasten.⁹⁸ Tämä mahdollistaa myös sen, että ”Punkt-Rollerin” mainoksessa katsojalle/lukijalle ei ainakaan pintapuolisessa tarkastelussa synny ristiriitaista vaikutelmaa, vaikka kuva ja sana ontologisesti toteuttavatkin eri tehtäviä. Modernin naisen elämäntyyliä tavoittelevalle tarjottiin mainoksessa selkeä viesti, jossa kauneus viestii arvostuksesta. Kun mainoksen asetelma käännetään toisin päin, on katsojalle myös selvää, että lihava ruumis voi viestiä epäterveellisyydestä ja jopa epänormaaliudesta. Kaunis nainen asettuikin ”Punkt-Rollerin” mainoksessa symboloimaan arvostettua ja haluttavaa, mikä mainoksen ulkopuolella siirtyy edelleen merkitsemään yhtä osaa modernin naisen performatiivista.

1900-luvun alun aikalaislehdet suhtautuivat hyvin kaksijakoisesti itsensä kaunistamiseen. Kulttuurihistorioitsija Kaisa Vehkalahden tutkimissa 1920-luvun naistenlehdissä ”muotiorjuus” nähtiin tuomittavana, mutta toisaalta ”luonnollista”

⁹⁶ Teknillinen liiketoimisto, *Aitta* Tammikuu/1927, 98. Kursivointi alkuperäinen.

⁹⁷ Mikkonen 2005, 88.

⁹⁸ Mikkonen 2005, 56.

kauneutta ja itsestään huolehtimista suositeltiin aktiivisesti.⁹⁹ Suurin osa mainonnasta suunnattiin naisille, joille lisääntyvä oma varallisuus ja mahdollisuus liikkua vapaammin julkisissa tiloissa mahdollistivat kulutuksen ajanvietteenä ja harrastuksena. Yhtäältä mainonta puhutteli äitejä ja vaimoja, joille koti edelleen näyttäytyi tärkeimpänä elämänpiirinä. Toisaalta tavoiteltiin myös kodin ulkopuolella liikkuvia, itsenäisiä ja omaan ulkomuotoon keskittyviä naisia, joiden kohdalla kulutus miellettiin pinnallisemmaksi ja turhamaisemmaksi toiminnaksi.¹⁰⁰ Huolimatta uhkaavasta turhamaisuuden leimasta alkoi kauneudesta hiljalleen muodostua ”naisen velvollisuus”, jota oli eri tavoin pyrittävä ylläpitämään.

Mainonta nojaa pitkälti kulttuurin ytimessä vaikuttaviin valta- ja arvoasetelmiin, ja sen on aina jollain tavalla noudatettava kulttuurisesti jaettuja sosiaalisen esittämisen tapoja. Mainostaja käyttää niitä merkityksiä, joilla on suurin potentiaali myynnin maksimoimiseen.¹⁰¹ Vaikka nainen ja kauneus on mainonnassa yhdistetty jo paljon aikaisemmin, sai 1900-luvun alun mainonnassa naisen ruumis yhä uusia tehtäviä. Esimerkiksi lyhenevän hamemuodin seurauksena näkyviin tulleiden säärrien pituuteen ja hoikkuuteen alettiin 1920-luvulla kiinnittää erityistä huomiota.¹⁰² Niin naisille kuin miehille suunnatuissa mainoksissa nainen alkoi merkitä haluttavuutta, vaikka tuotteen ja naisen kytkentä usein lähemmässä tarkastelussa osoittautuikin keinotekoiseksi, ja nainen oli mukana vain tuomassa mainokseen tunnelmaa.¹⁰³

Butlerin performatiivisuus-ajatusta hyödyntävän Leena-Maija Rossin mukaan mainonta toimii tehokkaasti kuvia suodattavan ja normalisoivan visuaalisen järjestyksen osana. Tukemalla ajatusta vallitsevasta katsomisen tavasta mainonta vaikuttaa myös siihen, kuinka yksilö asettaa itsensä esille.¹⁰⁴ Rossi esittää, että mainonta voidaan ymmärtää myös valtakurssina, joka muokkaa niin mainonnan tuottajia kuin yleisöäkin. Jos mainontaa ajatellaan performatiivisuuden käsitteen kautta, se osoittautuu uudeksi tavaksi tuottaa ja toistosuorittaa ihanteellisia sukupuoliä, joita yksilön kuuluu tavoitella.¹⁰⁵ Tällöin ollaan suoraan tekemisissä visuaalisen järjestyksen ohjaamien valtasuhteiden kanssa, jotka 1920-luvulla omalta osaltaan muokkasivat sukupuoliä perustuvaa yhteiskunnallista järjestystä, kuten käsityksiä naisten ja miesten eri

⁹⁹ Vehkalahti 2000, 132–137.

¹⁰⁰ Hapuli et al. 1992, 108–109.

¹⁰¹ Heiskala 1991, 41.

¹⁰² Rossi 2003, 36–37.

¹⁰³ Lehtonen 1991, 38.

¹⁰⁴ Rossi 2003, 21.

¹⁰⁵ Rossi 2003, 20–23.

ammateista ja harrastuksista.

Aitan mainoksissa kauneusmainonnasta sekä erilaisesta itsensä hoitamisesta ja muokkaamisesta tuli paitsi ”naisellinen velvollisuus”, myös osa modernin naisen performatiivia. Toistamalla ajatusta naisellisesta kauneudesta yhtäältä aktiivisen toiminnan ja toisaalta laajan perehtyneisyyden tuloksena *Aitta* osallistui nykyaikaisen naisen performatiivin tuottamiseen. Määritellessään jotain erityisesti ”naiselliseksi” tai naisille kuuluvaksi ominaisuudeksi tai toiminnaksi tuli *Aitta* myös samalla rajanneeksi sitä, mitä ”naisellinen” tai naisille kuuluva ei ollut tai ei edes voinut olla. Ihanteellinen ja tavoiteltavaksi esitetty modernin naisen sukupuoliperformatiivi sulkikin kaunistautumisen osalta tehokkaasti ulkopuolelleen ne, jotka eri syistä eivät kokeneet sitä omakseen. Kaunistautumiskurssin sisällä performatiivin ulkopuolelle jääminen tai jättäytyminen ei kuitenkaan ollut sinänsä vaihtoehto, vaan vain ”huonompi” tai ”epäonnistunut” esitys tavoiteltavasta ihanteellisesta naiseuden sukupuoliesityksestä. Pelko sukupuoliesityksen toistamisesta ”epäonnistuneesti” tai ”epätäydellisesti” puolestaan paitsi rajoittaa tehokkaasti itseilmaisun tapoja, myös tuottaa ja vahvistaa käsitystä Naisesta yhtenäisenä kategoriana, jonka kaikille jäsenille kuuluvat tietyt ominaisuudet tai piirteet, ja joita voidaan näihin vedoten kohdella tai olla kohtelematta tietyillä tavoilla.

2.2 Uuden muodin hermoilla ja armoilla

Aitta mainosti itseään useaan otteeseen korkeatasoisena ajanmukaisena julkaisuna, jossa oli tarjolla niin tyyliä, tietoa, viihdettä kuin kulttuuriakin.¹⁰⁶ Vaikka suhteellisen kapeasti määritelty korkeakulttuuri on todennäköisesti ollut toimituksen johtoajatus lehteä tehdessä, ei lukija voi olla huomaamatta tyylikkäiden vaate- ja kenkämainosten sekä muotireportaasien suhteellisen suurta määrää. Toki pukeutumisen muodikkaus ja ajanmukaisuus myös kuuluivat oleellisesti *Aitan* imagoon: uusi moderni aika ei ollut ainoastaan kulttuurin kehitystä, vaan se oli tunnistettavissa ja näkyvissä myös arkipäivässä – esimerkiksi juuri pukeutumisen tasolla. Lukijoille näitä muodin uusia tuulia välittivät paitsi *Aitan* oman muotitoimittaja Jeannette David¹⁰⁷, myös useat

¹⁰⁶ Ks. esim. *Aitta* Joulukuu/1927, 40–41 ja Tammikuu/1928, 73.

¹⁰⁷ Ks. viite 118.

mainostoimistojen muotoilemat mainokset – *Aitassa* mainonnan voikin sanoa olleen tietoinen osa modernin ilmeen luomista.

Mielenkiintoinen kurkistus *Aitan* mainospuoleen löytyy vuoden 1929 tammikuun numerosta: kyseessä on oletettavasti lehden toimituksen muotoilema mainos, jonka tehtävänä on houkutellessa potentiaalisia mainostajia lehden asiakkaiksi.¹⁰⁸ Kyseisessä koko sivun kokoisessa ilmoituksessa kerrotaan, miksi ”*Aitassa* kannattaa ilmoittaa”. Mainoksen keskelle on jäljennetty ilmeisesti toimitukseen saapunut kirje, jossa tyytyväinen liikkeenomistaja H. Ståhlberg kertoo, kuinka ”moni uusi asiakas on --- poikennut liikkeeseemme --- luettuaan *Aitassa* olleet ilmoituksemme ja että vielä useampi entinen asiakas on muistanut meitä käynneillään samasta syystä”. Kirjoittaja lisää loppuun erityismaininnan siitä, kuinka mainosten perusteella lisääntyneet asiakaskäynnit ”osoittavat *Aitan* leviävän erittäin ostokykäisen yleisön keskuuteen”.¹⁰⁹ Toimitus on vielä itse lisännyt mainoksen alalaitaan tekstin ”*Aitta* tuo parhaat ostajat”. Kovin paljon selvemmin ei *Aitan* selkeän yläluokkaista ja varakasta lukijakuntaa voine määrittellä, vaikka varmasti eroja myös tämän joukon sisältä löytyi.

Puhuessaan ostokäyisistä tai parhaista ostajista *Aitta* myös samalla tuotti tietynlaista lukijakuvaa ja imagoa lehdelle, ja lehti puolestaan tuotti moderniutta lukijassaan ja lukijalleen. Ranskassa 1920-luvulla ilmestyneitä muotimainoksia tutkineen Mary Louise Robertsin mukaan mainostajat loivat modernista naisesta kuvan kiireisenä, nopeatahtista ja itsenäistä elämää viettävänä oman itsensä herrana. Mainosten mukaan itsenäisen elämäntyylin mahdollisti uusi ”miehekkäämpi” muoti, joka samalla toimi myös tämän itsenäisyyden visuaalisena ilmentäjänä. Sekoittamalla uuden muodin hengen modernin kulttuurin vapauseetokseen esiteltiin uusi muoti mainoksissa erityisesti vapauttavana. Suurempi liikkeen vapaus samaistettiin naisten lisääntyviin oikeuksiin ja vapauksiin.¹¹⁰

Aitassa ilmestyneet mainokset osuvat yhteen laajemman mainoskenttää koskeneen muutoksen kanssa. 1900-luvun alussa mainosten ulkomuoto muuttui monilta osin rajusti niiden painottuessa ostajan houkutteluun informaation tarjoamisen sijaan.¹¹¹ *Aitan* varakkaalle tilaajakunnalle, ”parhaille ostajille”, kannatti tietenkin pyrkiä myymään vain parasta, ja useat *Aitassa* ilmestyneistä mainoksista houkuttelivat ostajia vetoamalla juuri korkeaan laatuun, viimeisimpään muotiin tai ylipäänsä kauneuteen.

¹⁰⁸ ”*Aitassa* kannattaa ilmoittaa” *Aitta* Tammikuu/1929, 84.

¹⁰⁹ ”*Aitassa* kannattaa ilmoittaa” *Aitta* Tammikuu/1929, 84.

¹¹⁰ Roberts 1993, 675–676.

¹¹¹ Gorman & McLean 2003, 64–65.

Moderni kuluttaja – *Aitan* muotimainosten tapauksessa lähes aina nainen – kaipasi pukimiltaan laadun lisäksi muodikkautta ja hienostuneisuutta, eivätkä mainostajat jättäneet tilaisuutta käyttämättä.

Suomalaisen mainonnan historiaa tutkineiden Visa Heinosen ja Hannu Konttisen mukaan 1920-luku oli mainosalan kannalta vuosisadan merkittävin ajanjakso. Erityisesti kehitystä vauhditti naisen nostaminen kuluttajaksi ja ostopäätösten tekijäksi, jolloin hänestä luonnollisesti tuli myös lisääntyvän mainonnan kohde jopa siinä määrin, että kuluttaminen usein nähtiin naisen työnä. Mainosten kehitys kertoi myös muutoksesta ihmiskuvassa: mainostoimistojen luokitteluisia rationaalista kuluttajasta sulkeutui houkutuksille ja vaikutteille altis impulsiivinen ostaja.¹¹² Kuluttaminen naisten työnä heijastuu *Aitan* sivuille paitsi mainoksissa, myös lehden omissa muotireportaaseissa, joissa esiteltiin hyvin perinpohjaisesti uutuuksia, jotka aikaansa seuraavan modernin naisen tuli hankkia. Jos tavaratalossa¹¹³ ostoksilla oleva keskiluokkainen nainen nähtiin uuden kaupallisen modernin symbolina, voinee *Aitan* kaltaisia ”välttämättömiä” uutuuksia esitteleviä lehtiä pitää tämän modernin elämäntyylin tärkeinä tiedonvälittäjinä sekä erityisesti elämäntyylitietoisuuden luoja.

Ajanmukaisuuden vaatimuksen saattoi mahduttaa niinkin arkisen asian kuin trikookankaan mainontaan. Osakeyhtiö Neovius (kuva 7 liitteessä) lupasi asiakkailleen ”ainoastaan ensiluokkaisia laatuja”, ja saa samalla mainosrunoonsa mahtumaan monta oletusta nykyaikaisen naisen vaatetuksesta:

Ladyn lähin vaatetuspa vainen / nykyään on silkkikudonnainen. Silkkitrikoota on housut paidat / silkki verhoo kauniit nilkat kaidat. Suosittuja ovat kudonnaiset. / Niitä käyttää työ- ja vallasnaiset. Kevyt, lämmin, aina taipuvainen / trikoo on – siis kuten itse nainen.¹¹⁴

Tekstissä – vaikka kyseessä varmasti oli ainakin osin leikkimielellä tehty runoelma – näkyy oletuksena hienostunut ostaja (lady), joka haluaa vain parhaita laatuja (silkkitrikoota). Runossa esiintyy myös 1920-luvulla vielä monien paheksuma nilkat paljastava hamemuoti, josta huolimatta trikoon itsessään luvataan käyvän kaikille, tai oikeammin kuuluvan jokaisen aikaansa seuraavan naisen vaatevarastoon. Vaikka mainoksen laatinut taho on todennäköisesti tavoitellut ennen kaikkea imartelevaa ja positiivista sävyä tekstiin, ei ”taipuvainen nainen” juuri jätä epäilyksiä siitä,

¹¹² Heinonen & Konttinen 2001, 66–67.

¹¹³ Tavaratalosta ja naisesta modernin symbolina ks. Finn 2001, 89–91.

¹¹⁴ Osakeyhtiö Neovius, *Aitta* Joulukuu/1927, 109.

minkäläinen taustaoletus naiskuluttajan luoneesta esitetään. Ostajana naisen nähdään olevan houkutuksille altis, turhamaisuuteen taipuvainen ja kuitenkin luonteeltaan alistuva ja mukautuva.

Mainokseen kuuluva piirroskuva korreloi ehkä sattumalta mielenkiintoisesti runon viimeisen säkeen ”taipuvaisen naisen” kanssa: tyynyllä istuva nainen on ristinyt jalkansa ja istuu omaan tilaansa syventyneenä pää kumarassa varsin nöyrän näköisessä asennossa.¹¹⁵ Päähuomio kiinnittyy asiaankuuluvasti naisen jalassa oleviin trikoosukkiin, mutta kokonaisvaikutelma alusvaatteisillaan ”lähimmässä vaatetuksessaan” esiintyvistä naisesta on jopa hieman tirkistelevä. Intiimiä vaikutelmaa korostaa naisen asettaminen kuvassa selvästi tarkastelun kohteeksi, vailla mitään kontaktia katsojaan.

Aitan sisällöllinen rakentuminen noudattelee melko hyvin Leissin, Klinen ja Jhallyn teoksessaan *Social Communication in Advertising* tekemiä havaintoja, joiden mukaan elämäntyyli-lehdissä mainokset ovat tärkeä osa lehtien imagoa, mutta ne eivät kuitenkaan hallitse kokonaisuutta, vaan luovat yhdessä lehden oman juttuaineksen kanssa hallitun kokonaisvaikutelman.¹¹⁶ Tämän kokonaisuuden vakuuttamina kuluttajat lukevat elämäntyyli-lehtiä usein kuten kulutus- tai osto-opasta, joka toimii yhtenä auktoriteettina itsen muokkaamisen prosessissa.¹¹⁷ Koska *Aitta* myös itse linjasi olevansa modernin ja edistyksellisen sivistyneistön lukemisto, oli lehti todennäköisesti myös tyylin saralla lukijoilleen tärkeä elämäntyyliopas.

Aitta panosti selvästi omaan muotiraportoimiseen: nimimerkillä Jeannette David¹¹⁸ kirjoittanut toimittaja raportoi muotimaailman uutuuksista ympäri Eurooppaa jokaisessa lehdessä aina ensimmäisestä numerosta vuoden 1930 tammikuuhun asti. Palstatilaa Jeannetten kirjoituksille annettiin varsin huomattava määrä: tavallisesti 70–100 sivua kattavasta lehdestä usein lähemmäs kymmenen sivua oli omistettu Jeannetten muotijutuille. Jeannetten kirjoitusten loppumiselle vuoden 1930 alussa ei lehden puolesta tarjottu mitään erityistä syytä. Muotia *Aitassa* kuitenkin esiteltiin edelleen, joskin Jeannetten raportaasien tapaisia perusteellisia ja usean sivun mittaisia

¹¹⁵ Osakeyhtiö Neovius, *Aitta* Joulukuu/1927, 109. Kuva 7 liitteessä.

¹¹⁶ Leiss, Kline & Jhally 1997, 106.

¹¹⁷ Leiss, Kline & Jhally 1997, 106.

¹¹⁸ Nimimerkillä Jeannette David kirjoittaneen toimittajan henkilöllisyydestä ei ole varmaa tietoa. Kyseessä olisi voinut olla suomalainen kirjailija, suomentaja ja kirjallisuustieteilijä Tyyni Tuulio, joka kirjoitti muun muassa Euroopan matkoistaan (1927 ja 1931) nimimerkillä Jeannette ja Tuulia. Tuuliota matkakirjailijana tutkineet kulttuurihistorioitsija Ritva Hapulin mukaan muotireportaasit eivät kuitenkaan sovi Tuulion tyyliin, eikä Hapuli pidä Tuuliota Jeannette David nimimerkin todennäköisenä kirjoittajana. Sähköpostikeskustelu Ritva Hapulin kanssa, 2.–3.3.2011. Tuuliosta matkakirjailijana ks. Hapuli 2003, erit. 71–80.

perehtyneitä sesonkianalyysijä ei enää lehden sivuilla nähty, muotivalokuvakoosteita sen sijaan esiintyi edelleen tuttuun tapaan.

Aitassa kuluttajan neuvominen ja ohjeistus on erityisen selvää juuri Jeannetten muotireportaaseissa, jossa annetaan hyvin konkreettisia neuvoja ja ohjeita ennen kaikkea ajanmukaiseen pukeutumiseen, mutta toisinaan myös uusiin käytöstapoihin tai muodikkaisiin matkakohteisiin. *Aitan* yläluokkaisuus ja leima eliittilehtenä tuleekin erittäin selvästi esille juuri Jeannetten kirjoituksissa, joissa ei tyydytä pelkästään esittelemään kauden muotiuutuuksia, vaan ohjeistetaan lukijaan hyvin tarkkaan sesongin välttämättömissä hankinnoissa. Useimmat hankittaviksi mainitut vaatteet tai asusteet ovat selvästi hyvin hintavia ja ylellisiä – seikka, jonka kirjoittaja itsekin toisinaan noteeraa, tosin varustettuna huomautuksella siitä, kuinka ”On niin monta mahdollisuutta olla kodissaan somasti puettu, silti olematta miljardöörin vaimo tai tytär, ettei kellään ei ole oikeutta pysyä rumana säästäväisyyden varjolla”.¹¹⁹

Sotien välisellä ajalla Euroopassa luokkarajoja muokattiin uudelleen, ja huolimatta sodan aiheuttamista tuhoista keskiluokan keskimääräinen vauraus kasvoi, joka puolestaan takasi enemmän vapaa-aikaa käyttöön.¹²⁰ Kuten historioitsija Joanne Hollows on brittiläistä *Good Housekeeping* -lehteä tutkiessaan huomauttanut, luokan muodostus on lähes aina sukupuolittunutta toimintaa, ja erityisesti sotien välisellä ajalla naisilla on ollut suuri vaikutus niihin ideoihin ja tyyliin, jotka omaksuttiin käyttöön.¹²¹ Erityisesti oikeanlaisen vapaa-ajan viettäminen teki vapaa-ajan hankkimiseen käytetyn työn ja sen mahdollistavan vaurauden sopivalla tavalla näkymättömäksi. Mitä selvemmin ilman työn velvoitteita ja mitä selvemmin hyvin kalliisti pukeutuneita naiset olivat, sitä vauraammaksi ajateltiin perhe. Uudenlaisen kulutuskäytännön symboliksi muotoutui näin yläluokan nainen.¹²² Nähdäkseni on selvää, että tämä ihannetason nainen esiintyi päähenkilönä Jeannetten muotikirjoituksissa. Hänellä oli varaa investoida kalliisiin ja lyhytaikaisiin muoteihin, hän osasi tulkita kirjoittajan käyttämän toisinaan hyvinkin erikoistuneen muotisanaston, hän noudatti ajanmukaisia ihanteita niin kehonsa kuin vaatetuksensakin osalta, sekä eli yhteiskuntaluokalleen sopivaa vapaa-ajan täyttämää elämää matkoineen ja uusine sesonkivaatehankintoineen. Oikean tason mukaisen elämäntyylin hallitsemisen olisi kenelle tahansa todelliselle naiselle voinut kuvitella käyneen lähes työstä, niin moninaisia ja nopeasti muuttuvia olivat esimerkiksi

¹¹⁹ ”Matkapuvustosta” Jeannette David *Aitta* Helmikuu/1929, 88.

¹²⁰ Heinonen & Konttinen 2001, 48–49.

¹²¹ Hollows 2006, 22–23.

¹²² Bell & Hollows 2006, 8–9.

Jeannetten esittelemät muotiuutuudet ja niiden keholle asettamat vaatimukset.

Hallitsevana piirteenä kaikissa *Aitassa* ilmestyneissä Jeannetten kirjoituksissa on vaatimus nuoruudesta tai ainakin nuorekkuudesta – sillä ”Muutenhan on selviö, ettei nykyaikana ole olemassakaan vanhoja naisia, ja jos nainen voi näyttää nuoremmalta kuin tyttärensä --- on hän tyytyväinen.”¹²³ Nuoruuden vaatimuksessa oleellisena osana on muodin vaatima solakkuus ja hoikkuus, erityisesti lanteiden kokoa oli tarkkailtava huolellisesti.¹²⁴ Muutoinkaan huoli painosta ja oikeanlaisesta ruumiinmuodosta ei ollut muotia seuraavalle naiselle tuntematon: vuoden 1929 toukokuun numeron muotikatsauksen Jeannette on otsikoinut kysymyksellä ”Leivokset ja kermavaahto luvallisiksi?”¹²⁵ Kyseisessä kirjoituksessa kuluvan muotikevään luvataan tuovan mukanaan ”erinomaisen uutuuden”, sillä ”hienoa siluettia varten ei enää tarvitse olla ylen hoikka ja poikamaisen laiha”¹²⁶, vaikka solakkuus edelleen listattiinkin haluttavien piirteiden joukkoon. Kirjoittaja pohtii, olisiko jopa mahdollista ”taas pian syödä leivoksia mielin määrin ilman, että 100:n gramman viikottainen painonlisäys painajaisena vaivaa”¹²⁷, mutta päätyy pitämään ajatusta lopulta ainakin epätodennäköisenä.

Uusi, koko Euroopan kattava muoti asetti naisten keholle erilaisia vaatimuksia kuin aikaisemmin. Modernit – muun muassa Ranskassa käytännöllisyydellä ja liikkumisen helppoudella mainostetut – vaatteet vaativat äärimmäistä laihuutta, joka oli saavutettavissa vain tiukan dieetin avulla. Laihuusvaatimusten seurauksena markkinoille myös ilmestyi useita ”ihmetuotteita”, joiden vaikutus naisten terveyteen oli usein haitallinen ja teho laihtumiseen vähintäänkin kyseenalainen.¹²⁸ Vaikka korsetit perinteisessä mielessä olivat suurimmaksi osaksi kadonneet, käyttivät useat naiset edelleen 1920-luvulla rajoittavia ja vartaloa muokkaavia alusvaatteita, jotka myös Jeannette mainitsee.¹²⁹ Monilta osin uusi muoti ei naisen vartalolle asettamien rajoitusten puolesta ollut edeltäviä tyylejä edistyneempi, vaikka aikalaisten mielikuvissa asia olisi näin ollutkin.¹³⁰

Kiinnostavasti samaan tapaan kuin kauneuskolumnien Kleopatralla, myös

¹²³ ”Värejä, kukkia ja hihattomia liivejä” Jeannette David *Aitta* Kesäkuu/1927, 65.

¹²⁴ Ks. esim. ”Värejä, kukkia ja hihattomia liivejä” Jeannette David *Aitta* Kesäkuu/1927, 65–66 ja ”Nyt se tapahtuu – Hame pitenee!” Jeannette David *Aitta* Marraskuu/1928, 52.

¹²⁵ ”Leivokset ja kermavaahto luvallisiksi?” Jeannette David *Aitta* Toukokuu/1929, 44.

¹²⁶ ”Leivokset ja kermavaahto luvallisiksi?” Jeannette David *Aitta* Toukokuu/1929, 44.

¹²⁷ ”Leivokset ja kermavaahto luvallisiksi?” Jeannette David *Aitta* Toukokuu/1929, 44.

¹²⁸ Roberts 1993, 678–681.

¹²⁹ Roberts 1993, 678–681 ja ”Matkapuvustosta” Jeannette David *Aitta* Helmikuu/1929, 68.

¹³⁰ Roberts 1993, 678–681.

Jeannetten tekstissä ”parisitar” toimii usein auktoriteettina ja edelläkävijänä, joka arvovallallaan kykeni muokkaamaan jopa oikukulliseksi kuvattua muotia: parisitar esimerkiksi ”kieltäytyy käyttämästä pukuja, joissa vyötäisten kohta olisi luonnollisella paikalla” huolimatta muotiliikkeiden toiveista.¹³¹ Parisitar pukeutuu, syö ja matkustaa tyyliillä: toukokuussa parisittaren kesäpuvuston valikointi on vasta alkanut, ja vaikka pääsiäisen mainitaan olevan muodin tärkeä hetki Pariisissa, on muotieliitti jo silloin suunnannut kohti Biarritzia tai Rivieraa.¹³² Matkailu oli myös Jeannetten mielestä lähes pakollista, ja pyrkiessään kattamaan muodin viimeisimmät virtaukset oli hänen

--- välttämättä selostettava vaatteiden valintaa Rivieran matkaa tai talviurheilua varten. Sillä tuskin on palattu kesälomalta kun jo suunnitellaan uutta matkaa, siinä määrin parin kolmen Pariisissa vietetyn kuukauden kuluttua on jälleen loman tarpeessa. Eikä tämä suinkaan ole muodin, oikun tai kuvittelun vaikutusta; suurkaupungin elämä on tosiaan niin hermostuttavaa, kuumeista ja rasittavaa, että tällainen matka tuottaa vain välttämättömän vaihtelun ja hermojännityksen laukeamisen.¹³³

Katkelmassa esiintyy rinnan ja päällekkäin useita moderniin liitettyjä attribuutteja aina nopeasta temposta, liikkeessä olostä ja suurkaupungin stressaavuudesta uudenlaiseen vapaa-ajan hahmottamiseen. Matka tarjosikin paitsi rentoutusta, myös tilaisuuden päästä perille uudesta muodista, sekä jopa hieman koetella sen rajoja. Esimerkiksi Lidon merikylpyläkaupungissa ”vaikka --- poliisit koettivatkin silloin tällöin kontrolloida rannalla uimapukujen avokaulaisuutta, säilyi kumminkin syvään uurretussa uimapuvussa rannalla makaileminen päivän suurimpana huvina.”¹³⁴

Jeannetten muotikirjoitusten yhteydessä ilmestyi aina myös muotikuvia, jotka olivat lähes aina jonkin muotiliikkeen omia valokuvia uusista puvuista tai asusteista. Kuvia voi keskimäärin arvioida olleen 1–2 jokaista kirjoituksen sivua kohden – vaikka Jeannetten muotireportaasit nykynäkökulmasta näyttävätkin hyvin tekstipainotteisilta, oli niissä kuitenkin myös paljon kuvia katseltavaksi. Muotikuvilla on Jeannetten teksteissä oleellinen merkitys paitsi tarkan tekstin kuvallisena vastaparina (tekstissä myös viitattiin usein suoraan kuviin)¹³⁵ myös oleellisena tunnelman ja korkean tason

¹³¹ ”Värejä, kukkia ja hihattomia liivejä” Jeannette David *Aitta* Kesäkuu/1927, 65.

¹³² ”Leivokset ja kermavaahto luvallisiksi?” Jeannette David *Aitta* Toukokuu/1929, 51.

¹³³ ”Matkapuvustosta” Jeannette David *Aitta* Helmikuu/1929, 64.

¹³⁴ ”Nyt se tapahtuu – hame pitenee” Jeannette David *Aitta* Lokakuu/1928, 57.

¹³⁵ Käytäntö viitata kuviin vaihtelee hieman muotireportaasista toiseen, toisissa viittauksia on vähemmän kuin toisissa. Oletettavaa kuitenkin on, että Jeannette on itse hankkinut kirjoitusten yhteydessä julkaistavat kuvat ja postittanut ne toimitukseen kirjoituksen kanssa, sillä useimmat ovat pariisilaisten

mielikuvan luojina (kuvat 8 ja 9 liitteessä). Jeannetten käyttämät kuvat identifioitiin lukijalle usein muotitalon nimellä; kuvien yhteydessä nimet kuten ”muotiliike Cora Marson, Pariisi”¹³⁶, ”muotiliike Drecoll, Pariisi”¹³⁷ tai ”muotiliike Redfern, Pariisi”¹³⁸ loivat varmasti vaikutelmaa paitsi Jeannetten laaja-alaisesta asiantuntemuksesta ja perehtyneisyydestä, myös esitellyn muodin kuulumisesta yhteiskunnan ylemmän luokan elämäntyylisiin. 1920-luvun tavallisesti hyvin vapaasta valokuvien lainaus- ja kopiointikäytännöistä jokseenkin poiketen Jeannetten teksteissä *Aitassa* ilmoitettiin toisinaan myös muotikuvan ottanut valokuvaaja, joka osaltaan on varmasti lisännyt taiteellisuuden vaikutelmaa.¹³⁹

Jeannetten kaikkien *Aittaaan* kirjoittamien tekstien yhteydessä on valtava määrä näitä muotikuvia, jotka esittävät nykyaikaisen naisen pukeutuneena muun muassa niin arkea, juhlaa, kotioloja, iltapäiväteetä, eri vuodenaikoja, matkustusta kuin urheiluakin varten. Usein muiden *Aitassa* ilmestyneiden juttujen yhteydessä esiintyneisiin piirroskuviin verrattuna Jeannetten muotivalokuvat ovat hyvin tarkkoja esityksiä aina ajankohtaisista muotiuutuuksista, ja yhdistettynä asuja aina niiden materiaaleista ja rakenteesta asti lähtevään kuvailuun on Jeannetten reportaasin lukeminen todennäköisesti ainakin jossain määrin tarjonnut jopa mahdollisuuden joidenkin esiteltyjen asujen toteuttamisen itse tekemällä tai ompelijalla teettämällä.

Aitan kohdalla Jeannetten muotireportaaseja lukiessa ajautuu helposti ajattelemaan muotia hyvinkin pinnallisena ja ainoastaan varakkaille mahdollisena hupina. Muotia – ja sen esittelemistä ja siitä kirjoittamista – ei kuitenkaan pidä erehtyä pitämään merkityksettömänä tai vailla poliittista ulottuvuutta olevana asiana. Kuten modernia naisenmuotia 1920-luvun Ranskassa tutkinut Roberts on osoittanut, uuden kulutuskulttuurin merkitys erityisesti naisten kulttuurisen itseilmaisun kannalta on ollut merkittävä, ja muoti on ollut yksi keskeinen toiveiden ja tavoitteiden ilmaisun väline.¹⁴⁰ Robertsin mukaan muodin pitäminen osana homogenisoivaa massakulttuuria kutistaa sen merkityksen yksilökeskeisyydeksi tai elämäntyylivalinnaksi, jolloin se menettää

muotitalojen kuvia ja selkeästi sidoksissa kirjoitettuun tekstiin. Mahdotonta ei kuitenkaan ole, että *Aitan* toimitus Suomessa olisi toisinaan karsinut tai lisännyt kuvia oman harkintansa mukaan.

¹³⁶ ”Nyt se tapahtuu – hame pitenee” Jeannette David *Aitta* Lokakuu/1928, 52.

¹³⁷ ”Nyt se tapahtuu – hame pitenee” Jeannette David *Aitta* Lokakuu/1928, 53.

¹³⁸ ”Matkapuvustosta” Jeannette David *Aitta* Helmikuu/1929, 66–67.

¹³⁹ Mainoskuvien vapaasta käytöstä ks. Heinonen & Kontinen 2001, 38–39. Jeannetten reportaaseissa kuvaajat on ilmoitettu osassa valokuvia, mutta tämäkään käytäntö ei ole johdonmukainen. Mitään tietoa siitä, hyötyivätkö kuviin oikeudet omistaneet tahot niiden *Aitassa* julkaisusta millään tavalla ei tiettävästi ole säilynyt. *Aitta* 1927–1930.

¹⁴⁰ Roberts 1993, 684.

poliittisen puolensa.¹⁴¹

Toisin kuin Roberts, itse katson myös elämäntyylin olevan hyvin ladattu erilaisilla poliittisilla ja ideologisilla merkityksillä ja kuuluvan keskeisenä osana siihen kulttuuriseen itseilmaisuuun, jota Roberts muotia tarkastelemalla on tuonut näkyviin. Itsen rakentaminen tai tuottaminen kulutuskäytäntöjen kautta on tavallinen piirre modernille yhteiskunnalle jopa siinä määrin, että itse tuotteista joita käytetään tulee ”luokiteltuja”.¹⁴² Tämän itsen tuottamiseen suunnatun ”tuoteperheen” huomioiminen tulee parhaiten otetuksi huomioon tarkasteltaessa elämäntyyliä kokonaisvaltaisena, modernin naisen kulutuskulttuurin ja elämänpiirin mahdollisimman laajasti kattavana käsitteenä. Tällöin näkyviin nousee selvemmin myös foucaultlainen ajatus vallasta, joka ei operoi ainoastaan kieltojen ja rajoitusten kautta, vaan määrittelee myös sitä mitä pidetään nautinnollisena ja tavoiteltavana.¹⁴³

1920-luvulla suhtautuminen uudenlaiseen muotiin oli aikalaisten keskuudessa hyvin ristiriitaista. Yhtäältä aikaisempaa enemmän liikkumavapautta naisille tarjonnut muoti nähtiin positiivisena ja kannatettavana asiana, toisaalta uudenlaisen kulutuskulttuurin mukanaan tuomia muutoksia pelättiin, koska niiden ajateltiin aiheuttavan sekaannusta perinteisissä sukupuolirooleissa.¹⁴⁴ Samaan aikaan naisten lisääntyvä kulutus koettiin uhkana (perheen elannon ansaitsevalle) miehelle, ja kertomuksia miehisestä järkevyydestä verrattuna naiselliseen irrationaaliseen kuluttamiseen viljeltiin laajalti.¹⁴⁵ Erityisesti kun vallalla olevia sukupuolikoodeja hämärretään, muutetaan tai kyseenalaistetaan, tulevat tyyli- ja muotikysymyksiin liittyvät valtakamppailut näkyviksi.¹⁴⁶ 1920-luvulla tapahtunut suuri muutos naisten ulkonäössä oli monien aikalaiskritikoiden mukaan selvästi askel kohti epätoivottuja, toisiaan liian lähellä olevia sukupuoliesityksiä.¹⁴⁷ Haluttaessa sivuuttaa uhkaava tai kiusallinen kysymys sukupuoliroolien muutoksesta on huumoriin turvautuminen tavallista. Naurunalaiseksi tekeminen antaa mahdollisuuden vähätellä tai vältellä esillä olevan asian vakavuutta.

Aitassa tällaiseksi reaktioksi tulkittavia humoristisia kertomuksia ilmestyi muutamia silloin tällöin: niistä suorimmin muotia käsitteli vuonna 1930 helmikuun

¹⁴¹ Roberts 1993, 663–664.

¹⁴² Bell & Hollows 2006, 4–5.

¹⁴³ Nikunen 1996, 35. Ks. myös Foucault (1975) 1980.

¹⁴⁴ Roberts 1993, 657–684.

¹⁴⁵ Finn, 2001, 90–91, 99.

¹⁴⁶ Ollila 2007, 66.

¹⁴⁷ Roberts 1993, 668–669.

numerossa ilmestynyt ”Naiset ostoksilla” -nimisen lyhyehkön kirjallisen tarinan ympärille rakennettu valokuvakertomus.¹⁴⁸ *Aittaa* toisinaan kirjoittaneen nimimerkki Kimin laatima tarina kertoo Katrista ja Justuksesta – tai oikeammin Katrin irrationaalisesta ostoskäyttäytymisestä, josta Justus saa päivän päätteeksi kuulla selostuksen. Pariskunta on sopinut tapaavansa kello neljältä mennäkseen yhdessä kahville – tähän mennessä Katrin olisi pitänyt saada ostoksena hoidettua. Justus – joka on paikalla miehelle tyypillisesti täsmällisesti – joutuu kuitenkin odottamaan:

Klo 4.52 Justus (vihainen mies) ’Kahdeksan savuketta. Katri ei tule.’ --- Klo 4.54 Justus (itsemurhakandidaatti) ’Katri! Petti niin kuin nainen pettää!’ --- Klo 4.55 Katri tulee. Justus (maailman onnellisin ja hupsuin nuorimies) --- ’Kuule Katri nyt sinun on näytettävä ostoksesi, olen tosiaan ollut kiltimpi kuin kaksitoista aasia!’¹⁴⁹

Kohtaamista seuraa Katrin kertomus ostospäivästä: kolme kenkäkauppaa, parfymeria, kangaskauppa, levyuutuoksien kuuntelu, hattukauppa, kukkakauppa, turkisliike ja hedelmäkoju ovat vieneet kaiken energian ja Katri on aivan väsyksissä, vaikka lopulta ostoksia on kertynyt vain yhden kielon ja banaanin verran. Mielenkiintoisesti varsinaisten ostosten vähyydestä huolimatta Katri kuvataan ”Naiset ostoksilla” -kertomuksessa selvästi irrationaalisen naiskuluttajan stereotyyppiksi. Kertomuksessa järjetöntä toimintaa ei kuvaa itse tavaroiden loputon ostelu, vaan Katrin ryntäily päämäärättömästi ja mitään aikaansaamattomasti ympäri kaupunkia. Myös kuvat tukevat Katrin kiertelyn levottomuutta tunnelmaa. Niissä voi helposti nähdä hieman hupsun ja turhamaisen kalliiseen turkkiin ja hienoihin silkkisukkiin sekä muodikkaaseen hameeseen pukeutuneen naisen, joka kuluttaa paitsi omaansa sekä Justuksen, myös asiakaspalvelijoiden aikaa päähänpistojensa toteuttamiseen – ostamatta kuitenkaan oikeastaan mitään (kuva 10 liitteessä).¹⁵⁰

Koko kertomuksen huumori perustuu oikeastaan Katrin aikaansaamattomuuteen: hänen kuluttamisensa on tyyppiä ”paljon melua tyhjistä”, mutta se kykenee silti aiheuttamaan lukijassa levottomuutta sekä sympatian ja ymmärryksen tunteita poloista, tyttöystävänsä naisellisista oikuista kärsivää Justusta kohtaan. Toki on myös huomioitava, että Justus ei kertomuksessa varsinaisesti edusta mitään miehisen rationaalisuuden ideaalia, mutta tämä seikka on jo tarinan alussa selitetty tahdikkaasti

¹⁴⁸ ”Naiset ostoksilla” *Aitta* Helmikuu/1930, 33–37.

¹⁴⁹ ”Naiset ostoksilla” *Aitta* Helmikuu/1930, 34.

¹⁵⁰ ”Naiset ostoksilla” *Aitta* Helmikuu/1930, kuvat erit. s. 33, 35–37.

pois vetoamalla Justuksen nuoruuteen ja ilmeisen tuoreeseen rakastumiseen. Vaikka Justusta ei siis voikaan pitää tyypillisenä miehenä, on ainakin otsikoista pääteltävissä kirjoittajan halu sanoa jotain ”yleistä” nykyaikaisten naisten kuluttamisesta. Vaikka Katri on tarinan ainoa nainen, on kertomus otsikoitu muotoon ”Naiset ostoksilla”, ja siten helposti luettavissa viittaukseksi yleisesti naisten tapaan tehdä ostoksia.

Lähtien Jeannetten asiantuntevista ja tarkoista muotireportaaseista ja päättyen ”Naiset ostoksilla” kaltaisiin teksteihin on *Aitassa* edustettuna ollut muoti todennäköisesti kattanut laajalti aikalaisten tuntemuksia modernin mukanaan tuomista uusista ulkonäkövaatimuksista ja niiden mukanaan tuomista yhteiskunnallisista vaikutuksista. Esitellessään ja kommentoidessaan uutta muotia lehti on myös tarjonnut tietoa ja kenties myös toteutusmahdollisuuksia modernin naisen elämäntyylin kyseiseen osa-alueeseen. Robertsin mukaan 1920-luvulla kulutuskulttuurin vaikutus modernien naisten itseilmaisun välineenä oli merkittävä. Uuden muodin voima ei kuitenkaan perustunut tyyliin itseensä vaan aikalaisten tapaan tulkita niiden sisältämiä merkityksiä: muoti tarjosi niin vastustuskohteen kuin tavan neuvotella naisten uusista identiteeteistä.¹⁵¹

Aitassa ei suoraan puhuttu uuden muodin puolesta tai sitä vastaan – näin ainakin mikäli muotia esitteleviä juttuja ei automaattisesti lue kannatuspuheenvuoroksi. Lisäksi jo lehden imago modernina ja kaupunkilaisena julkaisuna olisi todennäköisesti estänyt vahvan kritiikin, ja toisaalta yleinen yhteiskunnallinen mielipide olisi suosinut konservatiivisen asenteen valintaa.¹⁵² Tekstejä ja kuvia lukemalla on kuitenkin mahdollisuus aistia niitä ristiriitaista tuntemuksia, joita erityisesti naisten muuttunut ulkonäkö herätti. Jeannetten muotireportaasit viittaavat aika-ajoin esimerkiksi uuden muodin käytännöllisyyteen, mutta toisin kuin esimerkiksi Robertsin tutkiman Ranskan tapaan *Aitan* teksteissä tai lehdessä julkaistuista mainoksista ei löydy avointa kannustusta uuteen muotiin naisten vapautuksen välineenä.¹⁵³ Pikemminkin *Aitassa* niin Jeannette kuin mainostajatkin vetoavat herkästi naiselliseen kauneudentajuun, laatutietoisuuteen tai ajanmukaisuuteen. Kenties moderni nainen miellettiin jo jollain tasolla emansipoituneeksi, sillä suoraa toivetta tai kannustusta naisten vapautukseen ei *Aitan* muotia käsittelevistä materiaaleista juuri voi lukea.

Sen sijaan *Aitan* muotia ja ajanmukaista ilmettä käsittelevistä teksteistä saa hyvän käsityksen ulkonäön tärkeydestä osana modernin naisen elämäntyyliä ja

¹⁵¹ Roberts 1993, 682–684.

¹⁵² Karjalainen 1993, 101–102.

¹⁵³ Uusi muoti naisia vapauttavana ilmiönä ks. Roberts 1993, 675–676.

identiteettiä. *Aitassa* modernin naisen performatiiviin sisältyi muodista puhuttaessa myös muita osin päällekkäisiä identiteetikategorioita, kuten yläluokkaisuus tai varakkuus. *Aitan* sivuilla modernin naisen performatiivista muodostui yksi mahdollinen ymmärrettävissä oleva identiteetti, joka oli kiinteästi sidoksissa sukupuolen esittämiseen ja toistoon lehden kontekstissa. Butler onkin kysynyt, missä määrin ”identiteetti” on pikemminkin normatiivinen ihanne kuin kokemusta kuvaava piirre, ja missä määrin ne sukupuolen esittämistä säätelevät käytännöt korreloivat näiden kulttuurisesti ymmärrettävien identiteettien kanssa?¹⁵⁴

Normatiiviselle ihanteelle perustuvan identiteetin luonne on *Aitassa* luettavissa toisaalta naisten kuluttamista parodioivista teksteistä ja toisaalta hyvin perinteisiin myyntilauseisiin turvautuvista mainospuheista, joissa selkeästi näkyy häilyvyys tai epävarmuus uuden tilanteen edessä. Sukupuolirajoja hämärtävää pukeutumista ei haluttu noteerata tai tunnustaa sellaiseksi, ja uutta muotia esiteltäessä pitäydettiin tiukasti myös aikaisemmin ymmärrettävissä olleisiin ja hyväksyttäviin argumentteihin. Muuttuneessa tilanteessa sukupuolen konstruktio saattoi vaikuttaa jopa heikolta: jos naisten pukeutumisesta tuttujien merkkien (uusi muoti häivytti niin vyötärön kuin rinnatkin) mukana häviäisivät myös muodikkuuden takana vaikuttavat sukupuolitetut syyt (naisellinen halu omistaa uutta, ”kauneustaju”), mitä naisen käsitettä ylläpitävää jäisi performatiiviin jäljelle?

2.3 Nykyaikaisia tapoja – tiukkoja ruumiin rajoja

Kauneuden ja muodikkuuden lisäksi modernin naisen elämäntyyliin liittyi myös muita aikalaisten tunnistamia ulkoisia merkkejä. Nykyaikaisella naisella oli ulkonäön lisäksi nykyaikaiset tavat: hän saattoi polttaa tupakkaa, juoda alkoholia tai käydä tansseissa sekä – ainakin mielikuvien tasolla – viettää hyvinkin vauhdikasta ja monien mielestä paheksuttavaa elämää.¹⁵⁵ Toisaalta hän myös urheili, harrasti ja kulutti aikaa ja rahaa terveelliseksi mielletyn vapaa-ajan viettoon. Vaikka paljon naisen roolista yhteiskunnassa oli edelleen samaa kuin vuosisadan vaihteessa, vietti 1920-luvun moderni nainen *Aitan* sivuilla tavoiltaan ja harrastuksiltaan hyvin erilaista elämää edeltäjiinsä verrattuna.

Yksi nykyaikaisen naisen elämäntyyliin käsitteeseen sisältyvä paradoksi liittyi

¹⁵⁴ Butler (1990) 2008, 69.

¹⁵⁵ Vehkalahti 2000, 132–133.

juuri uudenlaiseen ulkoiseen olemukseen ja uusiin tapoihin. Kuten Felski on modernia naista tarkastellessaan huomauttanut, modernina oleminen tai eläminen tarkoittaa lähes aina kohteen määrittelyä vallitsevia normeja vasten.¹⁵⁶ Täten käsitteeseen ”moderni nainen” sisällytetään aina lähtökohtaisesti oletus jostain uudesta, jopa radikaalista ulottuvuudesta, jonka oletetaan näkyvän kaikissa modernia naista käsittelevissä materiaaleissa. Kyseiseen näkökulmaan pitäytymisessä on kuitenkin vaarana se, että jatkuvuus ja maltilliset uudistukset sekä joissain asioissa myös mahdolliset askeleet taaksepäin saattavat jäädä tarkastelijalta huomiotta.¹⁵⁷ *Aitassa* huomio nykyaikaisen naisen tapojen osalta kiinnittyykin erilaisiin uusiin harrasteita ja vapaa-ajanviettomahdollisuuksia esitteleviin teksteihin ja mainoksiin. Aikalaisyhteydessä usein esiin nostettujen jazzin, tansseissa käymisen ja tupakoinnin lisäksi *Aitassa* näkyvät vahvoina uusi edistyksellisenä pidetty ruumiinkulttuuri sekä erilaiset muut urheilulliset vapaa-ajanviettomuodot.

Aitan vuoden 1928 helmikuun numeron kansi tunnelmoi iloiseksi kaksikymmenluvuksi kutsutun vuosikymmenen tahdeissa (kuva 11 liitteessä). Martta Wendelinin piirtämässä kansikuvassa ollaan keskellä tanssiaisia: oikeassa etulaidassa istuu nuori nainen, hänen takanaan näkyy miehen – kenties naisen kavaljeerin – hahmo, takana vasemmalla siintää tanssiva pariskunta, flyygeli ja aavistus sitä soittavasta henkilöstä.¹⁵⁸ Vaikka kuvan tunnelma on päällisin puolin modernin kaksikymmenluvun hengen mukainen, on siinä mukana myös elementtejä, jotka eivät täysin syleile mielikuvaa huoletonta elämää viettävästä jazztyöstä, vaan viittaavat pikemminkin jatkuvuuteen ja hitaaseen muutokseen naisen asemassa. Kuvan päähenkilö, etualalla istuva nainen peittää suun ja kasvojensa alaosan kainosti muodikkaalla viuhkalla. Nainen istuu tyynen oloisesti paikallaan, hänen unelmoivat silmänsä kohdistuvat kuvasta pois päin viestittäen passiivisuudesta, ja antaen katsojalle rauhasa mahdollisuuden syventyä naisen tarkastelemiseen. Stereotyyppisen mielikuvan mukaiseksi jazztyöksi voitaneen korkeintaan lukea kuvan taka-alalla näkyvän pariskunnan lyhythelmaisessa hameessa tanssiva nainen, joka on merkitty lyhyillä hiuksilla ja on kuvassa keskellä liikkeen tuntua. Etualan päähenkilö sitävastoin istuu vaarattomasti paikallaan, pitkät hiukset siveellisesti nutturalle niskaan sidottuina,

¹⁵⁶ Felski 1995, 11–13.

¹⁵⁷ Naishistorian tutkimuksessa on kiinnitetty huomiota siihen, kuinka päällisin puolin tarkasteltuna edistykselliseksi ajatellut historian ajanjaksot ovat tarkemmassa analyysissä paljastuneet naisten aseman muutoksen kannalta joko merkityksettömiksi tai jopa taantumuksellisiksi. Bennet 2006, 54–81, erit. 60–65.

¹⁵⁸ *Aitta* Helmikuu/1928, kansi.

luoden vahvan kontrastin taka-alan aktiiviseen tanssijaan.

Iloisesta ja selkeästä 1920-luvun tunnelmastaan huolimatta kyseinen *Aitan* helmikuun 1928 kansi vaikuttaa olleen monilta osin varsin konservatiiviset ihanteet täyttänyt naisen kuvaus. Aikalaiskriitikoiden huoli jazzin ja moraalittomuuden yhdistämisestä on kuvasta häivytetty näkymättömiin.¹⁵⁹ Wendelinin kansipiirroksen päähenkilö noudattelee tyypillisestä 1920-luvun tanssiaisaiheesta huolimatta enemmän klassista naisen kuvaamistapaa tarkkailun kohteena ja katseen objektina. Kyseinen kansi toimiikin eräänlaisena tiivistymänä *Aitan* esittelemästä modernista naisesta: uuden, itsenäisen ja aktiivisen naisen hahmo on usein havaittavissa häämöttämässä kirjoitusten ja kuvitusten taustalla, mutta varsinaisesti uusia tapoja, kuten jazzia tai ruumiinkulttuuria käsittelevissä kirjoituksissa ei uuden jazztytön hahmoon oteta juuri kantaa.¹⁶⁰ Tämänkaltaisessa suhtautumisessaan *Aitta* poikkesi jonkin verran muista lehdistä. Vehkalahti mukaan jazztyttöä käsitellessään muun muassa naistenlehdet olivat hyvin yksimielisiä: 1920-luvun nuorissa oli jotain vialla, ja erityisesti nuorten naisten kohdalla pelättiin tiettyä ulkonäköä, huonoa moraalialia ja hyvien tapojen rappiota.¹⁶¹ Kaksikymmenlukuun liitetäänkin monesti kuva paheellisesta jazztyöstä, vaikka vuosikymmen oli Suomessa myös voimakkaasti kotitalousideologian läpimurtoaikaa.¹⁶²

Useissa aikalaisteksteissä tapojen rappion yhtenä lähteenä pidettyä jazzia esiteltiin muutamassa *Aitan* jutussa.¹⁶³ Vuoden 1928 heinäkuun numerossa ilmestyneestä ”Jazzin voittokulku” -nimisestä artikkelista voi vielä aistia uutuuden esittelyn ja lukijan valistamisen tunteen: tekstissä jopa ohjeistetaan sanan ”jazz” oikeaan lausumiseen.¹⁶⁴ Nimimerkki Mr. Jolpin kirjoittaman tekstin läpi käy tunne nopeudesta ja kiihkeästä elämänrytmistä, joka vaatii kaikkia nykyaikaisia ihmisiä mukaansa. Tätä tunnetta edustaa jazz, joka on ”oleellinen tekijä nykyaikaisessa elämässä” ja ”valloittanut maailman --- meidät voittanut”¹⁶⁵ jopa siinä määrin, että ”tällä hetkellä ei liene Suomessakaan yhtään kylää, missä jazzin nimi ei olisi tunnettu, missä

¹⁵⁹ Jazzin ja moraalittomuuden yhdistämisestä ks. Murphy 1996, 56–57.

¹⁶⁰ Fiktiivisissä kertomuksissa ja novelleissa yksittäiset kirjoittajat saattoivat käsitellä jazztytön tyyppiä hyvinkin suoraan (ks. luku 3.3), mutta uutta tapakulttuuria käsitelleet toimituksen puolesta laaditut kirjoitukset tyytyivät pääsääntöisesti vain esittelemään uusia ilmiöitä.

¹⁶¹ Vehkalahti 2000, 131–133.

¹⁶² Vehkalahti 2000, 131.

¹⁶³ Jazzista ja rappiosta ks. Murphy 1996, 56–57.

¹⁶⁴ ”Jazzin voittokulku” *Aitta* Heinäkuu/1928, 65–67. Kyseisessä jutussa sivujen 65 ja 66 ylälaidasta puuttuu kulma, joten koko teksti ei ollut täysin luettavissa. *Aitta* Heinäkuu/1928.

¹⁶⁵ ”Jazzin voittokulku” *Aitta* Heinäkuu/1928, 65.

sen sävelmät eivät olisi soineet, missä sen mukaan ei olisi yritetty tanssia.”¹⁶⁶

Mr. Jolp kirjoittaa myös jazzin mukaansa houkuttelemista ”ystävistämme”, jotka kaikkialla muistuttavat toisiaan:

--- tuo pari, tuo smoking asuinen herra ja suloisesti shinglattu neiti, jonka kaunis polvi silloin tällöin vilahtaa lyhyen hameen alta silkkisukan kiiltävänä, elävät jokaisen sekunnin osan sävelmälle.¹⁶⁷

Varsinaista huolta tai paheksuntaa jazzsukupolvea kohtaan ei kirjoittaja esitä, mikäli tällaiseksi ei tulkita tekstin huumorilla maustettua fatalistista sävyä jazzin voittamattomuuden edessä. Artikkelia kuvittavissa Hugo Otavan pienissä piirroksissa ei niissäkään näy pelkoa tai arveluttavaa sävyä. Iloisesti gramofonin soittaman musiikin tahtiin tanssiva nuori ”shinglattu” nainen tai tanssivien parien joukko ei välitä mielikuvaa paheellisesta elämäntavasta, pikemminkin iloisuudesta ja huolettomuudesta.¹⁶⁸

Tarkemman analyysin erityisesti Helsingin jazzelämästä tarjosi vuoden 1929 *Aitan* huhtikuun numerossa nimimerkki Valentin¹⁶⁹, joka esitteli pääkaupungin vallannutta tanssimuotia kirjoituksessa ”Tanssiva Helsinki” Eeli Jaatisen laatiman eloisan kuvitusten säestämänä.¹⁷⁰ Tähän mennessä nykyaikainen tanssirytmistö olikin kirjoittajan mielestä lukijoille jo niin tuttu, että ”meidän kirjoituskoneemme osaa naputtaa sen itsekseen: jazz.”¹⁷¹ Valentin myös kuvaa, kuinka jazzin tunnettuudesta on ainakin se etu, että ”sidneyläinen kavaljeeri voi pyytää tanssiin jyväskyläläisen neitosen --- Eikä liioin neitosen puolestaan tarvitse kainosti punastuen vastata, ettei hän osaa tanssia tätä lajia.”¹⁷² Kansainvälisyys onkin yksi *Aitan* jazzia käsitelleissä jutuissa havaittava piirre: uusi rytmi yhdisti ja teki kanssakäymisen helpommaksi. Jazz edusti myös hyvin tätä päivää: uusia levyjä kuunnellessa saattoi Suomessa olla yhtä hyvin ajan tasalla kuin muuallakin maailmassa.

Toisaalta – kuten Valentin kirjoituksessaan kuvaa – jazzin luoma yhtenäisyyden tunne ei kuitenkaan poistanut rajoja ja hierarkioita tanssimaan saapuvan väen

¹⁶⁶ ”Jazzin voittokulku” *Aitta* Heinäkuu/1928, 66.

¹⁶⁷ ”Jazzin voittokulku” *Aitta* Heinäkuu/1928, 67.

¹⁶⁸ ”Jazzin voittokulku” *Aitta* Heinäkuu/1928, kuvat s. 65 ja 67.

¹⁶⁹ *Aitassa* nimimerkillä Valentin kirjoitti ilmeisesti toimittaja, kirjailija, käsikirjoittaja Ensio Rislakki (vuoteen 1934 Svanberg), joka alkoi julkaista pakinoita Valentinin nimellä vuodesta 1927 eteenpäin.

¹⁷⁰ ”Tanssiva Helsinki” *Aitta* Huhtikuu/1929, 29–32.

¹⁷¹ ”Tanssiva Helsinki” *Aitta* Huhtikuu/1929, 29.

¹⁷² ”Tanssiva Helsinki” *Aitta* Huhtikuu/1929, 29.

keskuudesta. Helsinkiä jazzkaupunkina esitellessään Valentin mainitsee tanssipaikkoina Fennian, Pörssi-ravintolan sekä Palladiumin, joilla kaikilla kerrotaan olevan erilainen asiakaskunta ja profiili. Fenniassa kokoontuu ”koko Suomen loistoyleisö --- kultainen nuoriso. Fenniassa joutuu tanssiva pari arvostelevien silmien eteen enemmän kuin muissa ravintoloissa”¹⁷³ ja ne, jotka eivät tanssista välittäneet saattoivat Fenniassa aina seurata muodin viimeisiä uutuuksia. Pörssissä sen sijaan

[S]atakiloinen kavaljeeri uskaltaa siellä tehdä kumarruksensa naiselle, jota tavallisessa arkikielessä yleisesti sanotaan mammaksi tai tädiksi. Tämä tällainen tanssi on sitä liikuttavaa ja intohimotonta ja sielun värähdyksistä vapaata liikuntotanssia, jota me nuoret seuraamme pieni hymynhäive huulillamme ja mielessä surumielinen ajatus: noin sinä itsekin kerran tanssit kun jalkasi ovat villasukissa ja räätäli lisää vatsanympärysmittaa.¹⁷⁴

Pelkkä jazzin tanssiminen ei siis vielä tehnyt tanssijasta elämäntavoiltaan modernia, saati tavoiteltavaa. Päästäkseen osalliseksi jazzin tuottamasta moderniuudesta, oli nykyaikaisen naisen (ja miehen) täytettävä tietyt ulkonäkö- ja tapakulttuurikriteerit, joihin ainakaan vanhuus ja lihavuus eivät kuuluneet. Katkelmassa jazz luonnehditaankin erityisesti nuorten hallitsemaksi maaperäksi, mutta toisaalta myös oman nuoruuden rajallisuudesta ollaan ainakin etäisesti tietoisia.

Fennian ja Pörssin jälkeen Valentin kuvaa Palladiumin yleisöltään sekalaisimmaksi: sinne voi tulla arkipuvuissa ja tunnelma on välitön:

--- kaikki ovat siellä juuri sitä mitä ovat. Meitä yhdistää orkesterin antama rytmi --- Siellä me tapaamme lihavan maalaisserkunkin, joka syötyään siellä ensin päivällisensä, jatkaa yhteen menoon siksi kunnes valot sammutetaan.¹⁷⁵

Palladiumiin pääsi lähes kuka vain – silti kirjoittajalla oli tärkeää tehdä ero ”maalaisserkun” ja edustamansa kaupunkilaisen nuorison välille. Se, että jazz oli ainakin teoriassa kaikille saatavilla ei suinkaan tarkoittanut, että kaikki uuden tanssimuodin omaksuneet olisivat muutoin täyttäneet nykyaikaisuuden tunnusmerkit. Toisaalta ”lihavan maalaisserkun” mukanaolo saattoi myös toimia suojana niitä

¹⁷³ ”Tanssiva Helsinki” *Aitta* Huhtikuu/1929, 30–31.

¹⁷⁴ ”Tanssiva Helsinki” *Aitta* Huhtikuu/1929, 31.

¹⁷⁵ ”Tanssiva Helsinki” *Aitta* Huhtikuu/1929, 31–32.

arvostelijoita vastaan, jota syyttivät jazzin erityisesti naisten joukossa herättävän seksuaalisuuteen liittyviä miellelyhtymiä, joiden pelättiin johtavan moraalittomaan käytökseen.¹⁷⁶ Itse jazzia ei täten voinut syyttää moraalittomuuden aiheuttajaksi, vaan vastuu siirrettiin yksilöille itselleen.

Kuvatutkija Mikkosen mukaan yhdessä esiintyessään kuva ja sana jakavat yhteisen tilallis-ajallisen akselin. Tämä tarkoittaa, että lukija seuraa automaattisesti samanaikaisesti sekä verbaalisia että visuaalisia merkkejä kun ne esiintyvät samassa teoksessa.¹⁷⁷ Kuva ja teksti eivät siis varsinaisesti sulaudu toisiinsa, mutta niitä ei tulkinnassa ole myöskään mielekäästä jyrkästi erottaa toisistaan.¹⁷⁸ Näin käy myös ”Tanssivaa Helsinkiä” lukiessa: Valentinin kirjoitukseen liittyvät piirroksot luovat lukijalle välttämättä tunnelmaa vauhdista, liikkeestä ja tanssiparien läheisyydestä. Erityisesti viimeisen sivun piirros, jossa kaksi hyvin eri tyylistä pariskuntaa tanssii jazzin tahtiin, on kuvaava esimerkki kuvan ja tekstin lukemisen sekoittumisesta (kuva 13 liitteessä).¹⁷⁹

Toisessa pareista nähdään ”lihava maalaisserkku”, joka vie ilmeisen ”liikuntotanssin” omaisesti reippailla otteilla tanssiin vanhemman puoleista ”mammaa” tai ”tätii”. Vapaasti piirretty pari muodostaa X-kirjaimen muotoisen hallitsevan kuvaelementin, joka riitelee viereen kuvatun pitkien ja nuorten naisen ja miehen muodostaman sulavaliikkeisen parin kevyen kaarevien linjojen kanssa. Siinä missä nuori pariskunta näyttää keskittyvän tanssiin ja toisiinsa, vaikuttaa maalaisserkku daaminsa kanssa käyvän aktiivista keskustelua. Kuvapari tuntuukin konkretisoivan ”kultaisen nuorison” eronteon vanhemmasta polvesta: nuoruus, hienostuneisuus ja tyylikkyys merkitsevät kuvassa sellaisia nykyaikaisuuden performatiivisia osia, jota moderni elämäntapa edellytti. Kun kuvaa lisäksi luetaan tekstiä vasten, nousee maalaisserkku pareineen merkitsemään tanssivan Helsingin maalaismaisia ja tavanomaisia piirteitä, nuori, sulavaliikkeinen pari sen sijaan elegantteja kansainvälisiä vivahteita.

Yksi 1920-luvun aikalaiskeskustelijoita paljon puhuttanut uuden naisen piirre oli tupakointi.¹⁸⁰ Savukkeet olivat moderni tapa kuluttaa tupakkaa, ja savuke naisen kädessä symboloi rajua muutosta sukupuolien suhteissa ja feminiinisuuden määrittelyssä. Tupakoinnista tuli modernin naisellisuuden tunnusmerkki, ja savukkeet merkitsivät

¹⁷⁶ Jazzin ja seksuaalisuuden yhdistämisestä ks. Murphy 1996, 56–57.

¹⁷⁷ Mikkonen 2005, 56.

¹⁷⁸ Mikkonen 2005, 44; 48.

¹⁷⁹ ”Tanssiva Helsinki” *Aitta* Huhtikuu/1929, 32.

¹⁸⁰ Tinkler & Warsh 2008, erit. 116–117 ja 122–123.

usein myös muualla kuin tupakkatuotteiden mainoksissa käyttäjänsä moderniksi.¹⁸¹ Jazzmainen elämäntyyli, johon *Aitan* kirjoituksissa viitataan muun muassa kuvaamalla shampanjapullojen poksahduksia ja joutilaasti tupakoivia nuoria ihmisiä, aiheutti hämmennystä ja usein myös pahennusta. Erityisesti naisilla tupakointi ja alkoholinkäyttö nähtiin rappiota edustavina piirteinä, johon sulautuivat perimmältään seksuaalisuuteen ja maineeseen liittyvät uhat.¹⁸² Tupakkatuotteita kuitenkin mainostettiin myös *Aitassa* ahkerasti, ja usein mainoksissa esiintyi markkinoijien uuden kohderyhmän edustaja: nykyaikainen itsenäinen nainen.¹⁸³

Aitassa mainostanut Strenberg & Co. Oy markkinoi ¼ sivun kokoisilla erilaisilla mainoksillaan Pikku Fennia nimistä savuketta.¹⁸⁴ Vuoden 1928 lokakuun numerossa ilmestyneessä mainoksessa autoa ajava nainen tarjoaa ilmeisesti parhaillaan sakkolappua kirjoittavalle poliisille savukerasiaa ja kysyy ”Oletteko polttanut Pikku Fennia?” (kuva 12 liitteessä).¹⁸⁵ Mainospiirroksessa nähdään meikattu lyhyttukkainen turkkiin pukeutunut nainen auton ratin takana, sekä tiukkailmeinen univormupukuinen poliisi kirjoittamassa lehtiöön. Mielenkiintoinen piirros avaa useita mahdollisuuksia mainoksen tulkintaan. Naisen mahdollinen rike voidaan yhdistää tupakointiin (vaikka tämä ei todennäköisesti mainostajan tavoite olisikaan ollut), kenties hän on tupakoinnin vuoksi ollut liikenteessä tarkkaamaton. Toisaalta savukkeiden tarjoaminen poliisille vaikuttaa lepyttelevältä, flirttailevalta tai lahjovalta eleeltä. Tupakka voidaan siis yhdistää ainakin kahteen mahdolliseen yhteyteen: paheelliseen varomattomuuteen tai leikkisään suostutteluun. Todennäköisesti mainokseen on sisältynyt aikalaiskatsojan silmissä myös huumoria vitsikkästä tilanteesta: esimerkkejä vitseistä joissa naiset esiintyvät taitamattomina kuskeina julkaistiin myös *Aitan* omilla huumoripalstoilla.¹⁸⁶

Kuvan merkitysten jäädessä moninaisiksi osoittaa Pikku Fennian mainos tupakoinnin vakiintuneen 1920-luvun loppupuolta kohden osaksi mielikuvaa modernin naisen elämäntyyliin liittyvistä ulkoisista tunnusmerkeistä. 1920-luvun brittiläisiä ja pohjoisamerikkalaisia *Vogue*-lehtiä tutkineiden Penny Tinklerin ja Cheryl Krasnick Warshin mukaan tupakointi esitettiin modernina ja varustettuna kyvyllä tehdä käyttäjästään moderni. Naisia kutsuttiin kuvittelemaan itsensä modernin maailman

¹⁸¹ Tinkler & Warsh 2008, 116–117.

¹⁸² Vehkalahti 2000, 137.

¹⁸³ Ks. esim. *Aitta* Lokakuu/1928, 6 ja Kesäkuu/1930, 6.

¹⁸⁴ Pikku Fennia, ks. esim. *Aitta* Kesäkuu/1928, 2; Lokakuu/1928, 6; Maaliskuu/1930, 1 ja Syyskuu/1930, 2.

¹⁸⁵ Pikku Fennia, *Aitta* Lokakuu/1928, 6.

¹⁸⁶ Ks. esim. *Aitta* Lokakuu/1928, 39.

osallistujiksi, ja muokkaamaan itsensä kuluttamisen avulla moderniksi subjektiksi.¹⁸⁷ Vaikka Pikku Fennian mainos olisikin suunniteltu ensisijaisesti huvittamaan, näyttää se autoilevan ja tupakoivan naisen olleen ainakin mahdollinen ja mielikuvien tasolla kenties jopa tavanomainen ilmiö, jota saattoi mainostuksessa käyttää ilman, että itse tuotteeseen kohdistuva huomio olisi haitallisesti vähentynyt.

Vauhdikasta ja jazzin sävyttämää elämää viettävän modernin naisen rinnalla kulki *Aitassa* myös toisenlainen uusi naistyyppi, joka liittyi kiinteästi urheilullisen vapaa-ajan ja uudenlaisen ruumiinkulttuurin nousuun muiden yhteiskunnallisten muutosten myötä. Vuonna 1917 annettu laki 8-tuntisesta työpäivästä johti työn ja vapaa-ajan entistä selvempää erottamiseen ja vapaa-ajan kulutuksen kasvuun.¹⁸⁸ Välttämättömyystarpeiden tyydyttämisen jälkeen käyttöön jäävän rahan kuluttaminen määritteli perheen elintason erityisesti keski- ja ylempien luokkien kohdalla – monet näiden luokkien jäsenet myös halusivat kulutuksellaan tietoisesti selvittää rajaa työväenluokkaan.¹⁸⁹ *Aitassa* vapaa-ajan lisääntyvä kaupallistuminen ja siihen liittyvä erilaisten tarvikkeiden kulutus näkyi paitsi mainoksissa myös lehden omissa urheilua käsittelevissä jutuissa. Molemmat tuntuivat olettavan kohderyhmäkseen ylemmän keskiluokan ja yläluokan, jolla oli varaa niin tennistunteihin kuin moottoriveneisiin. Stockmannin 1920-luvun mainontaa tutkinut Marika Tandefeld onkin huomoinut, kuinka mainoskielessä tulee osata puhua aina sen ryhmän kieltä, joka halutaan tavoittaa.¹⁹⁰ *Aitassa* tämä tarkoitti ensisijaisesti varakkaiden kuluttajien houkuttelua, lehden nykyaikaisen imagon toimiessa oleellisena osana vapaa-ajan mainosten ja juttujen vakuuttavuutta.

Vuoden 1930 kesäkuussa Suomen Voimavaunu Oy mainosti ”Johnson merihevonon” -nimistä moottorivenettä ”iloisille ja reippaille seurueille vesillä liikkumiseen”.¹⁹¹ Johnsonin mainoksesta välittyy hyvin selvänä kuva varakkaiden ja hyvinvoivien ihmisten leppoisasta vapaa-ajanvietosta: laiturista juuri irrotetussa veneessä istuu ranta-asuissa kaksi salskeaa miestä ja kaksi hoikkaa kaunista naista lähdössä huviajelulle. *Aitan* omaa vapaa-ajanharrastekuvitusta edusti puolestaan vuoden 1929 elokuun numerossa ilmestynyt aukeaman kokoinen kuvapari, joka esitteli ”Mlle Pfanneriksi” tituleeratun ”vesipyöräilijättären” ja naisten tenniksen maailmanmestari

¹⁸⁷ Tinkler & Warsh 2008, 113.

¹⁸⁸ Heinonen & Konttinen 2001, 48–49.

¹⁸⁹ Horowitz 1985, 252–253.

¹⁹⁰ Tandefeld 2008, 9–11.

¹⁹¹ Johnson merihevonon, *Aitta* Kesäkuu/1930, takakansi.

Helen Willisin.¹⁹² Valokuvien on selvästi ollut tarkoitus viihdyttää lukijaa ja luoda kuvaa nykyaikaisista (ja yläluokkaisista) vapaa-ajanviettomahdollisuuksista: toisessa on esillä erikoinen, moderni harrastus ja toiseen on jopa kirjoitettu näkyviin lukijaa puhutteleva perustelu kuvan valinnalle ”Voima, taito ja kauneus yhdistettynä toisiinsa – eikö totta?”¹⁹³

Myös *Aitan* kansissa uusi vapaa-aika ja aikaisempaa fyysisempi ruumiinkulttuuri esiintyi erityisesti naisten edustamana: vuoden 1930 aikana nähtiin jo kolmessa kansivalokuvassa naisia niukoissa uima- tai voimisteluasuisissa; kahdessa näistä käynnissä ovat ilmeisesti voimisteluharjoitukset (kuva 14 liitteessä).¹⁹⁴ Erityisesti kansikuvat kiinnittivät huomion kuvina, jotka vielä 1920-luvun alkupuolella olisivat todennäköisesti olleet liian rohkeita melkein minkä tahansa lehden kanteen. *Aitan* itsensä osalta uimapukukansikuvissa ollaan jo varsin kaukana ensimmäisten vuosien kainoista Martta Wendelinin piirtämistä polkkatukkaisista naisista.

Uudenlainen ja monessa suhteessa vapaampi vapaa-ajan ruumiinkulttuuri ei kuitenkaan pelkästään helpottanut naisten arkea tai poistanut toivotulle naisruumiille asetettuja vaatimuksia. Tinklerin ja Warshin mukaan urheilun ja liikunnan korostaminen johti naisen vartalon merkityksen korostamiseen modernia naiseutta tavoiteltaessa.¹⁹⁵ Myös esimerkiksi 1920-luvun nuorille naisille suunnatut opaskirjat määrittivät ihanteellisen naisruumiin ehdoiksi oikeat mittasuhteet, siveyden, jalot piirteet, luonnollisuuden, koruttomuuden ja sievyyden.¹⁹⁶ Männistön mukaan oppaista on luettavissa oletus, jossa naisen hyvyys tai huonous näkyy tämän ulkomuodossa:

Tytöt piti opettaa tekemään ruumistaan oikeanlaisen äidin, vaimon ja kunnollisen naisen ruumis, joka lähetti ympäristöönsä oikeanlaisia signaaleja ja toimi kaikissa tilanteissa avioliittoon tähtäävän suunnitelman mukaisesti.¹⁹⁷

Vaikka tämän kaltainen valmistautuminen ei olisikaan sopinut mielikuvaan jazztytöstä ei se tarkoittanut, etteikö ihanteellisen ruumiin muokkaamisen diskurssi olisi näkynyt myös *Aitassa* yhtenä osana modernin naisen elämäntyylä. Erityisen selvästi moderniin naisruumiiseen sijoitettu biologinen determinismi tulee *Aitassa* esiin vuoden 1929

¹⁹² *Aitta* Elokuu/1929, 46–47.

¹⁹³ *Aitta* Elokuu/1929, 47.

¹⁹⁴ *Aitta* Kesäkuu/1930, kansi; Heinäkuu/1930, kansi ja Elokuu/1930, kansi. Voimistelijat esiintyvät kesä- ja heinäkuun kansissa.

¹⁹⁵ Tinkler & Warsh 2008, 129.

¹⁹⁶ Männistö 2003, 87.

¹⁹⁷ Männistö 2003, 97–98.

elokuun numerossa ilmestyneessä naisvoimistelua käsittelevästä pitkästä analyysistä.¹⁹⁸

Kyseinen ”Naisvoimistelua? Huomioita naisvoimistelupäiviltä”¹⁹⁹ -niminen juttu esitteli otsikkonsa mukaisesti Helsingissä pidettyjä naisvoimistelupäiviä, mutta keskittyi suurimmaksi osaksi naisvoimistelun nykyaikaisten suuntausten analysoimiseen ja arvottamiseen. Kirjoittajan, nimimerkki Laikuksen, pääteesi oli kyseenalaistaa vallitseva naisvoimistelun suuntaus sen liian miehisten piirteiden vuoksi. Laikuksen mukaan naisvoimistelu oli naisten yhteiskunnallisen vapautumisen myötä omaksunut liian miehisii piirteitä, ja odottikin nyt ”vapautustaan miehisen valtikan alta”²⁰⁰. Oikeanlainen naisvoimistelu saavutettaisiin vasta, kun hyväksyttäisiin naisen biologisten edellytysten mukainen harjoittelu, esimerkiksi ”halu ja taipumus pyöristettyihin liikkeisiin”²⁰¹. Miesmäisen ”naisvoimistelun” torjumisen takana näkyi pelko Suomen nuorten naisten miehistymisestä, joka sai aikaan kauaskantoisia uhkakuvia:

Jos nainen miehistyy hänen ruumistaan valmennettaessa miehisillä harjoituksilla, voi hänen erikois-naisellinen kykynsä hävitä, eikä hän sitten enää ole sopiva äitiyteen, josta kansan tulevaisuus riippuu. Jos vielä mainitsee naisen vaikutuksille alttiimman mielen, lienee mainittu riittävästi syitä miesmäistä ruumiinkulttuuria vastaan.²⁰²

Kirjoittaja jatkaa vielä todeten, että jo nyt miesmäinen voimistelu on Suomessa aiheuttanut ongelmia synnytyksissä, nostaan vertailukohdaksi ”kyöryilevää, voimakkaita vartalontavutuksia vaativaa työtä”²⁰³ tekevien aitojen suomalaisten maalaisnaisten synnytysten helppouden.

Ongelman ratkaisu tai naisvoimistelun tuleva kehityskulku ei kuitenkaan ole naisten itsensä käsissä, sillä

--- naiset ovat itsenäistymistään ja vapautumistaan koskevissa seikoissa melko lailla vanhoillisia ja sokeita. Onhan helpompaa omaksua valmista – tässä tapauksessa ammoinen miesvoimistelu – kuin luoda uutta ja omaa. --- Miesten ritarillinen velvollisuus näin ollen on luopua valtikastaan vapaaehtoisesti ja osoittaa naisille tie

¹⁹⁸ ”Naisvoimistelua?” *Aitta* Elokuu/1929, 57–63.

¹⁹⁹ ”Naisvoimistelua?” *Aitta* Elokuu/1929, 57–63.

²⁰⁰ ”Naisvoimistelua?” *Aitta* Elokuu/1928, 60.

²⁰¹ ”Naisvoimistelua?” *Aitta* Elokuu/1928, 59.

²⁰² ”Naisvoimistelua?” *Aitta* Elokuu/1928, 59.

²⁰³ ”Naisvoimistelua?” *Aitta* Elokuu/1928, 60.

itsenäistymiseen voimistelunkin alalla.²⁰⁴

”Naisvoimistelua?” -kirjoituksessa näkyy selvästi eriteltynä nykyaikaisen naisen ruumiille ja tapakulttuurille esitettyjä vaatimuksia. Itsenäistyessään nainen ei saanut astua miesten tontille, ja koko vapautumisen prosessi tuli hoitaa miesten holhouksessa ja miesten suosiollisella avustuksella. Lisäksi kansakunnan elinvoimaisuuden ennustettiin olevan nuorten naisten vartaloiden vastuulla – kenties aikalaism kontekstissa usein esillä olleen itsenäisen ja omasta kehostaan päättävän jazztytön muodostamat uhkakuvat pyrittiin torjumaan vetäytymällä biologian suojiin ruumiinkulttuurin alalla. Itsenäisempi, uusissa vaatteissaan vapaammin liikkuva ja omia harrastuksia suosiva nainen oli pois totutulta kontrolloidulta paikaltaan ja siten uhka itselleen, miehelle ja kansakunnan tulevaisuudelle. Entistä vapaampi vapaa-ajan vietto ei näin taannutkaan ainoastaan edistyksellisiä tuulia. Erityisesti ”Naisvoimistelua?” -jutun kirjoittaja tuntuu haluavan korostaa, kuinka vapauden myötä seuraa myös vastuuta, jota naiset eivät oikeastaan ole valmiita kantamaan ainakaan niin kauan kuin kehitys on menossa (miespuolisten) kommentoijien mukaan ei-toivottuun suuntaan.

Samankaltaisen holhoavan tendenssin on havainnut myös 1920-luvun tamperelaisia työväenluokan tyttöjä tutkinut Mervi Kaarninen, jonka mukaan tyttöjen piti paitsi perustella miehille oikeanlaiset harrastuksensa, myös pyytää hyväksyntää läsnäololleen miesten hallitsemilla areenoilla. Kaarnisen mukaan tyttöjä ei siis syytetty huonoa moraalialue edustaviksi vastuuttomiksi jazztytöiksi koska he olisivat sellaisia olleet vaan koska tyttöjen uudenlainen toiminta ja harrastukset perinteisillä miesten reviiereillä aiheuttivat hämmennystä ja pelkoa.²⁰⁵ Vaikka naisvoimistelua ei sinänsä voidakaan pitää perinteisenä miehisenä harrastuksena, on *Aitan* kirjoituksessa helposti nähtävillä pelko miehisen vallan menettämisestä perinteisellä miehisellä reviiirillä eli voimistelun ohjauksessa ja siten naisten kehojen kontrolloinnissa.

Modernin naisen uusi olemus esiintyi *Aitan* sivuilla hyvin erilaisissa yhteyksissä. Yhtäältä muualla aikalaislehdissä usein paheksutun jazztytön elämäntyö näyttäytyi *Aitassa* varsin tavanomaisena ja positiivisenakin nykyaikaan kuuluvana asiana. Jazzista kirjoitettiin ja tanssipaikkoja esiteltiin, mutta se tehtiin ilman moralisointia tai hyökkäyksiä jazzista kiinnostuneita vastaan.²⁰⁶ Toisaalta usein

²⁰⁴ ”Naisvoimistelua?” *Aitta* Elokuu/1928, 62.

²⁰⁵ Kaarninen 1995, 177–179.

²⁰⁶ Yksittäisillä *Aitaa*n kirjoittaneilla kirjoittajilla hyökkäävä asenne oli joissain tapauksissa selvemmin näkyvissä. Ks. luku 3.3.

edistykselliseksi ja naisten vapautuksen kannalta positiiviseksi esitetty vapaamman ruumiinkulttuurin kehitys näyttäytyi *Aitassa* hyvinkin voimakkaasti kontrolloituna ja toisinaan naisia syyllistävänä holhousdiskurssina.

Aitassa modernin naisen elämäntyyliin kuuluvan uuden olemuksen määrittely tapahtui osin hienovaraisten vihjeiden, osin suorien kehotusten avulla. Esimerkiksi tavallisesta 1920-luvun paheksunnasta jazztyttöjä kohtaan poikkeava suhtautuminen toimii hyvänä esimerkkinä Felskin huomiolle siitä, kuinka naisten kokemusta modernista ei pidä nähdä ennalta annettuna ontologiana.²⁰⁷ Historioitsija ja historiateoreetikko Jorma Kalela on myös kehottanut lukemaan historiaa eteen- eikä taaksepäin.²⁰⁸ Jazztytön tapauksessa myöhempi kehitys on osoittanut, kuinka 1930-luvulle tultaessa modernin mahdollisuudet hiljalleen painuivat unohdukseen ja alkava lama aiheutti perinteisten arvojen renessanssin.²⁰⁹ Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö 1920-luvun puolella uudenlaisen modernin naisen elämäntyyli vielä olisi ollut mahdollinen ja hyvinkin varteenotettava vaihtoehto, joka ainakin *Aitan* sivuilla näyttäytyi ulkoisesti monin osin positiivisena ja toivottavana kehityskulkuna.

Felskin tapaan Marianne Liljeström on huomauttanut, kuinka naiseuden tuottaminen on aina täynnä säröjä ja lipsahduksia suhteessa ajallisesti määrittäneeseen Naisen ihanteeseen.²¹⁰ Tultaessa kohti 1930-luvun kotitalousideologian ja kansallisen ideologian nousuaikaa voidaan *Aitassa* esiintyneitä modernin naisen elämäntyylin ulkoisia merkkejä pitää tämänkaltaisina virallisesta ”jazztyttöä” määrittelevästä diskurssista poikkeavina säröinä tai lipsahduksina. Lehdessä modernin naisen performatiiviin näyttääkin kuuluneen oleellisena osana tietty ambivalenssi suhteessa ”oikeaan” ja ”väärään” tai ”edistykseen” ja ”pahennukseen”. Kun tarkastelutasona pidetään modernin naisen ulkoiseen olemukseen liittyviä *Aitan* materiaaleja, kääntyy aikaisteksteissä vallinnut käsitys tuhlailevasta, moraalittomasta ja paheellisesta nykyaikaisesta naisesta pääläelleen. Kaunistautumiseen perehtynyt, muodista hyvin perillä oleva ja uuden tapakulttuurin mukaisesti tansseissa käyvä moderni nainen

²⁰⁷ Felski 1995, 21.

²⁰⁸ Kalela 2000.

²⁰⁹ Immonen et al. 1992, 9–10 ja Karjalainen 1993, 101–102.

²¹⁰ Liljeström 2004, 143.

näyttäytyy lehdessä mahdollisena ja raikkaana vaihtoehtona perinteiselle kodinhengettärelle. Kun tarkastelun siirtää pois ulkoisesta ja keskittyy modernille naiselle kaavailtuun elämänkaaren kulkuun, muuttuu kuva nykyaikaisen naisen elämäntyylistä monipuolisempaan suuntaan.

3. Elämänkaari: siveettömästä saalistajasta säädylliseksi sulottareksi

3.1 Modernin kotiäidin konservatiiviset ihanteet

Modernin naisen elämäntyöli määrittyi *Aitassa* muillakin kuin ulkoisilla tavoilla. Lehden materiaaleissa nykyaikaiset naiset nähtiin usein erilaisissa tehtävissä, kuten äiteinä, taloudenhoitajina, vaimoina, rakastettuina, tyttärinä ja kohtalokkaina naisina. Niin mainoksissa kuin *Aitan* omassa materiaalissa on nähtävissä elämänkaari, jota naisen elämän tapauksesta riippuen odotettiin, toivottiin tai pelättiin muistuttavan. Yhtäältä erityisesti mainoksissa esiintyi kodista ja lapsista huolehtiva perinteinen perheolento, toisaalta *Aitassa* julkaistut erilaiset traagiset rakkauskertomukset välittivät kohtalokkaita esimerkkejä perinteisten roolien hylkäämisestä. Lisäksi esiintyi vielä kertomuksia ja kaskuja, joissa moderni nainen useimmiten kuvattiin naurettavana, mutta kenties kuitenkin myös jo hyväksyttynä osana nykyaikaa.

Vapaan ja itsenäisen jazztytön hahmo herätti sodan jälkeisessä Euroopassa pelkoja siitä, että kodista pois päässeet naiset hylkäisivät perinteiset roolinsa uusien sukupolvien kasvattajina tavoitellessaan rahaa, arvostusta ja valtaa kodin ulkopuolella.²¹¹ Jotta naiset eivät alkaisi kilpailla miehisillä areenoilla, tuli kotiin jäämisestä tehdä yhä houkuttelevampi vaihtoehto. Esimerkiksi maailmansotien välisessä Ranskassa naisten paluu kotiin lasten ja miehen pariin haluttiin esittää eräänlaisena naisten voimaantumisenä omalla erikoisalallaan.²¹² Kotiäitiyden statusta myös pyrittiin nostamaan esittelemällä käyttöön entistä tehokkaampia kodinhoidon laitteita, joita taitavien naisten tuli jatkossa palvelijoiden sijaan hallita ja siten nostaa kodin tasoa perheelle mieluisana paikkana. Kotiäiti-ilmion syntyä Ranskan osalta tutkinut Robert L. Frost onkin käyttänyt termiä ”reaktionäärinen modernismi”²¹³ kuvaamaan samanaikaisesti vallinneita ajatuksia edistyksestä naisen tehtävissä ja taantumisessa naisten yhteiskunnallisissa oikeuksissa.²¹⁴ Kuva uudesta kotiäidistä rakennettiin pelätyn *garçonnen* ideaa vasten: ihanteellisen vastapoolin tuli olla uusista

²¹¹ Frost 1993, 112–114.

²¹² Frost 1993, 119–120.

²¹³ Frost 1993, 119, ”reactionary modernism”. Frost lainaa tutkija Jeffery Herfin käyttämää termiä. Ks. myös Herf 1984.

²¹⁴ Frost 1993, 119–120.

kodin piirin oikeuksista ja teknillisestä edistyksestä nauttiva moderni kotitalousnainen.²¹⁵

Vaikka Suomen tilanne monilta osin erosi huomattavasti esimerkiksi Ranskasta, on mielestäni erityisesti *Aitassa* julkaistussa mainosmateriaalissa nähtävissä piirteitä tästä uudenlaisesta modernista kotiäidistä. Ottaen lisäksi huomioon sen, että alun perin ulkomailla julkaistujen mainosten (usein luvaton) kopiointi ja käyttö suomalaisissa lehdissä oli yleistä vielä 1920-luvulla, on hyvin todennäköistä, että juuri kuvat ovat Suomessakin antaneet aineksia modernin naisen yhdelle vaihtoehdoiselle performatiiville: sivistyneelle, tehokkaalle ja teknologiaorientoituneelle kotiäidille. Leena-Maija Rossin mukaan mainonta toimii visuaalisen järjestyksen tehokkaana, kuvia suodattavana ja normalisoivana osana. Mainonta tukee ajatusta vallitsevasta katsomisen tavasta, joka puolestaan vaikuttaa siihen, miten yksilö haluaa esittää itsensä muille.²¹⁶ Mainonnan kuvien voidaan myös *Aitassa* katsoa sekä ohjanneen tietynlaisten sukupuoliesitysten syntyä että normalisoineen nämä esitykset osaksi modernin naisen performatiivia.

Aitassa vuoden 1928 elokuussa julkaistussa Vaasan Näkkileivän mainoksessa esiintyy koko lehden ilmestymisajan mittapuulla harvinainen kuva-aihe: nuori nainen kukin koristellussa hääpuvussa lahjojen (näkkileipäpakettien) ympäröimänä.²¹⁷ Kun mainoksissa ja artikkeleissa tavallisesti kuvituksina nähtiin joko itsenäisiä naisia tai äitejä lapset helmoissa roikkuen, kiinnittää harvinainen häääiheinä kuva huomion kahden edellä mainitun naistyypin selvään, joskin usein vain kuvien tasolla näkyvissä olevaan vastakkainasetteluun. Kuvassa nainen nähtiin harvinaisesti myös välitilassa: siirtymässä itsenäisyydestä vaimon ja äidin rooliin. Naimisiinmenon myötä itsenäisyydestään luopunut nainen asettui äidin ja vaimon rooliinsa, mutta omaksui sen eri tavalla kuin aikaisempi naissukupolvi. Mainostekstikin vihjaa uudenlaiseen suhteeseen puolisoitten välillä: ”En osaa kyllin ystäviä / hyvydestään kiittää / kun Vaasan Näkkileipää on, / kyll’ onneakin riittää.”²¹⁸ Uudenlaisessa avioliitossa ja kotiäitiydessä voitiin 1920-luvulla avioliitoista jo toivoa onnea ja puolisoitten välistä kumppanuutta, eikä aikaisempi avioliiton mukanaan tuoma selkeä ja turvattu sosiaalinen asema enää riittänyt liiton solmimisen ainoaksi edellytykseksi.

Aitan mainosten kuvakielessä moderni nainen asettui naimisiinmenon jälkeen

²¹⁵ Frost 1993, 119–120.

²¹⁶ Rossi 2003, 21.

²¹⁷ Vaasan Näkkileipä, *Aitta* Elokuu/1928, 6.

²¹⁸ Vaasan Näkkileipä, *Aitta* Elokuu/1928, 6.

aloilleen, perinteiseen vaimon rooliin ja keskittyi hoitamaan kotia. Mainosten kieli puhuttelikin varmasti niitä aikalaisia, jotka yhtyivät pelkoihin talouskasvun ja sitä myöten kasvavan kulutuksen turmelemasta perheideaalista.²¹⁹ Kulutuskulttuurin ja turvallisen perhe-elämän yhdistäminen nähtiin vaativana tehtävänä, joka vaati erityisesti perheen vaimolta ponnisteluja. Keskiluokan kotivaimon tuli säilyttää koti kunnioitettavana ja moraalisesti hyvänä: naisen kotityö nähtiin keskeisenä onnistumiselle, jossa pyrkimys kasvuun ja kulutukseen yhdistettiin ydinperheideaalin vaalimiseen.²²⁰ Mukavuudenhaluisessa kuluttajaperheessä vaimon tuli samanaikaisesti olla hyvä työntekijä, kodinhoitaja ja hyvä äiti.²²¹

Vuoden 1930 helmikuun *Aitassa* esiteltiin lehden puolesta kaksi käytännöllistä uutuutta, jotka helpottaisivat kotiäitien työtaakkaa (kuva 15 liitteessä).²²² Ensimmäisessä kuvassa esiintyy nainen erikoisessa kasvot peittävässä hupussa, johon on puhkaistu silmien, suun ja nenän kohdalle reiät. Naisella on kädessään harja, jota hän liu'uttaa koristeellista paneelia pitkin. Kuvateksti kertoo kyseessä olevan ”tomulta suojeleva naamio, joka on alkanut saada kannatusta sellaisten rouvien keskuudessa, jotka itse ottavat osaa siivoukseen.”²²³ Toisessa kuvassa nähdään lyhyttukkainen, mutta sovinnaiseen pitkähihaiseen mekkoon pukeutunut nainen, joka käärii sukkaa jonkinlaisen tekojalan ympärille. Jälleen kuvateksti säästää lukijan ihmettelyiltä, ja valistaa kyseessä olevan englantilaisen uutuuden: ”kuminen sääri, joka täytetään kuumalla vedellä ja joka muutamassa minuutissa kuivaa sen päälle vedetyn juuri pestyn sukan.”²²⁴

Yläluokan ja vauraan keskiluokan luopuessa hiljalleen palvelijoiden käytöstä tuli aikaisempaa ajankohtaisemmaksi markkinoida tuotteita naisille, jota itse olisivat vastuussa kodinhoidosta.²²⁵ Erilaisten laitteiden ja keksintöjen oli tarkoitus auttaa naisia tässä urakassa. Mainosten uusi kuvallinen kieli kertoi kodinhoidosta, joka olisi ammattimaisempaa, laitteiden avulla helpotettua ja siten houkuttelevampaa.²²⁶ Gorman ja McLean ovat myös esittäneet, että mainostettujen tuotteiden ostamisella pyrittiin vakuuttamaan naiset heidän päätäntävällästään: erilaisia kodinkoneita mainostettiin

²¹⁹ Horowitz 1985, 241.

²²⁰ Horowitz 1985, 242–243.

²²¹ Frost 1993, 110–111.

²²² ”2 käytännöllistä keksintöä”, *Aitta* Helmikuu/1930, 51.

²²³ ”2 käytännöllistä keksintöä”, *Aitta* Helmikuu/1930, 51.

²²⁴ ”2 käytännöllistä keksintöä”, *Aitta* Helmikuu/1930, 51.

²²⁵ Frost 1993, 112–114.

²²⁶ Frost 1993, 117.

kotiorjuudesta vapauttavina.²²⁷ Taloudestaan ja palvelijoistaan huolehtiva rouva jäi myös *Aitan* materiaaleissa kodinhoidosta ja ruuanlaitosta vastaavan tehokkaan emännän varjoon.²²⁸ Jotain kuitenkin ehkä myös menetettiin: tomulta suojelevan naamion yhteyteen kuvatekstin toimitus on lisännyt oman huomionsa, jonka mukaan esitelty keksintö on ”käytännöllinen, muttei juuri kaunis”.²²⁹ Se, mitä käytännöllisyydessä voitettiin, hävitettiin naisten viehättävyydessä. Rouvan muuttuessa emännäksi haihtui myös jotain siitä yläluokan hienostuneisuudesta, jota *Aittakin* omissa kirjoituksissaan ja imagossaan pyrki paljolti varjelemaan.

Rajamäen tehtaitten väkiviinietikan mainoksessa lyhyttukkainen, nuori modernin näköinen nainen on myös siirtynyt emännän rooliin (kuva 16 liitteessä).²³⁰ Mainoksen piirroksessa nähdään nainen pitelemässä käsissään etikkapulloa, taustalle on kuvattu itse säilöttyjä mehuja, hilloja ja muita säilykkeitä pursuava ruokakomero. Moderninkin emännän velvollisuuksiin kuului talouden ruokavarantojen ylläpitäminen, eikä itse tekemistä enää tarvinnut peitellä. Tekstissä nainen esitellään taitavana emäntänä, ja lisäksi luodaan kuva, jossa itse tekeminen (säilöminen) asettuu mahdollisimman kauas puutteen tai niukkuuden diskursseista, johon se varakkaan keski- ja yläluokan mielikuvissa olisi aikaisemmin voinut asettua: ”Suomessa syödään yleensä hyvin: voita, lihaa, maitoa ja muuta hyvyttä käytetään melko runsaasti.”²³¹ Vaikka 1920-luvulla tilanne ei kaikissa yhteiskuntaluokissa todellakaan muistuttanut mainoksen kuvausta, pidettiin tekstiä kuitenkin ilmeisen hyvänä markkinointikeinona *Aitan* lukijoille. Itse säilöminen esiintyi siinä runsauden ja ”muun hyvyyden” jatkeena, joskin lukijaa oli tarpeen myös muistuttaa etikan taloudellisuudesta, eli sen roolista järkevänä ja harkittuna ostoksena, joka takasi ”taitavan emännän” performatiivin täydellistymisen.²³²

Uuden emäntäroolin oli kyettävä houkuttelemaan myös niitä naisia, jota identifioituivat tai toivoivat olevansa nykyaikaisia, avioliitosta ja lapsista huolimatta jossain määrin itsenäisiä ja osaavia naisia. Vaikka naiset eivät (enää) olisi kyenneet samaistumaan vapaan *garçonnen* rooliin, ei juureva perheenemäntäkään välttämättä tuntunut houkuttelevalta roolimallilta. Mainostajien olikin kyettävä luomaan

²²⁷ Gorman & McLean 2003, 68–69.

²²⁸ Kodinhoitoon liittyvissä *Aitan* mainoksissa kehitettiin huomattavasti useammin emäntätyypin puhuttelemiseen. *Aitta* 1927–1930.

²²⁹ ”2 käytännöllistä keksintöä”, *Aitta* Helmikuu/1930, 51.

²³⁰ Rajamäen tehtaitten väkiviinietikka, *Aitta* Elokuu/1928, 2.

²³¹ Rajamäen tehtaitten väkiviinietikka, *Aitta* Elokuu/1928, 2.

²³² Rajamäen tehtaitten väkiviinietikka, *Aitta* Elokuu/1928, 2.

uudenlainen kotiäiti, joka ainakin loisi illuusion vapaudesta ja valintojen mahdollisuuksista, sekä toisaalta vastaisi kutsuun vaalia perinteisiä perhearvoja. Frostin tutkimassa Ranskassa uudenlainen kotiäidin performatiivi luotiin synteessä liian huikentelevaiseksi koetusta, poikamaiset suorat linjat omaavasta jazztyöstä, sekä toisaalta hyvin konservatiivisesta, raskaana olevasta tai muutoin pyöreillä muodoilla varustetusta kouluttamattomasta ja miehen vallan alle alistuvasta naisesta.²³³ Uusi kotiäiti oli hyvin koulutettu, tieteellisesti sivistynyt, ajankäytön hallitseva, tehokas ja pedagoginen nainen, joka sai itse valita heteroseksuaalisen puolisonsa, muodostaa mielensä mukaan organisoidun kodin sekä kasvattaa ja kehittää lapsiaan oman älykkyytensä ja suhteellisen riippumattomuutensa turvin. Yksinkertaistetusti kotiäidistä tehtiin modernin elämäntavan oleellinen, kotitöitä suorittava osa.²³⁴

Jazzyttöä ja emäntää taitavasti sekoittavalla kuvalla lukijoita houkuttelee myös pesuaine PERSILin mainos, joka ilmestyi *Aitassa* vuoden 1930 syyskuun numerossa (kuva 17 liitteessä).²³⁵ Piirroksessa nähdään nainen ihailmassa liinavaatekaappiaan. Selin katsojaan kuvattu nainen noudattelee ruumiinmuodoiltaan ja vaatteiltaan olemusta, joka olisi kelvannut *Aitan* muotireportteri Jeannettellekin. Hoikka, kapeilla lanteilla varustettu nainen on pukeutunut suoralinjaisiin, selvästi ylellistä osin läpinäkyväkin kangasta oleviin vaatteisiin. Hänellä ei kuitenkaan ole lyhyttä tukkaa, vaan pitkät hiukset on sidottu hillitylle nutturalle niskaan. Kuvan liinavaatekaapin ympäristö viittaa ylellisyyteen: koristeelliset kynttilänjalat, kukkamaljako sekä hienostuneen malliset pöytä ja tuoli kertovat vauraudesta ja jopa luksuksesta. Samaa linjaa noudattelee myös mainoksen teksti viitatessaan liinavaatekaappiin ”perheenäidin aarrekkammiona”, joka on täynnä ”hohtavaa puhtautta”.²³⁶ Mainosteksti kertoo, kuinka ”PERSIL on poistanut perheenäidiltä pahimmat pesupäivän huolet ja vaivat. --- Ja samalla säästyy Teiltä vaivoja, aikaa ja rahaa.”²³⁷ Kuvan ja tekstin halki kulkeva huomioteksti vielä korostaa tehokkuutta: ”Te ajattelette ILOITEN pesupäiviä, kun ne ovat Teille PERSIL-päiviä!”²³⁸

Lukemalla kuvaa ja tekstiä rinnakkain, yhdistyi pesuaineen tehokkuus ja vaivattomuus kuvan elegantisti pukeutuneeseen naiseen. Mainoksen lupaamalla

²³³ Frost 1993, 121.

²³⁴ Frost 1993, 121.

²³⁵ PERSIL, *Aitta* Syyskuu/1930, 61.

²³⁶ PERSIL, *Aitta* Syyskuu/1930, 61.

²³⁷ PERSIL, *Aitta* Syyskuu/1930, 61.

²³⁸ PERSIL, *Aitta* Syyskuu/1930, 61.

minimaalisella vaivannäöllä perheenäiti oli kykeneväinen säilyttämään työn rasituksesta vapaan olemuksen, muodikkaan pukeutumisen sekä säästämään aikaa esimerkiksi itsensä kaunistautumiseen eli samaistumaan ajatukseen tavoiteltavasta itsenäisyydestä. Kytkemällä pesuaine lisäksi vaurauden ja ylellisyyden kontekstiin vahvistettiin edelleen ajatusta kotitöistä myös aikaisemmin palvelijoihin turvautuneille hienoille rouville sopivina töinä. Pyykinpesua ei ollut enää syytä kammota, vaan siitä tuli suorastaan mainoksen ehdottamalla tavalla iloita. Kätevästi Rajamäen tehtaitten väkiviinietikan ja PERSILin kaltaiset mainokset myös ikään kuin riisuiivat modernin emännän valittamisen mahdollisuuksista. Tarjolla oli turvallinen rooli onnistuneena vaimona sekä sopivasti arkea helpottavia keksintöjä ja aineita, jotka takasivat paitsi onnistumisen emäntänä, myös vapaa-aikaa ja itsenäisyyttä niiden käyttäjälle. Mielikuvatasolla perheenemännän rooli esitettiin suorastaan kadehdittavana. Uudenaista pintakiiltoa perinteisten roolien päälle silottelevissa mainoksissa modernin perheenemännän vastapoolia, yhteiskunnallisesti aktiivista ja riippumatonta naista ei *Aitassa* näy.

Naimisiinmenon jälkeen vaimo astui usein itsestään selvästi myös äidin rooliin, jonka harteille langetettiin suurin vastuu perheen onnesta ja kodin onnistuneisuudesta. Lapsia varten kodin tuli olla toimiva, tehokkaasti järjestetty, kutsuva, lämmin ja hyvin valaistu ympäristö. Jotta myös mies viettäisi kotona aikaansa, tuli kodin olla myös miellyttävä, hiljainen ja rauhallinen paikka rentoutua.²³⁹ Mainostajat tarttuivat kiitollisesti tuoreen äidin potentiaaliin markkinoinnin osalta. Tietoisuus siitä, että mainostettaessa ei ainoastaan pyritä välittämään viestejä tuotteista, vaan vaikutetaan myös ihmisten käsityksiin elämäntärkeistä alueista, kuten sosiaalisista rooleista, on ollut mainostajilla hyvin tietoisista. Tunnistaessaan kuluttajien uuteen moderniin aikaan liittämät pelot ydinperheen kriisistä oli mainostajien kannattavaa vakuutella ostajia siitä, että perinteiset arvot kuten perheen asema tai sukupuolten tehtävät eivät katoaisi, vaikka moderni aika koittaisikin.²⁴⁰

Vetoaminen velvollisuuksiin perhettä kohtaan oli tehokas keino tavoittaa uudet kotiäidit, joiden vastuulla oli olla tietoinen ja sivistynyt parhaista lastenkasvatukseen liittyvistä menetelmistä. *Aitassa* vuonna 1927 huhtikuussa mainostanut Makeis O/y tavoitteli asiakkaikseen epäilemättä juuri äitejä (kuva 18 liitteessä).²⁴¹ ”Suomalaiset naiset!” julistaa otsikko, jonka jälkeen teksti valistaa äitejä lastensa parhaasta kasvatuksesta:

²³⁹ Frost 1993, 122.

²⁴⁰ Leiss, Kline & Jhally 1997, 66–68.

²⁴¹ Makeis O/y, *Aitta* Huhtikuu/1927, etukansi.

Oletteko tulleet ajatelleeksi, kuinka herkkiä lapset ovat huomaamaan kaiken epäjohtonmukaisuuden puheissamme ja teoissamme? Jos esimerkiksi puhumme suomenkielen oikeuksista ja ilmituomme oikeutetun paheksuntamme kansallisista epäkohdista, mutta samaan aikaan on pöydällämme maljakollinen itäruotsalaisin päällyksin varustettuja makeisia, niin lapsen herkkä mieli huomaa epäjohtonmukaisuutemme. *Kasvata lapsesi suomalaiseksi omalla esimerkilläsi!*²⁴²

Tekstin vasemmalla puolella olevassa piirroksessa esiintyy ”Makeis-tyttö” yhtiön tuotteita tarjoilemassa.²⁴³ ”Makeis-tyttöä” ei voitane nimityksensä, lyhyen tukkansa ja lyhyen hameensa vuoksi pitää ihanteellisen kotiäidin ruumiillistumana, vaikka teksti puhutteleeikin selvästi äitejä. Kenties ”Makeis-tyttökin” silti voi esittää eräänlaista äitiä. Nähdäkseni Makeis O/y:n mainos on laadittu tekstin osalta vetoamaan äidin ”velvollisuudentajuun” ja kuvallisesti esittämään jälleen synteesin tavoitteellisesta modernista olemuksesta sekä turvallisesta asemasta. Irrotettuna mainoksen tekstiyhteydestä ”Makeis-tyttö” liittyisi väistämättä 1920-luvun jazztyttökontekstiin, mutta esiintyessään yhdessä hyvinkin traditionaalisiin arvoihin vetoavan tekstin kanssa, nähdään kuvassa yllättäen moderni ja sivistynyt kotiäiti, joka näiden ominaisuuksien turvin pyrkii lastensa parhaaseen itsenäisesti vastuunsa kantaen. Yhtäältä ulkoiseen olemukseen kohdistuvien odotusten ja toisaalta konservatiivisten arvojen noudattamisen ristivedossa modernin kotiäidin performatiivin voidaan sanoa ruumiillistuneen hyvin pienen marginaalin sisällä.

Äitejä puhuteltiin *Aitassa* ilmestyneissä mainoksissa useasti. Velvollisuutta puolisoa ja lapsia kohtaan korostettiin eräänlaisen itsestään selvän diskurssin avulla: mainokset antoivat ymmärtää, että *tietenkin* äiti tiesi, mikä oli parasta lapsilleen, *eikä* siten *saattaisi* voida jättää mainostettua asiaa ostamatta. OY. Kauppahuone A.K. Savin vetosi teemainoksessaan äiteihin riimitellyllä: ”Iltamyöhään, aamuvaihain / tee on perhejuoma parhain. Joka perheenäiti tietänee / että Savinilta saadaan paras tee.”²⁴⁴ Savinin tee oli mitä parhain perhejuoma – heteroydinperhettä yhteen sitovan tapakulttuurin osa, joka puhutteli tarvetta suojella ja ylläpitää uhatuksi koettua perheideaalia. Mainoksen mukaan jokainen itseään kunnioittava äiti myös tiesi tämän: jos kaapista ei löytynyt juuri tietynmerkkistä teetä, ei äiti välttämättä tiennyt tai

²⁴² Makeis O/y, *Aitta* Huhtikuu/1927, etukansi. Kursivointi alkuperäinen.

²⁴³ Makeis O/y, *Aitta* Huhtikuu/1927, etukansi.

²⁴⁴ A.K. Savin, *Aitta* Elokuu/1928, 1.

välittänyt perheensä parhaasta.

”Miellyttävän lauantaitunnelman antaa kodille se että äiti on puhtaisiin huoneisiin suihkuttanut hiukan Teknon raikasta Eau de Colognea.”²⁴⁵, julisti Teknon mainos *Aitan* joulukuun numerossa 1930 (kuva 19 liitteessä).

Äidillä on aina varastossa Teknon ’Toilette’ --- Aamulla hän täyttää Teknon ainutlaatuisen kätevän suihkupullon, ja koko perhe saa siitä virkistystä, alkaen isästä, joka ’murisee’, ellei hän heti löydä suihkupulloa parranajopöydältään.²⁴⁶

Teknon mainos on kuin tiivistelmä äidistä kodin hengettärenä, lasten oikeaoppisena kasvattajana ja miestä miellyttävän kutsuvan kodin luojana. Mainoksen kuvassa nähdään nuori, hoikka ja kaunis nainen suihkuttelemassa ”toilette”, sekä hänen takanaan sievään mekkoon puettu tyttö seuraamassa äidin toimia. Vahvan äitidiskurssin lisäksi mainoksen kuva avaa myös sukupuoliroolien ideaalia muodostumista. Tyttö nähdään katselemassa äidin toimia ihailen, oppimassa hyväksyttäviä ja kannustettavia toimintamalleja valistuneelta ja nykyaikaisin keinoin talouttaan hoitavalta äidiltään.

Koko Teknon mainos viestittää vahvasti kunniallisen kodin tunnelmaa. Frostin mukaan naisten paluuta kotiin sodan jälkeen kannustettiin juuri luomalla kuva naisten kunniallisuudesta ja kunniallisesta elämästä, jonka he löytäisivät kodeistaan ja rooleistaan äiteinä ja vaimoina.²⁴⁷ Mainostajat hyödynsivät tätä mentaliteettia yhdistämällä perinteisiä arvoja ja uutta tekniikkaa.²⁴⁸ Kuten Leiss, Kline ja Jhally ovat myös osoittaneet, kulutukseen tarkoitettujen materiaaliset objektit eivät ainoastaan täytä välttämättömiä tarpeita, vaan toimivat samalla merkitsijöinä ja kommunikointivälineinä sosiaalisten ryhmien välisessä ja ryhmien sisäisessä erottelussa. Esimerkiksi kunniallisuutta, arvokkuutta ja arvoasemaa on tavoiteltu merkittäväksi erilaisten tuotteiden avulla.²⁴⁹ Modernin kulutusyhteiskunnan myötä mainontaa myös painottui yhä enemmän siihen, kuinka tarjottavan tuotteen luvattiin muuttavan ostajan elämää.²⁵⁰

Useat *Aitan* kotiäitityypeille suunnatuista mainoksista tarjosivatkin juuri

²⁴⁵ Tekno, *Aitta* Joulukuu/1930, 97.

²⁴⁶ Tekno, *Aitta* Joulukuu/1930, 97.

²⁴⁷ Frost 1993, 117.

²⁴⁸ Gorman & McLean 2003, 68–69.

²⁴⁹ Leiss, Kline & Jhally 1997, 50.

²⁵⁰ Leiss, Kline & Jhally 1997, 50.

muutosta potentiaalisen ostaja elämään. Konkreettisesti lupailtiin ajan säästöä, puhtaampaa pyykkiä, kätevyyttä kotitaloustöihin, laadukkuutta ja hienostuneisuutta. Mielikuvien tasolla tuotteisiin yhdistettiin ajatuksia kansallisista arvoista, vaurauden ja nykyaikaisuuden kuvista, onnistuneesta äitiydestä, kodin koossa pitävästä vaimosta sekä jonkinasteisesta itsenäisyyden ja riippumattomuuden lupauksesta.

Vaikka mainokset aina operoivatkin mielikuvien tasolla, eikä esimerkiksi Frostin tutkimassa Ranskassa monellakaan keskiluokan edustajalla ollut varaa kaikkiin tai edes osaan esitellyistä uutuuksista, ei se silti estänyt uusia laitteita ja keksintöjä tulemasta uuden elämäntavan ja vauraan keskiluokan symboleiksi.²⁵¹ Leissin, Klinen ja Jhallyn lainaaman sosiologi Ervin Goffmanin mukaan mainoskuvia ei kategorisesti pidetä outoina tai luonnottomina, sillä niitä katsotaan usein hyvin samalla tavalla kuin vieraita ihmisiä jokapäiväisessä elämässä. Mainoksissa jatkuvana teemana onkin läsnä sukupuolen esittäminen, joka ei ole sattumanvaraista vaan tarkkaan rakennettua. Mainosten pitää kommunikoida nopeasti, joten esitysten tulee olla hyvin tunnistettavia. Goffmanin mukaan mainoskuvastolla onkin selkeä yhteys rituaalisiin sukupuoliesityksiin, sillä mainoksissa näkyvä jokaiselle kulttuurille ja ajalle tyypillinen rituaalinen sukupuolen esittäminen ankkuroi odotukset ja vakiinnuttaa sosiaalista diskurssia sukupuoliesitysten ympärillä.²⁵² Rossi on kuitenkin huomauttanut, että katsojien ei tarvitse olettaa jäävän tyystin mainosten armoille, vaan kyse on enemmänkin yhteistyöstä merkityksentuotannossa. Tärkeäksi tällöin muodostuu ennen kaikkea se, millaisia ”naisia” tai ”miehiä” esittäviä merkkejä mahdollisten sukupuoliesitysten joukosta valitaan minäkin historiallisena hetkenä – millaiset naiseudet ja mieheydet koetaan kulttuurisesti houkutteleviksi.²⁵³

Aitan varsin suuresta mainosmäärästä tässä käsitellyt esimerkit edustivat erityisesti modernin naisen mahdollista performatiivista vaimona, äitinä ja kodinhengittäjänä. Kyseessä ei ollut kuva talouttaan hoitavasta vanhanaikaisesta emännästä, vaan – ainakin mainostajien näkemyksen mukaan – kehittynyt tai aikuiseksi kasvanut versio huikentelevaisesta jazztytöstä, joka avioitumisen jälkeen mukautui perinteiseen rooliinsa äitinä ja vaimona, mutta halusi silti säilyttää jotain itsenäisyydestään. Tämä itsenäisyys esitettiin tieteellisemmän, tehokkaamman ja sivistyneemmän kodinhoidon muodossa: lopulta takaisin kodin piiriin saadulle naiselle jätettiin päätäntävaltaa moderneiksi muokatuissa mutta pohjimmiltaan hyvin

²⁵¹ Frost 1993, 124.

²⁵² Leiss, Kline & Jhally 1997, 214–216. Ks. myös Rossi 2003, 11.

²⁵³ Rossi 2003, 16–17.

traditionaalisissa kodin piiriin kuuluvissa asioissa. Modernista elämäntyylistä kielivät erilaiset tekniset uutuudet, kehittyneet laitteet ja aineet sekä mielikuva tarkkaan hallitusta ja harkitusti johdetusta taloudesta. Perinteisenä perheolentona esiintyneen modernin naisen elämäntyyli oli siten erotettavissa vanhanaikaisesta emäntäkuvastosta, mutta silti vahvasti kytköksissä ajatuksiin kodista naisen ensisijaisena elinpiirinä. Butlerin ajatusta soveltaen *Aitan* kotiäiti-teemaisissa mainoksissa tulee selvästi näkyviin yhden tietyn sukupuoliesityksen valitseminen monien mahdollisten sukupuolisuuksien joukosta. Samalla huomio kiinnittyy niihin merkittäviin yhteiskunnallisiin satsauksiin, joita tämän tietyn performatiivin ylläpito ja normalisoiminen vaativat.

3.2 Varoittavat esimerkit ja paluu heteronormatiiviin

Modernin naisen elämäntyyliä määriteltiin perheen lisäksi myös rakastajattarena tai rakastettuna olemisen kautta. *Aitan* ilmestymisaikana lehdessä julkaistiin useita novelleja ja erilaisia kertomuksia, jotka käsitelivät moderneja naisia muissa kuin vaimon, äidin tai tyttären rooleissa. Näissä kertomuksissa naiset esiintyivät viettelijöinä tai vieteltävinä, kiivaan elämänrytmin uhreina tai papittarina, joita yhdisti modernin elämän kohtalokas kuluttavuus. Traaginen rakkaus nousi usein kertomusten keskiöön: novelleissa oli usein läsnä uhkaava sävy. Tarina päättyi lähes aina miehen, naisen tai molempien tuhoon, hämmästyttävän usein erityisesti väkivaltaisen kuoleman kautta.²⁵⁴

Rossin mukaan visuaalisessa kulttuurissa ”naiset” ja ”miehet” asettuvat ja asetetaan toisistaan poikkeaviin asentoihin. Visuaalinen kulttuuri heijastelee yhteiskunnallisia ilmiöitä, mutta myös tuottaa aktiivisesti erilaisia ideologisia representaatioita, jotka normalisoivat tiettyjä sukupuolijärjestelmiä ja seksuaalisia käytäntöjä.²⁵⁵ 1920-luvulla ilmestyneessä *Aitassa* rajaa toivottujen ja ei-toivottujen naisperformatiivien välille vedettiin niin kuvissa kuin teksteissäkin. Samaan aikaan onnettomia kertomuksia siveettömistä ja langenneista naisista julkaistiin myös 1920-luvun naistenlehdissä.²⁵⁶ Naistenlehtien toiminnan voikin katsoa olleen kahtalainen: toisaalta huonojen esimerkkien pelättiin vaarantavan lehtien propagoimat ihanteet naisten rooleista yhteiskunnassa, toisaalta kertomusten ajateltiin toimivan varoittavina

²⁵⁴ Ks. esim. ”Santerin rakkaus”, *Aitta* Elokuu/1927, 56–64; ”Muisto”, *Aitta* Maaliskuu/1928, 32–34 ja 43; ”Ajan henki”, *Aitta* Heinäkuu/1930, 22–24.

²⁵⁵ Rossi 2003, 19.

²⁵⁶ Vehkalahti 2000, 138.

esimerkkeinä ja ohjaavan oikeisiin valintoihin.²⁵⁷ *Aitassa* lehden tietoinen linja tuskin tavoitteli samankaltaista esimerkillisyyttä, mutta tiettyjä varoittavia piirteitä on teksteistä silti helppo löytää.

Kaksikymmenluvun Suomessa naisen elämänsä ajateltiin vielä usein fallosentrisen yhteiskunnan näkökulmasta: mielikuvissa naisen tavallinen elämä kulki tyttären, vaimon ja äidin roolien kautta. Vaikka uusi nainen saattoi näkyä lehtien palstoilla tai elokuvien mainosjulisteissa, ei kysymyksessä kuitenkaan ollut mikään yleinen tai tavallisena pidetty ilmiö. Niinpä ne naiseudet, joita ei voitu määritellä suhteessa aviomieheen tai naisen rooliin perheen koossapitävänä voimana, olivat sekä uhkaavia että kiehtovia.²⁵⁸ Toisin sanoen *Aitan* tapaiset lehdet saattoivat hyödyntää näiden kuvien esittelemistä eräänlaisella ”skandaalimaisuuteen” vetoavalla kiinnostuksella ottamatta itse kuitenkaan kantaa vallitsevaa naiskuvaa uhkaavien representaatioiden puolesta. Itsenäisen, miehestä riippumattoman naisen kuva oli kiehtova, mutta muuttuessaan naisen pysyväksi olotilaksi (naisen kieltäytyessä avioliitosta ja sen mukanaan tuomista kotiäidin ja vaimon rooleista) ymmärrettiin moderni naiseus haitalliseksi ja vaaralliseksi.²⁵⁹

Butlerin mukaan sukupuolta ei voida käsitellä minään sellaisena, mitä jolla kulla on, tai millainen joku on. Pikemminkin sukupuoli pitää käsittää normina, jonka avulla yksilö tiettyinä historiallisena hetkenä on lainkaan ymmärrettävissä. Noudattaessaan heteroseksuaalista imperatiivia sukupuolta säätelevät normit toimivat performatiivisesti tuottaessaan ruumiiden materiaalisuuden ja materialisoidessaan kehojen seksuaalisen eron.²⁶⁰ *Aitan* jutuissa havaittava perinteisen naisroolin toistin modernin, itsenäisen naisen kuvan kautta aiheutti pelkoa sukupuoliroolien horjumisesta. Ymmärrettävän sukupuolen normin määritelmien muuttaminen sai aikaan hämmennystä ja voimakkaita vastareaktioita, joissa nainen pyrittiin sitomaan tiettyyn asemaan. *Aitassa* julkaistuissa novelleissa ja kertomuksissa tämä näkyy avioliitosta kieltäytyvän ja itsenäistä elämää tavoittelevan modernin naisen tai naisen valtaansa saaman miehen tuhona. Mikäli nainen ei miehen eheyttävän rakkauden (ja heteroseksuaalisuuden

²⁵⁷ Vehkalahti 2000, 149.

²⁵⁸ Hapuli et al. 1992, 108.

²⁵⁹ Hapuli et al. 1992, 108.

²⁶⁰ Butler 1993, 2–3.

normiin palaamisen) myötä pelastunut, oli toiselle tai molemmille luvassa onneton tulevaisuus tai jopa kuolema.

Vuonna 1930 *Aitan* heinäkuun numerossa ilmestyi ”Ajan henki” -niminen Anton Huotarin kirjoittama ja O. Ojan kuvittama novelli (kuvat 20 ja 21 liitteessä).²⁶¹ Otsikon yllä oleva kuva esittää jonkinlaista hihnaa tai ketjua kahden erikokoisen rattaan välissä kiivaasti pyörimässä. Taustalla nähdään kaksi mieshahmoa astumassa tehtaan porteista sisään. Kuvan nykyaikaisuuteen assosioima mekaanisuus ja koneellisuus luo jo ennen tekstin lukemista tunnun väistämättömyydestä ja armottomuudesta: kuvan miehet ovat hyvin pieniä kuvaa ja heidän hahmojaan hallitsevaan pyörivään hihnaan verrattuna. ”Ajan henki” -otsikon lukeminen kuvan yhteydessä antaakin lukijan odottaa kuvausta jostain nykyaikaisen elämän tyypillisestä piirteestä.

Novellissa tehdastyötä tekevä mies sortuu ilta illan jälkeen ”Ajan henkeä” edustavan naisen pauloihin. Nainen houkuttelee miehen joka ilta töiden jälkeen erilaisten huvitusten pariin: ”jazzia, riemua ja rakkautta” on luvassa yön täydeltä.²⁶² Naisen kuvataan saalistavan haukan katseellaan ja viettelevän käärmeen ruumiillaan, kunnes mies lopulta antaa periksi.²⁶³ Palatessaan töihin seuraavana päivänä, väsyneenä yön riemujen jälkeen mies on näkevinään naisen ja kuulevansa Ajan Hengen kutsun:

Siellä virtaavan valuraudan keskellä on hänen tyttänsä. Sieltä näkyvät hänen silkkisukkaiset säärensä, notkea ruumiinsa ja punattu suunsa. Tyttö viittoo hansikoidulla kädellään hänelle ja kutsuu luoksensa. Nuori mies ei voi sitä vastustaa. --- Tulisen massan syöksyessä hänen elimistönsä kimppuun näkee hän, että hänen käärmetyttönsä rientää karkuun. Ja kolisevan, jyskyttävän ja tulta syöksevän tehtaan joka nurkasta kuuluu hänen korviinsa Ajan Hengen hampaaton ivanauru.²⁶⁴

Seuratessaan modernia elämää, Ajan Henkeä, edustavaa naista, kulkee mies kohti tuhoaan. Viettelevän naisen pauloihin lankeaminen tarkoitti miehelle itsensä menettämistä ja kuolemaa. 1920-luvun kohtalokkaan naisen kuvastoa tutkineen Hapulin mukaan miehen odotettiin olevan kykenevä kontrolloimaan seksuaalisuuttaan, jotta se ei uhkaisi hänen olemassaoloaan.²⁶⁵ Seksuaalinen nainen oli uhka, joka houkutteli miehiä pois moraalin ja järjen tieltä. Hapulin mukaan ”sukupuolisuutensa takia nainen

²⁶¹ ”Ajan henki”, *Aitta* Heinäkuu/1930, 22–24.

²⁶² ”Ajan henki”, *Aitta* Heinäkuu/1930, 23.

²⁶³ ”Ajan henki”, *Aitta* Heinäkuu/1930, 22–23.

²⁶⁴ ”Ajan henki”, *Aitta* Heinäkuu/1930, 24.

²⁶⁵ Hapuli 1992, 123.

saa syyn miehen seksuaalisuuden kiihottamisesta: miehen halu herää vain jos nainen tekeytyy erityisen vietteleväksi”.²⁶⁶ Näin juuri ”Ajan hengen” tapauksessa kuvataan käyvän. Naisen seksuaalisuus oli asetettava tiukan kontrollin alaiseksi, sillä seksuaalisesti hallitsevalle naiselle antautuminen merkitsi miehelle minuuden ja kontrollin kieltämistä.²⁶⁷

”Ajan Henki” -novellin kuvissa sen sijaan ei näy vallassa olevaa tai hallitsevaa naishahmoa.²⁶⁸ Keskelle tekstiä asetetussa kuvassa näkyy leveäharteinen työmies rinnallaan hentorakenteinen nainen. Nainen on helppo tunnistaa nykyajan tunnusmerkit täyttäväksi: muodikas hattu, lyhyt tukka, turkiskoristeinen takki ja hansikoidut kädet merkitsevät hänet isoilla työläisen käsillä ja vankalla ruumiinrakenteella varustetun miehen vastakohtaksi. Kuitenkin kuvassa hallinta säilyy miehellä: hän hallitsee kuva-alaa voimakkaalla hahmollaan ja on kääntyneenä naisen puoleen jopa uhkaavan ja painostavan oloisesti. Nainen sen sijaan vaikuttaa perääntyvän miehen painostavan läsnäolon vaikutuksesta. Hänet kuvataan katsomassa miestä yläviistoon: alistetun tai heikomman asemasta käsin. Samalla kun toinen naisen käsistä hukkuu miehen kouraan tekee toinen torjuvan ja poispäin työntävän eleen.

”Ajan henki” -novellin teksteistä on luettavissa, kuinka kehitykselle ja yhteiskunnan edulle alistumaton – vaimon ja äidin roolista kieltäytyvä nainen muuttui pahuuden ruumiillistumaksi.²⁶⁹ Kuvat sen sijaan antoivat ymmärtää toisenlaisen valta-asetelman: ehkä ajatus hallitsevasta naisesta oli vielä todellisuudessa niin kaukainen, että se oli mahdoton jäljentää kuviin, joissa usein näkyvät selvemmin tiedostamattomat yhteiskunnalliset asenteet. Alistuvan miehen ja hallitsevan naisen kuvallinen esittäminen olisi myös todennäköisesti ollut niin kaukana aikalaisten tunnistamasta kuvastosta, että sitä ei välttämättä olisi osattu lukea tai tulkita tekstin tavoin: varoittavana esimerkkinä miehisen hallinnan kiistävästä modernista naisesta.

Tiettyyn asemaan alistumaton nainen esiintyi uhkakuvana useissa 1920-luvun populaarikulttuurin esityksissä. Jo *fin de siècle*n aikaan olemassa ollut uskomus siitä, kuinka naiset hiljalleen tulevat yhä enemmän miesten kaltaisiksi lopulta hyläten perinteiset sukupuoliroolit tuli 1920-luvun myötä polttavaksi sodan muutettua miesten ja naisten hierarkkisia asemia.²⁷⁰ Poikamiestyön vapaata elämää viettävän naisen kuva tulkittiin siten, että nainen siveysvaatimusten ja -käytöksen saralla oli laskeutunut

²⁶⁶ Hapuli 1992, 123.

²⁶⁷ Hapuli 1992, 123.

²⁶⁸ ”Ajan henki”, *Aitta* Heinäkuu/1930, 23. Kuvat 20 ja 21 liitteessä.

²⁶⁹ Hapuli 1992, 116.

²⁷⁰ Roberts 1993, 660–661.

miesten tasolle, kun oikeastaan haluttu kehitys olisi ollut toisen suuntainen.²⁷¹ Omillaan elävän, työtätekevän naisen käytös ja piirteet – lyhyt tukka, lyhyt hame, tupakointi ja tansseissa käyminen – sekoittivat arvostelijoiden mukaan rajaa prostituoidun ja kunnollisen naisen välillä. Lisäksi pelättiin, että rahan ja sen myötä saavutettavien huvitusten sekä kulutusesineiden kaipuu myös todella ajaisi viattomia tyttöjä prostituutioon. Kulutuskulttuurin ja huonomaineisten naisten välillä nähtiin yhteys, jota pukeutumisen ja käytöksen muutos entisestään vahvisti.²⁷²

Vuoden 1928 tammikuun *Aitassa* itsenäisen ja jopa huikentelevan elämäntavan omaksunut nainen esiintyi nimimerkki Serpin²⁷³ kirjoittamassa novellissa ”Nuoren miehen jäljillä”.²⁷⁴ Novellissa nuori suomalainen mies, Arvo Heino, on harjoittelemassa John W. Benson & Sons -puutavaliikkeessä Lontoossa. Liikkeessä sihteerinä työskentelee Miss Mabel Brent, jonka ympärille seuralaisehdokkaiden kuvataan kerääntyvän innokkaasti. Arvo päättää lähteä Mabelin ja tämän sulhasen, liikkeen toisen työntekijän, Mr. Wilsonin kanssa yökerhoon, jossa Mabel keskittyy Arvon (jolla on kotona Suomessa kihlattu, Marja) viettelemiseen siinä osin onnistuen, kunnes ilta päättyy yökerhoon tehtyyn poliisiratsiaan. Huijaten poliisia ja myöhemmin oikeuden tuomaria Mabel pelastaa Arvon nöyryytykseltä, eikä Arvo lopulta enää kehtaa kieltäytyä Mabelin tapaamisedotuksilta ja novellin lopulla uusi yökerhoseikkailu on jo sovittuna.²⁷⁵

Mabel esiintyy novellissa itsenäisen poikamiestyön stereotyyppinä: hän kaipaa aina uusia huvitteluja ja uusia miehiä oikkujaan toteuttamaan. Hän on kaunis, ”sorjavartaloinen, hyvässäärinen, kaunisihoinen ja kiiltävätukkainen”²⁷⁶ sekä pukeutunut muodikkaasti. Vaikka kertojaääni onkin Arvon, esiintyy Mabel läpi novellin tapahtumia kuljettavana henkilönä; hän puhuu seurueen sisälle yökerhoon, vaatii illan kunniaksi shampanjaa, vie Arvoa tanssiin ja saa tämän suutelemaan itseään. Poliiseiden saapuessa Mabel huijaa Arvon ja itsensä pois tilanteesta vieraita nimiä käyttäen ja tekee saman uudelleen esiintyen itsevarmana myös oikeuskäsittelyssä. Novellin loppu on erityisen kuvaava: Arvo on jo päättänyt, ettei enää lähde Mabelin kanssa ulos, mutta pyörtää päätöksensä jälleen kerran ja uskottelee itselleen lähtemisellään jopa valvovansa

²⁷¹ Hapuli 1992, 113.

²⁷² Murphy 1996, 53–55.

²⁷³ Nimimerkillä Serp kirjoitti kirjailija, näytelmäkirjailija, suomentaja ja pakinoitsija Seere Salminen. Ks. myös Hapuli 2003.

²⁷⁴ ”Nuoren miehen jäljillä”, *Aitta* Tammikuu/1928, 38–48.

²⁷⁵ ”Nuoren miehen jäljillä”, *Aitta* Tammikuu/1928, 38–48.

²⁷⁶ ”Nuoren miehen jäljillä”, *Aitta* Tammikuu/1928, 41.

Mabelin sulhasen etua. Tällöin ”Mabel kätki pienen hymynsä harmaan kettunsa sisään” – paljastaen lukijalle roolinsa tapahtumien todellisena ohjailijana, perinteisen sukupuoliin sidotun toimijuusasetelman kääntyessä näin päälaelleen.

Lukijalle käy koko tekstin läpi selväksi, kuinka Mabel ei asetu perinteiseen hyväkäytöksisen, vaimoaineista olevan tytön rooliin. Arvo myös vertaa Mabelia usein kihlattuunsa Marjaan (josta ei ole kertonut Mabelille), ja vertailu kääntyy poikkeuksetta Mabelin tappioksi. Kulkiessaan Mabelin kanssa kohti yökerhoa Arvo pohtii:

Olisipa tämä Marja – ajatteli Arvo, tuntien pienen piston sisällään. Marja ei vaan saisi näin kulkea toisen miehen käsivarressa. Eikä hän tietysti kulkisikaan. Marja oli toisenlainen kuin tämä Mabel.²⁷⁷

Toisaalla Arvo muistelee Marjaa, joka odotti Helsingissä ”ommellen vanhanaikaisia kapioita ja rikastuttaen Suomen valtiota ylimääräisillä postimaksuilla.”²⁷⁸ Mabelissa sen sijaan oli jotain hyvin häiritsevää, ”silmit olivat ilkeän ärsyttävät, suu raollaan ja valkeat hampaat loistivat kuin sokeripalat punattujen huulien takana.”²⁷⁹ Useasti Arvo myös haluaa ”sanoa pahoja sanoja Mabelille”²⁸⁰, kauhistelee tämän epälojaaliutta sulhastaan kohtaan ja tuntee olonsa epämukavaksi Mabelin seurassa, mutta taipuu kuitenkin aina lopulta naisen tahtoon. Lisäksi novellin sijoittaminen Lontooseen noudattelee aikalaisteksteissä tuttua asetelmaa, jossa vaarallisten vaikutteiden – tässä Mabelin edustama uuden aktiivisen elämäntyylin – nähtiin tulevan ulkomailta, perinteisten hyvien arvojen ollessa edustettuina kotimaassa.²⁸¹

Novellista onkin luettavissa, kuinka hienostuneesti (kokemattomia) miehiä ohjaileva poikamiestyttö hiljalleen tuhoaa miehen vastarinnan ja ajaa tämän pois oikeanlaisesta, avioliittoon tähtäävästä parisuhteesta. Toimiessaan perinteisesti miehelle varatussa roolissa Mabel saa aikaan eripuraa, mustasukkaisuutta ja epäjärjestystä. Vampyyria kohtalokkaan naisen kuvastossa tutkinut Hapuli on huomauttanut, kuinka aktiivisten naisten partnerit marginalisoitiin tahdottomiksi, passiivisiksi ja lähes sukupuolettomiksi.²⁸² Vaikka Mabel vakuuttaa: ”En ole mikään syöjätär, en edes filmivampyyri”²⁸³, toistaa novellin loppukohtaus toista, ja lukijalle käy selväksi, kuinka

²⁷⁷ ”Nuoren miehen jäljillä”, *Aitta* Tammikuu/1928, 42.

²⁷⁸ ”Nuoren miehen jäljillä”, *Aitta* Tammikuu/1928, 41.

²⁷⁹ ”Nuoren miehen jäljillä”, *Aitta* Tammikuu/1928, 43.

²⁸⁰ ”Nuoren miehen jäljillä”, *Aitta* Tammikuu/1928, 44.

²⁸¹ Männistö 2003, 166–167.

²⁸² Hapuli 1992, 124.

²⁸³ ”Nuoren miehen jäljillä”, *Aitta* Tammikuu/1928, 48.

Arvo hukkaa viimeisenkin tilaisuutensa vaikuttaa tapahtumien kulkuun. Näin hän menettää miehisyytensä oleellisen osan.

”Nuoren miehen jäljillä” ei ollut *Aitassa* ainutkertainen kuvatessaan miehen ja/tai naisen tuhoa onnettoman kertomuksen päätteeksi. Jori Ilankon kirjoittamassa ”Santerin rakkaus”²⁸⁴ -nimisessä novellissa päähenkilö Santeri syöksyy kalliolta kuolemaansa huomattuaan rakkautensa kohteen olevan epätäydellinen rampa nainen. ”Muisto”²⁸⁵ -nimisessä M. Pajarin kirjoittamassa novellissa yläluokkaan kuuluvan naisen pettämäksi tullut työläismies tappaa itsensä lyömällä itseään kirveellä päähän, naisen jäädessä ”kuolleen vaimoksi” koko loppuelämäkseen. Mika Waltarin useissa *Aittaa*n kirjoittamissa novelleissa lopputulos on usein heittäytyminen kohtalokkaan modernin elämäntavan armoille.²⁸⁶

Onnettomia kohtaloita riitti *Aitan* novelleissa useita, ja lähes kaikissa oli läsnä modernin elämäntavan korruptoiva vaikutus. Pelastus oli kuitenkin mahdollinen. Traaginen kohtalo saattoi kääntyä onneksi ja modernin elämäntavan aiheuttamat haavat voitiin parantaa, mikäli ei jo ollut liian myöhäistä. *Aitassa* julkaistuissa novelleissa laajahkosti päteväenä sääntönä on havaittavissa, kuinka pelastukseen oikeutetut naiset antautuvat miehen päätäntävaltaan ja lopussa saavuttavat turvallisen ja tutun, usein aviovaimon roolin yhteiskunnassa. Hapulin mukaan 1920-luvulle tultaessa huonot ja ei-toivotut naiseudet alistettiin pelastukselle, joka tarjoutui rakkaudessa. Parhaiten liian itsenäiseen elämään tottunut nainen kesytettiin rakastumisen avulla.²⁸⁷ Kesytämistä myös tarvittiin: ajan naiskäsitteksen mukaan pikkutyttökin oli jo nainen ja äiti uinuvassa muodossa ja siten vastuussa teoistaan tulevalle puolisolleen ja seuraaville sukupolville.²⁸⁸ Naisen itsenäisen ja modernin elämäntavan voitiin siis nähdä vaarantavan kaikkien tulevaisuuden, sillä naisella ei ollut varaa käyttäytyä tai elää huolettomasti kuin korkeintaan lyhyen aikaa koulunkäynnin päättymisen ja naimisiinmenon välissä.²⁸⁹

²⁸⁴ ”Santerin rakkaus”, *Aitta* Elokuu/1927, 56–64.

²⁸⁵ ”Muisto”, *Aitta* Maaliskuu/1928, 32–34; 43.

²⁸⁶ Waltarin novellissa ”Tähtisade” nainen toivoo kuolemaa ja päätyy lähtemään huonomaineisen miehen mukaan suurkaupunkiin. ”Tähtisade”, *Aitta* Maaliskuu/1929, 28–31. Novellissa ”Pinnan alla” nuori nainen saa tietää edesmenneen äitinsä olleen puolisolleen uskonon, ja tuntee siksi voivansa myös itse haalia modernin ajan kaiken yltäkyläisyyden itselleen. ”Pinnan alla”, *Aitta* Helmikuu/1930, 40–43. ”Yö Monte Carlossa” -nimisessä Waltarin novellissa puolestaan tavataan modernin elämän kuluttama nuori nainen, jonka ”sielu oli palanut loppuun”, ja joka ”oli nähnyt liian paljon. Eikä hänellä ollut mitään puhuttavaa, sillä kaikki mitä hän oli nähnyt oli liian samanlaista. Palamista, tuhoutumista, särkymistä.” ”Yö Monte Carlossa”, *Aitta* Kesäkuu/1930, 54–57; 60–64, lainaus s. 56.

²⁸⁷ Hapuli 1992, 126–127.

²⁸⁸ Männistö 2003, 94.

²⁸⁹ Murphy 1996, 61–63.

Aitassa ilmestyneitä onnettomasti päättyneitä novelleja yhdisti naisen poistuminen perinteisistä rooleistaan ja mielikuvien modernin elämäntyylin omaksuminen traditionaalisten vaihtoehtojen sijaan. Kun nainen astui pois heteronormatiivisesta järjestyksestä – toisinaan jopa miehelle varattua toimijan roolia tavoitellen – oli seurauksena epäonninen loppu. Tätä loppua pyrittiin välttämään muun muassa vahvistamalla miehen ja naisen perinteisiä performatiiveja, kuten *Aitassa* julkaistussa ”Boccardin täysihoitola” -nimisessä jatkokertomuksessa²⁹⁰, joka ilmestyi lehdessä vuoden 1927 aikana.

”Boccardin täysihoitolassa”, brittiläisen novellisti William Locken kirjoittamassa jatkokertomuksessa miehisen miehen ja naisellisen naisen toisiaan kohtaan tuntemaa, yhteiskunnan luonnolliselle järjestykselle välttämätöntä halua ja tästä seuraavaa pelastusta modernin elämän vaaroilta esitettiin erityisen selvästi. Jatkokertomuksessa kuvattiin nuoren miesvieraan saapumisen aiheuttamaa hämminkiä naisten kansoittamassa täysihoitolassa.²⁹¹ Raine-niminen miesvieras toimi tarinan liikkeelle panevana voimana ja lopulta hyveellisenä sankarina. Naiset puolestaan olivat joko karikatyyrejä epäonnistuneista elämänvalinnoista tai siveellisiä, miehen läsnäolon kohottavan vaikutuksen tuntevia sulottaria. Jatkokertomuksessa pääjuonina kerrotaan nuoren Felician kasvutarina tytöstä naiseksi ja hyveellisen Rainen sekä langenneen Katherinen rakkauskertomus. Vääriä valintoja elämässään tehnyt Katherine on yksinäisyyteen ja onnettomaan elämään vajonnut nainen, joka kuitenkin jalojen naisellisten ominaisuuksiensa ansiosta on Rainen pelastettavissa. Katherinen hartain toive vaikuttaa olevan, että joku muu ottaisi vastuun päätöksistä ja ohjaisi hänen elämänsä hyveelliseen suuntaan – täydentäisi hänen vajaan naisellisen olemassaolonsa, joka yksistään ei riittänyt onnelliseen tai edes tyydyttävään elämään.

Jatkokertomuksen lopussa Raine vaatii Katherinen itselleen ja ohjaa tämän turvallisen elämän pariin: vaimoksi päätökset tekeväälle ja vastuun kantavalle miehelle. ”Boccardin täysihoitolassa” sukupuolet nähdäänkin toisilleen välttämättöminä siten, että erityisesti naisen katsottiin tarvitsevan miehen rinnalleen – itsenäisesti toimeentuleva ja onnellinen nainen oli jopa käsitteellinen mahdottomuus.²⁹² Kun täysihoitolaan odotetaan Rainea saapuvaksi, kommentoi eräs naisasukkaista:

²⁹⁰ ”Boccardin täysihoitola”, kirjoittanut William J. Locke, suomentaja tuntematon. *Aitta* 1927, Tammikuu/1927 – Lokakuu/1927.

²⁹¹ ”Boccardin täysihoitola”, *Aitta* 1927, Tammikuu/1927 – Lokakuu/1927.

²⁹² ”Boccardin täysihoitola”, *Aitta* Helmikuu/1927, 92–102.

--- me tarvitsemme miehen keskuuteemme, jotta hän saattaisi meidät häpeämään sitä kataluutta ja pikkumaisuutta, jolla me naiset kohtelemme toisiamme, niin, että koettaisimme salata sitä ja olisimme kunnioitettavia olentoja toistemme silmissä. Naiset ovat heikompi sukupuoli – emme voi tulla toimeen yksinämme, sillä silloin meistä tulee veltoja, selkärangattomia ja pikkumaisia. Rupean halveksimaan omaa sukupuoltani ja uskomaan, että meillä ei ole mitään voimaa itsessämme, ei kerrassaan mitään muuta kuin joukko hermoja ja pehmeätä, lelluvaa lihaa.²⁹³

Naiset niin henkisesti kuin fyysisestikin heikommiksi leimaavan tekstin lisäksi täysihoidolakertomuksen kuvitus toistaa kenties koko vuoden 1927 *Aittojen* kuvavalikoimasta täydellisimmän perinteisiä sukupuoliesityksiä leveäharteisine, kuva-alaa hallitsevina miehineen ja pienikokoisine, hentorakenteisine naisineen (kuva 22 liitteessä).²⁹⁴ Kuvitus tuntuukin keskittyvän ennen kaikkea esittämään sukupuolten suhteet mahdollisimman luonnollisina toistamalla vakiintuneita esittämiskonventioita. Miehet suojelevat ja toimivat, naiset istuvat pianon tai peilin ääressä.²⁹⁵ Kertomusta kuvittavassa kohdassa, jossa Rainen isä keskustelelee tarinan naissankari Felician kanssa, alistuu muutoin iloiseksi ja vilkkaaksi kuvattu nuori nainen katuvan oloisena miehelle auktoriteettihahmolle. Piirroksessa, jossa kuvataan kuinka Raine ja Katherine lopulta saavat toisensa, näyttää Katherine kokonsa puolesta lähes lapselta Raineen verrattuna. Miehen velvollisuus suojella, joka myös tekstissä on usein esillä, toteutuu kuvien tasolla lähes painostavana hallinnan tunteena. ”Boccardin täysihoidolassa” on selvää, että niin kuvissa kuin tekstissäkin sukupuolien eheys vaatii toimiakseen vastakkaisen sukupuolen ja heterorakkauden: yksin jäämisen kamaluutta korostetaan useaan otteeseen, ja erityisesti naisille itsenäinen elämä nähdään moraalisesti paheksuttavana valintana.

Tuottamalla ja uusintamalla vahvoja miehen ja naisen performatiiveja määriteltiin myös modernin naisen elämäntyyliä ja vaikutettiin siitä syntyvään mielikuvaan. Visuaalisuuden tutkija Janne Seppänen esittää, että valta on vahvinta silloin, kun yksilö vapaaehtoisesti noudattaa yhteiskunnan kirjoitettuja ja kirjoittamattomia sääntöjä tai ainakin hyväksyy niiden olemassaolon.²⁹⁶ Seppänen nojaa

²⁹³ ”Boccardin täysihoidola”, *Aitta* Helmikuu/1927, 94.

²⁹⁴ ”Boccardin täysihoidola”, *Aitta* 1927, ks. esim. Helmikuu/1927, 97; Huhtikuu/1927, 95; Toukokuu/1927, 80 ja Kesäkuu/1927, 79. Kuvituksen on todennäköisesti toteuttanut *Aitan* toimitushenkilökuntaan kuulunut Eeli Jaatinen.

²⁹⁵ ”Boccardin täysihoidola”, *Aitta* 1927, ks. esim. Tammikuu/1927, 94; Helmikuu/1927, 93 ja Maaliskuu/1927, 95.

²⁹⁶ Seppänen 2005, 255.

Foucault'n ajatukseen, jossa valta itsessään on tuottavaa: valtasuhteiden ytimessä eivät ole kiellot tai rajoitukset vaan tavat, joilla ihmiset vapaaehtoisesti ja jopa innokkaasti näihin nojaten rakentavat subjektiuttaan ja identiteettiään.²⁹⁷ Katherinen palavaa halua antautua miehen valtaan voi pitää esimerkkinä foucaultlaisesta tuottavasta vallasta, joka ei perustu pakkoon vaan hyväksyttävien ja odotusten mukaisten käyttäytymismallien noudattamiseen.

Butlerin mukaan säilyttääkseen eheydensä vakiintuneet miehen ja naisen sukupuoli-identiteetit vaativat vakaan ja jatkuvuuteen perustuvan heteroseksuaalisuuden oletuksen. Tästä seuraten oletetaan, että sosiaalinen sukupuoli ilmaisee halua ja halu puolestaan heijastaa sosiaalista sukupuolta.²⁹⁸ Butler pyrkiikin kiinnittämään huomion siihen yhteiskunnalliseen ja kulttuuriseen vallankäyttöön, joka tekee mahdolliseksi hahmottaa olemassa oleviksi ainoastaan kaksi perustavanlaatuaista ruumiin muodon, seksuaalisen halun ja sosiaalisen roolin yhdistävää tyyppiä: miehen ja naisen.²⁹⁹ Jotta kahteen sukupuoleen perustuva yhteiskunnallinen järjestys säilyisi vakaana ja jatkuvana, sukupuolia täytyy jatkuvasti tuottaa uudelleen eli esittää niin kuvissa, teoissa kuin teksteissäkin. Kun sukupuolten roolit olivat kaksikymmenluvulla murroksessa ja mielikuvat uuden elämäntyylin omaksuneista naisista tuntuivat uhkaavilta, tuli entistä tärkeämmäksi säilyttää ne rakenteet, jotka edelleen takasivat miehen ja naisen kategorioiden olemassaolon ja siten vakaan heteroseksuaaliselle suhteelle perustuvan yhteiskunnan oletuksen.

1920-luvun modernisaatiokeskusteluissa useita yhteiskunnallisia normeja tarkasteltiin kriittisesti ja joitain rajoittavina tai vanhanaikaisina pidettyjä tapoja kyseenalaistettiin ja pyrittiin purkamaan. Esille nostettiin esimerkiksi naisten oikeus kodin ulkopuoliseen työssäkäyntiin ja naisten mahdollisuus ajaa autoa, tupakoida tai juoda alkoholia. Vaikka osaa perinteisesti joko miehille tai naisille kuuluneista tehtävistä neuvoteltiin uudelleen, ei kaikkea kuitenkaan kyseenalaistettu. Miehen ja naisen kategoriat – eivät siis uudet elämäntyyli, vaan ymmärrys kahdesta toisiaan täydentävästä sukupuolesta – elivät niin kuvien kuin tekstienkin tasolla hyvin muuttumattomina.

²⁹⁷ Seppänen 2005, 254–255 ja Foucault (1975) 1980.

²⁹⁸ Butler (1990) 2008, 76–77.

²⁹⁹ Pulkkinen 2000, 51.

3.3 Viehätys ja virheellisyys: nainen aina väärässä roolissa

NYKYAJAN VAATTEET. Vaimo: – Minä olen nyt hakenut joka paikasta enkä löydä mistään iltapukuani. Mies: – Oletko katsonut tomunimijästä?³⁰⁰

NYKYAJAN ROUVA. Mies: – Kummallista! Kaksi munaa oli vain keitettävänä, eivätkä ne vieläkään ole valmiit! Rouva: – Niin, se on ihmeellistä. Nyt ne ovat jo olleet tulella neljännestunnin eivätkä kuitenkaan ole pehmenneet.³⁰¹

Vuoden 1928 marraskuun *Aitan* Huumori-Aitta osiossa lukijoita huvitettiin nykyajan mukanaan tuomia muutoksia ihmettelemällä.³⁰² Modernien naisten vaatteet olivat kutistuneet olemattoman pieniksi, naiset eivät enää ymmärtäneet perusasioitakaan eikä naisista enää ollut tekemään yksinkertaisiakaan kotiaskareita. Marraskuun Huumori-Aitan nykyaikaisen naisen olemuksen kyseenalaistavat jutut eivät olleet *Aitassa* ainutlaatuisia. Toisinaan irvailtiin naisautoilijoille, toisinaan naisten esitettiin uudella paljastavalla pukeutumisellaan aiheuttavan liikennehäiriöitä.³⁰³ Aina välillä lehdessä julkaistiin kolumneja, huumoripaloja, novelleja tai kokonaisia analyysyjä, joita yhdisti tunne siitä, että moderni nainen oli jollain tavalla poissa paikaltaan, uudessa naisessa oli jotain häiritsevää, hän oli jatkuvasti väärässä roolissa.

Naisten historiaa tutkineen kulttuurihistorioitsija Anne Ollilan mukaan sukupuolen esittämiseen liittyy kaikkina aikoina kussakin kulttuurissa ruumiin, käytöksen ja toimintatapojen muokkaamista vallitsevien sukupuolikoodien mukaiseksi.³⁰⁴ Kun vallitsevia sukupuolikoodeja hämärretään, muutetaan tai kyseenalaistetaan, nousevat esiin tyylikysymyksiin liittyvät valtakamppailut. Tavallista on, että muutokseen pyrkivät yritetään tehdä naurunalaisiksi, sillä naurulla voidaan vähätellä vakavien tai epämukavien muutosten käsittelytarvetta. Naurulla voidaan pyrkiä sivuuttamaan kiusalliset kiistakysymykset sekä vähätellä niiden vakavuutta.³⁰⁵ Toisaalta nauru voi myös vahvistaa normia. Kulttuurihistorioitsija Anu Korhosen mukaan naishistoria on avannut uusia näkökulmia naurun tutkimiseen. Aikoina, jolloin sosiaalisia suhteita neuvoteltiin uudelleen on naisille nauraminen helppo nähdä

³⁰⁰ Huumori-Aitta *Aitta* Marraskuu/1928, 43.

³⁰¹ Huumori-Aitta *Aitta* Marraskuu/1928, 42.

³⁰² Huumori-Aitta *Aitta* Marraskuu/1928, 42–43.

³⁰³ Huumori-Aitta *Aitta* Lokakuu/1928, 39 ja ”Liikennehäiriö ja sen syy” Piirtänyt T. Vikstedt, *Aitta* Helmikuu/1929, 42.

³⁰⁴ Ollila 2007, 59–65.

³⁰⁵ Ollila 2007, 65–66.

kontrollin välineenä ja alemman aloillaan pitämisenä.³⁰⁶ Normin vahvistaminen ja toisaalta kiusallisten kysymysten sivuuttaminen nauruun turvautumalla olivat usein läsnä modernia naista käsitelleissä *Aitan* materiaaleissa.

Butlerin mukaan ymmärrystämme sukupuolista säätelevät diskursiivisesti ehdollistetut kokemuksen rajat. Rajat on asetettu aina vallitsevan kulttuurisen puhettavan puitteissa: ne ovat historiallisia ja muuttuvia, mutta liittyessään kaksinaapaisiin rakenteisiin (kuten sukupuolten esittämiseen) ne näyttäytyvät universaalisti rationaalisina.³⁰⁷ Sukupuolten esittämisen täytyy siten noudattaa kussakin ajassa tunnustettavia tai mahdollisia muotoja – siksi huoli tunnistettavuuden katoamisesta saa aikaan voimakkaitakin reaktioita. Näin tapahtui myös 1920-luvun Suomessa, jossa muutokset elämäntyyleissä tarkoittivat väistämättä muutoksia myös ulkoiseen sukupuolen esittämiseen. Myös *Aitassa* julkaistuissa jutuissa otettiin kantaa uusien elämäntyylien mukanaan tuomiin muuttuneisiin sukupuoliesityksiin, joita ei läheskään aina pidetty toivottavina.

Kamppailua muutoksen sisällöstä ja uuden naisen ulkomuodosta käytiin vuoden 1927 *Aitan* kesäkuun numerossa. Nimimerkki Brummell & C:o:n³⁰⁸ keskeinen sanoma oli, kuinka sekä nuoruutta tavoittelevat vanhat että siitä liian aikaisin luopuvat nuoret naiset ovat paitsi naurettavia, myös suorastaan yhteiskuntajärjestystä loukkaavia.³⁰⁹ Brummell & C:o käyttikin naurunalaiseksi tekemistä puhutellakseen lukijoita:

Arvokkuudella vanhentuminen tietää sitä, että nainen 50-luvun lähentyessä vaimentaa sekä ulkoista että sisäistä ihmistään vuosi vuodelta. On jätettävä voimakkaat, uhmakkaat värit puvuissa. Sopii ehkä vielä hiukan tanssia, mutta vain vanhain kavaljeeriensa kanssa – jos näiden jalat kestävät. --- On vetäydyttävä syrjään niiltä paikoilta, joihin elämän valonheittimet suuntautuvat. Lyhyesti sanoen: on ruvettava tädiksi.³¹⁰

Mikäli Brummell & C:o:ta oli uskominen, tuli viisikymmentä vuotta täyttäneen naisen ”lausua tuskalliset jäähyväiset nuoruudelle ja ennenkaikkea rakkaudelle”. Humoristinen ”Vanhentumisen taito” -pakina on merkitty ensimmäisellä sivulla mahtailevan riikinkukon kuvalla, joka toimii johdatuksena kirjoituksen aihepiiriin: vanhenemisen ulkoisiin tunnusmerkkeihin (kuva 23 liitteessä).³¹¹ Näennäisen neutraalista otsikosta ja

³⁰⁶ Korhonen 2001, erit. 170–171.

³⁰⁷ Butler (1990) 2008, 58.

³⁰⁸ Nimimerkillä ”Brummell & C:o.” kirjoitti sanomalehtimies ja pakinoitsija Georg Henrik Theslöf.

³⁰⁹ ”Vanhentumisen taito”, *Aitta* Kesäkuu/1927, 41–43.

³¹⁰ ”Vanhentumisen taito”, *Aitta* Kesäkuu/1927, 42.

³¹¹ ”Vanhentumisen taito”, *Aitta* Kesäkuu/1927, 41–43.

koreilustaan tunnetun koirasriikinkukon kuvasta huolimatta lukija sai pian huomata, että vanhenemiseen liittyneet (ulkonäkö)ongelmat koskivat pääosin vain naisia. Huolimatta siitä, että Brummell & Co:n mukaan nykyaika oli monessa mielessä yli 50-vuotiaille naisille armollisempi kuin menneisyys, oli moderni yhteiskunta kuitenkin asettanut myös uusia rajoituksia, joista naisten oli syytä olla tietoisia. Naisen tulikin varoa liikkeitään – häntä uhkasivat niin ikätoverit kuin vastakkainen sukupuolikin, vaikka lopulta naisen pahimmaksi vastustajaksi paljastuikin hän itse.

Kirjoituksessa nuoruutta tavoitteleva tai sitä ”teeskentelevä” vanhempi nainen nähdään uhkana nuorille miehille – naista verrataan muun muassa saalistajaan. Martta Wendelinin piirtämässä kuvituksessa näkyy nyrpeästi peiliin katsova vanhempi nainen, ja kuva luo tekstiin tyytymättömyyden tunnelman (kuva 24 liitteessä).³¹² Katsojan huomio kiinnittyy lyhyeksi leikattuun tukkaan, koreilusta viestiviin asusteisiin sekä turhamaisuuden tuttuun tunnusmerkkiin: naisen kädessä pitelemäänsä peiliin. Tekstissä esitettyihin uhkakuviin rinnastuva kuvan aktiivinen vanha nainen on essentiaalisesti vääränlainen, ja siten seurauksena voi olla vain tyytymätön eli luonnonvastainen oloila.³¹³ Kirjoittajan mukaan vielä suurempi vääryys on kuitenkin ”mammaksi” tahtova nuori nainen, joka ei osta turhuuksia ja omistautuu vain ”keittiölle ja lapsille”, eikä siis ole (seksuaalisesti) miesten saatavilla. Tekstin keskelle asetetussa kuvassa nähdään tällainen pyylevä ”mamma” kiireisenä kolmen lapsen kanssa (kuva 25 liitteessä).³¹⁴ Kuvassa lapset konkreettisesti vaativat kaiken naiselta liikenevän huomion kuka sylissä itkien, kuka helmaan takertuen tai kädestä kiinni pitäen. Naisen puku on vanhanaikainen ja olemus homssuinen, pyrkimyksenä on selvästi ollut visualisoida eihaluttava ja ”ennenaikaisesti vanhentunut” nuori nainen.

Kiinnostavasti kyseisessä Wendelinin piirroksessa naisen konservatiivinen olemus (pitkähelmainen ja -hihainen mekko, muodokkuus, nuttura) toimii merkkinä eitoivotusta ulkomuodosta samaan aikaan kun aikalaislehdissä ahkerasti kritisoitiin ”muotiorjuutta” ja itsensä luonnotonta kaunistamista.³¹⁵ Olotila, johon kaunistautumisen laiminlyöminen Brummell & Co:n mukaan johti, ei sekään ollut toivottava, vaan pikemminkin huonompi vaihtoehto. Tasapainon löytäminen erilaisten uusien sukupuoliesitysten joukosta näyttääkin olleen naisille lähestulkoon mahdollinen.

Vaimon ja äidin rooli, johon Brummell & Co. kirjoituksessaan viittasi, on

³¹² ”Vanhentumisen taito”, *Aitta* Kesäkuu/1927, 43.

³¹³ ”Vanhentumisen taito”, *Aitta* Kesäkuu/1927, 42.

³¹⁴ ”Vanhentumisen taito”, *Aitta* Kesäkuu/1927, 42–43.

³¹⁵ 1920-luvun naistenlehtien kauneuskäsityksistä ks. Vehkalahti 2000, 131–161.

perinteisesti tarjonnut naisille helposti tunnistettavan ja siten turvallisen aseman yhteiskunnassa.³¹⁶ Juuri tunnistettavuus oli yksi uutta naista koskevista huolenaiheista: sukupuolten muuttuvien roolien pelättiin häivyttävän rajat hyvien ja huonojen naisten välillä, joka puolestaan uhkasi perinteisiä perhearvoja.³¹⁷ Naisten vääränlainen lisääntyvä kiinnostus kodin ulkopuoliseen elämään – johon myös Brummell & C:o. kirjoituksessaan viittaa – oli tästä yksi vaarallinen oire.³¹⁸ Kepeästä sävystä huolimatta Brummell & C:o:n kirjoituksesta onkin luettavissa vaatimus siitä, että naisten tulee myös tulevaisuudessa pysyä selkeästi määritellyillä ja tunnistettavilla alueilla. Naisten tuli toteuttaa ”luonnollista” olotilaansa – vaimon, äidin tai ikääntyneen naisen hahmoa – siten, että se sopi yhteiskunnan luonnollisina pitämiin elämänvaiheisiin. Toivotun tunnistettavuuden aikaansaamiseksi naisiin vedotaan suostuttelulla. Sukupuoliperformatiivien muuttaminen toisin toistamalla esitetään haittana naiselle itselleen: vanha nainen saa koristautumisella aikaan vain nuorten halveksunnan, ”ennenaikaisesti” vanhentunutta nuorta naista puolestaan säälitään ja paheksutaan.

Butlerin mukaan sukupuoli-identiteetit tuotetaan aina historiallisesti muuttuvan käsitettävyyden ehdoilla. Ymmärrettävissä olevat sukupuolet pitävät yhteiskunnassa ja yhteisössä yllä jatkuvuutta biologisen ja sosiaalisen sukupuolen sekä seksuaalisuuden käytäntöjen välillä.³¹⁹ 1920-luvun kuvat ja tekstit – joissa ulkoiselta olemukseltaan uusi nainen nähtiin tuomittavana ilmestyksenä – ovat tulkittavissa peloksi muuttuneiden sukupuoliesitysten mahdollisesti aiheuttamasta katkoksesta tunnistettavien sukupuolien ja niistä seuraavien seksuaalisten käytäntöjen jatkuvuudessa. Häilyvien rajojen aiheuttamaan epävarmuuteen reagoitiin muun muassa huumorilla, kuten *Aitan* ”Vanhentumisen taito” -jutussa, jossa näkyy myös pelko ei-toivotun muutoksen seurauksista. Toisaalta myös vaatimukset modernin naisen elämäntyylin toteuttamiselle kovenivat: onnistuneeseen performatiiviin ei enää riittänytkään luonnollinen kauneus, vaan kaunistautumisesta tehtiin aktiivinen toiminta, jopa velvollisuus.

Moderni nainen oli poissa paikaltaan myös käytöksensä osalta. Ulkoisen olemuksen lisäksi modernin naisen elämäntyyliä määriteltiin myös käytösnormeja vastaan. *Aitassa* käsiteltiin niin naisten käytöstapoja, työtä, seurustelusuhteita kuin tulevaisuuden haaveitakin. Toimimalla uuden elämäntyylin esittelijöinä *Aitan*

³¹⁶ Vehkalahti 2000, 144–149.

³¹⁷ Hapuli 1992, 113.

³¹⁸ Hapuli et al. 1992, 102–103.

³¹⁹ Butler (1990) 2008, 69–70.

kirjoittajat ja kuvittajat myös käyttivät määrittelyvaltaa laatiessaan reunaehdoja hyväksyttävälle uuden naisen esitykselle: miten naisen sopi toimia ja käyttäytyä, mitä hänen sopi elämältä toivoa. Keskustelut uusista käyttäytymismalleista liittyvät laajemmin osaksi 1920-luvulla murroksessa ollutta ymmärrystä sukupuolten tehtävistä tai paikoista yhteiskunnassa. Ymmärryksellä vain toiselle sukupuolelle soveltuvista tai hyväksyttävistä toimista on siten suora yhteys yhteiskunnalliseen vallankäyttöön.³²⁰

Michel Foucault'n mukaan kaikki tiedon luoma järjestys on kulttuurisidonnaista – tiedon luokittelevat strategiat toistavat yhteisön niille asettamia tehtäviä ja muuttuvat siten osaksi ymmärrettävissä olevaa tiedon kenttää.³²¹ Esimerkiksi juridiset valtajärjestelmät tuottavat samat subjektit, joita ne myöhemmin edustavat ja säätelevät kielloilla, rajoituksilla tai suojeluun vedoten. Butler on jatkanut Foucault'n ajatusta liittäen sen koskemaan sukupuolien tuottamista: naisen kategoriala rajoittavat ja tuottavat samat vallan rakenteet, jotka saavat sen näyttämään itsestään selvästi olemassa olevalta. Rakenteet ovat paradoksaalisesti niitä samoja, joiden välityksellä vapautusta haetaan, vaikka rakenteiden olemassaolo sinänsä jo estää tasa-arvoisen ajattelun ja aidon muutoksen mahdollisuuden.³²²

Muutoksen mahdollistamiseksi on ensin tehtävä näkyväksi usein historiattomiksi oletettujen kategorioiden – kuten mies ja nainen – kulttuurinen ja ajallinen muuttuvuus, joka paljastuu tarkastelemalla kuvien ja kirjoitetun tekstin muutosta. Sanojen käyttö on aina luokittelevaa ja rajaavaa vallankäyttöä. Kuvilla voidaan kuitenkin purkaa kielen kaikenkattavuuden virheelliselle oletukselle perustuvia käsityksiä, ja yhdessä toimiessaan kuva ja sana voivat tarkentaa toistensa merkityksiä.³²³ Kuvia tarkastelemalla on mahdollisuus tavoittaa sellaisia kulttuurisia valtarakenteita, joita ei niiden itsestänselvyyden vuoksi kirjoiteta tekstiin näkyviin.³²⁴ Riippumatta piirtäjän tai kuvittajan aikomuksista kuvat kertovat aina siitä yhteiskunnasta, missä ne ovat syntyneet. Martta Wendelinin kuvia tutkineen taidehistorioitsija Tuula Karjalaisen mukaan naisen kuvaaminen taiteessa paljastaakin syviä yhteiskunnassa naisiin kohdistuvia asenteita.³²⁵ *Aitassa* kuvituksena käytetyt piirrookset ja valokuvat paljastavat tekstiin palautumattomia merkityksiä, joita voi tarkastella osana modernin naisen elämäntapojen määrittelyprosessia – keskustelussa olivat muun muassa uudet, jollain

³²⁰ Vallankäytöstä ks. myös Hapuli et al. 1992, 98–112 ja Immonen et al. 2000, 7–14.

³²¹ Foucault 1966, 7–16 ja passim. Ks myös Mikkonen 2005, 140–142.

³²² Butler (1990) 2008, 48–49.

³²³ Mikkonen 2005, 56 ja 173.

³²⁴ Bradley 2009.

³²⁵ Karjalainen 1993, 71–72.

tavalla väärässä roolissa olevat naistyyppit.

Kuten aikaisemmin on tullut esille, yksi 1920-luvulle ongelmallinen modernin naisen ruumiillistuma oli niin kutsuttu jazz-tyttö, *la garçonne* tai flapper. Jazz-tyttö nähtiin sekä kiehtovana että uhkaavana modernin naisen representaationa. Vaikka jazz mielikuvien tasolla yleisesti yhdistettiin modernin naisen tunnusmerkiksi, ei kuitenkaan ollut selvää että yksilötasolla jazzin sävyttämä elämäntyyli olisi ollut toivottava tai edes hyväksyttävä.³²⁶ Erityisen vaarallista oli, mikäli jazztyttöys jatkui eikä ollut vain ohimenevä kokeilukausi nuoren naisen matkalla Oikeaan Naiseuteen: vaimoksi ja äidiksi.³²⁷ Uuden ja vanhan elämäntyylin suhdetta käsiteltiin jazz-tytön kautta *Aitan* helmikuun numerossa vuonna 1927. Tyyne Jensenin kirjoittama ja Martta Wendelinin kuvittama novelli ”Nykypäivän tyttö”³²⁸ esitellään toimituksen puolesta lyhyellä johdannolla, jossa todetaan, että vaikka kirjoittaja on ”vasta-alkaja julkisen sanan kirjoittamisen alalla”, on teksti mielenkiintoinen ”oireellisuutensa” vuoksi: käsitellessään jazzin elämänhuumaan jo kyllästynyttä nuorisoa.³²⁹

Novellissa käsitellään vuoropuhelun muodossa tädin huolta enteellisesti nimetyn nuoren Eevan siveettömästä jazztyttöelämästä. Tekstissä Eevaan liitetään kaikki jazz-tytön elämäntapaan kuuluvat stereotyyppiset piirteet: hän on lyhyttukkainen, muodin perässä juokseva, savuketta polttava, charlestonia tanssiva ja tädin sanojen mukaan ”viatonta” keimailua harrastava rauhaton olento. Keskeisenä huolena näyttäytyy ylevän tosinaisellisuuden ja viattomuuden hylkääminen, jonka moderni elämä naisille aiheuttaa. Novellin lopussa koittaa tädin onneksi pelastus: Eeva ilmoittaa kyynelsilmin kaipaavansa jotain ”parempaa ja korkeampaa”. Lukijalle myös selviää, että kyseinen parannus voi ilmetä ainoastaan sellaisen miehen hahmossa, joka saattaa takaisin Eevan ”todellisen naiseuden”, paluun vaimon ja äidin rooliin.³³⁰

Kuvitus luo novelliin oma kerroksensa, joka yhtäältä toistaa ja vahvistaa, toisaalta tuo tekstiin myös uusia mielikuvia. Martta Wendelinin piirtämää kuvitusta hallitsevat tekstissä esiintyvät henkilöt, Eeva ja täti (kuvat 26 ja 27 liitteessä).³³¹ Piirroksissa Eevan ja tädin kuvaus noudattelee novellin heihin liittämiä attribuutteja, mutta tuo lukijalle/katsojalle tietäväksi myös uusia ulottuvuuksia. Eevan ”ilmiselvien”

³²⁶ Jazzista osana modernin naisen tapakulttuuria ks. luku 2.3.

³²⁷ Hapuli et al. 1992, 108–109.

³²⁸ ”Nykypäivän tyttö”, *Aitta* Helmikuu/1927, 64–68. Martta Wendelinin piirroksiset sivuilla 64–65.

³²⁹ ”Nykypäivän tyttö”, *Aitta* Helmikuu/1927, 64. Nuorten mieskirjoittajien tekstien yhteydessä ei esiinny tämänkaltaisia toimituksen kommentteja. *Aitta* 1927.

³³⁰ ”Nykypäivän tyttö”, *Aitta* Helmikuu/1927, 68. Jazz-tytön tunnusmerkeistä ks. Vehkalahti 2000, 132–137.

³³¹ ”Nykypäivän tyttö”, *Aitta* Helmikuu/1927, 64–65.

lyhyen tukan ja helman lisäksi kuvaan on saatu mukaan muitakin aikalaiskeskusteluissa läsnä olleita uuden naisen tunnusmerkkejä, kuten naisilla rumana pidetty tupakointi.³³² Kasvoillaan Eevalla on kyllästynyt ja kenties uhkaavaa itsenäisyyttä viestittävä ylimielinen ilme – vieressä lojuvan keskeneräisen kirjan voi lisäksi tulkita tarkoittamaan levottomuutta. Eevan istuma-asento on puolestaan kuin malliesimerkki muun muassa naistenlehtien paheksumasta epäterveellisestä ja rumasta asennosta, joka hävitti ryhdikkyuden, yhden nuoren naisen siveellisyyden tunnusmerkeistä.³³³

Kuvien tasolla kontrasti perinteisiä arvoja edustavaan tätiin on suuri. Täti istuu hyvin kodinomaisessa ympäristössä, jossa toisin kuin Eevan kohdalla ei ole rauhattomuudesta tai liikkeestä viestittäviä kuvaelementtejä. Täti toteuttaa traditionaalista naiskuvaa nojaamalla eteen kuuntelemisen ja huolenpidon merkiksi: tädin osa kuvaa vaatiikin vastapuolen (Eevan kuvan) viereensä tullakseen ymmärrettävästi luetuksi.³³⁴ Eevan kuva sen sijaan ei tädin läsnäoloa vaadi – riippumattomuudella alleviivataan uhkakuvaa perinteisen hoivaavan roolin hylkäävästä naisesta. Toisin kuin tupakkaa polttava ja jalkaa heiluttava Eeva, täti asettuu kuvassa passiiviseen rooliin, jota tukee viimeistä piirtoa myöten siveellinen asu: hameen helma ja hihat ovat täyspitkät, hiukset on kiinnitetty nutturalle. Perinteistä naisen kuvaamisen tapaa noudattaa myös tädin katse, joka suunnattu turvallisesti katsojasta poispäin, ei aktiivisena eikä katsojaan kontaktia hakevana. Uuden ja vanhan naisen elämäntapojen vastakkainasettelu kuvien tasolla onkin hyvin selvää, samoin kuin se, minkälaisia mielikuvia katsojan halutaan hahmoihin yhdistävän.

”Nykypäivän tyttö” -novellissa modernin naisen elämäntyyliä tuotetaan performatiivisesti kuvissa ja tekstissä – henkilöahmoissa toistetaan aikalaiskeskustelujen määritelmiä ja uusinnetaan siten naisen kategoriaa. Huolimatta siitä, että piirroksilla on selvästi pyritty novellin kuvittamiseen, tuovat kuvien ja tekstien eri elementit kokonaisuuteen myös mielenkiintoisia ristiriitoja. Tekstissä moderni nainen on osin omaa syytään, osin olosuhteiden pakosta epäedullisessa asemassa, kenties jopa uhriin rinnastettavissa. Kuvituksen sen sijaan voidaan nähdä liittyvän juuri novellin alkutilanteeseen; piirroksessa Eevaa ei vielä nähdä kyönelehtivässä rakkaudenkaipuussa. Kuvitus ei kommentoi novellin loppua – niinpä kuvan tasolla ”tuomio” tietyn elämäntavan näkyvät tunnusmerkit täyttävälle naiselle on tekstiä armottomampi. ”Nykypäivän tyttö” – kuvan ja otsikon yhdistelmässä – käsitteenä jää

³³² Vehkalahti 2000, 136-137 ja *Aitta* 1927, ks. esim. Helmikuu/1927, 64–65 ja Toukokuu/1927, 57–62.

³³³ Ryhdistä ks. Vehkalahti 2000, 136–137.

³³⁴ ”Nykypäivän tyttö”, *Aitta* Helmikuu/1927, 65.

tarkoittamaan kuvassa näkyvää ei-toivottua, uhkaavaa ja moraalitonta ilmestystä: naista poissa tutulta ja hyväksytyltä paikaltaan.

Vaikeuksista sijoittaa modernit naiset sopiviin kategorioihin kirjoitti *Aitassa* myös Raoul af Hällström³³⁵. Vuoden 1929 kesäkuun numerossa ilmestyneessä ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö” -kirjoituksessa af Hällström pohtii nykyaikaisia naistyyppejä ja erityisesti uuden *la garçonnen* tai ”poikatyttö” -tyypin syntyä ja kehitystä (kuva 28 liitteessä).³³⁶ Kirjoituksessa näkyy aikalaisten tunnistama sodan jälkeen ilmennyt vaikeus määritellä hyväksyttävä ”naisellinen” käytös.³³⁷ Aikaisempaa näkyvämmät, työtätekevät ja itsenäisemmät naiset haastoivat monilla areenoilla perinteisen naisellisen käytöksen konventiot. Nämä naiset tavoittelivat edeltäjiään itsenäisempää elämää, ja vaativat käytöksensä pitämistä kunniallisena.³³⁸

Af Hällström aloitti viittaamalla perinteiseen naistyyppiin, ”uskolliseen nymfiin”, joka ihaili ja palvoi miestänsä, ja lopulta tämän rakkauden voitettuaan kuoli onnesta pakahtuneena.³³⁹ Af Hällströmin mukaan kuitenkin:

Ei kukaan ollut tullut ajatelleeksikaan, että tällaisia uskollisia nymfejä ollenkaan voisi elää nykyaikaisessa ympäristössä. --- naistyyppin esikuvana on ’la garçonne’, poikatyttö – lyhyttukkainen, smoking-pukuinen, savuketta polttava ja itsensä elättävä nainen, joka varmana ohjaa autoaan keskellä suurkaupungin vilinää ja rakastaa ketä haluaa.³⁴⁰

Suurimmaksi syyksi uuden naistyyppin ilmestymiselle af Hällström nimeää sodan, joka opetti miehet arvostamaan toveruutta siinä määrin, että:

Uskollinen nymfi, tämä viehättävä ja tyhmä tyttölapsi ei enää kelvannut miehille – siksi naiset leikkasivat tukkansa ja lyhensivät hameensa, laihduttivat itseään ja rupesivat urheilemaan.³⁴¹

Uuden naisen synnyllä näyttääkin af Hällströmin tekstissä olevan varsin vähän tekemistä naisten itsensä toiminnan, toiveiden tai halujen kanssa, sillä muutos on saanut

³³⁵ Raoul af Hällström oli useisiin lehtiin kirjoittanut teatteri- ja tanssikriitikko.

³³⁶ ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, *Aitta* Kesäkuu/1929, 33–38.

³³⁷ Murphy 1996, 51–52.

³³⁸ Murphy 1996, 53–55.

³³⁹ Af Hällström viittaa tekstissään vuonna 1926 Margaret Kennedyn kirjoittaman ja Aili Salomaan suomentaman kirjan *Uskollinen nymfi* juonenkulkuun. ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, *Aitta* Kesäkuu/1929, 33–34.

³⁴⁰ ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, *Aitta* Kesäkuu/1929, 34.

³⁴¹ ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, *Aitta* Kesäkuu/1929, 34.

alkunsa halusta miellyttää miehiä. Af Hällström jatkaa: ”Nainen on Eevan ajoista asti aina vaistomaisesti käyttäytynyt ja pukeutunut niin kuin miehet ovat halunneet.”³⁴²

Moderni nainen muodosti af Hällströmin logiikkaa seuraten varsin visaisen ongelman: toisaalta miehet itse olivat vastuussa uuden naistyypin synnystä, toisaalta oli vaarana, että uusi naiseus kääntyisi miehiä itseään vastaan ja uhkasi yhteiskunnan miehisiä valtarakenteita. Af Hällström kirjoittaa, kuinka *la garçonne* ”anasti herrojen puvun mukana kaikki herrojen oikeudet ja vapaudet, mutta antoi palttua heidän velvollisuuksilleen.”³⁴³ Tämä puolestaan oli vakava uhka miehille käyttäytymiselle.

Merkittävää on, että näiden voimakkaiden naisten kavaljeerit kaikki järjestään ovat sangen passiivisia ja heikkoja herroja. Heidän naisensa toimivat, heidän naisensa matkustavat maailmalle seikkailuihin ---. Herrat istuvat kotona ja odottavat. Haaveksivat ja unelmoivat. Heillä tuskin on muuta virkaa kuin rakastaa naistansa sitten kun tämä tulee kotiin.³⁴⁴

Uusi nainen uhkasi vakavasti sukupuolirooleja. Muuttamalla ”naisellisen” käytöksen performatiivisia – af Hällströmin mukaan lähes kääntämällä sen pääläelleen – naiset aiheuttivat yhteiskunnassa epävakautta ja kulttuurin rappeutumista. Modernin naisen voisikin kuvitella aiheuttaneen kirjoittajalle lähes epätoivon tunteita, niin vahvana poikatyttö voittokulku kuvataan. Toisaalta af Hällström näki tulevaisuuden naistyypissä myös myönteisiä piirteitä, hän oli muun muassa hyväsydäminen, älykäs, reipas ja iloinen – kirjoittajan mukaan kaikki sellaisia piirteitä, jotka miehet kumppanilleen sallivat. Itsenäisen naisen uhka ei kuitenkaan miesten näkökulmasta ollut välttämättä kovin lopullinen, sillä, af Hällström lopettaa: ”jos mies on tällaisen naisen rakkauden arvoinen, niin voi itsenäisimmästä poikatyöstä yhdessä silmänräpäyksessä tulla – uskollinen nymfi.”³⁴⁵

Poikatyttö koki af Hällströmin kirjoituksessa saman kohtalon kuin Nykypäivän tyttö Tyyne Jensenin novellissa. Jos mikään muu ei enää auttanut, viimeistään rakastuminen pakotti modernin naisen takaisin ruotuun: vaimon ja äidin rooliin. Samaa viestiä välittivät niin *Aitassa* julkaistut kirjoitukset kuin ajan elokuvatkin. Lyhyen itsenäisyyden jakson jälkeen oli selvää, että avioituminen oli naiseuden lopullinen

³⁴² ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, *Aitta* Kesäkuu/1929, 35.

³⁴³ ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, *Aitta* Kesäkuu/1929, 36.

³⁴⁴ ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, *Aitta* Kesäkuu/1929, 37.

³⁴⁵ ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, *Aitta* Kesäkuu/1929, 38.

päämäärä: selkeyttävä hetki, jossa nainen pääsisi viimein yli nuoruuden vallattomasta flirttailusta ja saavuttaisi todellisen onnen.³⁴⁶ ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, sekä ”Nykypäivän tyttö” -kirjoitusten loppuratkaisuista välittyvän oikealle paikalleen palaamisen tunnun voi huomata myös siitä, että kirjoittajilla ei ole tarvetta kuvailla lukijoille tarinan jatkoa, vaan pelkät viittaukset riittävät: kaikki tietävät mitä rakastumisen jälkeen seuraa. Oireellisena voidaan pitää myös kirjoitusten jatkuvaa puhetta ”tytöistä”, joka antaa lukijan ymmärtää, että näiden naisten osalta kyseessä on vielä keskeneräinen prosessi, että aikuistumisen myötä tytöstä on vielä mahdollista tulla ”nainen” hyväksyttävässä yhteiskunnallisessa mielessä.

Paikaltaan poikenneiden tai väärään rooliin harhautuneiden modernien naisten kohtalona näyttää *Aitan* sivuilla pääosin olleen paikoilleen palaaminen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että nykyaikaisen naisen performatiivi olisi jollain tavalla tehty tyhjäksi. *Aitassa* tähän performatiiviin ilmiselvästi kuuluivat naisen elämän molemmat vaiheet: ensin elämä huolettomana jazztyttönä, jonka jälkeen vastuun kantaminen äitinä ja vaimona. Se, että jälkimmäistä pidettiin toivottavana ja todennäköisenä lopputuloksena, ei suoranaisesti vähennä jälkimmäisen vaikutusvaltaa puhuttaessa ihmisten mielikuvista. Amerikkalaisia 1920-luvun jazztyttöjä tutkineen historioitsija Mary Murphyn mukaan todellinen huoli ja suuttumus nuorten naisten uutta ulkomuotoa ja muuttuneita tapoja kohtaan oli lähes aina liioiteltua ja perustui enemmän populaarikulttuurin ja lehdistön välittämiin stereotyyppisiin uhkakuviin.³⁴⁷ Lähes kaikki naiset osallistuivat jollain tasolla tapakulttuurin muutokseen, mutta vain hyvin harvat lopulta valitsivat elämän muussa kuin äidin ja vaimon roolissa.³⁴⁸ Monessa mielessä vastahyökkäys naisten palauttamiseksi totutuille paikoille tapahtui ennen kuin naiset varsinaisesti todellisuudessa olivat ehtineet paikaltaan lähteä. Erityisesti *Aitan* ja yleisemmin suomalaisen 1920-luvun kohdalla mielikuvien tasolla käydyn kamppailun voi katsoa olleen huomattavasti ”todellista” tilannetta vakavampaa ja laajemmassa mittakaavassa tapahtuvaa.

Aitassa kamppailu modernin naisen performatiivista tuleekin erityisen selväksi juuri ”Nykypäivän tyttö” tai ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö” kaltaisten kirjoitusten kohdalla. Nykyaikaisen naisen elämäntyylin kartoittaminen, rajaaminen ja toivottavien sekä ei-toivottujen piirteiden määrittäminen oli kirjoittajille tapa osallistua performatiivin muokkaamiseen. Huumorilla, kepeillä kolumneilla, novelleilla ja

³⁴⁶ Murphy 1996, 62–63.

³⁴⁷ Murphy 1996, 55–56.

³⁴⁸ Murphy 1996, 62–63.

analyyseillä sekä tuotettiin kuvaa modernista naisesta, että ohjattiin kehitystä tiettyyn suuntaan – oli tekijä itse tästä prosessista tietoinen tai ei. Vaikka moderni nainen usein näyttikin häviävän mielikuvien kamppailun ihanteellista vaimo- ja äitiainesta edustavan siskonsa hyväksi, sai ”nykypäivän tyttö” silti *Aitassa* enemmän ”palstatilaa” osakseen, ja tuli siten hyvin näkyväksi ja vaikutusvaltaiseksi modernin naisen performatiiviksi.

4. Uudet mahdollisuudet: toisin toistamisen rajat

4.1 Kyseenalaista opiskelua, toiveiden työtä ja tekniikan mallinukkeja

Modernisaation myötä naisille avautui useita uusia mahdollisuuksia elämän eri alueilla. Joillekin etenemismahdollisuudet paranivat – opiskelua tai itsenäistä työntekoa ei pidetty enää niin erikoisena valintana – useille uudet harrastukset toivat uudenlaista sisältöä ylä- ja keskiluokkaan kuuluvan naisen elämään. *Aitan* sivuilla tämä muutos näkyi naisten koulutusta ja työntekoa käsittelevien juttujen lisäksi muun muassa kertomuksista uusista, matkailun tai kaupungissa asumisen avulla saavutetuista ympäristöistä. Naisen roolin muutoksen myötä ei miehenkään performatiivi säilynyt täysin samana, vaan myös miesten ja miehisyyden muutosta povattiin *Aitassa* aika ajoin.

Vaikka modernin naisen elämäntyylille avautui useita uusia mahdollisuuksia, säilyi uuden naisen performatiivissa myös paljon perinteikästä ja tuttua. Nämä ominaisuudet eivät kuitenkaan tarkoittaneet automaattisesti ei-toivottua tai taantuvaa kehitystä, vaan modernia elämäntyyliä muokattiin useissa tapauksissa synteessä vanhan ja uuden rajalla, pyrkimyksenä omaksua kummankin parhaat puolet. *Aitassa* näkyvällä mielikuvatasolla tämä tarkoitti varmasti eri asiaa kuin 1920-luvulla eläneiden naisten arjessa. Kuitenkin jo uusia mahdollisuuksia käsittelevien juttujen ilmestymistä *Aittaan* voi pitää merkinä muutoksen mahdollisuudesta ja uusien elämäntyylikäsitteiden olemassaolosta sekä juurtumisesta osaksi aikalaisten käsityksiä modernista.

Kaksikymmenluvun Suomessa tyttöjen ja naisten perustason koulutus oli yleisesti hyväksytty ja kannustettu asia.³⁴⁹ Vasta siirryttäessä lukioon ja siitä korkeammille koulutusasteille naisten kykeneväisyys edistyneisiin opintoihin kyseenalaistettiin, ja muun muassa rohkaisussa yliopisto-opintoihin etenemiseen vaikutti 1920-luvulla sukupuoli huomattavasti enemmän kuin sosiaalinen asema. Tytöt, joilla oli mahdollisuus lukiotason opintoihin pitivät ylioppilastutkintoa jo sinänsä tavoitteena, kun taas pojille siirtymä akateemiseen maailmaan kirjoitusten jälkeen oli luonnollista.³⁵⁰

Aitassa koulutuskysymystä tarkasteltiin sukupuolinäkökulmasta varsin

³⁴⁹ Tyttöjen koulutuksesta 1920-luvulla ks. Kaarinen 1995.

³⁵⁰ Kaarinen 1995, 218–220.

vähäisessä määrin.³⁵¹ Aikalaiskeskusteluissa esiintyneet väitteet, joiden mukaan naisten mukanaolo yliopistoissa laski tieteen tasoa naisopiskelijoiden häiritessä lörpöttelyllään ja flirtillään miespuolisia opiskelutovereitaan, eivät kuitenkaan todennäköisesti olleet lehden toimitukselle tuntemattomia.³⁵² *Aitassa* vuoden 1929 tammikuun numerossa ilmestyneen ”Amerikkalaisena College-tyttönä”³⁵³ -jutun voikin nähdä sopivana kompromissina ja mielenkiintoisena puheenvuorona naisten ylempää koulutusta käsittelevään keskusteluun. Margit Borgin³⁵⁴ kirjoittamassa jutussa Borg kuvasi suomalaisen Marketan³⁵⁵ kahta opiskeluvuotta amerikkalaisessa Vassar Collegessa. Vassar, joka kuuluu yhdysvaltalaisten naisille suunnattujen eliittiyliopistojen joukkoon, tarjosi Borgin mukaan lähes ihanteellisen kouluttautumismuodon naisille.³⁵⁶ Borg ei suoraan ottanut kantaa siihen, onko collegen rajaaminen vain naisille hyvä vai huono asia, mutta kirjoituksesta käy selvästi ilmi hyväksyntä naisten keskinäisille harrastuksille, akateemiselle sisaruudelle ja vain naisista koostuvan opiskelijayhteisön tehokkaalle toiminnalle.

Borgin mukaan naisista koostuva opiskelijayhteisö sai paljon aikaan yhdessä. Koska ”kaikki Vassar-tytöthän eivät sentään olleet dollariprinsessoja”³⁵⁷ tuli opiskeluiden ohella ruumiillinenkin työ tutuksi. Kun rahat loppuivat kesken Vassar-tyttöjen rakennuttamalta ”settelemiltä” [sic.], ”pukeutuivat [sosiaalisen työn] kerhon tytöt ’overalliin’ ja heiluivat katonrajassa maalisuti kädessä.”³⁵⁸ Toisaalta Borg hieman kummasteli (naisille suunnatun) collegen koulumaisuutta, joka Euroopan (miehille suunnatusta) järjestelmästä tulevalle näyttäytyi alkuun jopa lapsellisena.³⁵⁹ Amerikkalaisen naiscollegen koulutusjärjestelmän logiikka kuitenkin tuli pian hyväksytyksi, sillä ”Vassar College --- tahtoo antaa vain perinpohjaisen yleisen kulttuuritaustan intelligenttejä, kykeneviä naisia ja *kansalaisia* kasvattaakseen.”³⁶⁰

Lainauksessa tiivistyy hyvin modernin naisen koulutustavoitteiden ristiriitaisuus. Yhtäältä osaava kansalaisuus oli jokseenkin tasa-arvoinen ihanne, jota kohti koulutetut

³⁵¹ Yksi harvoista esimerkeistä löytyy vuoden 1927 Tammikuun numerosta, jossa maisteri Lauri Hendell sivusi kirjoituksessaan ”Vanha ja nuori polvi” myös yliopistojen ”siivetaarten” eli naisten roolia, mutta vältti ottamasta koulutettujen naisten asemaan suoraa kantaa. *Aitta* Tammikuu/1927, 10-13.

³⁵² Väitteistä ks. Kaarninen 1995, 231–235.

³⁵³ ”Amerikkalaisena College-tyttönä”, *Aitta* Tammikuu/1929, 14–21; 88.

³⁵⁴ Margit Borg (vuodesta 1945 Borg-Sundman) oli filosofian maisteri, kirjailija, kansakoulunopettaja ja Kansallisen Kokoomuksen kansanedustaja, joka opiskeli ylioppilaaksi päästyään Yhdysvalloissa Vassar Collegessa B.A. (Bachelor of Arts) tutkinnon.

³⁵⁵ Borgista matkakirjailijana ja nimimerkki Marketan käytöstä ks. Hapuli 2003, erit. 128–133.

³⁵⁶ ”Amerikkalaisena College-tyttönä”, *Aitta* Tammikuu/1929, 14–21; 88.

³⁵⁷ ”Amerikkalaisena College-tyttönä”, *Aitta* Tammikuu/1929, 18.

³⁵⁸ ”Amerikkalaisena College-tyttönä”, *Aitta* Tammikuu/1929, 18.

³⁵⁹ ”Amerikkalaisena College-tyttönä”, *Aitta* Tammikuu/1929, 20.

³⁶⁰ ”Amerikkalaisena College-tyttönä”, *Aitta* Tammikuu/1929, 21, kursivointi alkuperäinen.

naiset pyrkivät, toisaalta kyse oli koulutuksen sovittamisesta ”naisellisiin tarpeisiin”, jotka näkökulmaa vaihtamalla näyttäytyvät varmisteluna, jossa koulutettujen naisten kilpailu miesten kanssa samoilla työmarkkinoilla estetään. Vassar Collegen tapauksessa ”yleisen kulttuuritaustan” tietämys ei vielä valmistanut ammattiin vaan kykenevään naiseuteen, sivistyneeksi vaimoksi ja äidiksi. Borgin kuvaama koulutus noudattelee hyvin Männistön havaintoja siitä, kuinka ihanteellinen tyttö/nainen ei saanut olla liian viisas. Koska naisen ruumis ja kaikki toiminnot nähtiin sukupuolitettuina, ymmärrettiin kiinteästi ruumiillisuuteen sidotulla naisella aivojen käyttäminen yhä jossain määrin luonnottomana toimintana.³⁶¹

Suomessa 1930-luvun alkuun ajoittuvan ”ylioppilastulvan” nähtiin aiheutuvan naisopiskelijoiden voimakkaasti kasvaneesta määrästä, joka puolestaan johti epäluuloon, jossa naisten pelättiin vievän miehiltä virat.³⁶² Uhkaa kilpailusta työmarkkinoilla ei kuitenkaan myönnetty naisten korkeakoulutusta vastaan suunnattujen hyökkäysten syyksi, vaan kielteisiä ja ylempään koulutukseen sopimattomia piirteitä etsittiin naisista itsestään.³⁶³ Vassar Collegen tapainen koulutus, joka enemmän jatkoi lukion linjoilla yleissivistävyyden suhteen, onkin helposti voitu nähdä naisille suositeltavana korkeakoulutuksen muotona, sillä ilman selkeää ammattiosaamista myös monet Vassarin kasvatit saattoivat pitkälle 1950-luvulle valita kotiäidin ja perheenemännän ”uran”, ja pysyä siten poissa työmarkkinakilpailusta.

Mielikuvaan modernia elämäntyyliä noudattavasta naisesta kuului lähes aina työnteko ja itsen elättäminen omalla palkalla. Opiskeluiden jälkeen siirtymä ammattiin oli kuitenkin todellisuudessa hyvin toisenlainen kuin mielikuvissa ja haaveissa nähty, konttorissa töitä tekevä kaupunkilaistyttö. Esimerkiksi vahvasti työväestön kansoittamalla Tampereella 92% 15–19 vuotiaista tytöistä oli kodin ulkopuolisessa ansiotyössä, heistä 84% kutomo- tai vaateollisuudessa.³⁶⁴ Silti erityisesti konttoristin työ oli ammatti, joka liitettiin modernin naisen elämäntyyliin sopivaksi. *Aitan* materiaaleissa ”sopivan” ammatin omaavia nykyaikaisia naisia esiintyi ajoittain – tehtaan tyttöjä ei hienostolehden sivuilla nähty.³⁶⁵ Työ konttorissa merkitsikin työläisperheen tytölle selkeää sosiaalista nousua. Aluksi kuitenkin konttoristitkin olivat lähtöisin ylemmistä luokista, ja toimistossa työskentelyä pidettiin itsenäiselle naiselle

³⁶¹ Männistö 2003, 160–161.

³⁶² Kaarina 1995, 221–223.

³⁶³ Kaarina 1995, 231–235.

³⁶⁴ Kaarina 1995, 140–144.

³⁶⁵ *Aitta* 1927–1930. Ks. esim. ”Uusi pikakirjoittajatar”, *Aitta* Helmikuu/1930, 56–64.

sopivana ammattina.³⁶⁶

Aitan vuoden 1930 helmikuun numerossa ilmestyneen ”Uusi pikakirjoittajatar”³⁶⁷ -novellin kuvituksessa nähtiin ideaali itsenäinen moderni nainen työssään konttorissa (kuva 29 liitteessä). Kirsti Porraksen³⁶⁸ novelliin kuvituksen laatinut Eeli Jaatinen kuului *Aitan* toimituksen luottohenkilöihin, ja osasi useasti taitavasti visualisoida ajankohtaisia aiheita.³⁶⁹ ”Uuden pikakirjoittajattaren” lähes aukeaman kokoisessa avauskuvassa nähdään pöytien takana kirjoituskoneiden tai tilikirjojen ääressä istuvia naisia, joita kohti kävelee kuva-alan halkaisevaa mattoa pitkin työyhteisön uusin tulokas.³⁷⁰ Uusi pikakirjoittajatar on kuvattu hoikkana pitkänä hahmona, joka kävelee korkokengillä kirjoituslehtiötä kädessään pitäen. Vaalea tukka ja hymyilevät tummasävyiset huulet kohtaavat kateellisten työtovereiden tiukat tai välinpitämättömät ilmeet. Muissa novellin kuvissa pikakirjoittajatar nähdään kumartuneena johtajan puoleen sanelua tarkastettaessa ja poimimassa pudonnutta paperia johtajan työhuoneen lattialta.³⁷¹

Kuvien aiheet liittyivät novellin tapahtumiin, mutta toimivat samalla myös uudenlaisen, työtätekevän naisen elämäntyylillä esittelevinä kuvittajina. Vaikka naisten työssäkäynti oli juuri *Aitan* ilmestymisen aikaan keskeinen yhteiskunnallinen puheenaihe, ei esimerkiksi valokuvia muissa kuin kodin piiriin liittyvien työtehtävien parissa toimivista naisista juuri lehdessä ilmestynyt. Onkin todennäköistä, että kuvien puuttuminen antaa ainakin osaltaan ymmärtää konttoristin symboloiman itsenäisen työtätekevän naisen elämäntyylin olleen todellisuudessa vielä 1920-luvun loppupuolella suhteellisen harvinainen. Koska mielikuva modernin naisen performatiiviin kuuluvasta työssäkäynnistä kuitenkin oli voimakkaan keskustelun kohteena, oli myös *Aitassa* mielekästä julkaista uutena ilmiönä markkinoitua naisten työntekoa käsitteleviä tekstejä ja kuvituksia.

Todellisten naisten kyseessä ollessa mielikuvaa riippumattomuudesta tai uhkaavasta itsenäisyydestä sen sijaan pyrittiin usein lievittämään. Valtavan suositulla *Nuoren opettajattaren varaventtiili* -kirjallaan julkisuuteen nousutta Hilja Valtosta³⁷²

³⁶⁶ Kaarninen 1995, 201–202.

³⁶⁷ ”Uusi pikakirjoittajatar”, *Aitta* Helmikuu/1930, 56–64.

³⁶⁸ Kirsti Porras kirjoitti *Aitta*an aikaisemmin ”Nykypäivän tyttö” -novellin nimellä Tyyne Jensen. ”Nykypäivän tyttö”, *Aitta* Helmikuu/1927, 64–68.

³⁶⁹ Ks. esim. ”Loppulaukaus”, *Aitta* Joulukuu/1930, 77–84.

³⁷⁰ ”Uusi pikakirjoittajatar”, *Aitta* Helmikuu/1930, 56–57.

³⁷¹ ”Uusi pikakirjoittajatar”, *Aitta* Helmikuu/1930, 58 ja 61.

³⁷² Hilja Valtonen (1897–1988) oli kansakoulunopettaja ja kirjailija, jonka teokset olivat 1920–1930-luvuilla Suomen luetuimpia. Kirjailijauransa alkuvaiheessa Hilja Valtosen ajateltiin olevan tuntemattoman mieskirjailijan salanimi, sillä naisen ei uskottu kykenevän kirjoissa näkyvään

haastattelemaan päässyt Agapetus maalasi perinteisen maalaisidyllikuvan levollista perhe-elämää viettävästä Valtosen pariskunnasta.³⁷³ Naisasiaa kirjoissaan ajanut Valtonen kuvataan Agapetuksen tekstissä huolehtivan maalaisemännän esikuvana, vaikka haastateltava itse sanoikin taloustöiden ja keittiöaskareiden kammottavan häntä.³⁷⁴ Lopulta kiitos Hilja Valtosen menestyksestä annetaan aviomies Kosti Valtoselle, joka oli vienyt Hiljan teoksen kustantajalle ”tunnetuin seurauksin”.

Agapetuksen kuvaama Hilja Valtonen noudattelee kaksikymmenluvulla suosittua ajatusta työstä naisen elämän väliaikaisena toimenä, kodin näyttäytyessä aina lopullisena ja oikeana kutsumuksena.³⁷⁵ Naisen tuli kaikissa tekemisissään ajatella ensin perhettään ja valintojensa vaikutusta perheen hyvinvointiin. Agapetuksen haastattelussa toteutuu lisäksi Männistön naisten ohjeistuksesta tekemä huomio, jossa annetaan ymmärtää, ettei nuoren naisen itse kannata pyrkiä suuriin tekoihin.³⁷⁶ ”Totuus Hilja Valtosesta” -haastattelussa sankarin roolin saakin aviomies, jota tarvitaan ikään kuin kanavoimaan Hiljan luovuus siten, että menestys on taattu. Jo itse haastattelun otsikointi ”Totuus Hilja Valtosesta” yhdessä opettajaopintoja ja maalaiselämään painottavan tekstin kanssa riittää riisumaan epäilyt itsenäistä, kirjojensa naisten kaltaista vapaata elämää viettävästä naiskirjailijasta. Rohkeina pidettyjen kirjojen kirjoittaja palautetaan turvalliselle paikalleen vaimona ja supisuomalaisena maalaisemäntänä, leipää leipomaan ja saunaa lämmittämään – kauas kaupunkilaisnaisen modernin elämäntyylin performatiivista.

Toisinaan *Aitassa* oltiin jopa valmiita neuvomaan uuden elämäntyylin vaatimusten kanssa kamppailevia naisia. ”Mitä te tahdotte tietää?” -nimisellä kysy ja vastaa -palstalla toimitus vastasi muutamaan otteeseen erityisesti naisia koskettaviin kysymyksiin.³⁷⁷ Kun nimimerkki ”Tietoa haluava” tiedusteli, pitääkö 19-vuotiaan tytön kysyä äidiltään lupaa lähteä tanssiaisiin, oli toimituksen linja selvä:

Ei ainoastaan 19-vuotiaan, vaan 99-vuotiaan tytön on kysyttävä lupaa äidiltään tai isältään tai, jollei näitä enää ole olemassa, siltä sukulaiselta, jota hän pitää lähimpänä turvanaan elämän eri vaiheissa. Naimattoman naisen asemaa ja arvoa nimittäin loppujen lopuksi aina vain lisää se, jos hän voi ympäristölleen ja ihailijoilleen osoittaa, ettei hän

hauskuuteen ja taituruuteen.

³⁷³ ”Totuus Hilja Valtosesta” *Aitta* Elokuu/1927, 52–57.

³⁷⁴ ”Totuus Hilja Valtosesta” *Aitta* Elokuu/1927, 52–57, erit. 56–57.

³⁷⁵ Männistö 2003, 129–130.

³⁷⁶ Männistö 2003, 129–130.

³⁷⁷ ”Mitä te tahdotte tietää?” ks. esim. *Aitta* Huhtikuu/1930, 5 ja Toukokuu/1930, 5.

ole maailmassa yksin, vaan että 'hänen takanaan' on perhe tai suku, jolle hänen edesottamuksensa ja kohtalonsa eivät ole yhdentekevät.³⁷⁸

Vastauksen voi katsoa olleen jopa hieman huumorisävytteinen (vaikka varsinaisesta hupipalstasta ei ollutkaan kyse), mutta nuorelta mieheltä tai pojalta vastaavaa tiedustelua ei olisi odotettu. Viesti oli yhtä kaikki hyvin selvä: nainen ei ainakaan toistaiseksi ollut valmis itsenäisyyteen ja yksin kantamaan vastuuta omista teoistaan. Turvaa saattoi onneksi hakea patriarkaalisen maailmankuvan tukipilarista: paterlineaarista perhekäsityksestä. Toisaalla saman vuoden 1930 *Aitassa* esiteltiin ”Naisten kilpailuja” – tarjoilukilpailu, kauneuskilpailu ja tiskauskilpailu – joiden toimitus hyväksyvään sävyyn totesi vuosikymmenen alun irtiottoihin nähden olevan jälleen naisille sopivampaan, naisellisempaan suuntaan kannustavia.³⁷⁹ Kenties aikaisempaa konservatiivisimmissä äänenpainoissa saattoi jo kuulla lähestyvää lama-aikaa ennakoivan paluun perinteisten arvojen ääreen.

Aitan julkaisuaikana ei mainoksissa nähty modernien naisten elämäntyyli vielä kuitenkaan juuri osoittanut hidastumisen merkkejä. Erilaiset kulutuskulttuuriin ja nykyaikaiseen elämäntyyliin liittyvät tuotteet nousivat lehdessä ajoittain hyvin voimakkaan mainostuksen ansiosta selvästi esille. Bellin ja Hollowsin mukaan mainostuksella onkin erityinen ja tärkeä rooli tiettyyn elämäntyyliin liittyvien ideoiden välittämisessä ja kuluttajien kouluttamisessa.³⁸⁰ Kiinteästi ylemmän keskiluokan elämäntyyliin liittyvistä kulutushyödykkeistä erityisesti autot nousevat *Aitan* sivuilta esille.

Leiss, Kline ja Jhally korostavat mainonnan roolia kiinteänä osana modernia kulttuuria. Mainonta muokkaa ja välittää suuren määrän symboleja ja ideoita, ja sen epävirallinen kommunikointivoima kierrättää kulttuurisia malleja ja viittauksia sosiaalisen kanssakäymisen verkkojen läpi. Leiss, Kline ja Jhally kutsuvat tätä ilmiötä nimellä ”discourse through and about objects”, joka sitoo yhteen kuvat, tuotteet ja hyvinvoinnin.³⁸¹ Kun yksilöitä ja ihmisryhmiä ryhdyttiin liittämään yhdessä tuotteiden

³⁷⁸ ”Mitä te tahdotte tietää?” *Aitta* Huhtikuu/1930, 5.

³⁷⁹ ”Naisten kilpailuja” *Aitta* Heinäkuu/1930, 25.

³⁸⁰ Bell & Hollows 2006, 4–5.

³⁸¹ Leiss, Kline & Jhally 1997, 5.

kanssa symbolisiin representaatioihin tavoiteltavasta elämästä, johti kehityskulku persoonallisen tyytyväisyyden etsintään edesauttaen samalla erilaisten elämäntyylien syntyä.³⁸²

Aikalaiskontekstissa autoileva nainen oli jännittävä ja hieman uhkaavakin hahmo. Sotien välisessä Ranskassa mainoksissa, kuvituksissa tai muissa vastaavissa yhteyksissä nainen nähtiin jopa miestä useammin autoilemassa.³⁸³ Autoilu korosti muodikkaisiin, aikaisempaa väljempiin ja vapaampiin vaatteisiin pukeutuneen naisen voimaa ja liikkuvuutta, ja moderni naisellinen sankari esitettiin usein itsenäisesti kiertämässä Ranskaa omalla autollaan.³⁸⁴ Yhdysvaltalaisissa ja brittiläisissä *Vogue*-lehdissä auto esiteltiin 1920-luvun puoliväliin mennessä niin luksusesineenä, taloudenhoidon välttämättömyytenä kuin muotiasusteenakin.³⁸⁵ Vastaavanlaisia juttu- ja mainosmateriaalia on löydettävissä myös *Aitasta*. Aivan yhtä radikaaleihin vapauskuvaelmiin ei *Aitassa* silti ylletty, vaikka muun muassa Raoul af Hällström yhdisti autoilun itsenäisen poikatyttö vastuuta kaihtavaan ja miehekkäitä ominaisuuksia hyväksikäyttävään elämäntyyliin.³⁸⁶

Aitan vuoden 1930 huhtikuun numeron takakannessa ilmestyi yksi Fordin useista automainoksista (kuva 30 liitteessä).³⁸⁷ Mainoksen puolen sivun kokoisessa piirroskuvassa näkyy talvisen omakotitalomaiseman pihaan pysäköity auto, jonka takana seisovat mies ja nainen sitä katselemassa. Nainen on kietoutunut turkkiin ja talvitakkinen mies pitää kättään suojelevasti tämän ympärillä. Ympäristö vaikuttaa olevan omakotitaloalue, ja vaurauden tuntua lisää kuvassa uutuuttaan kiiltävä auto. Kuva vaikuttaa vahvasti amerikkalaiselta tuotannolta – todennäköistä onkin, että alun perin Fordin kotimarkkinoita varten luotuja kuvia on käytetty myös muilla markkina-alueilla. Mainosteksti kiinnittää katsojan huomion otsikolla ”Kaksi tyytyväistä...”, joilla selvästi viitataan autoa ihastelemaan pariskuntaan. Teksti selventää tyytyväisyyden aiheet:

Kun he valitsivat vaunuaan yhdessä, miellytti hänen miehistä nykyaikaista käytännöllisyyden tajuun Ford-vaunun reipas ’menohalu’ ja sen takoteräksen luoma kestävä keveys --- voima ja ripeys, --- nopea kiihtyvyys. --- Ja hänen naisellista

³⁸² Leiss, Kline & Jhally 1997, 13.

³⁸³ Roberts 1993, 673–674.

³⁸⁴ Roberts 1993, 673–674.

³⁸⁵ Tinkler & Warsh 2008, 118.

³⁸⁶ ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”, *Aitta* Kesäkuu/1929, 33–38.

³⁸⁷ Ford *Aitta* Huhtikuu/1930, takakansi.

kauneuden ja kodikkuuden kaipuutaan taasen viehätti sen sisustuksen tyylikäs viihtyvyys
 --- mukavuus --- ehdoton luotettavuuskin.³⁸⁸

Huolimatta 1920-luvulla yhä lisääntyneestä naisten autoilusta markkinoitiin autoja yhä varsin perinteisiin ja sukupuolitettuihin ominaisuuksiin vedoten. Naiset kuitenkin tekivät selvästi tuloaan automarkkinoiden asiakkaiksi, ja myös *Aitassa* julkaistiin niin erityisesti naisille suunnattuja automainoksia kuin erilaisia naisen ja autoilun suhdetta pohtivia kirjoituksia. Vuoden 1930 *Aitan* helmikuun numerossa Ford mainosti tuotteitaan suoraan naisille, otsikoimalla koko sivun mainoksensa ”Nainen ja auto”-aloituksella.³⁸⁹ Tällä kertaa kuvituksena toimi valokuva, jossa maalaismaisemassa kuvatun Fordin ratin takana istuu nainen, samoin takapenkillä kyydissä. Autoilijat ovat selvästi pysähtyneet juttelemaan ystävättärensä kanssa – kenties kuvan oli myös tarkoitus visualisoida tekstin kehotusta kysyä Fordia ajavalta naiselta, miksi hän on valinnut juuri tämän vaunun.³⁹⁰ Tekstissä kuvaillaankin, kuinka autoa ostava nainen kiinnittää huomionsa eri asioihin kuin mies, mutta on silti varsin asiantunteva ostaja: turvallisuus ja mukavuus toistuvat tässäkin mainoksessa naisten arvostamina ominaisuuksina. Lisäksi mukaan tulee myös kuvan kanssa korreloiva stereotyyppinen perinainen turhamaisuus: ”parikin kertaa on hänen päänsä lävitse pujahtanut ajatus: mitähän ystäväni siitä ajattelevat?”³⁹¹

Ford-mainoksen esittämä potentiaalinen ystävien kadehtiva suhtautuminen on mielenkiintoinen esimerkki mainosformaatista, joka käyttää hyväkseen ihmisten taipumusta samaistua haluamaansa sosiaaliseen ryhmään. Käytännössä mainos siis näyttää, miten halutut sosiaaliset ominaisuudet voidaan siirtää tuotteen ominaisuuksiksi.³⁹² Varakkaan nykyaikaisen naisen varustukseen kuuluvan oman auton hankkimista kannustettiin lupaamalla ostajalle enemmän sosiaalista pääomaa. Myös tekstissä esiintyy nimenomaan ”nykyaikainen nainen”, joka ilmeisesti voi ainakin toisinaan tehdä ostopäätöksetkin itsenäisesti: lukijaa kehotetaankin tiedustelemaan juuri naiselta ostopäätöksen syitä.³⁹³

Vaikka mainoksissa modernin naisen elämäntyylisiin auto olisi jo itsestään selvästi kuulunut, antoivat muut *Aitassa* aiheella ”nainen ja auto” julkaistut jutut

³⁸⁸ Ford *Aitta* Huhtikuu/1930, takakansi.

³⁸⁹ Ford *Aitta* Helmikuu/1930, 6.

³⁹⁰ Ford *Aitta* Helmikuu/1930, 6.

³⁹¹ Ford *Aitta* Helmikuu/1930, 6.

³⁹² Leiss, Kline & Jhally 1997, 246–251.

³⁹³ Ford *Aitta* Helmikuu/1930, 6.

ymmärtää arkitodellisuuden olevan jotain toista. Autoileva nainen oli ilmiönä uusi ja monien aikalaisten mielestä varmasti arveluttava yhdistelmä.³⁹⁴ Vuoden 1927 *Aitaa*n otsikolla ”Nainen ja auto”³⁹⁵ kirjoittanut Jeannette näpäyttääkin toimitusta ja sanoo ymmärtävänsä ”että aihe ’Mies ja auto’ olisi täysin kiinnoston”, ja jatkaa

Naisilla, kiitos heidän liikkuvamman älynsä ja vivahdusrikkaamman fantasiansa, on vielä se etuoikeus, että heidän suhtautumistaan elämän eri ilmiöihin eritellään *magazine*’ien palstoilla.³⁹⁶

Kirjoittajan kanta tulee selväksi viimeistään seuraavassa lakonisen kuuloisessa virkkeessä: ”Jollekin tulevalle vuosisadalle jätämme aiheen ’Ihminen ja auto’.”³⁹⁷

Moderni nainen pääsi autoilemaan myös *Aitan* kanteen: vuoden 1927 helmikuun numeron kannessa nähdään Martta Wendelinin piirtämä kuva, jossa nainen ohjaa lumimyräkän keskellä pikapuoliin kinokseen juutuvalta näyttävää autoa (kuva 31 liitteessä).³⁹⁸ Wendelinin tyylille poikkeuksellisessa kuvassa nainen katsoo tiukkailmeisenä eteensä ja hallitsee (ainakin melkein) tilanteen ja ohjaamansa auton.³⁹⁹ Kenties kuvassa moderni nainen nähdäänkin vasta harjoittelemassa nykyaikaisen elämäntyylin vaatimille tavoille, selviytymään itsenäisesti myös vaikeista tilanteista. *Aitassa* autoilun mukanaan tuoman vapaasti liikkuvan nykyaikaisen naisen performatiivi piti sisällään niin kansainvälisten mallien mukaisen riippumattomuuden ajatuksen kuin myös enemmän kotimaan arkitodellisuudessa kiinni olevan, vasta harjoitteluvaiheeseen edenneen autoilevan naisen mielikuvan. Opintojen ja työteon jälkeen itsenäisempään liikkumiseen kykenevän nykyaikaisen naisen olikin mahdollista laajentaa elinpiiriään uusiin ympäristöihin: (suur)kaupungit ja matkailu vasta odottivat haltuun ottamista.

4.2 Mielikuvien urbaani matkalainen

Modernin naisen elämäntyyliä ei voinut toteuttaa missä tahansa. Ympäristöllä, jonne nykyaikaisen kiihkeän elämänmenon kuviteltiin sijoittuvan, oli aikalaisten mielikuvissa

³⁹⁴ Ks. esim. Tinkler & Warsh 2008.

³⁹⁵ ”Nainen ja auto”, *Aitta* Maaliskuu/1927, 79–81.

³⁹⁶ ”Nainen ja auto” *Aitta* Maaliskuu/1927, 79.

³⁹⁷ ”Nainen ja auto” *Aitta* Maaliskuu/1927, 79.

³⁹⁸ *Aitta* Helmikuu/1927, kansi. Kuva 31 liitteessä.

³⁹⁹ Wendelinille tyyppillisistä naiskuvista ks. Karjalainen 1993.

suuri merkitys. *Aitan* nykyaikaiselle naiselle uudet ympäristöt avautuivat myös uusina mahdollisuuksina. Mielikuvien moderni nainen työskenteli ja viihtyi kaupungissa ja vietti vapaa-aikaansa matkustellen muodikkaisiin kohteisiin. Kaupunkilaiset ja matkustelevat naiset näkyivät myös *Aitan* kuvissa ja teksteissä. Yhtäältä naiset näyttävät liikkuvan uusissa ympäristöissä itsenäisesti ja vailla sukupuolensa asettamia rajoitteita – toisaalta kuvista ja teksteistä on havaittavissa myös pelko ja epäluulo naisten laajentunutta elinpiiriä kohtaan.

Taidehistorioitsija Tuula Karjalaisen mukaan naisen kuvaaminen taiteessa paljastaa yhteiskunnan syviä naiseen kohdistuneita asenteita. Näkökulma naisen kuvaamiseen onkin usein ollut miehinen: nainen on kuvattu tyttären, vaimon tai äidin roolien kautta. Naisen yhdistäminen paterlineariseen perhekäsitykseen ja uusintamistehtävään on myös liittynyt naisen kiinteästi osaksi luontoa. Vastakohtat, joissa mies edustaa kehitystä ja kulttuuria ja nainen luontoa ja alkutilaa, ovat kuvakulttuurissa tavallisia.⁴⁰⁰

Kun sukupuolta tarkastellaan performatiivisesti rakentuneena, paljastuu toiston merkitys naisia käsittelevässä kuvakulttuurissa merkittäväksi. Toistamalla fallosentrisen yhteiskunnan traditionaalista kuvaa naisesta asettuvat tietyt piirteet tai toimintatavat naisten ”luonnollisiksi” ominaisuuksiksi. Butleria tulkitsevan Sara Salihin mukaan sukupuoli on kuitenkin enemmän verbi kuin substantiivi. Tätä ”verbiä” – sukupuolen performatiivisia – ei kuitenkaan ole tekemässä vapaa yksilö, vaan lähes päinvastoin: subjekti tehdään (olevaksi) sukupuolella.⁴⁰¹ Ne ominaisuudet, joita kunakin aikana katsotaan ”naisellisiksi” tai naisille kuuluviksi eivät siis ole merkityksettömiä stereotyyppioita, vaan naiseuden tai naisen käsitteen olemassaolon edellyttämää sukupuoliseksi olennoksi tekemistä. 1920-luvulla kuviin hiipivä itsenäisen, kaupungissa asuvan naisen voi nähdä siten edustavan suurempaa murrosta kuin mitä ensinäkemältä ajattelisi. Itsensä elättävä ja yksin kaupunkiympäristössä liikkuva nainen ei ollut luonnonläheinen eikä samalla tavalla kytköksissä patriarkaaliseen perhejärjestelmään. Moderni nainen haki omaa paikkaansa ja myös naiselle haettiin paikkaa: kulttuurista naiseuden koodistoa muokattiin vastaamaan uuden elämäntyylin omaksuneen naisen performatiivisia.

Nuori nainen seisoo yksin keskellä kuvaa. Taustalla näkyy illan valoissa loistava kaupunkimaisema autoineen, kerrostaloineen ja yksinäisine ohikulkijoineen. Martta

⁴⁰⁰ Karjalainen 1993, 71–72.

⁴⁰¹ Salih 2004, 90–91.

Wendelinin laatimassa *Aitan* vuoden 1927 tammikuun numeron kannessa – lehden ensimmäisen varsinaisen numeron kannessa – tiivistyi uudessa ympäristöissä elävän modernin naisen kuva (kuva 32 liitteessä).⁴⁰² Kansikuvasta välittyvästä seesteisestä tunnelmasta huolimatta piirroksen naiseen on latautunut monta päällekkäistä merkityskerrosta. Itsenäinen, yksin kaupungissa liikkuva nainen liittyi kiinteästi 1920-luvun suurkaupungin kuvastoon, jonka vaarallisina pidettyihin puoliin itselleen oikeuksia vaativa nainen rinnastui.⁴⁰³ Moderniuteen viittasivat ympäristön ja yksinäisyyden lisäksi naisen muodikas ulkoasu, varakkuuteen viittaava turkistakki ja hatun alta pilkistävä lyhyt tukka. Wendelinin kuville tyypilliseen tapaan nainen ei oletetusta itsenäisyydestään huolimatta kuitenkaan ota kontaktia katsojaan, vaan on kääntänyt katseensa pois ja sukeutunut kuvatilan sisään – noudatellen siten enemmän vaaratonta, katseen objektiksi miellettyä naiskuvastoa.⁴⁰⁴

Kannessa näkyvä kaupunkilaismaisena edusti jo sinällään modernia ympäristöä – erityisesti sähkövalaistusta pidettiin nykyaikaisen kaupungin tunnusmerkkinä. Kirjoituksia eurooppalaisten suurkaupunkien valomerren vaikuttavuudesta löytyy myös useilta aikalaiskirjoittajilta.⁴⁰⁵ Pimeää karkottava valaistus näkyy myös *Aitan* tammikuun kansikuvassa, jossa hyvä valaistus on ikään kuin edellytys sille, että yksin liikkuva nainen voi suhteellisen turvallisesti kulkea kaupungilla pimeän aikaan. Kansikuvan valaistuksessa on läsnä myös 1920-luvun vilkas keskustelu kaupunkiympäristön edellyttämästä tekniikan kehityksestä ja sen mahdollisuuksista: usein juuri riittävä valaistus yhdistyi puhtaaseen ja moraaliseen kaupunkiin.

Kuvantutkija Kai Mikkosen mukaan kuvallisen esityksen yhteydessä esiintyvä teksti – esimerkiksi taulun nimikyltti – antaa katsojalle eräänlaisen lukuohjeen siitä, kuinka kuvaa on katsottava.⁴⁰⁶ Vaikutelma toimii myös toisinpäin: kuva voi antaa tekstile tulkintaohjeen. Aikakauslehden kannen tapauksessa kuvan voidaan tulkita ohjeistavan lukijaa lehden sisällön suhteen, ikään kuin visualisoivan lehden idean ja lukijaa houkuttavan sisällön. *Aitan* vuoden 1927 tammikuun kansikuva edustaa hyvin lehden aihepiiriä; kaupunkilaista, modernia, kepeää ja muodikasta sisältöä, jota sekä kuvilla että teksteillä tuotettiin koko ajan suhteessa paitsi ajankohtaisiin aiheisiin, myös lehden ymmärrykseen itsestään ja omasta profiilistaan.

⁴⁰² *Aitta* tammikuu/1927, kansi. *Aitta* julkaisi kaksi näytenumeroa vuonna 1926 (lokakuussa ja joulukuussa), mutta varsinainen lehti kuitenkin aloitti ilmestymisensä tammikuusta 1927.

⁴⁰³ Immonen et al. 1992, 14-15.

⁴⁰⁴ Martta Wendelinin kuvitusten piirteistä ks. Karjalainen 1993, erit. 37.

⁴⁰⁵ Ks. esim. Hapuli 1995, 96-146, ja Hapuli 2003, 174-190.

⁴⁰⁶ Mikkonen 2005, 79-80.

Kaksikymmenluvun kokemusta modernista luonnehti julkisuus, kadut, kahvilat ja väkijoukkojen tuntu.⁴⁰⁷ Vaikka moderni on juuri julkisuuden korostamisen vuoksi aikaisemmin mielletty varsin miehiseksi alueeksi, ovat useat tutkijat myöhemmin kartoittaneet naisten kokemusta uusista elinympäristöistä ja toiminnasta julkisissa tiloissa sekä paljastaneet voimakkaan naisellisen modernin kokemuksen olemassaolon.⁴⁰⁸ Kaupunkien työssäkäyvät naiset haastoivat idean heteroseksuaalisesta kodin piiriin rajatusta ideaalista ja toimivat aktiivisesti suhteissaan kodin ulkopuolella.⁴⁰⁹ Toisaalta modernia elämään luonnehtivien ristiriitojen näyttämönä toimi lähes aina uudentyypinen intiimi suhde.⁴¹⁰ Tapahtumapaikaksi sen sijaan valikoitui usein kaupunki, joka jo itsessään kuvasi modernin ihmisen hektistä oloa ja elämää suuren, mekaanisen kaupungin kuvaaman vääjäämättömyyden armoilla.

Kaupungissa asuvien ihmisten kohtaloiden vääjäämättömyyttä kuvasi Antero Kajanto *Aitan* vuoden 1929 lokakuun numerossa ilmestyneessä novellissaan ”Kaupunki”.⁴¹¹ Vahvan fatalistisesti sävyttynyt novelli kertoo vanhojen rakastavaisten sattumalta käyneestä tapaamisesta ja uudelleen löydetystä onnesta – pääosaa kertomuksessa esittää kuitenkin kaupunki ja sen ”kummitusvuoriksi” luonnehditut kerrostalot. ”Kaupungissa” kaupunki näyttäytyy turmeluksen ja paheen pesänä, jossa eläviä ihmisiä ympäröi ”keinotekoinen elämä”.⁴¹² Y. Yrjölän laatimassa kuvituksessa näkyvät niin linjakkaat kerrostalot kuin vauhdikkaissa juhlissa tanssivat nykyaikaiset ihmiset: tanssilattialla on tungosta, orkesteri soittaa taustalla, on ilmapalloja, serpentiiniä ja toisiaan syleileviä lyhyttukkaisia naisia sekä raamikkaita miehiä.⁴¹³ Keinotekoisien elämän hyväksyneiden naisten kuvataan olevan ”silkeissä kuhisevia” ja ”vahvasti puuteroituja” sekä annetaan ymmärtää heidän salaa harjoittavan myös prostituoidun ammattia.⁴¹⁴ Pääpari kuitenkin pelastuu kaupungin paheellisuudelta turvautumalla toisiinsa: turvalliseen ja vakaaseen heteroseksuaaliseen suhteeseen. Heistä kuvataankin tulevan kuin ”viattomia lapsia” jälleen toistensa seurassa.⁴¹⁵

Novellin lähtökohta on kaupunkiympäristön vääjäämätön turmeleva vaikutus – erityisesti uuden elämäntyylin omaksuneiden naisten kuvataan lankeavan urbaanien

⁴⁰⁷ Hapuli et al. 1992, 100–101.

⁴⁰⁸ Tinkler & Warsh 2008, 114 ja Felski 1995. Ks. myös Hapuli et al. 1992.

⁴⁰⁹ Murphy 1996, 51–52.

⁴¹⁰ Felski 1995, 1–3.

⁴¹¹ ”Kaupunki” *Aitta* Lokakuu/1929, 21–26.

⁴¹² ”Kaupunki” *Aitta* Lokakuu/1929, 22.

⁴¹³ ”Kaupunki” *Aitta* Lokakuu/1929, 21 ja 23.

⁴¹⁴ ”Kaupunki” *Aitta* Lokakuu/1929, 22.

⁴¹⁵ ”Kaupunki” *Aitta* Lokakuu/1929, 25.

houkutusten ansaan ja siten tahraavan itsensä. Kuten mainittu, Ollilan mukaan tilanteet, joissa sukupuolikoodeja kyseenalaistetaan ja määritellään uusilla tavoilla, saavat ihmiset havahtumaan ja reagoimaan muuttuneisiin käytäntöihin.⁴¹⁶ 1920-luvulla mielikuvien uuden naisen muuttunut ympäristö ja itsenäisempi elämäntapa aiheutti ”Kaupungin” kaltaisia reaktioita, joissa vieras ja uhkaavaksi koettu suurkaupunki sai lähes demonisia piirteitä, turmellen samalla myös ensimmäistä kertaa vailla suojelua liikkuvat kunnialliset naiset.

Toisaalta kotoista, tuttua suurkaupunkia saatettiin myös ylistää kehityksen ja edistyksen paikkana, kuten vuonna 1930 elokuun *Aitassa* ilmestyneessä ”Elinkeinonharjoittajia ja ilottelijoita Helsingin rannoilla”, jossa Helsinkiä tosiaan nimitetään ”Suomen suurkaupungiksi”.⁴¹⁷ Nimimerkki J. P. R.:n kirjoitus maalailee Helsingistä kuvan vilkkaana ja valoisana suurkaupunkina, jota erilaiset ihmistyytit kansoittavat. Kaupunki toi ihmiset konkreettisesti yhteen ”Hietarannalla on edustajia kaikista ammateista ja jokseenkin kaikista kansankerroksista. Kymmen-parikymmentä vuotta sitten ei ainakaan sellaisen paikan olemassaolosta uskallettu uneksiakaan”⁴¹⁸ ja mahdollisti vapaamman kanssakäymisen – uuden ympäristön kuvataan myös tuoneen naisille lisää vapauksia muun muassa pukeutumisen suhteen, ja jutun valokuvissa näkyy iloista rantakansaa uimapuvuissaan.⁴¹⁹

Rantakohteet olivat suosittuja modernin vapaa-ajan viettopaikkoja, ja myös *Aitan* muotireportteri Jeannette viittasi usein rantalomailun vaatimaan asianmukaiseen varustautumiseen.⁴²⁰ Ylempään keskiluokkaan kuuluvan naisen matkavarustukseen kuuluikin erottamattomasti kamera, jolla tallentaa loman iloiset hetket muille myöhemmin näytettäväksi. *Aitassa* valokuvaamoita ja valokuvaustarvikkeita mainostettiin paljon, ja huomattavan usein kuvaajan paikalta löytyi nainen.⁴²¹ Erityisen usein *Aitassa* ilmestyi Kodakin tuotteiden mainoksia, jonka jo vuonna 1910 syntynsä saanut raitamekkoinen Kodak-tyttö esiintyi usein juuri rantakohteissa.⁴²² Kodak-tytön on sanottu konkretisoivan modernin naiseuden: hän seisoo itsenäisenä, kameralla aseistettuna ja hallitsee usein näkökulmaa kuvaamalla tapahtumia muita ylemmältä

⁴¹⁶ Ollila 2007, 64–65.

⁴¹⁷ ”Elinkeinonharjoittajia ja ilottelijoita Helsingin rannoilla” *Aitta* Elokuu/1930, 22–27.

⁴¹⁸ ”Elinkeinonharjoittajia ja ilottelijoita Helsingin rannoilla” *Aitta* Elokuu/1930, 26.

⁴¹⁹ ”Elinkeinonharjoittajia ja ilottelijoita Helsingin rannoilla” *Aitta* Elokuu/1930, 26–27.

⁴²⁰ Ks. esim. ”Rivieran matkan lähestyessä”, *Aitta* Helmikuu/1927, 73–78 tai ”Pääsiäisviikko Biarritzissa”, *Aitta* Kesäkuu/1928, 63–73. Ks. myös luku 2.2.

⁴²¹ Ks. esim. Kodak *Aitta* Toukokuu/1927, 6 ja Heinäkuu/1927, 5, sekä ”Suomen valokuvaajain Oy” *Aitta* Lokakuu/1927, 1.

⁴²² Kodak-tytön synnystä ks. Taylor 1994, erit. 29–30.

tasolta. Kodak-tytön hallinta oli jopa niin varmaa, että Kodakin mainoksissa harvoin tunnustettiin miesten edes käyttävän kameraa.⁴²³

Vuoden 1927 heinäkuun *Aitassa* ilmestyneessä mainoksessa P. J. Bögelundin Valokuvatarpeisto mainosti Kodakin standardikuvalla ja houkutteli lukijoita ”Lomanne alkaa, KODAK mukaan” -huudahduksella (kuva 33 liitteessä).⁴²⁴ Mainoksessa raitamekkoinen ja lyhyttukkainen Kodak-tyttö seisoo rannalla. Taustalla siintää meri, tyttö on kohottanut kameran päänsä päälle ja vaikuttaa kutsuvan muita lomailijoita ihastelemaan kanssaan maisemaa.⁴²⁵ Kodak-mainoksia tutkineen John Taylorin mukaan mainokset esittivät valokuvauksen asiana, jossa naisilla oli yhtä paljon sananvaltaa kuin miehillä.⁴²⁶ Vaikka todellisuudessa suurin osa valokuvaajista oli miehiä, mainoksissa Kodak-tyttö oli aina se, joka oli valmiina tallentamaan iloiset perhehetket. Taylor kuitenkin myös huomauttaa, että vaikka Kodak-tyttö esiintyikin ahkerasti mainoksien kuvituksissa, eivät itse mainostekstit kuitenkaan puhuneet hänen äänellään.⁴²⁷

Aitassa samankaltaisen naiskuvaajan vaille omaa ääntä jäämisen huomaa, kun vertaa Kodakin mainoksia muihin valokuvausaiheisiin mainoksiin. Aktiiviseksi ja ehtiväiseksi mielletty Kodak-tyttö markkinoi valokuvausta aina helppouten, luotettavuuden ja kätevyyden vedoten. Kodak – markkinointifilosofiansa mukaisesti – tähtäsikin tavoittelemaan ennen kaikkea harrastelijakuvaajia.⁴²⁸ Ammattilaisuuden astuessa kirjaimellisesti mukaan *kuvaan* roolit kuitenkin vaihtuivat. Vuoden 1927 helmikuun *Aitassa* mainostanut Suomen Valokuvaajain Osakeyhtiö kertoi mainoksessaan, kuinka 90 prosenttia ammattilaisvalokuvaajista käyttää heidän tuotteitaan (kuva 34 liitteessä).⁴²⁹ Itse tekstissä ei miehistä ja naisista mainita mitään, mutta kuvassa esiintyy selvästi miesvalokuvaaja kameransa takana.⁴³⁰ Oletus hierarkkisesta jaosta ammattilaisiin ja harrastajiin, miehiin ja naisiin, paljastuu näin vasta kuvien tasolla. Vaikka 1920-luvun Suomessa valokuvaajan ammattia harjoitti jo moni nainenkin, ei nainen silti päässyt edustamaan ”ammattilaisuuden” käsitettä mainoksessa. Ollakseen Taylorin ehdottamalla tavalla ”kameralla aseistautunut”, koki *Aitassa* esiintynyt Kodak-tyttö kuitenkin toimijuutensa rajoittamisen sulkemalla naisten valokuvaamisen pois ammattimaisen ja siten vakavasti otettavan toiminnan piiristä.

⁴²³ Taylor 1994, 35.

⁴²⁴ Kodak *Aitta* Heinäkuu/1927, 5.

⁴²⁵ Kodak *Aitta* Heinäkuu/1927, 5.

⁴²⁶ Taylor 1994, 35.

⁴²⁷ Taylor 1994, 35.

⁴²⁸ Kodakin markkinoinnista ks. Taylor 1994, erit. 33–34.

⁴²⁹ Suomen Valokuvaajain Osakeyhtiö, *Aitta* Helmikuu/1927, 5.

⁴³⁰ Suomen Valokuvaajain Osakeyhtiö, *Aitta* Helmikuu/1927, 5.

Kodakin mainoksia voidaan pienin varauksin nimittää Leissin, Klinen ja Jhallyn kehittelemän mainosformaattiluokituksen⁴³¹ mukaisesti personalisoitua ja elämäntyyliformaattia yhdistäviksi mainoksiksi. Personalisoitu formaatti yhdistää tuotteen ja sitä käyttävän ihmisen, ja elämäntyyliformaatti puolestaan laajentaa sosiaalisen samaistumisen kohteen yhdestä henkilöstä koko mainoksessa näkyvään asetelmaan.⁴³² Kodakin rantalomailuhenkisessä mainoksessa katsojan voi helposti kuvitella samaistuvan lomailevaan Kodak-tyttöön, mutta oikeastaan mainos esittää tavoiteltavana huolettoman lomailun *tilanteen*, jonka tietysti Kodakin helppokäyttöisyyden annetaan ymmärtää varmistavan. Elämäntyyliformaatti operoikin usein esimerkiksi luokkaan tai tietyn ryhmän jäsenyyteen liittyvillä stereotyypeillä esittäessään erityisesti tilanteet samaistumisen kohteina.⁴³³ Kodakin mainosten voi todeta osallistuneen modernin naisen elämäntyylin performatiivin muokkaamiseen varsin monella tasolla itsenäisen naisen esittämisestä harrastelijamaisuuteen, ja hyvin toimeentulevan keskiluokan jäsenyyteen. Avainsanaksi Kodakin mainoksissa nousee juuri elämäntyyli: uuden, houkuttelevan ja nykyaikaisen vapaa-ajan myyminen reippaan ja ainakin näennäisesti itsenäisen, ajan hermoille hyvin istuvan nuoren naisen hahmossa.

Matkailua uusien ympäristöjen kartoittamisessa hyödynsivät *Aitassa* Kodakin lisäksi muutkin mainostajat. Kaiken kaikkiaan moderni elämä lisäsi naisten mahdollisuuksia nähdä ja kokea ja tehdä niin uusin tavoin.⁴³⁴ Matkailu oli yksi selvästi *Aitassa* esillä ollut – myös naisille mahdollinen – tapa kokea uusia ympäristöjä ja tavata uusia ihmisiä. *Aitassa* julkaistiin usein erilaisia matkailua käsitteleviä juttuja, joista suurin osa oli matkareportaaseja eri puolilta maailmaa.⁴³⁵ Suurin osa matkareportaaseista oli mieskirjoittajien laatimia yleisiä matkan kuvailuja, mutta myös naiset kirjoittivat matkakokemuksistaan jonkin verran. Moderniin elämäntyyliin kuuluvaa matkailuaihetta hyödynnettiin lisäksi *Aitan* visuaalisessa kuvastossa, eivätkä mainostajatkaan jättäneet käyttämättä tilaisuutta vedota nykyaikaisen matkailijan uudenlaisiin tarpeisiin, kuten matkalle mukaan varattaviin erilaisiin ”välttämättömyystarpeisiin”.

⁴³¹ Leiss, Kline & Jhally 1997. Mainosformaatit voidaan kirjoittajien mukaan jakaa tuoteinformaatioformaattiin, tuote- ja kuvaformaattiin, personalisoituun formaattiin sekä elämäntyyliformaattiin. Ibid, 236–259.

⁴³² Leiss, Kline & Jhally 1997, 246–251 ja 259.

⁴³³ Leiss, Kline & Jhally 1997, 259.

⁴³⁴ Tinkler & Warsh 2008, 114–116.

⁴³⁵ *Aitta* 1927–1930.

”Kiitävässä junassa ja autossakin voitte ’peseytyä’” mainosti Tekno vuoden 1930 marraskuun *Aitassa* (kuvat 35 ja 36 liitteessä).⁴³⁶ Mainoksen tekstissä kuvaillaan, kuinka Teknon *Eau de Cologne* -toilettevesi on matkalla mitä tärkein varustus: peseytyminen on tärkeää, sillä ”puhdistunut iho tekee samalla koko olemuksenne ihmeen virkeäksi ja karkottaa väsymyksen”.⁴³⁷ Lisäksi vieraiden pesuvälineiden puhtautta oli tarkkaavaisen matkaajan mainoksen mukaan syytä aina epäillä. Mainoksen piirroskuva on *Aitassa* ilmestyneistä matkailuaiheisten mainoskuvien joukossa harvinainen: kuvassa nähdään yhtä aikaa matkalla mies ja nainen, jotka istuvat autossa, jota mies ajaa. Pariskunnasta näkyy vain ylävartalo, mutta katsojalle on välittömästi selvää, että kyseessä on moderni, matkailua harrastava pari. Naisella on veikeästi vinoon asetetun baskerin alta pilkkottavat lyhyet hiukset, ajohanskat ja rennosti kaulan ympärillä hulmuava huivi. Mies istuu pukuun, ajohanskoihin ja rentoon hattuun puettuna ratin takana ja on jokseenkin poikkeuksellisesti kääntänyt huomionsa ja katseensa naisen puoleen, joka tietysti pitää käsissään mainoksen suosittelemaa tuotetta.⁴³⁸

Teknon mainoksen moderni ja vauhdikas kuva antaa katsojalle vihjeen vapaasta ja huolettomasta elämäntyylistä. Vaikka kuvassa nainen on matkalla miehen kanssa, ei teksti kuitenkaan tätä edellytä. Teknon muiden mainosten tyyliin perustuen näkisin, että teksti on suunnattu puhuttelemaan erityisesti naisostajia riippumatta siitä, ovatko he matkalla yksin vai eivät.⁴³⁹ Näin mainos pystyy lähestymään kuluttajaa eräänlaisella kaksoistaktiikalla: toisaalta kuva antaa ymmärtää traditionaalisen – joskin moderniin kontekstiin siirretyn asetelman – toisaalta tekstin on helppo nähdä puhuttelevan myös yksin matkaavia (nais)matkustajia.

Gösta Spennertin matkatavaraliikkeen mainos vuoden 1927 kesäkuun *Aitassa* antaa vielä kepeämmän ja helpomman kuvan naisten matkailusta (kuva 37 liitteessä).⁴⁴⁰ 1/8 sivun kokoisessa pikkuilmoituksessa kehoitetaan ostamaan ”maan vanhimman erikoisliikkeen” valmistamia matkatavaroita.⁴⁴¹ Pienessä piirroskuvassa sen sijaan nähdään nuoren naisen hahmo, joka kevein vauhdikkain askelin kantaa toisessa kädessään käsilaukkua ja toisessa lähes puolet omasta koostaa olevaa matkalaukkua.⁴⁴²

⁴³⁶ Tekno *Aitta* Marraskuu/1930, 1.

⁴³⁷ Tekno *Aitta* Marraskuu/1930, 1.

⁴³⁸ Tekno *Aitta* Marraskuu/1930, 1.

⁴³⁹ Ks. Teknon mainokset, *Aitta* 1927–1930.

⁴⁴⁰ Gösta Spennert *Aitta* Kesäkuu/1927, 5.

⁴⁴¹ Gösta Spennert *Aitta* Kesäkuu/1927, 5.

⁴⁴² Gösta Spennert *Aitta* Kesäkuu/1927, 5.

Mekkaan pukeutunut, lyhyttukkainen nainen kulkee itsenäisen näköisesti leuka pystyssä eikä vaikuta tarvitsevan aikaisemmin niin välttämättömiksi katsottua kantoapua matkasta selvitäkseen. Vaikka kyseessä on vain pieni piirros yhdessä mainoksessa, todistaa kyseinen kuva jo olemassaolollaan naisten (itsenäiseen) matkailuun liittyvien asenteiden muutoksesta: ajatus yksin matkustavasta naisesta oli ainakin mahdollinen ja markkinointimielessä selvästi myös varteenotettava mielikuva.

Niin Teknon kuin Gösta Spennertin mainosten vaikutelmat toimivat myös toisin päin. Penny Tinkler ja Cheryl Krasnick Warsh ovat brittiläisten ja amerikkalaisten *Voguen* mainoksia tutkiessaan huomanneet, kuinka tietyt tuotteet esitettiin moderneina ja varustettuna kyvyllä tehdä niitä käyttävästä naisesta moderni. Tinklerin ja Warshin mukaan naisia kutsuttiin kuvittelemaan itsensä moderniin maailmaan osallistujina, ja muokkaamaan itseänsä kuluttamisen avulla moderneiksi subjekteiksi.⁴⁴³ Kulutuskulttuurin painottuminen ja siihen osallistuminen myös lisäsi visuaalisen kulttuurin vaikutusta, sillä tuotteiden kyvystä lisätä niitä käyttävän henkilön sosiaalista pääomaa tuli oleellinen osa niiden haluttavuutta.⁴⁴⁴ Visuaalisesti houkuttelevan kuvan yksin matkustavasta naisesta voidaan nähdä hyvin konkretisoivan ajatuksen ”modernista subjektiudesta” ja kyvystä osallistua modernin maailman tapahtumiin.

*Aitta*an matkailureportaaseja kirjoittaneet naiset antoivat toisinaan itsestään aktiivisen ja osallistuvan kuvan, vaikka naismatkakirjailijoille tyypilliset itsen vähätteleminen konventiot olivat myös selvästi teksteistä näkyvissä.⁴⁴⁵ Matka vei naisia erilaisiin paikkoihin ja tutustutti heitä erilaisiin ihmisiin. Yhdysvalloissa Vassar Collegessa opiskelleen Margit Borgin⁴⁴⁶ lisäksi kansainväliseen akateemiseen kulttuuriin tutustui Elsa Enäjärvi vieraillessaan Englannissa Kansainvälisessä Akateemisten Naisten Talossa, Crosby Hallissa.⁴⁴⁷ Amerikan matkasta *Aitta*an puolestaan kirjoitti Kirsti Suonio, joka huolimatta kirjoituksen nöyrästä alaotsikosta ”Tuntee itsensä ’höyhenettömäksi variksenpojaksi’”⁴⁴⁸ oli selvästi varsin kykenevä ja aktiivinen matkalainen.⁴⁴⁹ Hieman kauempaa kirjeen toimitukseen lähetti Elisabeth Groundstroem, joka kertoi suomalaisten naisten elämästä Australiassa.⁴⁵⁰ Kyseisestä

⁴⁴³ Tinkler & Warsh 2008, erit. 113.

⁴⁴⁴ Tinkler & Warsh 2008, 114–116.

⁴⁴⁵ Matkakirjoittamisen konventioista naisilla maailmansotien välisenä aikana ks. Hapuli 2003, erit. 22–27.

⁴⁴⁶ Ks. luku 4.1.

⁴⁴⁷ ”Oli kerran hindukaunotar...” *Aitta* Maaliskuu/1928, 20–31. Ks. myös Hapuli 2003, 55–60.

⁴⁴⁸ ”Kirsti Suonio kirjoittaa Amerikasta” *Aitta* Kesäkuu/1927, 54.

⁴⁴⁹ ”Kirsti Suonio kirjoittaa Amerikasta” *Aitta* Kesäkuu/1927, 54–56.

⁴⁵⁰ ”Suomalaiset naiset Australiassa” *Aitta* Helmikuu/1927, 40–45.

kirjoituksesta ei itsen tai ylipäänsä naismatkailijoiden vähättelyä ole näkyvässä, ja Groundstroem kirjoittaakin, että nainen ”usein arvostelee asioita selvemmin ja tarkemmin kuin mies”⁴⁵¹, joskin myös kirjoittaja näkee ensisijaisena naisen kutsumuksen tukea miestään ja huolehtia perheestään.⁴⁵² Etelä-Ranskan karnevaaleista *Aitalle* kirjoitti vuonna 1928 Anni Pehu-Lehtonen, joka hämmästellen vertaili suomalaista ja ranskalaista temperamenttia toisiinsa.⁴⁵³ Todella itsenäisesti puolestaan matkusti arkeologian opiskelija Marthe Oulié, joka ystävättärensä kanssa vietti Välimerellä seitsemän kuukautta purjevene ainoana asuntonaan.⁴⁵⁴

Itsenäisiä ja pelottomia naismatkiaan malleja oli *Aitan* lukijoille tarjolla varsin runsaasti, eikä matkailun – muodossa tai toisessa – kuulumista modernin naisen elämäntyyliin *Aitan* sivuilla voine kiistää. Matkailu oli jopa niin kuvaava modernin elämän piirre, että se pääsi aiheena lehden kanteen jo toukokuussa 1927 (kuva 38 liitteessä).⁴⁵⁵ Martta Wendelinin piirtämässä kansikuvassa näkyy ilmeisesti lähdössä olevan laivan kannella seisova nainen. Naisella on kädessään nenäliina ja sylissä kukkakimppu. Tuuli hulmuttaa turkisreunaiseen takkiin sonnustautuneen naisen muodikkaan hatun nauhoja – hatun alta pilkistävät lyhyeksi leikatut hiukset. Taustalla hyttien ikkunoiden edustalla seisomassa nähdään profiilista kuvattu pukuun pukeutunut mieshahmo piippu suussaan.⁴⁵⁶ Naisen voimakkaan punaiset huulet sekä hattu kiinnittävät huomion tämän kasvoihin, jota Wendelinille tyypilliseen tapaan ovat hieman sulkeutuneet ja hymyilevät vain aavistuksenomaisesti.⁴⁵⁷

Wendelinin kuvia tutkineen Tuula Karjalaisen mukaan ihmiset eivät lue tai katsele populaaritaidetta, koska uskovat sen olevan totta tai toivovat oppivansa siitä jotain. Pikemminkin Wendelinin tapaisten ”käyttökuvataiteilijoiden” teosten voidaan nähdä kuvastavan ihmisten kollektiivisesti jakamia unelmia ja toiveita.⁴⁵⁸ Vaikka Karjalainen jättääkin Wendelinin *Aitaan* piirtämät, tyyliltään huomattavasti itsenäisemmät ja vapaammat naishahmot pienen lukumääränsä vuoksi suhteellisen vähäiselle tarkastelulle, voi mielestäni myös niiden katsoa ilmaisevan ajatuksia jaetuista toiveista tai unelmista – vaikkakin sitten rajatumman ryhmän.⁴⁵⁹ Modernia elämäntyyliä

⁴⁵¹ ”Suomalaiset naiset Australiassa” *Aitta* Helmikuu/1927, 45.

⁴⁵² ”Suomalaiset naiset Australiassa” *Aitta* Helmikuu/1927, 40–45.

⁴⁵³ ”Karnevaalikirje etelästä” *Aitta* Huhtikuu/1928, 50–55.

⁴⁵⁴ ”Oi onnellinen, ken Odysseuksen tavoin on tehnyt kauniin matkan...” *Aitta* Elokuu/1928, 42–47.

⁴⁵⁵ *Aitta* Toukokuu/1927, kansi.

⁴⁵⁶ *Aitta* Toukokuu/1927, kansi.

⁴⁵⁷ Wendelinin naishahmojen kasvonilmeistä ks. Karjalainen 1993, 89–90.

⁴⁵⁸ Karjalainen 1993, 51.

⁴⁵⁹ Karjalaisen tulkinta Wendelinin piirtämistä *Aitan* naishahmoista, ks. Karjalainen 1993, 101–102.

monipuolisesti esittelemään pyrkineelle *Aitalle* nykyaikaisen naisen esittäminen yksin matkustamassa ei varmasti ole ollut suoraviivaisesti positiivinen tai ongelmaton representaatio, mutta itsenäisen matkailevan naisen *ajatus* on silti edustanut tavoiteltavaa modernia elämäntyyliä niin hyvin, että kyseistä aihetta esittävä kansikuva on kannattanut Wendeliniltä tilata.

Karjalaisen mukaan jokainen katsoja katsoo kuvia omista lähtökohdistaan, mutta tämän lisäksi tarvitaan yleisempää kulttuurista tunnistamista. Tämä tunnistaminen perustuu sosiaaliselle koodistolle ja on sidoksissa aikansa kulttuuriin: ”Merkkien on oltava tietyssä määrin yhteisiä, ja vain siinä määrin kun ne voidaan ymmärtää yhteisesti, ne ovat olemassa merkkeinä.”⁴⁶⁰ Kaupungissa asuvan, matkailevan ja itsenäisesti liikkuvan naisen voidaan *Aitassa* katsoa olleen tämän kaltainen ”merkki”, jonka aikalaiset ovat tunnistaneet ja johon on yhdistetty vaihteleva määrä erilaisia mielikuvia. Performatiivisesti tarkasteltuna *ajatus* modernin itsenäisen naisen tunnistettavasta *esityksestä* on kertova esimerkki myös sukupuolen koodiston tuottamisesta toistolla ja yksilön tekemisestä sukupuolella. Ristiriitainen, monia puolesta ja vastaan -tunteuksia herättänyt itsenäisen naisen kuva paljastaa monikerroksisen rakentuneisuutensa, kun sen hajottaa tekstien ja kuvien tasolla osiin. Yksittäiset merkit – kuten lyhyet hiukset tai matkustus – eivät sinänsä vielä riitä tuottamaan modernin naisen performatiivisia, mutta yhdistettynä ne luovat aikalaisten tunnistaman ”merkin”, ajatuksen modernista elämäntyylistä. Toisin päin käännettynä performatiivisuuden merkitys paljastuu, jos eri piirteet ”puretaan” pois naisen päältä – alta ei paljastu mitään ”luonnollista sukupuolta”, sillä sukupuoli sinänsä ei ole ymmärrettävä ilman aikaan ja kulttuuriin sidottuja historiallisia tunnistamisen koodeja.

4.3 Moderni nainen maskuliinisen edistyksen vääristymänä

Koko lehden ilmestymisen ajan *Aitassa* julkaistiin tasaiseen tahtiin juttuja, jotka käsitelivät modernin elämän vaikutusta miehiin ja naisiin. Vaikka modernin murrosta käsiteltiin erityisesti naisten kautta, eivät nykyaikaistuvaa elämäntyyliä viettäneet miehetkään täysin puuttuneet lehden sivuilta. Myös mies ja käsitykset miehisydestä tai maskuliinisuudesta muuttuivat modernin myötä paljon, ja tämä muutos vaikutti sukupuolten suhteiden kokemiseen ja määrittelyyn monella tasolla.⁴⁶¹ Miehistyksen

⁴⁶⁰ Karjalainen 1993, 45–46.

⁴⁶¹ Hapuli 1995, erit. 10–11 ja Hapuli 2000.

muutoksen tarkastelu kääntääkin väistämättä katseen jälleen naiseen, sillä sukupuolet määritellään väistämättä suhteessa toisiinsa. *Aitassa* miehisyuden muutoksen tarkastelu kääntää modernin naisen elämäntyylisiin kohdistetun katseen katsomaan ikään kuin toisesta suunnasta: tarkastelemaan nykyaikaisen naisen performatiivisia suhteita vastapooliinsa, nykyaikaiseen mieheen.

Modernia naista tutkineen Felskin mukaan kysymys sukupuolen ja modernin suhteesta on hyvin oleellinen ja vaikuttaa siihen, miten näemme ”modernin kertomuksen” jäsentyvän.⁴⁶² Felskin kritisoima perinteinen jako moderniin miehisyteen ja perinteiseen naiseuteen on myös muussa tutkimuksessa useasti todistettu harhaanjohtavaksi.⁴⁶³ Modernin subjektin muodostamisessa feminiinisyys ja maskuliinisuus ovat kolikon kaksi puolta, jotka kertovat myös toistensa rakentumisesta paljon.⁴⁶⁴ Vuosisadan vaihteen dekadenssia tutkineen Päivi Molariuksen mukaan vanhoja arvoja ja auktoriteetteja kyseenalaistavassa modernisoituvassa maailmassa ihmisen oli jatkuvasti työstettävä identiteettiään. Modernin myötä kiihtyvä yksilöllistymisen korostaminen liittyi yhteiskunnallisiin eriytymisprosesseihin ja yhä laajempien piirien vaurastumiseen.⁴⁶⁵

Kehityskulku jatkui edelleen seuraavassa sukupolvessa. *Aitassa* uusi mies paini niin yksilöllisyyden, yksinäisyyden kuin uusien auktoriteettienkin kanssa määritellesään paikkaansa muuttuvassa maailmassa. Samoin kuin naisilla, myös miehillä tulkinnat ja mielikuvat modernista vaihtelivat paljon – niin ryhmien, luokkien kuin yksilöiden sisällä. Miehet saattoivat esimerkiksi vastustaa naisten emansipaatiota ja näkyvämpää roolia yhteiskunnassa ja samalla haaveilla uudesta, tasa-arvoisemmasta ja eroottisesti palkitsevammasta kotielämästä, joka ajateltiin tasa-arvoisemman yhteiskunnan tuotteeksi.⁴⁶⁶ Ambivalenssi suhteessa naisen muuttuneeseen asemaan yhteiskunnassa näkyy rivien väliin kirjoitettuna myös ensisijaisesti miehiä käsittelemään tarkoitetuista *Aitan* materiaaleista. Täten tarkastelemalla miehen muutosta – oikeammin muutokseen liitettyjä mielikuvia – näkyy myös modernin naisen performatiivi hieman eri valossa, implisiittisesti tekstiin ja kuviin jo sisällytettynä enemmän tai vähemmän yhtenäisenä kokonaisuutena, jota vasten modernin miehen mahdollisuutta reflektoidaan. Joan Scottin kehotuksen mukaisesti tavoittelen edelleen ”miesten” tai ”naisten” historian tarkastelun sijaan sitä, miten ”subjektiiviset ja

⁴⁶² Felski 1995, 1–3.

⁴⁶³ Felski 1995, 1–3. Ks. myös Hapuli et al. 1992 ja Vehkalahti 2000.

⁴⁶⁴ Felski 1995, 6–8.

⁴⁶⁵ Molarius 1998, 156–157.

⁴⁶⁶ Hall 1996, 54–55.

kollektiiviset merkitykset 'naiselle' ja 'miehelle' kategorioina ovat rakentuneet."⁴⁶⁷

Nyt on astumassa esiin uusi sukupolvi. Tällä nuorimmalla, sodanjälkeisellä sukupolvella --- on aivan omat kasvonsa, vähemmän järkyttävien hermotäristysten uurtamat, vähemmän hysteriset ja tuloksettomien mietiskelyjen kiduttamat --- tuikeammat, päättäväisemmät, itsetietoisemmat. Katse ei harhaile sairaana ja pelokkaana, se on kiinteä ja tarmokas, melkein kyynillinen. Tämä nuoriso on liian varhain paiskattu elämän karaisevaan todellisuuteen, jo ennen kuin se on ehtinyt luoda itselleen illusiooneja --- Ollaan aivan rauhallisia ja varmoja, tiedetään, että päämaali saavutetaan --- On vanhanaikaista ruveta tunteilemaan --- ollaan kovia. Kovia ja järkeviä.⁴⁶⁸

Armottomilla mielikuvilla uusia nuoria luonnehti vuoden 1929 maaliskuun *Aitassa* Raoul af Hällström kirjoituksessaan ”Meidän aikamme nuorukaiset”.⁴⁶⁹ Puhe ja analyysi uudesta sukupolvesta ja nuorisosta varattiin miehille: viimeistään otsikon ja erilaisia miehiä esittelevän kuvituksen seurauksena lukijalle on selvää, että nyt käsittelyssä on juuri nykyaikainen maskuliinisuus. Af Hällström kuvaa uuden miehuuden kovaksi, häikäilemättömäksi, röyhkeäksi ja jopa paatuneeksi, mutta lisää, että ”juuri nämä ominaisuudet tekevät sen elinkelpoiseksi”.⁴⁷⁰ Moderni nuori mies näyttää amerikkalaiselta, harrastaa urheilua, jazzia ja filmiä, sekä rakastaa ”nuoria suurkaupungin tyttöjä, jotka kimmoisoin askelin rientävät ohi”.⁴⁷¹ Tekstistä välittyvän vaikutelman mukaan uutta miestä ei pysäytä mikään, sillä hän on oppinut edellisen sukupolven virheistä. Hän on itseään ja aikeitaan hallitseva määrätietoinen maailmankansalainen.

Af Hällströmin tekstissä moderni maskuliinisuus on rakennettu ajan ihanteiden mukaisesti vastakohtaksi vuosisadan vaihteen miehisyiden negatiivisiksi katsottuihin puoliin. 1800-luvun lopun uudelta mieheltä – dandyilta – puuttuivat 1920-luvulla uudelleen arvoonsa nostetut perinteisen miehisyiden ominaisuudet, kuten rohkeus, toiminnallisuus, yhteiskunnallinen aktiivisuus ja pyrkimys tilanteen ja ympäristön hallintaan.⁴⁷² Dandya luonnehtivat naiselliset piirteet, tunneherkkyys ja passiivisuus, hävitettiin ”oikean” miehisyiden kuvastosta.⁴⁷³ Ongelmaksi saattoi muodostua näiden

⁴⁶⁷ Scott 1988, 2.

⁴⁶⁸ ”Meidän aikamme nuorukaiset”, *Aitta* Maailskuu/1929, 34.

⁴⁶⁹ ”Meidän aikamme nuorukaiset”, *Aitta* Maailskuu/1929, 32–38.

⁴⁷⁰ ”Meidän aikamme nuorukaiset”, *Aitta* Maailskuu/1929, 34–35.

⁴⁷¹ ”Meidän aikamme nuorukaiset”, *Aitta* Maailskuu/1929, 37.

⁴⁷² Dandyn ominaisuuksista ks. Molarius 1998, 164–165.

⁴⁷³ Dandyn naisellisuudesta ks. Molarius 1998, 164–165.

piirteiden uusi kohde: kun mielikuva modernista naisesta ei myöskään enää noudattanut perinteisiä naisellisia ominaisuuksia, oli kuvaa maskuliinisuudesta kenties rakennettava erityisen aggressiiviseksi, jotta naiset edelleen näyttäytyisivät heikompana ja suojeltavana sukupuolena. Nuoret suurkaupungin tytöt, jotka af Hällström kirjoituksessaan mainitsee, eivät kuvaavasti enää juokse miehen syliin tai edes häntä kohti, vaan ”kiitävät ohi”, oman elämänsä ja suuntansa hallitsijoina.

Uusi miehuus erosi af Hällströmin mukaan vahvasti vanhasta, hermostuneisuuteen ja jopa hysteriaan taipuvista väistyvistä sukupolvista, jotka olivat tulleet sairaiksi ”liiallisesta itse-erittelystä”.⁴⁷⁴ Näkemys selkeästä erosta vanhan ja väistyvän, sekä uuden ja nousevan sukupolven välillä noudattelee myös Suomessa vuosisadan vaihteessa suosittua energetiikka-näkemyä, jonka mukaan kulttuurit ja suvut elävät vain aikansa, vanhenevat kuin biologiset organismit ja kuolevat lopulta pois energiansa käytettyään.⁴⁷⁵ Sairas ja vanha väistyi luonnollisesti nuoren ja terveen, päättäväisyyttä ja energiaa uhkuvan tieltä. Af Hällströmin tekstissä siirtymä tapahtuu, koska sen on välttämätöntä tapahtua, uuden on pakko syntyä. Mielenkiintoisesti vastaavaa välttämättömyyteen ja luonnolliseen kehitykseen liittyvää näkemystä uuden naisen ilmaantumisesta ei *Aitan* materiaaleissa ole tarjolla. Kuten edellisissä luvuissa on käynyt ilmi, modernin naisen elämäntyylin harvoin jos koskaan katsottiin syntyneen luonnollisen tai toivottavan kehityksen tuloksena. Sotaa edeltänyttä naiseutta ei myöskään tuomittu sairaaksi ja välttämättömästi kuolevaksi, vaan usein siihen kohdistettiin nostalgisia ja kaipaavia toiveita ”todellisen” naisellisuuden paluusta myös moderniin yhteiskuntaan.⁴⁷⁶ Miesten osalta kehityksen nähtiin menevän eteenpäin ja kohti parempaa. Naisten omaksuessa af Hällströminkin luonnehtimia itsenäisempiä ja ”kovempia” piirteitä kehitys sen sijaan oli vääränlainen – naisten poistuminen paikaltaan uhkasi rikkoa sukupuolisidonnaisten performatiivien varaan rakentuneen heteroseksuaalisen matriisin ja oli siten tuomittavaa.

Modernia yhteiskuntaa luonnehdittiin 1920-luvulla usein välinpitämättömäksi. Molariuksen mukaan modernisaatio synnyttikin yksilötasolla erilaisia sopeutumismuotoja, joilla pyrittiin kompensoimaan tätä välinpitämättömyyttä – muun muassa elämäntyyliä estetisoituivat ja erottautuminen tuli tärkeäksi.⁴⁷⁷ Erottautumaan saattoi myös mies pyrkiä kuluttamisen keinoin. Vaikka luksustavaroiden haluaminen

⁴⁷⁴ ”Meidän aikamme nuorukaiset”, *Aitta* Maaailskuu/1929, 33.

⁴⁷⁵ Molarius 1998, 179. Kulttuureiden elinkaaren ajatuksesta kirjallisuudessa ks. kaksikymmenluvulla laajasti luettu Oswald Spenglerin teos *Länsimaiden perikato* vuodelta 1918.

⁴⁷⁶ Ks. esim. luvut 2.3; 3.1; 3.2; 3.3 ja 4.1.

⁴⁷⁷ Molarius 1998, 163.

yhdistettiin aikalaiskuvastossa kiinteästi naiselliseen moraaliseen ja seksuaaliseen heikkouteen, on myöhempi tutkimus osoittanut, kuinka miesten kulutuksen rahallinen arvo on voinut olla hyvin huomattava.⁴⁷⁸

Aitassa miehille suunnattuja mainoksia ilmestyi selvästi vähemmän kuin naisille kohdistettuja. Erityisesti miehille suunnattujen mainosten vähyys selittyy ainakin voimakkaalla naisiin assosioidulla kuluttajamielikuvalla, joka vaikutti mainostajien käsityksiin kulutuksen sukupuolittuneista suhteista. Amerikassa 1900-luvun taitteessa mainostajat uskoivat naisten edustavan noin 75–90 prosenttia kuluttajista, eikä miesten kulutuksen muotoja osattu suurelta osin tunnistaa.⁴⁷⁹ Täysin vaille huomiota miehet eivät kuitenkaan jääneet. *Aitassa* miehiin vedottiin muun muassa tupakkatuotteiden, autojen ja toisinaan myös päivittäistavaratuotteiden ostajina.⁴⁸⁰ Myös *Aitan* muotiosiossa miehet huomioitiin muutaman kerran: vuoden 1930 tammikuun numerossa otsikon ”Luomakunnan herra” alla esiteltiin aukeaman verran miesten asusteita, jotka tulisivat olemaan muodissa vuonna 1930.⁴⁸¹ Jutun teksti tekeekin selkeän eron miesten ja naisten oletetun kulutuksen välille: miesten, toisin kuin naisten, kuvataan tavoittelevan pukeutumisessaan samanlaisuutta sukupuolensa edustajien kesken, ja siten ilmeisesti vaivattomuutta. Tämä selittyy sillä, että ”miehillä on yleensä sangen vähän aikaa seurata niitäkin pieniä muutoksia, joita heidän muodeissaan tapahtuu.”⁴⁸² – ilmeisesti miehillä oli tärkeämpiä asioita pohdittavanaan.

Miehille mainostamista ei ilmeisesti lopulta kuitenkaan pidetty tehokkaana taktiikkana, sillä erityisesti miehille suunnattuja ilmoituksia julkaistiin *Aitassa* vain harvoin.⁴⁸³ Toisaalta on todennäköistä, että miesten kulutuspotentiaalia ei myöskään osattu tunnistaa: esimerkiksi Yhdysvalloissa mainoksissa vähäiselle huomiolle jääneet amerikkalaiset miehet kuluttivat rahallisesti noin kaksi kertaa niin paljon kuin naiset, ja käyttivät siihen keskimäärin 30 prosenttia perheen tuloista.⁴⁸⁴ Miesten kulutuskulttuuri ei siten ollut marginaalinen ilmiö, eikä riippuvainen naisten kulutuksesta.⁴⁸⁵ Mielikuvatasolla idea irrationaalisesta naiskuluttajasta näyttää kuitenkin olleen niin vahva, että se ainakin *Aitan* mainoksissa on haudannut alleen mieskuluttajan

⁴⁷⁸ Naisten kuluttamisen mielikuvista ks. Felski 1995, 72–73 ja miesten kulutuksesta ks. Swiencicki 1998, 774.

⁴⁷⁹ Swiencicki 1998, 776–777 ja 791–792.

⁴⁸⁰ *Aitta* 1927–1930. Ks. esim. *Aitta* Tammikuu/1927, 100; Toukokuu/1927, 2 ja Marraskuu/1927, 81.

⁴⁸¹ ”Luomakunnan herra”, *Aitta* Tammikuu/1930, 56–57.

⁴⁸² ”Luomakunnan herra”, *Aitta* Tammikuu/1930, 56–57.

⁴⁸³ *Aitta* 1927–1930.

⁴⁸⁴ Swiencicki 1998, 796.

⁴⁸⁵ Swiencicki 1998, 796.

mahdollisuuden – kenties peläten sen mukanaan tuomia feminiinisiä, vuosisadan vaihteen ”heikon” maskuliinisuuden ominaisuuksista tuttuja piirteitä.

Kaikkien aikojen ja kaikenlaisen feminiinisyuden selättäjäksi tarjosi nimimerkki Brummell & Co. suuria viettelijöitä.⁴⁸⁶ Historiallisen katsauksen päätteeksi Brummell & Co. esitteli nykyisen viettelijätyypin, jota kuvailtiin terveeksi, urheilulliseksi ja varakkaaksi hyvin samaan tapaan kuin af Hällströmin kirjoituksessa nuorista miehistä.⁴⁸⁷ Vieteltäväksi tarjoutui nykyaikaisen naisen stereotyyppi, konekirjoittajatar, ”jolla tavallisesti on edullinen ulkomuoto ja eroottisesti vapaakirkollinen elämäkatsomus”.⁴⁸⁸ Brummell & Co.:n pakinassa verrattuna aikaisempiin siveellisiin kanssasisariinsa modernia itsenäistä elämäntyyliä (ulkonäöstä huolehtiminen ja kaunistautuminen sekä työssäkäynti) noudattava nainen leimattiin löyhämoraaliseksi, ja koska naisen valloittamiseen ei enää tarvinnut juuri uhrata aikaa, oli nykyaikainen miesviettelijä kiinnostuneempi autonsa vaihtamisesta uuteen, ”vuoden 1931 malliin”.⁴⁸⁹

Brummell & Co.:n kirjoitus resonoi 1920-luvun ajatusta prostituution vähenemisestä löyhämoraalisuuden kasvun takia.⁴⁹⁰ Ainakin mielikuvatasolla tavalliset, itsestään ja elämästään päättävät naiset olivat miehille nyt helpommin saatavilla. Uusi erotiikka edellytti kahden autonomisen yksilön muodostamaa suhdetta, eikä se ollut saavutettavissa aikaisemmin tavallisessa miehen ja prostituoidun välisessä kaupallisessa kanssakäymisessä.⁴⁹¹ Romantikkoja ei miehistä kuitenkaan tullut – ainakaan saman tien. Raoul af Hällströmin mielipide uljaasta nuorisostakin ehti hieman muuttua *Aitan* viimeisen ilmestymisvuoteen 1930 mennessä. Toukokuun 1930 *Aitassa* af Hällström maalaa jo huomattavasti synkemmän kuvan nuorison tilasta ja tällä kertaa mukaan analyysiin pääsevät myös naiset.⁴⁹² Af Hällström aloittaakin toteamalla, kuinka

--- jääkausi on laskeutunut nykyajan nuorison rintaan. Rakkaus on syrjäytetty tunne ---
urheilu, filmi, jazzi, alkoholi, erotiikka – kas siinä nuorimman sukupolven harrastukset.⁴⁹³

Näyttikin siltä, että lupaavalta vaikuttanut sukupolvi on hukuttautumassa huvien ja

⁴⁸⁶ ”Don Juan ja muita viettelijöitä”, *Aitta* Lokakuu/1930, 38–43.

⁴⁸⁷ ”Don Juan ja muita viettelijöitä”, *Aitta* Lokakuu/1930, 38–43 vrt. ”Meidän aikamme nuorukaiset”, *Aitta* Maaillskuu/1929, 32–38.

⁴⁸⁸ ”Don Juan ja muita viettelijöitä”, *Aitta* Lokakuu/1930, 43.

⁴⁸⁹ ”Don Juan ja muita viettelijöitä”, *Aitta* Lokakuu/1930, 43.

⁴⁹⁰ Hall 1996, 58–59.

⁴⁹¹ Hall 1996, 61.

⁴⁹² ”Sydämen vararikko”, *Aitta* Toukokuu/1930, 50–57 ja 60–64.

⁴⁹³ ”Sydämen vararikko”, *Aitta* Toukokuu/1930, 50.

irtosuhteiden maailmaan, miehet ovat ”ilman ihanteita ja voimaa”⁴⁹⁴ ja nuoriso yleisesti on ”itsekkäämpää ja häikäilemättömämpää kuin ennen”.⁴⁹⁵

Perimmäiseksi syyksi af Hällström näkee miehille tarjotun liian helpon ja miellyttävän elämän; rahaa on helppo ansaita ja rahalla voi ostaa haluamansa viihdykkeen. Pahinta kuitenkin on, että

Nuori mies ei enää usko, että häntä rakastetaan hänen itsensä takia. Tästä johtuu hänen kyynillisyytensä, hänen kohteliaisuudenpuutteen -- Aika on brutaalista ja sydämemmekin on käynyt brutaaliksi.⁴⁹⁶

Vaikka juuri 1920-luvulla avioliitto muotoiltiin uudelleen puolisoitten väliseksi suhteeksi, on af Hällström silti pessimistinen.⁴⁹⁷ Sitaatista onkin luettavissa, kuinka aikaisemmin miehen ”elinkelpoiseksi” tehneet piirteet ovat vääristyneet, koska naiset näkevät miehissä vain mahdollisuuden huvituksiin ja varakkuuteen eivätkä aikaisempaan tapaan kunnioita miestä pelkästään tämän sukupuolen takia. Toivoa kuitenkin on, sillä af Hällström ennustaa tulossa olevan uuden rakkauden aikakauden, joka johdattaa ihmisen takaisin luonnollisuuteen ja ruumiillisuuteen.⁴⁹⁸ Vaikka af Hällström vakuuttaa uuden ruumiillisuuden koskevan myös miehiä,⁴⁹⁹ on paluussa ”luonnollisuuteen” miltei liian helppo nähdä lähes painostava tarve perinteisten sukupuoliperformatiivien vahvistamiselle ja heteronormatiivisen järjestyksen vakiinnuttamiselle, jota kaivataan kipeästi liian kylmäksi ja itsetietoiseksi päätyneen yhteiskunnan (naisten) vastapainoksi.

Uusi yhteiskunta ei aiheuttanut miehille ahdistusta vain sisäisellä tasolla, vaan myös käytöskulttuurin konkreettinen muutos herätti tunteita siitä, mitä mieheltä nykypäivänä odotettiin. Nimimerkki Kim pohti toukokuun 1930 *Aitassa* naisten ja miesten toisilleen osoittaman kohteliaisuuden muutosta (kuva 39 liitteessä).⁵⁰⁰ Nykyinen sukupuolien tasa-arvo oli kirjoittajan mielestä aiheuttanut sen, ettei mies enää kauniin naisen nähdessään voi osoittaa tälle ihastustaan ja ihailuaan. Näin tehdessään mies joutuisi poliisien huomaan ja lopulta jopa melisairaalaan.⁵⁰¹ Kim arvostelee myös

⁴⁹⁴ ”Sydämen vararikko”, *Aitta* Toukokuu/1930, 55.

⁴⁹⁵ ”Sydämen vararikko”, *Aitta* Toukokuu/1930, 57.

⁴⁹⁶ ”Sydämen vararikko”, *Aitta* Toukokuu/1930, 57.

⁴⁹⁷ Hall 1996, 66–67.

⁴⁹⁸ ”Sydämen vararikko”, *Aitta* Toukokuu/1930, 64.

⁴⁹⁹ ”Sydämen vararikko”, *Aitta* Toukokuu/1930, 64.

⁵⁰⁰ ”Riisun takkini sinun jalkoihisi”, *Aitta* Toukokuu/1930, 44–47.

⁵⁰¹ ”Riisun takkini sinun jalkoihisi”, *Aitta* Toukokuu/1930, 44–45.

miehiä tapojen rappiosta: toisia tervehditään väärin, tai ainakaan hattua ei osata nostaa tarpeeksi korkealle.⁵⁰² Toisaalta tapojen muutos nähdään osana yksilöllistymisprosessia: jokaisella on oma tapansa tervehtiä. Ainoa, mikä kirjoittajaa jää lopussa harmittamaan, on liian pitkälle edennyt naisten emansipaatio – naisia ei enää saa kohdella ihailtuina naisellisina naisina, sillä siitä uhkaa joutua rangaistuksi.⁵⁰³ Humoristisesta yleissävystä huolimatta kirjoituksessa naisten lisääntyvä itsenäisyys näyttäytyy jopa uhkaavassa valossa: kirjoittaja näyttää pelkäävän, että naivistisesti hyvää tarkoittava mies saattaa syyttää suotta joutua epäilyksenalaiseksi tuntematonta naista lähestyessään. Kirjoitus kuvaa myös hyvin hämmennystä, jota aiheutti naisten lisääntyvä esiintyminen julkisilla paikoilla yksin – miehillä ei enää ollut valtaa määrittellä naista ja tämän yhteiskunnallista asemaa naisen ulkonäön perusteella, jolloin miehen auktoriteetti ja etulyöntiasema julkisten tilojen valtiaana kyseenalaistui ja vaarantui. Hämmennys oli puettavissa ”oikeutetun” närkästyksen vaatteisiin, ja samalla oli kätevää vaatia miehille takaisin valtaa määrittellä ja jopa hallita kadulla vastaan tulevia naisia.

Joulukuun 1927 *Aitassa* ilmestyneessä Arvi Kivimaan kirjoittaman novellin ”Pakenen sinua varjo” kuvituksessa nähdään nuori mies juoksemassa pois juhlista (kuva 40 liitteessä).⁵⁰⁴ Martta Wendelinin piirtämässä kuvituksessa frakkipukuisen miehen käsi on viety silmien päälle; hän syöksyy sokeasti pois päin tanssivista pareista, ohi etualalla nauravan pöytäseurueen. Kuvan juhlijoiden yllä leijuu muodoton tumma varjo, joka saa tanssipaikan vaikuttamaan synkeältä luolalta, jonne valo ei ulotu.⁵⁰⁵ Novellin aloituskuvassa nuori mies vielä nähtiin seurustelemassa kauniin nykyaikaisen naisen kanssa, baarimikon kantaessa lisää juomaa pöytiin ja iloisten ihmisten tanssiessa taustan vaaleaa sävyä vasten.⁵⁰⁶ Kuvitus antaakin ymmärtää jonkin vakavan muutoksen tapahtuneen. Tekstistä lukijalle selviää, että pakenija on Erik -niminen nuori mies, ja paon syy on havahtuminen modernin elämän tyhjyyteen ja mielettömyyteen. Tanssiaisissa ystävättärensä Iriksen kanssa Erik tuntee hermostuneisuutta:

Hän tahtoi tyydyttää naisensa kaikki oikut, mutta hän ei jaksakaan enää. Onko tämä elämää? Hän tuntee jo liian hyvin tämän huvittelun sisällön. Hän on tuijottanut silmänsä sokeiksi sen pintavaloon. Hän kuulee pingoitettua, levotonta naurua viereisistä pöydistä, ja hänen

⁵⁰² ”Riisun takkini sinun jalkoihisi”, *Aitta* Toukokuu/1930, 46–47.

⁵⁰³ ”Riisun takkini sinun jalkoihisi”, *Aitta* Toukokuu/1930, 47.

⁵⁰⁴ ”Pakenen sinua varjo”, *Aitta* Joulukuu/1927, 34–38, kuva s. 36.

⁵⁰⁵ ”Pakenen sinua varjo”, *Aitta* Joulukuu/1927, 36.

⁵⁰⁶ ”Pakenen sinua varjo”, *Aitta* Joulukuu/1927, 34.

mieltään etoo, kun hän näkee, miten sieluja murhataan.⁵⁰⁷

Erik havahtuu elämänsä mielettömyyteen pidellessään Iristä tanssissa:

Hän tuntee tytön vyötärön oikean kätensä kaarteessa, tuntee hänen ruumiinsa pusertuvan itseään vastaan. Polttava, kouristava tunne ryntää hänen olemuksensa läpi.⁵⁰⁸

Erik ymmärtää, että pelastaakseen itsensä hänen on paettava ja jätettävä taakseen moderni yltäkylläinen huvittelu sekä sen symboli, kohisevaa hermotyydytystä kaipaava nainen. Kuvaavaa on, että Erik pakenee yksin. Hän ei ota mukaan ystävätärtänsä, ei pyri pelastamaan tätä, sillä ”oikea” elämän ja ”oikeanlaiset” naiset ovat jossain modernin pintakiillon ulottumattomissa, missä nykyaikainen elämän ei vielä ole niitä turmellut. Tanssit, juomingit ja hermostuneet, tupakkaa polttavat lyhyttukkaiset naiset jäävät taakse, kun Erik lähtee tavoittelemaan aitoa elämää. Pakeneva mies pelastaa myös maskuliinisuutensa: hänen ei enää tarvitse pyrkiä täyttämään naisten oikkuja tai kilpailla keikareiden kanssa muodin saralla.

Nykyaikaisen naisen stereotyyppi on se, joka viimeistään herättää miehen tajuamaan moderniuden vääristyneen luonteen. Mikäli muutosvaatimukset epäonnistuvat, on viimeisenä keinona jäljellä pako. *Aitan* materiaaleissa moderni maskuliinisuus nähtiin hyvin laajalla perspektiivillä. Sitä voitiin ihailta ja ylistää aikaisempaa elinkelpoisemmaksi, se oli ajanmukainen, sivistynyt ja muotitietoinen ja sai haluamansa nykyaikaisen naisen parikseen. Toisaalta kovuus ja itseriittoisuus näyttivät jo menneen liiankin pitkälle, ja yksinäisiä traagisia mieskohtaloita riitti kerrottavaksi. Tummiin ja kohtalokkaiden sävyjen takana ei aina ollut nainen – mutta useassa tapauksessa nykyaikaisen naisen elämäntyylin nähtiin edustavan sellaista kehityssuuntaa, joka johtaisi miesten kontrollin ja vallan vähenemiseen ja siten yhteiskuntaa ylläpitävän ”luonnollisen” järjestyksen romahtamiseen.

Läpi *Aitan* ilmestymisen ajan on nähtävissä koko kaksikymmenlukua koskeva kehitys, jossa muutokset sukupuolten käytöksessä olivat kaukana monoliittisistä kokonaisuuksista.⁵⁰⁹ Samoin kuin uutta naista koskevien mielikuville, myös uusien miehisen käytöksen normeille monet aikalaisista säilyivät tietämättöminä tai

⁵⁰⁷ ”Pakenen sinua varjo”, *Aitta* Joulukuu/1927, 37.

⁵⁰⁸ ”Pakenen sinua varjo”, *Aitta* Joulukuu/1927, 37.

⁵⁰⁹ Hall 1996, 69–70.

välipitämättöminä.⁵¹⁰ *Aitassa* tietoa siitä, mikä lopulta merkitsee sukupuolien välisen eron, käsiteltiin useiden tekstien ja kuvien kautta. Scottin mukaan tieto sukupuolisesta eroista viittaakin paitsi ideoihin, myös instituutioihin ja rakenteisiin, sekä jokapäiväisiin käytänteisiin ja rituaaleihin, jotka osallistuvat sosiaalisten suhteiden määrittelyyn.⁵¹¹ Naiseuden ja mieheyden mielikuvien muuttuessa vastaamaan uusia käsityksiä sukupuolista ja niiden tehtävistä, tulee *Aitan* materiaaleissa näkyviin sukupuolen performatiivisuus – sukupuolen tekeminen esittämisellä – hyvin paljaana. Tämä vastaa Liljeströmin ehdottamaa ymmärrystä sukupuolesta diskursiivisena käytäntönä: historiallisena, rakentuneena ja alati uusiutuvana.⁵¹² *Aitassa* modernin naisen (ja miehen) voi nähdä kaikissa näissä vaiheissa: historialliseen hetkeen sidottuna, muutoksessa olevien käsitteiden varaan rakentuneena ja silti voimakkaasti käsitteellisesti uusiutuvana kokonaisuutena. Performatiivi muuttui – käsitykset miehestä ja naisesta sukupuolen määrittäminä entiteetteinä, välttämättöminä sosiaalisten suhteiden toiminnalle eivät.

⁵¹⁰ Hall 1996, 69–70.

⁵¹¹ Scott 1988, 2.

⁵¹² Liljeström 2004, 146–147.

5. Lopuksi: vapaamman elämäntyylin lisääntyvä kontrolli

There is, in my view, nothing about femaleness that is waiting to be expressed ---.⁵¹³

Judith Butlerin mukaan naiseudessa ei ole mitään, mikä vaatisi tulla ilmaistuksi. Butler ei näe naiseutta identiteettikategoriana, vaan eräänlaisena tapa-, käytös- ja ulkonäkökoodina, joka tuottuu ja joka tuotetaan erilaisten kanssakäymisten, kulttuuristen normien ja tunnistettavien eleiden yhdistelmässä. Niin naiseus kuin mieheyskin voidaan tällöin ymmärtää sekä rajoittavana että mahdollistavana luokitteluna. Rajoittamista on elämä normien mukaisesti: itsen ja omien valintojen rajaaminen sukupuolelle oletettuihin ominaisuuksiin tai puutteisiin perustuen. Rajoittamista on myös usein huomaamaton – toisinaan kuviin ja teksteihin jäljentyvä – kulttuurinen taustaoletus siitä, millaisena kunakin aikana pidetään onnistunutta ja tavoiteltavaa naisen tai miehen performatiivina. Performatiivi, joka rakentuu yhtäältä hienovaraisten arvotusten ja toisaalta fyysiseen ruumiiseen asti käyvien mielikuvien tasolla, kiteytyi *Aitassa* usein haluttavan elämäntyylin ympärille.

Mahdollistavaa luokittelu on silloin, kun näkee identiteettikategorioiden rakentuneisuuden ja luonnollisuuden kaapuun puetun itsestäänselvyyssdiskurssin ohi. Vaikka, kuten Butler esittää, sukupuolen esityksen takana ei ole mitään ”aitoa” tai ”todellista” miestä tai naista, on esityksen takana olemassa tietoisuus sen performatiivisesta luonteesta. Sukupuolen näkeminen performatiivina ei paljasta naista tai miestä ”puhtaana”, mutta se voi mahdollistaa ”aidommat”, naiseuden tai mieheyden muottiin sovittamisesta luopuneet erilaisten identiteettien ilmaisut. Mahdollistamista on, kun sukupuolta ei nähdä luonnollisena vaan tehtynä ja ennen kaikkea avoimena sekä muutokselle mahdollisena performatiivina, esityksenä, jota voi muuttaa (tai ainakin pyrkiä toistamaan aavistuksen verran toisin).

Vuosina 1927–1930 ilmestyneessä *Aitassa* modernin naisen performatiivi oli sekä vasta syntymässä että samalla jo muokkautumassa ja muuttumassa. Uuden, kaupunkilaisen ja itsenäisemmän naisen esitykset *Aitan* sivuilla olivat tässä mielessä sekä rajoittavia että mahdollistavia. Muuttunut elämäntyyli toi naisille mukanaan uusia ulottuvuuksia muun muassa ulkonäön, seurustelun tai matkailun muutosten myötä.

⁵¹³ Butler 2008, 197.

Valinnanmahdollisuudet lisääntyivät ainakin näennäisesti, kun naiset pääsivät aikaisempaa itsenäisemmin päättämään ulkoisesta olemuksestaan tai elämänsä kulusta. Modernin ja itsenäisen naisen performatiiviin oli kuitenkin myös rakennettu sisälle rajoittava ja kontrolloiva ulottuvuus. Kun mahdollisuudet lisääntyivät, niin teki myös uusia elämänpolkuja tavoittelevien naisten kontrolli. Onnistuneen ja yhteiskunnallisesti hyväksyttävissä rajoissa toimivan modernin naisen performatiivi rajattiin useilta kohdin niin kapeaksi, että siinä onnistuminen olisi vaatinut enemmän (itse)kontrollia kuin pitäytyminen perinteisesti rajoitetummaksi mielletyllä miehen kautta määrityvällä naisen paikalla.

Aitassa modernin naisen elämäntyöli rakentui useiden erilaisten osa-alueiden toisiaan leikkaavilla pinnoilla. Ulkoista olemusta luodessaan uuteen naiseen samaistumista tavoittelevan tuli ottaa huomioon niin kaunistautumisen, muodin kuin tapakulttuurinkin muutos. Itsensä kaunistamisesta tehtiin tarkan ja työlään prosessin ansaittu lopputulos, johon pyrkiminen oli näennäisesti kaikkien ulottuvilla. Kuvilla oli tässä prosessissa suuri merkitys: visuaalisissa esityksissä naiset nähtiin ruumiillistamassa toivottu kauneuden performatiivi ja toisaalta häivyttämässä ajatus sen saavuttamiseen vaadittavasta työstä. Sinänsä kauneutta positiivisesti tasa-arvoistavalta näyttävän *Aitan* kaunistautumiskeskustelun purkaminen kuitenkin osoitti, kuinka näkökulmaa vaihtamalla epäonnistuminen tämän modernin kauneuden tavoittelussa voitiin nyt laittaa naisen omaksi syyksi. Se voitiin ymmärtää merkkienä saamattomuudesta, laiskuudesta tai sivistyksen ja tiedon puutteesta. Aikaisempi ajatus naisista, jotka ovat luonnollisesti joko kauniita tai ei-kauniita ja pysyvät läpi elämänsä näillä paikoilla, muuttui *Aitan* modernin tieteellisessä kaunistautumispuheessa jakoon aktiivisista ja tiedostavista kauniista sekä laiskoista ja sivistymättömistä ei-kauniista. Paradoksaalisesti usein juuri ”luonnollinen” kauneus oli kuitenkin lopulta se, mitä tavoiteltiin entistä teknistyneemmän kauneudenhoidon avulla.

Kaunistautumisen lisäksi uusi, monessa mielessä ainakin visuaalisesti radikaalisti erilainen muoti asetti omia rajoituksiaan modernin naisen elämäntyölle. *Aitan* sivuilla sesonkien vaihtelut, hienovaraiset muutokset ja myös huomattavia investointeja vaatineet uuden muodin seuraamisen edellytykset eivät läheskään aina käyneet yksiin vapaamman ja huolettomamman pukeutumisen kanssa, jonka usein kuitenkin mainostettiin olevan uuden naisen vaatetuksen ytimessä. Nopeasti vaihtuvan muodin asettamat rajoitukset naisten kehoille näyttäytyvät jopa *Aitan* neljän vuoden tarkastelujaksolla lähestulkoon mahdottomina noudattaa. Hyväksyttäviä tekosyitä

performatiivissa epäonnistumiseen ei kuitenkaan ollut tarjolla: muotireportteri Jeannettenkin mukaan edes varallisuuden puute ei saanut estää naisia tavoittelemasta oikeanlaista modernia ilmettä ulkomuodossaan.⁵¹⁴ Huolimatta hyvinkin pitkälle analysoidusta muodista jäi *Aittaaan* elämään myös kuva irrationaalisesta naiskuluttajasta. Tämä viimeistään riisui modernia ulkomuotoa pukeutumisen keinoin tavoittelevan naisen itsenäisestä ja rationaalisesta oman elämän hallinnasta – siis juuri niistä mielikuvista, joilla uutta muotia markkinoitiin.

Tapakulttuurin muutoksen osalta *Aitta* näyttäytyi päällisin puolin suhteellisen sallivassa valossa. Naisten nykyaikaiset tavat eivät yleistasolla kaivanneet nykyaikaisuutta kummempia perusteluja tullakseen hyväksytyiksi tai ainakin siedetyiksi. Muun muassa jazz ja tupakointi näyttivät jo *Aitan* ensimmäisiin numeroihin mennessä lunastaneen tarpeeksi ikonisen paikan nykyaikaisuuden representoijina, jotta niitä ei tarvinnut yleisesti moralisoida. Käännettäessä katse kohti konkreettisia nykyaikaisten naisten ruumiita, muuttui *Aitankin* ote huomattavasti holhoavampaan suuntaan. Modernin naisen tunnusmerkit, muun muassa kapea lantio ja lyhyt tukka, toimivat yleistasolla modernin naisen performatiivin merkitsijöinä, mutta saivat yksilötasolla rappion ja vaaran konnotaation. Naisten karistaessa ”naisellisia” ruumiinmuotoja tai -kulttuuria yltään, yltyi huoli sukupuoliesityksiä muuttavasta naisesta mittasuhteisiin, jossa miehisen kontrollin menettämisen pelko samaistettiin jopa huoleen koko kansakunnan tulevaisuudesta.

Modernin naisen elämänkaari oli monesti sekä suoraan käsiteltyä että implisiittisesti läsnä *Aitassa* ilmestyneissä kuvissa ja teksteissä. Mainokset ja novellit tuottivat kuvaa niin nykyaikaisesta ja sivistyneestä, tehokkaasta kotiäidistä tai -vaimosta, kuin tämän vastapoolista: vaarallisesta ja tuhoisesta, jazztyttöyteen jämähtäneestä viettelijästä. Huolimatta esimerkiksi mainosten usein silotellusta kuvasta yhteistä erilaisten modernien naisen elämäkululle oli entisten määritelmien riittämättömyys, ja siitä johtuva ainainen väärässä roolissa olon tunne.

Modernin kotiäidin elämäntyylviä tuottaneet mainokset keskittyivät luomaan aikalaisia puhuttelevan synteesin kiehtovasta ja uudesta jazztytöstä, mutta välittivät kuitenkin huolellisesti lankeamasta vaarallisuuden ja moraalittomuuden kuvaston puolelle. Tehokkaat modernit kotiäidit esitettiin vaihtoehtona, jossa nainen pysyi paikallaan, vaikka hienoinen, lähinnä ulkoiseen olemukseen liittyvä sukupuolikuvaston muuttaminen sallittiinkin. Erityisesti kuvia tarkastelemalla nousi modernin naisen

⁵¹⁴ Ks. luku 2.2.

elämäntyyli selvästi esiin kiehtovana representaationa, joka kuitenkin voitiin edelleen tehokkaasti määritellä fallosentriseen maailmankuvaan sopeutuvasti. Hyväksymällä modernin kotiäidin performatiivin tavoiteltavaksi sukupuoliesitykseksi, joutui *Aitan* sivuilla esiintynyt nainen samalla luopumaan oikeudestaan vaatia muutosta kohti ”aidosti” vapaampaa elämäntyyliä – mainokset tekivät lukijalle nopeasti selväksi, kuinka edistynyt ja jopa kadettava oli nykyaikaisin avuin varustetun kotiäidin osa.

Aihetta huoleen kuitenkin löytyi, mikäli moderni nainen ei asiaankuuluvasti palannut paikalleen ainakin mielikuvatasolla vietetyn huolettoman jazztyttöelämänvaiheen jälkeen. *Aitassa* toivotunlainen modernin naisen performatiivi pitikin selvästi sisällään ajatuksen siirtymästä vaarallisenkin villin nuoruuden jälkeen vastuullisen, velvollisuutensa tuntevan nykyaikaisen naisen rooliin. Jazztyttöyteen liitetyn vapaan, itsenäisen ja huolettoman elämäntyylin jatkuminen olisi tarkoittanut todella radikaalia muutosta sukupuoliesityksissä. Aikalaiskirjoittajien ja -kuvittajien materiaaleista olikin *Aitassa* luettavissa pelko siitä, mitä tapahtuisi, jos naiset todella loppuun asti omaksuisivat perinteisesti miehille kuuluneet elämäntyylin osat, kuten mahdollisuuden useisiin (perättäisiin) suhteisiin, oman talouden hallinnan tai ulkonäön muokkaamisen omista mieltymyksistään lähtien. Miehisen määrittely- ja kontrollivallan murenemisen nähtiinkin lähes aina johtavan kaoottiseen lopputulokseen, joka oli helposti luettavissa koko yhteiskuntajärjestyksen tuhoa enteileväksi yleistykseksi, mikäli moderni nainen todella fundamentaalisesti muuttaisi sukupuolensa totuttuja oikeuksia ja velvollisuuksia.

Kenties moderniin naisen elämäntyyliin liittyneistä uhkakuvista johtuen monet muutkin uuden naisen performatiivin osat olivat ongelmallisia käsitellä. Tasapainoa uusien sukupuoliesitysten joukosta oli *Aitassa* ilmestyneissä materiaaleissa vaikea tai jopa mahdoton löytää. Uusi nainen viehätti, mutta oli samalla aina jollain tavalla virheellinen: liikaa tai liian vähän. Pelastusta haettiin peripatriarkalisista instituutioista, kuten avioliitosta. Uuden naisen elämäntyylin määrittelyn vaikeudesta kertoo kuitenkin ennen kaikkea se, että vaikka ”nykypäivän tyttö” usein määriteltiin lopulta ei-toivotuksi ilmestykseksi, ei kyseistä performatiivia kuitenkaan kyetty vaikenemaan kuoliaaksi, vaan sitä kenties jopa tahtomatta vahvistettiin loputtomalla tarpeella käsitellä tätä ainakin potentiaalisesti vaaralliseksi koettua ilmiötä yhä uudestaan ja uudestaan.

Modernin naisen tunnistamisen ja määrittelyn jälkeen oli yhtäältä vuorossa uusien mahdollisuuksien visiointi ja toisaalta näiden mahdollisuuksien asettaminen sopivaksi koettujen rajojen sisään. Niin nykyaikaisten naisten koulutusta kuin

työntekoakin käsiteltiin *Aitassa* aika ajoin ja usein myös hyvin samoin äänenpainoin. Lisääntyneet koulutus- ja työssäkäyntimahdollisuudet nähtiin niin nais- kuin mieskirjoittajienkin silmin periaatteessa positiivisena kehityskulkuna, niin kauan kunhan naiset muistivat perimmäisen velvollisuutensa perhettä ja laajemmin yhteiskuntaa sekä valtiota kohtaan. Edes itsenäisen elämäntyylin leimaaman modernin naisen ei sopinut unohtaa korkeampaa kutsumustaan huolehtijana ja hoivaajana. Samat ”naiselliset” ominaisuudet korostuivat silloinkin, kun nykyaikainen nainen pääsi sanomaan mielipiteensä esimerkiksi auton valinnasta: naisen panoksena nähtiin erityisesti huolehtivan ja suojaavan näkökulman esiin tuominen. Autollaan vapaasti liikkuvan uuden naisen kuva assosioituikin usein paradoksaalisesti traditionalisempiin, hoivaavaa ja staattista kuvaa ylläpitäviin naiskuvauksiin.

Liikkeelle päästyään moderni nainen saattoi silti huomattavasti laajentaa elinpiiriään. Niin suurkaupungit kuin vieraisiin paikkoihinkin suuntautuva matkailu avasivat uusia ympäristöjä ja toivat mukanaan tuoreita tulkintoja naisten potentiaalista. *Aitan* materiaaleissa suurimmaksi osaksi kuva urbaanista matkalaisesta oli ennen kaikkea juuri mielikuva ja yksi modernin naisen performatiivin keskeinen osa, mutta myös lehdessä ilmestyneet konkreettiset tosimaailman esimerkit matkailevista ja kaupungeissa asuvista naisista antoivat tärkeän ulottuvuuden elämäntyylin uskottavuudelle. Erityisesti *Aitan* visuaalisella puolella uutta, liikkuvampaa elämäntyylä suosivan naisen kuva löi läpi juuri yhtenä selvästi tunnistettavana modernin naisen performatiivin osana.

Lopussa näkökulma kääntyy ja asettaa modernin naisen hetkeksi fokukseen miehisyyden muutoksen läpi katsottuna. Tulokulmaa vaihtamalla saa *Aitan* materiaaleista jälleen hieman erilaisen otteen nykyaikaisen naisen elämäntyylin rakentumiseen sekä erityisesti sen kohtaamiin rajoituksiin ja esteisiin. Kiinnitettäessä huomio modernin naisen elämäntyylin kokonaisuutena, alkaa se miehisestä näkökulmasta katsottuna muistuttaa jonkinlaista kehityksen negaatiota tai vääristymää. Länsimaisessa kulttuurissa staattisen ja paikallaan pysyvän naiseuden vastakohta, vahvasti maskuliiniseksi ominaisuudeksi leimattu edistys kääntyy *Aitassa* esiintyneen uuden naisen kohdalla takaperoiseksi käsitteeksi. Modernin naisen performatiiville niin keskeinen edistyksen ja kehityksen käsite muuttuu vääristymäksi tai harhaan menneeksi kokeiluksi, koska kyseessä on juuri edistyvä nainen – kärjistäen sanottuna käsitteellinen mahdottomuus.

Tässä tutkielmassa olen tarkastellut modernin naisen elämäntyylä *Aitta-*

lehdessä. Olen käynyt läpi niin modernin naisen ulkoiseen olemukseen, toivottuun tai pelättyyn elämänkaareen sekä modernin mukanaan tuomiin uusiin mahdollisuuksiin liittyneitä elämäntyylin piirteitä. Yläluokkainen, sivistyneistöön itsensä identifioiva *Aitta* on toiminut tutkimuskohteena kokonaisuudessaan: en ole kiinnittänyt erityistä huomiota lehden yksittäisiin tekijöihin tai toimittajiin, vaan pyrkinyt kohtelemaan lehteä eräänlaisena omana tekijänään. En kuitenkaan väitä, etteivätkö eri yksilöiden motiivit, tavoitteet tai pelot välittyisi *Aitasta* toisinaan hyvinkin suoraan. Tiedostan myös, että tutkimuksessa tavallisesti suhtaudutaan hyvin eri tavoin esimerkiksi Mika Waltarin kuin tuntemattomien esikois(nais)kirjailijoiden kirjoittamiin novelleihin. Samalla tavoin erilaisiksi (ja joskus eriarvoisiksi) on mielletty lehtien omat kuvitukset verrattuna esimerkiksi suomalaisittain ikonisen Martta Wendelinin kuvamaailmaan. Kääntämällä painopisteen elämäntyylin tarkasteluun olenkin tietoisesti halunnut ohittaa vastaavanlaiset ennalta annetut tärkeys- tai merkitsevyysjärjestykset. Olen pyrkinyt nostamaan esiin sen modernin naisen elämäntyyliä tuottaneen erittäin monivivahteisen *kokonaisuuden*, jonka kaikilla osilla on varmasti ollut merkitystä, kun *Aitan* lukija on muodostanut käsitystään uuden naisen performatiivista.

Aihevalintani alussa itseäni eniten viehättänyt vapaan ja itsenäisen 1920-luvun naisen performatiivi on tutkimuksen edetessä saanut mukaansa huomattavasti ennakoimiani tiukempia kontrollin sävyjä. Suurimmaksi osaksi Butlerilta ammentaen, mutta myös hyvin foucaultlaisesti olen alkanut nähdä selvemmin 1920-luvulla tapahtuneen sukupuolen tuottamiseen kytkeytyvän muutoksen, joka ei olisi voinut tapahtua, jos myös kontrollin muodoissa ei olisi tapahtunut muutosta. *Aitan* kuvia ja tekstejä tarkastellessani huomioni on yhä enemmän kiinnittynyt siihen usein itsestään selvien taustaoletusten tasolla operoivien valtasuhteiden tuottumiseen, joka 1920-luvulla ohjasi käsityksiä sukupuolten toivotuista performatiiveista. Mitä enemmän modernin naisen elämäntyylin osa-alueita purkaa, sitä selvemmin uutuudella ja itsenäisyydellä ratsastaneet uuden naisen mielikuvat näyttäytyvät eivät niinkään vapautta vaan kontrollia lisäävinä.

En kuitenkaan esitä, etteikö 1920-luvulla tai erityisesti *Aitassa* moderni nainen olisi saavuttanut huomattavasti uusia vapauksia ja mahdollisuuksia, tai etteivätkö nämä kehitysaskeleet olisi olleet merkittäviä niin eläneiden naisten kuin naisten historiankirjoituksenkin kannalta. Sen sijaan esitän, että *Aitan* osalta modernin naisen performatiivin syntyessä ja muuttuessa kyseessä ei yksiselitteisesti ollut vapautuminen aikaisemmista naisen rooleista tai edes harppaus kohti parempaa ja itsenäisempää

elämäntyyliä. Vaikka sukupuoliroolit kiistatta olivat murroksessa, mikä näkyi erityisen selvästi muun muassa visuaalisissa esityksissä, ei muutoksen lopputulema lopulta ollut vavahduttavan suuri. Monessa kohdassa naisten elämää aikaisemminkin hallinneet ”naisellisiin” ominaisuuksiin yhdistetyt mielikuvat edelleen ohjasivat myös modernin naisen toivotun performatiivin rakentumista. Foucaultlaisittain voitaisiin myös puhua siitä, kuinka tiedon – tässä tapauksessa ymmärryksen naisen mahdollisuuksista ja potentiaalista itsenäisenä toimijana – lisääntyessä myös kontrolli lisääntyy entistä paljon hienosyisemmällä tasolla. *Aitassa* tämä näkyi uusien rajoitusten ja vaikeasti saavutettavien ihanteiden muodossa.

Suurelta osin näennäisesti vapaampaa modernin naisen elämäntyyliä ei kuitenkaan pidä mielestäni ymmärtää vain rajoitusten ja kontrollin kautta. *Aitassa* muutos ja kehitys ovat vahvasti läsnä niin implisiittisesti kuin suoraan sanottunakin. Uusi aika ja sen myötä uudenlaiset sukupuoliperformatiivit olivat tulleet jäädäkseen, ja toisinaan myös naisten osalta niistä löydettiin positiivisia piirteitä. Yhtä kaikki *Aitasta* on luettavissa vahva tunne siitä, että muutos oli tai tulisi olemaan välttämätön. Tällöin on myös mahdollista nähdä, kuinka modernin naisen elämäntyyli nivoutui yhtäältä ainutlaatuisella ja toisaalta hyvin tyypillisellä tavalla osaksi keskustelua siitä, mitä tulevaisuuden toivottiin tai pelättiin tuovan mukanaan. Merkityksellistä on, että nykyaikaista naista alettiin pitää jokseenkin vartenotettavana toimijana, jonka mielipiteillä tai ainakin olemassaololla oli merkitystä, kun neuvoteltiin vallitsevista ja tulevista yhteiskunnallisista valtasuhteista.

Lähteet:

Alkuperäislähteet:

Aitta 1927–1930. Toimittanut Yrjö Soini. Kustannusosakeyhtiö Otava, Helsinki 1927–1930.

Tutkimuskirjallisuus:

Aaltio, Ulla: ”Martta Wendelinin kuvittamat *Kotilieden* ja *Aitta*-lehden kannet 1920- ja 1930-luvulla” Taidehistorian pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto, 1984.

Bell, David; Hollows, Joanne: Towards a History of Lifestyle. *Historizing Lifestyle. Mediating Taste, Consumption and Identity from the 1900s to 1970s*. Ed.. Bell, David ja Hollows, Joanne. Ashgate, England, 2006, 1–20.

Bennet, Judith M.: *History Matters. Patriarchy and the Challenge of Feminism*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 2006.

Bradley, Jill: ”Medieval manuscripts: theory and practice”. Esitelmäkäsikirjoitus. Tampere, huhtikuu 2009. Tekijän hallussa.

Butler, Judith: *Hankala sukupuoli. Feminismi ja identiteetin kumous*. Suom. Tuija Pulkkinen ja Leena-Maija Rossi. Englanninkielinen alkuteos *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity* (1990). Gaudeamus, Helsinki 2008.

Butler, Judith: *Bodies That Matter. On the Discursive Limits of "Sex"*. Routledge, New York & London 1993.

Butler, Judith: Performative Acts and Gender Constitution. *The Performative Studies Reader*. Ed. Henry Bial. Routledge, New York, London 2008, 187–199.

Felski, Rita: *The Gender of Modernity*. Harvard University Press Cambridge,

Massachusetts London, England. 1995.

Finn, Margot C.: Scotch Drapers and the Politics of Modernity: Gender, Class and National Identity in the Victorian Tally Trade. *The Politics of Consumption. Material Culture and Citizenship in Europe and America*. Ed. Hilton, Matthew ja Daunton, Martin. Berg, Oxford, UK 2001, 89–108.

Foucault, Michel: *Les Mots et les Choses. Une Archéologie des Sciences Humaines*. Gallimard, Paris 1966.

Foucault, Michel: *Tarkkailla ja rangaista*. Suom. Eevi Nivanka. Helsinki, Otava (1975) 1980.

Frost, Robert L.: Machine Liberation: Inventing Housewives and Home Appliances in Interwar France. *French Historical Studies* Vol. 18 No. 1 (Spring 1993) pp. 109–130.

Gorman, Lyn.; McLean, David: *Media and Society in the Twentieth Century: a Historical Introduction*. Blackwell Publishing. Oxford, 2003.

Hall, Lesley A.: Impotent Ghosts from No Man's Land, Flappers Boyfriends, or Cryptopatriarchs? Men, Sex and Social Change in 1920's Britain. *Social History*, Vol 21, No 1 (Jan., 1996), 54–70.

Hapuli, Ritva; Koivunen, Anu; Lappalainen, Päivi; Rojola, Lea: Uutta naista etsimässä. *Vampyyrinainen ja Kenkkuniemen sauna. Suomalainen kaksikymmenluku ja modernin mahdollisuus*. Toim. Tapio Onnela. SKS, Helsinki, 1992, 98–112. (Hapuli et al. 1992).

Hapuli, Ritva: Ja huulissa pari pisaraa verta: Vampyyri kohtalokkaan naisen kuvastossa. *Vampyyrinainen ja Kenkkuniemen sauna. Suomalainen kaksikymmenluku ja modernin mahdollisuus*. Toim. Tapio Onnela. SKS, Helsinki, 1992, 113–131.

Hapuli, Ritva: *Nykyajan sininen kukka. Olavi Paavolainen ja nykyaika*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 1995.

Hapuli, Ritva: Ihminen ensimmäisen maailmansodan pyörteissä. *Modernin lumo ja pelko. Kymmenen kirjoitusta 1800-1900 -lukujen vaihteen sukupuolisuudesta*. Immonen, Kari; Hapuli, Ritva; Leskelä, Maarit ja Vehkalahti, Kaisa (toim.). Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2000, 80–129.

Hapuli, Ritva: *Ulkomailla. Maailmansotien välinen maailma suomalaisnaisten silmin*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2003.

Heinonen, Visa; Konttinen, Hannu: *Nyt uutta Suomessa! Suomalaisen mainonnan historia*. Mainostajien liitto, Helsinki, 2001.

Heiskala, Risto: Miten mainos puhuu kulttuuria. *Mainoskuva, mielikuva*. Toim. Kimmo Lehtonen. VAPK-Kustannus, Helsinki 1991, 38–55.

Herf, Jeffrey: *Reactionary Modernism: Technology, Culture, and Politics in Weimar Germany*. Cambridge University Press, Cambridge, New York, Melbourne 1984.

Hollows, Joanne: Science and Spells: Cooking, Lifestyle and Domestic Feminities in British *Good Housekeeping* in the Inter War Period. *Historizing Lifestyle. Mediating Taste, Consumption and Identity from the 1900s to 1970s*. Ed. Bell, David ja Hollows, Joanne. Ashgate, England, 2006, 20–40.

Horowitz, Daniel: Frugality or Comfort: Middle-Class Styles of Life in the Early Twentieth Century. *American Quarterly* Vol. 37 No. 2 (Summer 1985), 239–259.

Immonen, Kari; Mäkinen, Katriina; Onnela, Tapio: Kaksikymmenluku – Oliko sitä? *Vampyyrinainen ja Kenkkuniemen sauna. Suomalainen kaksikymmenluku ja modernin mahdollisuus*. Toim. Tapio Onnela. SKS, Helsinki, 1992, 7–17. (Immonen et al. 1992).

Immonen, Kari; Hapuli, Ritva; Leskelä, Maarit ja Vehkalahti, Kaisa toim.: Lukijalle. *Modernin lumo ja pelko. Kymmenen kirjoitusta 1800-1900 -lukujen vaihteen sukupuolisuudesta*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2000, 7–14. (Immonen et al. 2000).

Kaarninen, Mervi: *Nykyajan tytöt. Koulutus, luokka ja sukupuoli 1920- ja 1930-luvun Suomessa*. Suomen historiallinen seura, Bibliotheca Historica 5, Helsinki 1995.

Kalela, Jorma: *Historiantutkimus ja historia*. Hanki ja jää -sarja. Gaudeamus: Helsinki, 2000.

Karjalainen, Tuula: *Ikuinen sunnuntai. Martta Wendelinin kuvien maailma*. Werner Söderström Osakeyhtiö, Porvoo, Helsinki, Juva 1993.

Kivikuru, Ullamaija: *Vieraita lehtiä. Aikakauslehti ajan ja paikan risteyksessä*. Yliopistopaino, Helsinki University Press. Helsinki 1996.

Konttinen, Riitta: Naistaiteilijan dekadentti naiskuva. *Dekadenssi vuosisadan vaihteen taiteessa ja kirjallisuudessa*. Toim. Pirjo Lyytikäinen. SKS Helsinki 1998, 84–95.

Korhonen, Anu: Naurun teorit ja historiantutkimus. *Historiallinen Aikakauskirja* 2/2001, 169–179.

Lehtonen, Kimmo (toim.): *Mainoskuva, mielikuva*. VAPK-Kustannus, Helsinki 1991.

Leiss, William; Kline, Stephen; Jhally, Sut: *Social Communication in Advertising. Persons, Products & Images of Well-being*. Second Edition, Revised and Enlarged. Routledge, London, New York 1997.

Liljeström, Marianne (toim.): *Feministinen tietäminen. Keskustelua metodologiasta*. Vastapaino, Tampere 2004.

Nikunen, Kaarina: Pornokuva ja naisen siveä katse. *Naisen naamio, miehen maski. Katse ja sukupuoli mediakuvassa*. Marianna Laiho & Iris Ruoho (toim.). Kansan Sivistyksen Liitto KSL r.y. Tampere 1996, 33–60.

Mikkonen, Kai: *Kuva ja sana. Kuvan vuorovaikutus kirjallisuudessa, kuvataiteessa ja ikonoteksteissä*. Gaudeamus, Helsinki 2005.

Molarius, Päivi: Suomenruotsalaisen dagdrivare-kirjallisuuden dandy ja modernin subjektin itsehahmotus. *Dekadenssi vuosisadan vaihteen taiteessa ja kirjallisuudessa*. Toim. Pirjo Lyytikäinen. SKS Helsinki 1998, 156–182.

Murphy, Mary: '...And All That Jazz': Changing Manners and Morals in Butte after World War I. *Montana: The Magazine of Western History*. Vol. 46, No. 4 (Winter, 1996), 50-63.

Männistö, Tiina: *Haluathan tulla todelliseksi naiseksi? Naisruumiin tuottaminen Suomessa ilmestyneissä nuorten naisten oppaissa 1890-1972*. Turun yliopisto, Historian laitoksen julkaisuja 63. Turku 2003.

Ollila, Anne: Sukupuoli – merkkejä ja merkityksiä. *Historiallinen Aikakauskirja* 1/2007, 59–66.

Pulkkinen, Tuija: Judith Butler – Sukupuolen suorittamisen teoreetikko. *Feministejä – Aikamme ajattelijoita*. Toim. Anttonen, Anneli; Lempiäinen, Kirsti; Liljeström, Marianne. Vastapaino, Tampere 2000, 43–60.

Roberts, Mary Louise: Samson and Deliah revisited. The Politics of Women's Fashion in 1920s France. *The American Historical Review* Vol. 98 No. 3 (Jun., 1993) pp. 657–684.

Rossi, Leena-Maija: *Heterotehdas. Televisiomainonta sukupuolituotantona*. Gaudeamus, Helsinki 2003.

Salih, Sara: Introductions in *The Judith Butler Reader*. Ed. by Sara Salih with Judith Butler. Blackwell Publishing, Malden, Oxford, Victoria, 2004.

Scott, Joan Wallach: *Gender and the Politics of History*. University Press. New York 1988.

Seppänen, Janne: *Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa*. Vastapaino, Tampere

2004.

Seppänen, Janne: *Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Tampere 2005.

Swiencicki, Mark A.: Consuming Brotherhood. Men's Culture, Style and Recreation as Consumer Culture 1880–1930. *Journal of Social History*, vol. 31, No. 4 (summer 1998), 773–808.

Sähköpostikeskustelu Ritva Hapulin kanssa 2.–3.3.2011. Tekijän hallussa.

Takala, Tuija: Aikakauslehdet ja modernismi. *Tutkielmia suomalaisesta modernismista*. Takala, Tuija & Hyvärinen, Juha (toim.). Turun yliopisto, Taiteiden tutkimuksen laitos. Turku 1990, 53–78.

Tandefelt, Marika: *Reklamsvenska i Finland speglad genom varhuset Stockmanns Tidningsannonser under det 20e seklet: projektes bakgrund, syfte, material och metoder*. Meddelanden från Svenska Handelshögskolan 535. Helsinki 2008.

Taylor, John: Kodak and the 'English' Market between the Wars. *Journal of Design History*, Vol. 7, No. 1 (1994), 29–42.

Tinkler, Penny; Warsh, Cheryl Krasnick: Feminine Modernity in Interwar Britain and North America Corsets, Cars, and Cigarettes. *Journal of Women's History*, Volume 20, Number 3, Fall 2008, 113–143.

Uino, Ari: Kuvalehtien kehitys yleisaikakauslehdiksi 1918-1934. *Suomen lehdistön historia, osa 8. Yleisaikakauslehdet*. Tommila, Päiviö (toim.). Kustannuskiila, Kuopio 1991, 79–105.

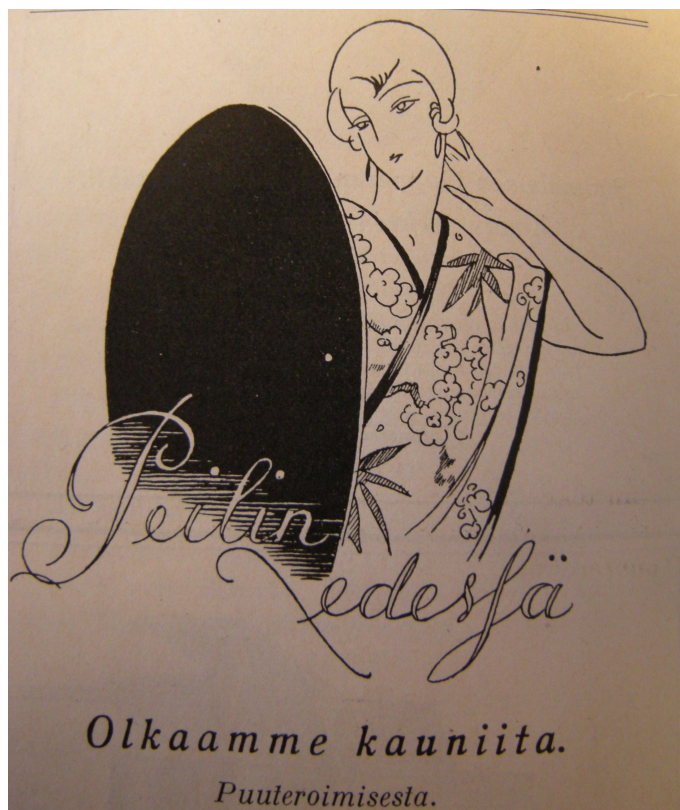
Vehkalahti, Kaisa: Jazz-tyttö ja naistenlehtien siveä katse. *Modernin lumo ja pelko. Kymmenen kirjoitusta 1800-1900 -lukujen vaihteen sukupuolisuudesta*. Immonen, Kari; Hapuli, Ritva; Leskelä, Maarit ja Vehkalahti, Kaisa toim. Suomalaisen Kirjallisuuden

Seura, Helsinki 2000, 130–168.

Liite 1: *Aitan* kuvat

2.1 Kaunistautuminen velvollisuutena

Kuva 1:
Suomen Kansallisteatterin
näyttelijä Heidi
Korhonen.
Aitta Tammikuu/1929, kansi.



Kuva 2:
Peilin edessä -sarjan
tunnuskuva.
Aitta Marraskuu/1927, 86.

Kuva 3:
Hedelmäsuola
Samarinin
mainos:
”Auttakaa luontoa!”
Aitta Lokakuu/1927, 85.



Auttakaa luontoa!

Sulamaton ravinto ja kelpaamattomat jätteet jäävät ruumiiseen.

Ne ovat aiheena vakaville terveyshäiriöille ja Te otaksuttavasti ette ole tietoinenkaan sairaaloisuudestanne. Arvaamattoman tärkeä asia on puhdistaa suo-
listo ja vatsa vahingollisista jätteistä, mikä on helppo tehtävä kaikille, jotka juovat Hedelmäsuola Samarinia. Jokapäiväinen Hedelmäsuola Samarinin käyttö säilyttää terveyttänne, pitää ruoansulatuksen kunnossa ja aineenvaihdon voimakkaana ja terveesti toimivana.

Kaikki Hedelmäsuola Samarinin sisältämät ainekset ovat tarpeellisia ihmisen terveydelle ja hyvinvoinnille. Luonnollisista aineista pitäisi niiden joutua ruumiiseen ravinnosta, mutta paikoillaan istumistyö, huono ruoansulatus, virheellinen ravintojärjestys, liikaräsi, huolet ja monet muut seikat vaikuttavat sen ettei ruumis voi ruoasta saada tarpeellista määrää näitä sen toiminnalle välttämättömiä suoloja.

Jos tahdotte siis aina olla reipas, omata puhtaan, terveen veren, raikkaan ihonvärin, hyvän ruoansulatuksen, haluatte poistaa ilkeähajuisen hengityksen ja saada maksan ja munuaiset pian ja luonnollisesti puhdistetuiksi, niin silloin saatte arvokkaimman ja tehokkaimman avun Hedelmäsuola Samarinista, jota on niin hyvin lapsen, nuoren kuin vanhankin joka päivä käytettävä.

Hedelmäsuola Samarin sisältää juuri niitä aineita, joita ruumis tarvitsee.

Lääkärintodistus on joka pullon mukana.

Myydään kaikissa aptekeissa, rohdos- ja kemikallilikkeissä y. m. kauppoissa.

O. Y. TEKA A. B., Riihimäki.

Poistakaa myrkyt ruumiista ja takaisin saakaa voimaa ja joustavuutta juomalla

HEDELMÄSUOLA SAMARINIA



Teidän arvokkain kalleutenne

— vaikeasti korvattavissa, jos Te sen kadotatte —, on raikas valkea hammasrivinne, josta koko yleisvointinne on suoranaisesti riippuvainen. Ja kuitenkin tarvelevät lukemattomat ihmiset hampaansa hitaasti mutta varmasti huoltamattomalla hoidolla.

**OXYGENOL
HAMMASTAHNA**

Kuva 4:
Oxygenol hammastahnan
mainos: ”Teidän arvokkain
kalleutenne”.
Aitta Kesäkuu/1929, 71.

Kuva 5:
Teknillinen Liiketoimisto:
laihutuskoje
”Punkt-Rollerin” mainos.
Aitta Tammikuu/1927, 98.

Uusi laihutuskoje!
Tuhansilla naisilla on taipumusta paikoittaiseen liikalihavuuteen, vaikka vartalo muuten yleensä onkin normaali. Tässä kuvatulla kulttuurimaailman „Punkt-Roller”-kojeella voitte poistaa liian lihavuuden juuri niistä paikoista, mistä itse haluatte. „Punkt-Roller” lukuisine kumisine imukuppeineen vaikuttaa rasvamuodostumiin niin tehokkaasti, että rasva ennenpitkää häviää. Käyttäkää sitä vain muutamia minutteja päivittäin, ja hyvin pian sanoo vaaka niinkuin silmännekin, että vartalonne, lanteenne ja jäsenenne ovat hoikistuneet, juuri ne ruumiinosat, jotka tahdotte saada solakammiksi. *Liikalihavuus on myrkkyä terveydelle ja sentähden poistettava!* Hinta: Smk. 185:— sekä postimaksu Smk. 7:50, postietuannilla. Ellei koje tyydytä, maksamme rahat takaisin, jos koje palautetaan 6 päivän kuluessa. Ei siis mitään tappionvaaraa Teille. Esittelyleht. ilmaiseksi. Tilatessanne mainitkaa tämä lehti. Toimitetaan yksinmyyjältä Suomessa: **Teknillinen Liiketoimisto**, Helsinki, Pormestarinrinne 4. — Puh. Ce, 24 464.




Kuva 5:
Yksityiskohta mainoksesta /
Teknillinen Liiketoimisto:
laihutuskoje
”Punkt-Rollerin” mainos.
Aitta Tammikuu/1927, 98.

2.2 Uuden muodin hermoilla ja armoilla



*Ladyn lähin vaatuspa vainen,
nykyään on silkkikudonnainen.
Silkkitrikoota on housut paidat,
silkki verhoo kauniit nilkat kaidat.
Suositujat ovat kudonnaiset.
Näitä käyttää työ- ja vallas naiset.
Kevyt, lämmin, aina taipuvainen
trikoo on – siis kuten itse nainen.*

Kaikkia naisten, miesten ja lasten puvustoon kuulu-
via trikookudonnaisia suuret valikoimat. Ainoastaan
ensiluokkaisia laatuja.

Osakeyhtiö
NEOVIUS
Perust. 1889
Helsinki, Mikonkatu 2.
Viipuri, Aleksanterink. 27.
Kirjetilaukset: Helsinki, Vladimirinkatu 21.

Kuva 7: Osakeyhtiö Neoviuksen mainos. *Aitta* Joulukuu/1927, 109.



Kuva 7 (vasemmalla): Muotiliike
Beer, Parisi.

Kuva 8 (soikiossa): Muotiliike
Magnin, Parisi.

— Valok. Manuel Freres.

Kuva 8:
Kuvitusta Jeannetten
muotireportaasista
”Nyt se tapahtuu –
Hame pitenee”.
Aitta Lokakuu/1928, 54.

Kuva 9:
Kuvitusta Jeannetten
muotireportaasista
”Nyt se tapahtuu –
Hame pitenee”.
Aitta Lokakuu/1928, 55.



Kuva 9 (soikiossa): Muotiliike
Beer, Pariisi.

Kuva 10 (ylhällä): Muotiliike
Beer, Pariisi.

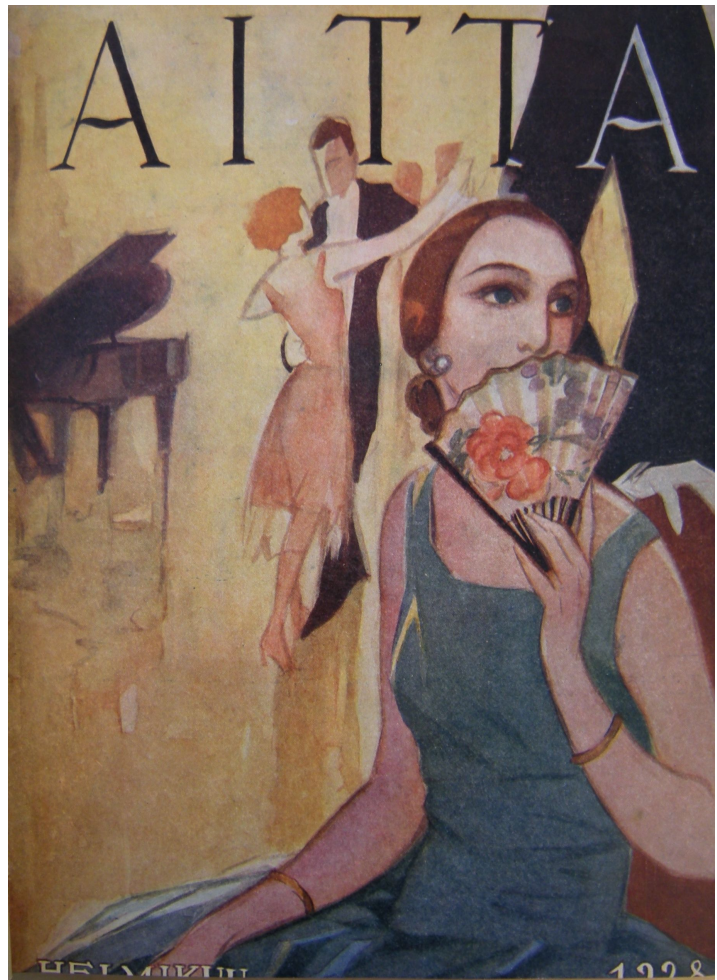
— Valok. Manuel Frères.



Kuva 10:
Kuvitusta jutusta
”Naiset ostoksilla”.
Aitta Helmikuu/1930, 35.

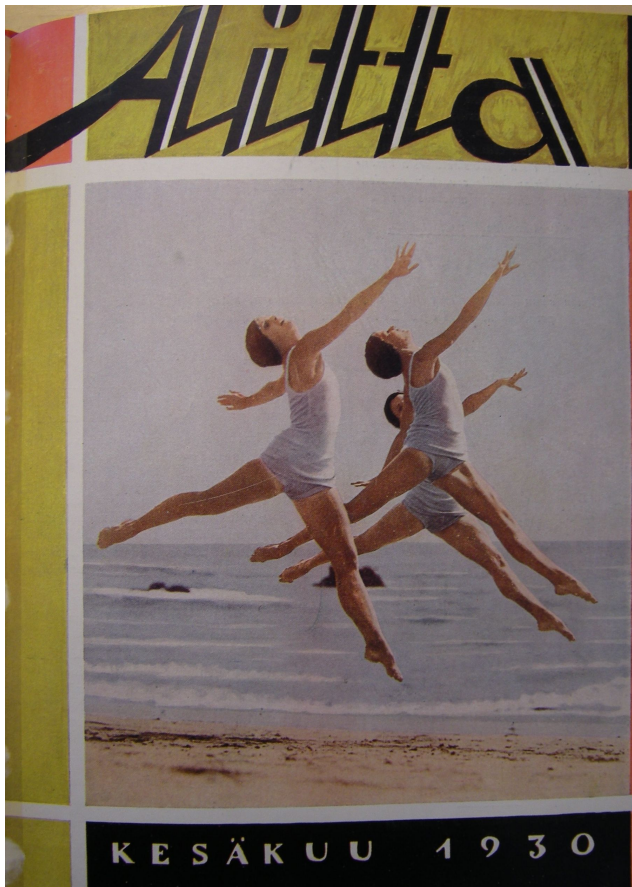
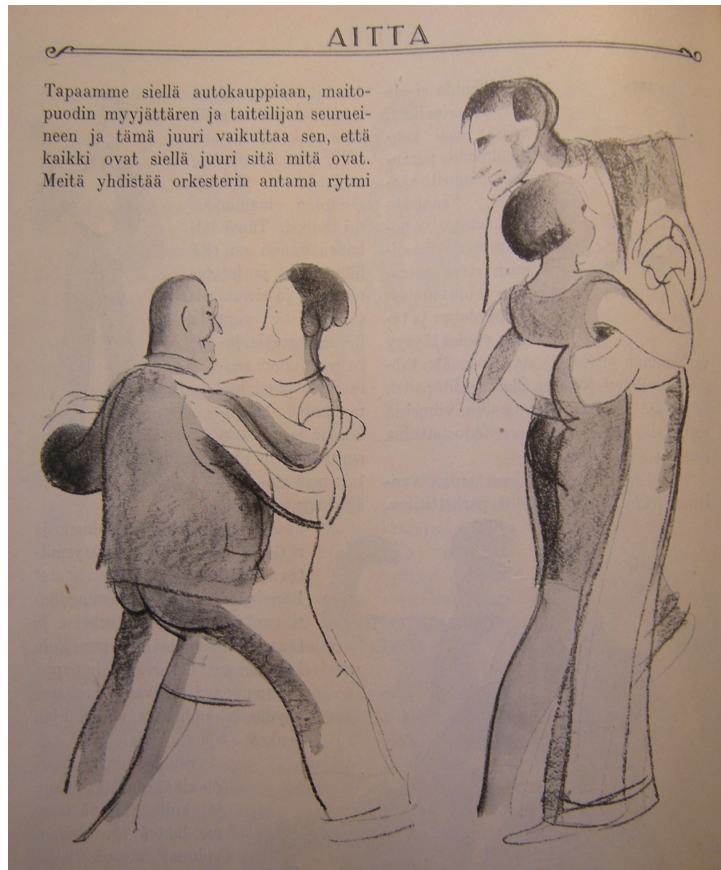
2.3 Nykyaikaisia tapoja – tiukkoja ruumiin rajoja

Kuva 11:
Martta Wendelinin
piirtämä tanssiais-
aiheinen kansi.
Aitta Helmikuu/1928, kansi.



Kuva 12:
Pikku-Fennia -savukkeiden
mainos.
Aitta Lokakuu/1928, 6.

Kuva 13:
Eeli Jaatosen kuvitusta
artikkeliin ”Tanssiva
Helsinki”.
Aitta Huhtikuu/1929, 32.



Kuva 14:
Voimistelijoita rannalla.
Aitta Kesäkuu/1930, kansi.

3.1 Modernin kotiäidin konservatiiviset ihanteet

Kuva 15:
”2 Käytännöllistä keksintöä”.
Aitta Helmikuu/1930, 51.



**Hyvä ruoka vaatii
hyvän etikan!**

Suomessa syödään yleensä hyvin: voita, lihaa, maitoa ja muuta hyvyttä käytetään melko runsaasti. Mutta etikkahappoa luonnollisen etikan sijasta näkyvät vielä monet taitavatkin emännät käyttävän — kumma kyllä, sillä etikkaanhan ei monta penniä kulu! — Muistakaa, että vain luonnollinen, alkoholista käymistietä valmistettu etikka on sopivaa ruokiin, salaatteihin, säilykkeisiin j. n. e. Ja muistakaa, että ainoa sellainen etikka maassamme on

**RAJAMÄEN TEHTAITTEN
VÄKIVIINAETIKKA!**

Kuva 16:
Rajamäen tehtaitten
väkiviinaetikan mainos.
Aitta Elokuu/1928, 2.



Perheenäidin »aarrekammio»
– täynnään hohtavaa puhtautta!

Liinavaatekaappi, emännän ylpeys, pysyy nyt aina loistokunnossa ihmeteltävän vähin vaivoin. Pehmeästi vaahtoava PERSIL-liuos – siinä on häikäisevän puhtauden salaisuus...

Te ajattelette ILOITEN pesupäiviä, kun ne ovat Teille PERSIL-päiviä!

PERSIL on poistanut perheenäideiltä pahimmat pesupäivien huolet ja vaivat. Te saatte PERSIL-liuoksen avulla aina lumivalkoisen puhdasta ja raikastuoksuista pesua. Ja samalla säästyy Teiltä **vaivoja, aikaa ja rahaa**. PERSIL on joka suhteessa voittamaton pesuaine – **ottakaa Tekin se avuksenne!**

Persil on aina Persil

Kuva 17: Persil pesuaineen mainos: ”Perheenäidin aarrekammio”.
Aitta Syyskuu/1930, 61.



Suomalaiset naiset!

Oletteko tullut ajatelleksi, kuinka herkkä lapset ovat huomaamaan kaiken epäjohtonmukaisuutemme puheissamme ja teoissamme?

Jos esimerkiksi puhumme suomenkielen oikeuksista ja ilmituomme oikeutetun paheksumisemme kansallista epäkohdista, mutta samaan aikaan on pöydällämme maljakollinen itäruotsalaisen tehtaan ruotsalaisin päällyksin varustettuja makeisia, niin lapsen herkkä mieli huomaa epäjohtonmukaisuutemme.

Kasvata lapsesi suomalaiseksi omalla esimerkilläsi!

Suosittelimme ensiluokkaisista valmisteistamme m. m. seuraavia:

SUKLAAKONVEHTEJA taiteellisissa pyöreissä rasioissa.
AITO, KERHO, LIPPU ja PURSI, hienonhienoja suklaakonvehtikaramelleja.
HERKKU-SUKLAATAMME, parhaita n. k. Tryffeileitä.
PALKINTOSUKLAATAMME. Hieno levysuklaa, jonka kääreisiin kätketään ostajien iloksi lahjapalkintoja.
KARAMELLEJA: Valio, Jääkide, Tipu-Tip, Kiva, Osuus, Nam-Nam, 1001-yötä, Siro, Pupu, Raiku, Ilkka, „Seitsemän veljestä“, Mielikki, Liekki, Työkansa, Oma Koti, Turnipsi.

Tukekaa ostoksillanne puhtaasti suomalaista makeisteollisuutta!

MAKEIS O/Y
SUOMALAINEN SUKLAA- JA MAKEISTEHDAS
Iso Roobertinkatu 10. Helsinki. Puhelin Ce 23 475.

„MAKEIS-TYTTÖ“

Kuva 18: Makeis O/y:n mainos: ”Suomalaiset naiset!”, kuvassa ”Makeis-tyttö”.
Aitta Huhtikuu/1927, etukansi.

Miellyttävän lauantaitunnelman antaa kodille

se että äiti on puhtaisiin huoneisiin suihkuttanut hiukan Teknon raikasta Eau de Cologne.

Äidillä on aina varastossa Teknon »Toilette», jota hän ostaa edullisesti litran pulloissa. Aamulla hän täyttää Teknon ainutlaatuisen kätevän suihkupullon ja koko perhe saa siitä virkistystä, alkaen isästä, joka »murisee», ellei heti löydä suihkupulloa parranajopöydältään.

»Toilette» on puhdasta, ensiluokkaista kotien Eau de Cologne, joka on juuri sopivan vahvuista lastenkin aralle iholle. Se on halpaa, ennenkaikkea siksi, että sitä myydään huoneissa litran pulloissa, jolloin hinta on laskeutu vain aineesta. Myöskin siksi, että »Toilette» on hyvin tehoisaa ja riittävää.

**Teknon »Toilette»
Eau de Cologne**

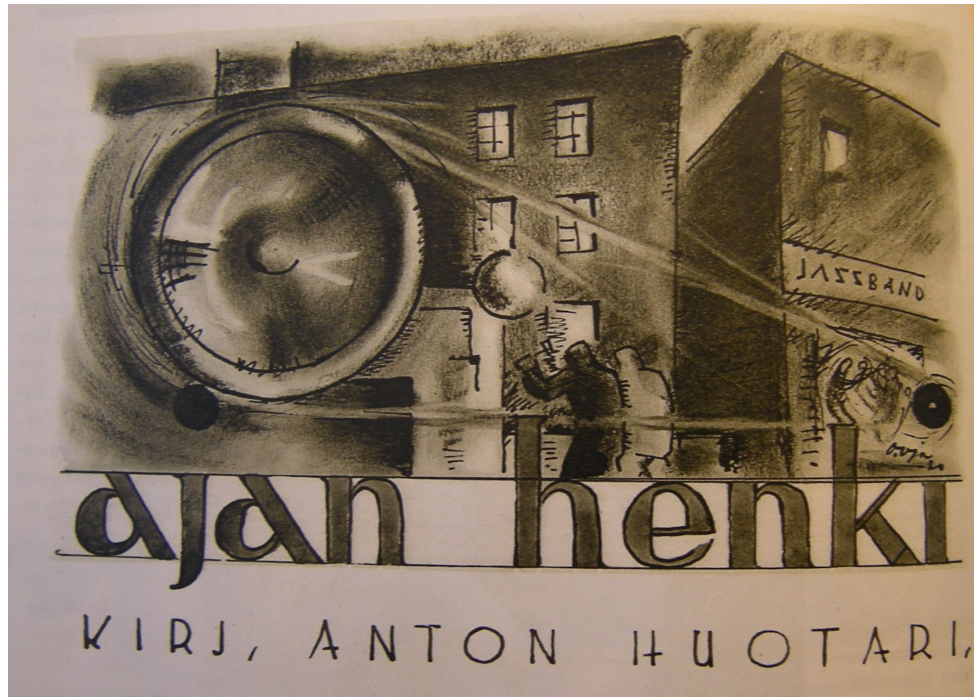
{ ihon hoitoon
parranajoon
huoneitten raikas-
tukseen
»spriipyyhkeisiin»
» kääreisiin
kylpyveteen



TEKNO

Kuva 19: Teknon mainos: ”Miellyttävän lauantaitunnelman antaa kodille”.
Aitta Joulukuu/1930, 97.

3.2 Varoittavat esimerkit ja paluu heteronormatiiviin



Kuva 20: O. Ojan kuvitusta Anton Huotarin ”Ajan henki” -novelliin. *Aitta* Heinäkuu/1930, 23.

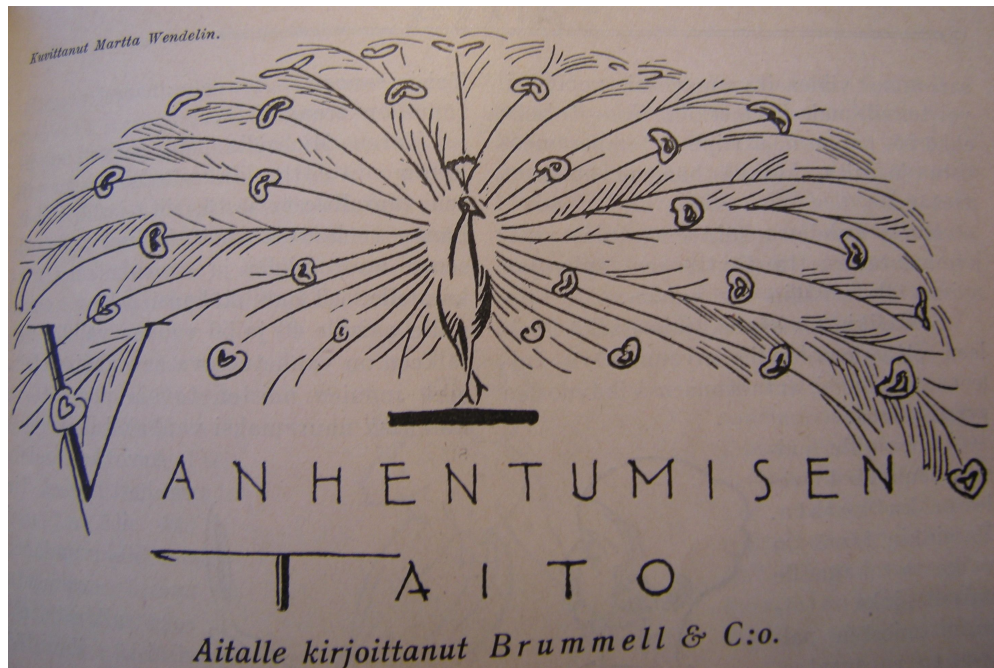


Kuva 21: O. Ojan kuvitusta Anton Huotarin ”Ajan henki” -novelliin. *Aitta* Heinäkuu/1930, 24.



Kuva 22: Todennäköisesti Eeli Jaatisen laatimaa kuvitusta ”Boccardin täysihoitola” -jatkokertomukseen.
Aitta Kesäkuu/1927, 79.

3.3 Viehätys ja virheellisyys – nainen aina väärässä roolissa



Kuva 23: Martta Wendelinin kuvitusta Brummell & C:o:n pakinaan ”Vanhenemisen taito” – kuvassa riikinkukko.
Aitta Kesäkuu/1927, 42.



Kuva 24:
Martta Wendelinin kuvitusta Brummell & C:o:n pakinaan ”Vanhenemisen taito” – kuvassa nuoruuden illuusioon pyrkivä vanha nainen.
Aitta Kesäkuu/1927, 43.

Kuva 25:
 Martta Wendelinin kuvitusta
 Brummell & C:o:n
 pakinaan ”Vanhenemisen
 taito” – kuvassa liian
 varhain vanhentunut nainen.
Aitta Kesäkuu/1927, 44.



Kuva 26:
 Yksityiskohta /
 Martta Wendelinin
 kuvitusta Tyne Jensenin
 ”Nykypäivän tyttö”
 - novelliin.
Aitta Helmikuu/1927, 64.



Kuva 27: Yksityiskohta / Martta Wendelinin kuvitusta Tyyne Jensenin ”Nykypäivän tyttö” - novelliin.
Aitta Helmikuu/1927, 65.



Kuva 28:
Kuvitusta Raoul af Hällströmin kirjoitukseen ”Uskollinen nymfi ja poikatyttö”.
Aitta Kesäkuu/1929, 37.

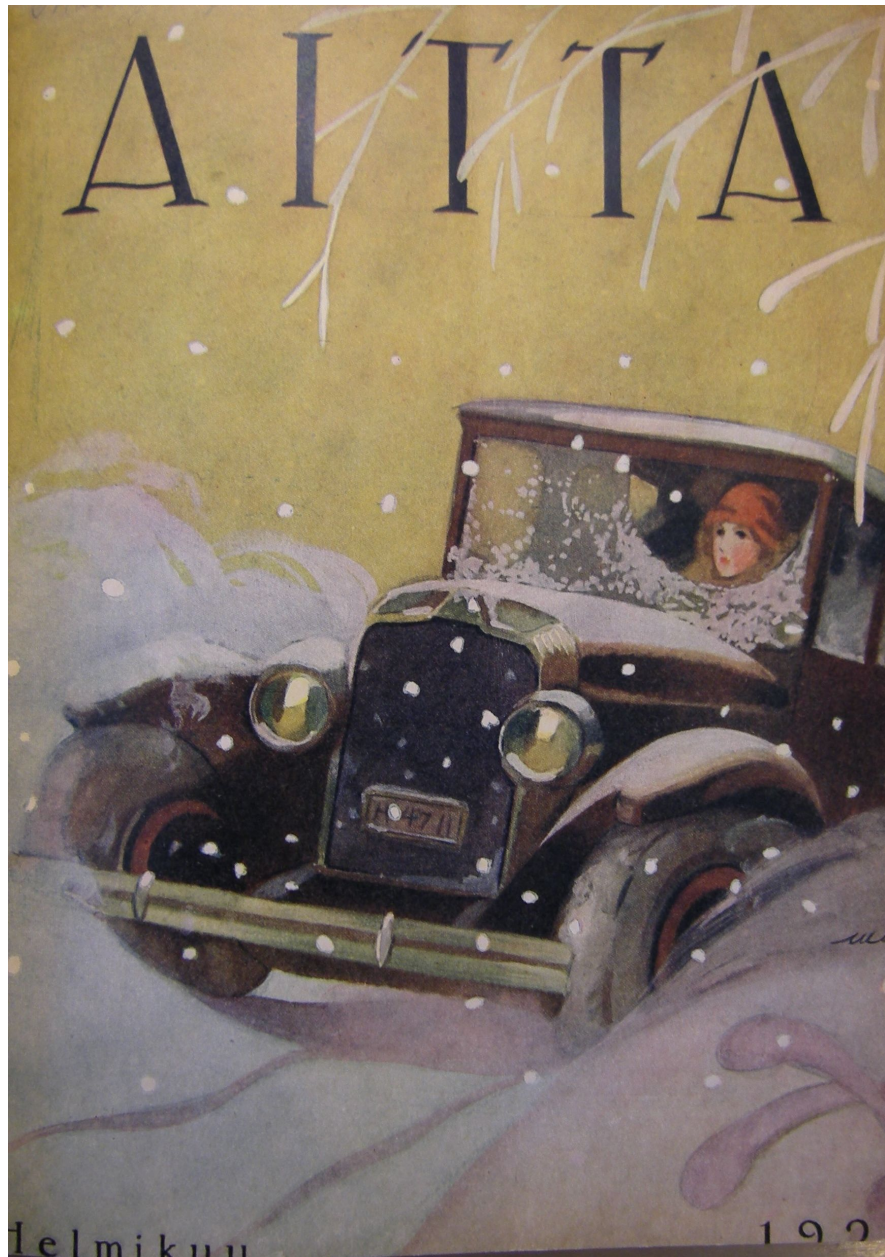
4.1 Kyseenalaista opiskelua, toiveiden työtä ja tekniikan mallikukkeja



Kuva 29: Eeli Jaatisen laatimaa kuvitusta Kirsti Porraksen novelliin ”Uusi pikakirjoittajatar”.
Aitta Helmikuu/1930, 56–57.



Kuva 30: Fordin mainos: ”Kaksi tyytyväistä”
Aitta Huhtikuu/1930, takakansi.



Kuva 31: Martta Wendelinin piirtämä autoiluaiheinen kansi.
Aitta Helmikuu/1927, kansi.

4.2 Mielikuvien urbaani matkalainen



Kuva 32: Martta Wendelinin piirtämä kaupunkiaiheinen kansi.
Aitta Tammikuu/1927, kansi.

Kuva 33:
Kodakin mainos:
”Lomanne alkaa, Kodak
mukaan”.
Aitta Heinäkuu/1927, 5.

Lomanne alkaa,

KODAK
mukaan.

Smk:lla 125:—, 200:—,
voitte saada
pistäytymällä
myymälässämme.

KODAK-FILMI,
keltaisessa kotelossa,
olkoon mukanne.

Kehitämme,
jäljennämme,
suurennamme.



P. J. Bögelund, Valok. tarpeisto
KODAK VARASTO
P. Esplanaadink. 27

Aitassa on usein erinomaisen hyviä kuvia

90% maamme ammattivalokuvaajista käyttää liikkeenme hankkimia valokuvaustarpeita. Me myymme Wellington, Perutz, Verax, Satrap y. m. levyjä. Voittamatonta amerikkalaista Haloid-Rito paperia. Illingworth, Agfa, Wellington ja Perutz filmiä sekä yleensä kaikkia hyviä valokuvaustarpeita.

Valmistamme amatööritöitä huolellisesti ja kohtuullisilla hinnoilla.



SUOMEN VALOKUVAAJAIN OSAKEYHTIÖ
Helsingissä, Tampereella ja Oulussa

Kuva 34: Suomen valokuvaajain osakeyhtiön mainos.
Aitta Helmikuu/1927, 5.



KIITÄVÄSSÄ JUNASSA
ja autossakin voitte "peseytyä" –

Vedätte vain matkalaukustanne esille pienen Eau de Cologne-pullon ja vaikkapa nenäliinaa kostuttamalla pyyhkäisette tomun ja hien pois. Mustuneesta nenäliinasta huomaatte, miten tärkeää tällainen "peseytyminen" on. Raikas, puhdistunut iho tekee samalla koko olemuksenne ihmeen virkeäksi ja karkoittaa väsymyksen.

Majapaikoissakin järjestyy peseytymisenne Eau de Cologne-
nen avulla miellyttävästi ja mikä tärkeintä, hygienisesti, sillä vieraitten pesu-
välineitten puhtaushan saattaa usein olla kyseenalaista. Te kostutate vain puhta-
aan pyyheliinan kulman ensin vedellä (ettei Eau de Cologne kuluisi turhan
paljon), kaadatte siihen senjälkeen sopivasti Eau de Cologne ja hierotte sillä
ihonne puhtaaksi.

Jos Teillä on riittävästi mukana Teknon mainiota "Toilette" Eau de Cologne,
voitte ottaa erittäin virkistäviä spriiipyyhkeitä, jotka vaikuttavat kuin raikas kylpy.

Edullisinta onkin ostaa "Toilette" litran
pulloissa kotivarastoon. Niin se tulee hal-
vimmaksiksi ja silloin sitä on matkallekin otet-
tavaksi.

TEKNO

Teknon "Toilette"
Eau de Cologne
matkoilla ja kotona

ihon hoitoon
parranajoon
spriiipyyhkeisiin
– " – kääreisiin
y. m.

Kuva 35: Teknon mainos: "Kiitävässä junassa ja autossakin voitte 'peseytyä'".
Aitta Marraskuu/1930, 1.



Kuva 36: Yksityiskohta / Teknon mainos: "Kiitävässä junassa ja autossakin
voitte 'peseytyä'".
Aitta Marraskuu/1930, 1.

Kuva 37:
Gösta Spennertin
mainos: ”Matka-
tavaroita”.
Aitta Kesäkuu/1927, 5.



Kuva 38: Martta Wendelinin piirtämä matkailuaiheinen kansi.
Aitta Toukokuu/1927, kansi.

4.3 Moderni nainen maskuliinisen edistyksen vääristymänä



Kuva 39:
Kuvitusta juttuun ”Riisun takkini sinun jalkoihisi”.
Aitta Toukokuu/1930, 44.



Kuva 41: Martta Wendelinin piirtämää kuvitusta Arvi Kivimaan novelliin ”Pakenen sinua varjo”.
Aitta Joulukuu/1927, 36.