

Kuinka trikoosta tuli päällysvaate? Trikoovaatteet 1960-luvun murroksena

Laura Ekholm, orcid.org/000-0001-8282-3163 & Matleena Frisk, orcid.org/0000-0003-3461-7159

Suomalaista 1960-lukua käsitellään usein materiaalisen kasvun aikana, jolloin puute alkoi vaihtua paljouteen. Yhä useammalla suomalaisella oli oma koti ja elintason nousu näkyi esineiden ja vaatteiden määrän lisääntymisenä – Suomi alkoi tässä suhteessa tavoittaa Länsi-Eurooppaa. Koteihin saatiin ensin arjen perusmukavuudet, sitten värejä ja pehmeyttä. Tämä kertomus jättää varjoonsa toisen radikaalin kehityskulun: yksinkertaisemman pukeutumisideaalin läpimurron. 1960-luvun loppupuolella, jälkikäteen katsottuna hyvin lyhyessä ajassa, ihmisten pukeutuminen muuttui mutkattommaksi ja arkisemmaksi. Toisin kuin esimerkiksi 1800–1900-lukujen vaihteessa, jolloin tavalliset ihmiset alkoivat vaurastumisen myötä käyttää aiemmin vain säätyläisille kuuluneita vaatteita ja asusteita¹, 1960-luvulla erilaiset kävely- ja vierailupuvut, hatut ja sisällä käytetyt käsineet eivät suinkaan yleistyneet elintason noustessa vaan jäivät marginaaliseksi tai erityisiin juhlatilanteisiin kuuluviksi kuriositeeteiksi.

1960-luvun kumouksellisuus ilmeni paitsi aatteellisena myös arjen ja kulutuksen muuttumisena. Suomessa 1960-luvun yhteiskunnallista murrosta on tutkittu monista näkökulmista, lähtien sinuttelusta, alkoholin ja musiikin kulutuksesta ja sisustustyyleistä.² Muutos näkyi myös pukeutumisessa. Vaihtelut vaatetuksessa olivat aikaisemmin 1900-luvulla ilmenneet lähinnä hameenhelman pituuden muunteluna tai asun uudenaikaisena leikkauksena, mutta itse vaatekappaleiden käyttö pysyi vuosikymmeniä melko muuttumattomana. Pukeutuminen oli tilannesidonnaista ja sukupuolittunutta. Mies pukeutui pääsääntöisesti työvaatteisiin tai pukuun ja

ja 1970-luvun alussa tämä raja sopivan ja epäsovivan välillä muuttui.³ Aikakauden muodikkaat trikoovaatekappaleet olisivat aiemmin kuuluneet lähinnä uneen, jossa havahtuu yhtäkkiä

¹ Ks. Mikkolan artikkeli tässä teoksessa.

² Peltonen, Kurkela & Heinonen 2003; Sarantola-Weiss 2003; Kuusi 2004; Poikolainen 2015.

³ 1960-luvun murros tapahtui siis oikeastaan osin vasta 1970-luvulla. Siksi onkin puhuttu pitkästä 60-luvusta. Pukeutumisen murroksesta ks. esim. Turunen 2016.

liikkuvansa julkisella paikalla vahingossa alusasuisillaan.

Tässä artikkelissa pohdimme, miten trikoosta tuli lyhyessä ajassa hyväksytty päällysvaatemateriaali. Päällysvaatteilla tarkoitamme tässä sisävaatteita, vastakohtana alusvaatteille, emme ulkovaatteiden synonyymia.⁴ Kysymme, mitä T-paidat kaltaiset vaatekappaleet kertovat 1960- ja 1970-lukujen murroksesta. Miten vaatteista, joita aiemmin saattoi käyttää julkisesti lähinnä vain voimistellessa tai urheillessa, tuli normaaleja sisä- ja kesävaatteita? Millaisia teknisiä ja tuotannollisia muutoksia kulttuuriseen muutokseen kytkeytyi?

Sekä aikalaiskuvauksissa että kirjallisuudessa 1960-luvun pukeutumisesta nostetaan usein esiin naisten vaatteet, erityisesti minihame.⁵ Olemme valinneet laajemman lähestymistavan: analysoimme materiaaliin liitettyjä merkityksiä yksittäisen vaateen sijasta. Trikooseen pukeutuivat eri ikäiset ihmiset ja molemmat sukupuolet. Lisäksi trikoon avulla voi tarkastella muutoksia niin tuotannossa kuin kulutuksessa – vaatteiden ostamisessa ja käyttämisessä. Pukeutumiskulttuurin epämuodollistuminen 1960-luvun lopulla kytkeytyi 1900-luvun alun teknisiin ja tuotannollisiin innovaatioihin, kuten uudenslaisiin tekokuituihin sekä liukuhihnatuotannon läpimurtoon vaateusteollisuudessa.⁶ Trikoo liittyy siis monin tavoin muutoksiin siinä, millaisiin vaatteisiin suomalaiset pukeutuivat.

Tutkimme *Anna*-lehden muoti- ja pukeutumisartikkeleita ja vaatemainoksia vuosilta 1965, 1967, 1969 ja 1971. Painotimme luennassa tammi–kesäkuun numeroita, sillä syystalvesta lehdessä esitellään enemmän ulkovaatteita eivätkä trikoovaatteet ole sesongin kannalta kovin ajankohtaisia. Aineiston käsittely tapahtui kahdessa vaiheessa. Ensin jaoimme aineiston keskenämme, selasimme lehdet läpi ja poimimme analyysiin tutkimusaiheen kannalta relevantit artikkelit ja mainokset. Seuraavaksi siirryimme lähilukemaan aineistoa siten, että vaihdoimme aineistot päittäin. Näin varmistimme käsittelevämme koko aineiston samoilla kriteereillä.⁷

Anna on vuodesta 1963 ilmestynyt viikkolehti, jonka levikki oli noususuuntainen koko

⁴ Päällysvaateen käsitettä käytetään vastaavasti esimerkiksi Eberle ym. 2002, 220.

⁵ Luther Hillman 2015, 14–17; Cole & Deihl 2015, 278–279; Tuovinen 2009; 2011.

⁶ Lappalainen ja Almay ovat laatineen kattavan yleisesityksen suomalaisesta vaateusteollisuudesta, Lappalainen & Almay 1996; vertailun vuoksi vaateusteollisuuden ja kulutusyhteiskunnan kehittymisestä Ruotsissa, ks. Gråbacke 2015.

⁷ Artikkelit on kirjoitettu puoliksi ja kirjoittajien nimet ovat aakkosjärjestyksessä.

tarkastelemamme kauden ajan. Siitä tuli Suomen laajalevikkisin naistenlehti vuonna 1971.⁸ 1960-luvun ja 1970-luvun alun *Annassa* korostuivat yhteiskunnalliset teemat tavanomaisen naistenlehtiaineiston lomassa, ja lehdessä käsiteltiin melko usein esimerkiksi naisten asemaa työelämässä ja yhteiskunnassa. Uusien kulutustapojen ja -tuotteiden esittely on perinteisesti kuulunut naistenlehtigenreen, sillä mainostulot ovat tämänkaltaisille aikakauslehdille tärkeitä.⁹ Tyypillinen numero koostuu vakiopalstojen lisäksi muutamasta henkilöhaastattelusta, muotijutusta ja sisustusta tai ruokaa käsittelevistä artikkeleista sekä mainoksista. *Anna* pyrki tavoittelemaan nuoria, avarakatseisia lukijoita ja erottautumaan kilpailijoistaan *Me Naisista*, *Hopeapeilistä* ja *Jaana* ottamalla melko älyllisesti kantaa ajankohtaisiin kysymyksiin. *Annan* implisiittinen lukija vaikuttaa perheelliseltä ja työssäkäyvältä. Lukijan oletetaan samastuvan melko korkeasti koulutettuihin kaupunkilaisnaisiin.¹⁰ Lehteä lukivat oletettavasti myös miehet.¹¹ *Annan* toimittajat ovat lähinnä naisia; lehden synty myös ajoittuu vuosiin, jolloin naistoimittajien määrä oli kasvussa.¹²

Vuoden 1965 *Anna* heijastelee vielä maailmaa, jossa naisille suunnatut pukeutumisohteet erottivat toisistaan arkipuvun ja kävelypuvun, vierailupuvun ja iltapuvun.¹³ Pukeutuminen peilasi yhteiskuntaluokkia ja ammattijakoja. Vaatteet valmistettiin ja hankittiin kestäväksi aikaa ja kovaa kulutusta, ja lehdissä esitettiin ideoita vaatteiden muodistamiseksi kauden tyylin mukaisiksi.¹⁴ Naisten pukeutumisen esitettiin vaativan pelisilmää ja nyanssien tajua siitä, millainen asun tuli olla. Miesten puku taas oli normi, jonka pienetkin muutokset, kuten paidan nappilistan pliseeraukset, saivat toimittajan kyselemään aikansa tunnetuilta henkilöiltä kansanedustajaa myöten, oliko tällainen pukeutuminen sopivaa tai suotavaa.¹⁵ Esimerkiksi vuonna 1969 miesten kevätmuotia

⁸ *Anna* julkaisi aluksi Kustannusliike Apulehti. Vuonna 1971 se siirrettiin Yhtyneiden kuvalehtien ja Kustannusliike Apulehden yhdessä omistamalle A-lehden Oy:lle ja siihen yhdistettiin samalla Yhtyneiden kuvalehtien kilpaileva naistenlehti *Hopeapeili*, jolloin sen levikki nousi. Malmberg 1991a, 169; Malmberg 1991b, 248, 254; Takkala ym. 1986.

⁹ Myös Kortti 2016, 181.

¹⁰ Siten *Anna* muistutti kulttuuripitoista kilpailijaansa *Hopeapeiliä* ja erottui *Me Naisista*, joka Laura Saarenmaan 2012, 154, sanoin ”vetosi tavallisiin (nuoriin) naisiin”. *Jaana* puolestaan keskittyi romantiikkaan ja julkiksiin, eikä siinä julkaistu esimerkiksi arkisia ruokaohjeita. Sen sijaan laajalevikkinen *Kotiliesi* ei tässä vaiheessa juuri kilpaillut näiden naistenlehtien kanssa, sillä sen linja oli konservatiivisempi. Malmberg 1991b, 235–238, 268. *Jaana*sta myös Saarenmaa 2010, 157–165. Mainonnan kehittämisestä Suomessa yleisesti ks. Heinonen & Konttinen 2001.

¹¹ Vuonna 1980 *Annan* lukijoista kolmannes oli miehiä, Malmberg 1991b, 284.

¹² Kurvinen 2013, 72.

¹³ Maisniemi 1963; Aikasalo 2000, 101, 119–153.

¹⁴ *Anna* 1965:14, 7–9; Aikasalo 2000, 154–178, 182–184; Turunen 2011.

¹⁵ *Anna* 1965:5, 26–27.

esiteltiin näin: ”Mies ensi keväänä on päässyt taas hieman lähemmäksi värejä ja vapautta. Puvuissa on jo muutakin kuin tarkkaan määrätty luku nappeja tai väreihin sointuva taskuliina ja solmio. [– –] Tärkein uudistus on tapahtunut kankaissa. Jerseyä on tullut myös miehen puvun materiaali.”¹⁶

[Kuva 001 (Tiedosto 11Ekholm&FriskKuva001) Kuvateksti 001: Kuva 1. Uusi muoti oli nuorekasta ja aiempaa epämuodollisempaa. Keinokuidut korvasivat usein villan, kun keskuslämmitys mahdollisti kevyemmän pukeutumisen. Käynnissä ollut muutos ei jäänyt muotitoimittajilta huomaamatta. Tuula Saarikoski, C. G. Hagström (kuvaaja), Pirkko Heikkilä, Seija Tyni: Takin sisällä ei tarvitse olla turhantärkeä. *Anna* 1965:43, 10–15.]

Trikoo materiaalina ja kulutustuotteena

Trikoovaatteet olivat usein valmisvaatteita, ja varhaiset valmisvaatteet usein juuri trikoovaatteita. Materiaalina trikoo oli jo vanha keksintö, ja se oli yleistynyt maailmansotien välisenä aikana.¹⁷ 1960–1970-luvulla trikoosta valmistettuja vaatteita käytettiin kuitenkin uudella tavalla: ei enää vain alus- vaan myös päällysvaatteina.

1900-luvun alun suomalaiset olivat jo vuosikymmeniä pukeutuneet tehdasvalmisteisiin kankaisiin, mutta niistä tehtiin päällysvaatteita joko itse tai teetettiin räätälistä tai ompelijalla. Aluksi ”amerikkalaisena hapatuksena” pidetyt valmiit puvut yleistyivät Suomessa hiljalleen sotien välisenä aikana.¹⁸ Suomalaiset valmistajat omaksuivat uusia tuotantomenetelmiä, joilla pystyi valmistamaan laajoille kuluttajajoukoille esimerkiksi amerikkalaisten univormuja mukailevia haalareita ja työvaatteita.¹⁹ Erityisesti naisten pukeutumista uudistivat ensimmäiset tekokuidut, kuten viskoosin tyyppiset selluloosamuuntokuidut rayon ja silla, joista valmistettiin esimerkiksi sukia ja

¹⁶ *Anna* 1969:3, 4. Jersey on tässä vaiheessa yleisnimitys erilaisille trikookoneilla valmistetuille joustaville neuloksille. *Otavan iso tietosanakirja 3*, 1963 (alkup. 1962). Jerseyllä on viitattu eri aikoina eri materiaaleista valmistettuihin koneneuloksiin.

¹⁷ Jo Suomen ensimmäisissä teollisuustilastoissa vuonna 1884 on kaksi trikoo-valmistamo, SVT, Teollisuustilasto, 1. osa 1885.

¹⁸ Ahvenainen & Kuusterä 1982, 254.

¹⁹ Lappalainen & Almay 1996; Esimerkiksi Mattisen Teollisuus Oy:n historia edustaa hyvin suurempien suomalaisten vaateteollisuusalan yritysten historiaa. Voutilainen 2011, 15–62.

alusvaatteita.²⁰ Trikoo yleistyi nopeasti edullisuutensa ja helppohoitoisuutensa takia. 1930-luvulla suurella osalla suomalaisista oli todennäköisesti käytössään joitain valmisvaatteita – jos ei uutena ostettuna, niin ainakin käytettynä ja uudelleen muokattuna. Trikoovaatteiden tuotanto oli tärkeä osa varhaista valmisvaatetuotantoa ja siten osa kulutusyhteiskunnan syntyprosessia. 1930–1950-luvuilla valmistettiin päällysvaatteita joustavista neulosmateriaaleista, usein erityiskäyttöön, kuten rypistymättömiksi matkapuvuiksi.²¹ Nämä eivät kuitenkaan vaatekappaleina poikenneet täysin aiemmista. Vaikka markkinoille tuli jo sotien välisenä aikana aivan uudenlaisia materiaaleja ja edullisia tehdasvalmisteisia trikoovaatteita, vuosikymmeniä trikoosta valmistettiin pääasiassa alus- ja urheiluvaatteita.

Käsittlemällämme periodilla valmisvaatteet löivät Suomessa lopullisesti läpi ja vaatteiden teetättäminen ompelijalla ja kotiompelu alkoivat menettää merkitystään. Toisen maailmansodan jälkeiset vuodet olivat vielä mittatilauksena tuotteensa valmistavien muotitalonkien kulta-aikaa.²² Helsingin salonkien näytökset olivat 1950-luvulla merkkitapahtumia, jotka huomioitiin myös sanomalehdistössä. 1960-luvun alussa kiinnostus salonkimuotia kohtaan lopahti.²³ Silti vielä 60-luvun puolivälissä *Anna*-lehdessä puhuteltiin lukijaa olettaen, että lukijalla hyvinkin olisi luotto-ompelija.²⁴ Lehden mainokset puolestaan kertovat useimmiten yhteiskunnasta, jossa kuluttaja ostaa vaatteensa valmiina.²⁵ Suomalaisten käyttämät valmisvaatteet olivat tutkimallamme ajanjaksolla lähinnä kotimaisia. Tuonti oli lähes olematonta 1960-luvun taitteessa, ja vaikka se kasvoikin, sitä rajoitettiin voimakkaasti aina 1990-luvun alkuun asti.²⁶ Lisäksi suuremmilla suomalaisilla yrityksillä oli ajan tavan mukaan kilpailua rajoittavia sopimuksia ja yhteistyötä.²⁷ Vaatetusalan mainostajia olivat *Annassa* niin vaatevalmistajat, vähittäiskauppa, valmistajien yhteiset

²⁰ Tortora 2015, 143–150.

²¹ 1930-luvun alun pulavuosien jälkeen Suomen trikoo valmisti paljon naisten koti-, konttori- ja matkapukuja sekä neulepuseroita ja jumppereita.

<http://www.tampere.fi/ekstrat/vapriikki/tekstiilejatampereelta/trikoo.html>. Ks. myös Aho & Soldan (1931), <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2012/06/05/1930-luvun-nainen-verhoutui-jo-mieluusti-trikooseen>.

²² Lappalainen & Almay 1996, 16–21.

²³ Koskennurmi-Sivonen 2008, 70.

²⁴ *Anna* 1965:14, 7–9.

²⁵ Aikasalon mukaan jo 1930-luvun *Kotiliesi*-lehdissä mainostettiin enemmän valmisvaatteita kuin kankaita. Aikasalo kuitenkin mainitsee, että mainostettavat valmisvaatteet olivat 30-luvulla erityisesti trikootuotteita, kuten alusvaatteita, uimapukuja ja sukkia. Aikasalo 2000, 195.

²⁶ Aunesluoma 2011, 186, 189, 288.

²⁷ Toisin kuin nykyään, kartellit eivät olleet kiellettyjä. Esim. Fellman 2010.

markkinointiyhtiöt kuin tekstiilintuottajatkin.²⁸ Koska kaikkien näiden mainosten kuvissa on valmiita asuja, ensisilmäyksellä ei aina ole edes selvää, mainostetaanko kuluttajalle ilmoituksessa kangasta vai valmista vaatetta.

Trikoon kohdalla raja materiaalin ja vaatteen välillä on häilyvä myös teollisuudessa. Trikoon valmistus luokitellaan tekstiiliteollisuudeksi, mutta siinä on sekä tekstiiliteollisuuden (siis kankaita, lankoja ja muita tekstiilimateriaaleja valmistavan teollisuuden) piirteitä että vaatetusteollisuudelle (valmiiden vaatteiden sarjatuotannolle) tyypillisiä ominaisuuksia. Tämä johtuu trikoon luonteesta. Se on joustavaa tekstiilimateriaalia, joka koostuu silmukoista, kuten villapaita tai -sukkakin. Trikoo ei siis oikeastaan ole kangasta vaan ohutta neulosta. Trikoon ominaispiirre on, että se joustaa hyvin joka suuntaan.²⁹ Se sopii siis hyvin valmisvaatteisiin, koska kantajalleen sopivan kokoisen vaatteen valmistaminen teollisesti on helppoa: valmis vaate myötäilee hiukan erikokoisten käyttäjien vartaloa, eikä sen tarvitse istua samalla tavalla yksilöllisesti kuin kankaisten vaatteiden. Trikoovaatteet kannatti ostaa valmiina, koska ohut trikooneulos purkaantuu helposti, ja ammattimaiseen tulokseen pääsemiseksi tarvitaan kappaleiden saumat ja reunat huolittelevaa konetta. Trikoo valmistetaan koneellisesti, mutta toisin kuin kangaspakat, valmis trikooneulos on usein melko lähellä lopputuotetta, valmista vaatetta. Esimerkiksi paitoja tai kalsareita varten voidaan tehdä pyörökoneella valmiiksi sopivan kokoista neuleputkea. 1960-luvun lopulla ja 1970-luvun alussa Suomessa toimi lähes sata erilaista trikoota valmistavaa toimipistettä,³⁰ mutta *Annassa* mainostivat lähinnä suurimmat valmistajat kuten Suomen Trikoon Finnwear, FinnKarelia, Hyvon, Nanso, Reima ja Oravaisten verkatehtaan Oravais FinnJersey. Niillä oli systemaattista mainontaa, ja siksi ne tarjoavat ikkunan pukeutumisen muutoksiin 1960-luvun aikana.³¹

Vielä 1960-luvulle tultaessa mainostajat olettivat, että kuluttajia kiinnosti erityisesti vaatteiden kestävyys ja hoidettavuus.³² Hyvä vaate oli laadukas, ja laadukkaaksi ymmärrettiin käytössä

²⁸ Esimerkiksi PMK Finncottonin mainoksia oli lehdissä koko tarkastelemamme ajan, ks. monivuotinen mainoskampanja ”Puuவில்lassa muodin kärkeen”, esim. *Anna* 1967:21, 3. PMK Finncotton oli suomalaisten puuvillavalmistajien yhteisen myyntiorganisaation, Puuvillatehtaiden myyntikonttorin, tavaramerkki.

²⁹ Kankaat puolestaan ovat kudottuja tekstiilimateriaaleja, joissa langat kulkevat kahteen suuntaan, pitkittäin ja poikittain. Käsitteiden erottamista toisistaan hankaloittaa se, että monissa suomen murteissa kutominen tarkoittaa neulomista, eli tekstiilipinnan muodostamista toisiinsa liittyvistä silmukoista, esim. ”kutoa sukkaa”.

³⁰ SVT Teollisuustilastot 1969, 1971.

³¹ Tuotemerkkien Finn-alku viittaa vientiteollisuuteen. Suomalainen vaatetusteollisuus sai jalansijaa vientimarkkinoilla vapaakauppaa edistävän Finn-Efta sopimuksen jälkeen (1961).

³² Tämä vastaa Carina Gråbacken esittämää kuvausta ruotsalaisten kuluttajien suhtautumisesta. Gråbacke 2015, 109–114.

kestävä, ajaton vaate. Toisen maailmansodan aiheuttama pulakausi oli päättynyt vasta 1950-luvulla. Elintason noustessa yhä useammalla suomalaisella oli varaa suhtautua vaatteisiin muunakin kuin vain välttämättömyytenä. Naistenlehdistä katosivat vähitellen aiemmin yleiset vaatteiden muodistamisohjeet.³³ Sen sijaan niissä korostettiin, että vaate on jotakin uutta juuri nyt. Tekstiilien käyttöikä lyheni ja vaatteista tuli kulutustuotteita.³⁴ Kuitenkin vielä 1960–1970-luvun vaihteessa myös valmisvaatteiden mainoksissa tuotiin esiin nimenomaan niiden valmistusmateriaaleja ja pyrittiin vakuuttamaan kuluttaja niiden laadukkuudesta ja ylivertaisista ominaisuuksista. Elettiin uudenlaisten tekokuitujen aikaa, ja vaatteita mainostettiin usein kuidun patentoidulla tuotemerkillä: ”Terylene tietää pehmoisuutta”, mainoksessa luvattiin, ja kerrottiin, että Terylene on lontoolaisen *Imperial Chemical Industries Limitedin* tavaramerkki, jota Suomessa edustaa Bang & Co.³⁵

1960-luvun kevyempi elämä

Elintaso nousi Euroopassa kohisten 1950-luvun puolivälistä lähtien. Kodit lämpenivät, saivat juoksevan veden, koneistuivat ja muovistuivat. Eurooppalainen maaseutu otti harppauksin kiinni kaupunkien mukavuustasoa.³⁶ Suomi otti jättimäisen kasvuloikan kohti yleistä länsimaista elintaso. Kaupungistumisen vauhti oli Suomessa poikkeuksellisen nopea. Uudet kerrostaloasunnot oli varustettu mukavuuksin.³⁷ Tavallisen ihmisen vapaa-aika lisääntyi myös merkittävästi. Työpäivän yleiseksi pituudeksi tuli kahdeksan tuntia ja kesälomat pitenivät. Vuoteen 1970 mennessä suuri osa suomalaisia teki viisipäiväistä työviikkoa, jossa myös lauantait olivat vapaapäiviä.³⁸ Kun vapaa-aikaa oli enemmän, tuli tarvetta myös erilaisille vapaa-ajan vaatteille.

Elämä helpottui keskuslämmön, juoksevan veden ja pesukoneiden yleistymisen myötä. Moni yleistä elämänlaatua ratkaisevasti kohentava tekijä, kuten kodinkoneet, oli tuotu maailmalla markkinoille

³³ Aikasalo 2000, 182–184.

³⁴ Ruotsissa tämä muutos tapahtui jo 1960-luvulla, ks. Gråbacke 2015, 109–114. Suomessa muutos oli hitaampi ja myöhäisempi.

³⁵ Kaisu Heikkilä Oy:n mainos, *Anna* 1965:14, 44.

³⁶ Trentmann 2016, 338–354.

³⁷ Huokuna 2010.

³⁸ Hannikainen 2010, 76.

jo sotien välisenä aikana. Sota ja sitä seurannut pula kuitenkin viivästyttivät niiden yleistymistä. 1960-luvulle tultaessa kodinkoneet yleistyivät vähitellen Suomessa suurten väestöryhmien ulottuvilla oleviksi arkisiksi asioiksi.³⁹ Myös asumisolot muuttuivat. Näistä kaksi tekijää on trikoopäällysvaatteiden kannalta erityisen keskeisiä: lämpö ja pesumahdollisuudet.

Keskuslämmityksen yleistyessä myös Pohjois-Euroopan ilmasto-oloissa pystyi vuoden ympäri pukeutumaan kevyemmin. Kun yleiset sisätilat kodeista konttoreihin ja koululuokkiin muuttuivat lämpimämmiksi ja vedottomammiksi, saatettiin paksut, lämpöä eristävät päällysvaatemateriaalit rajata selkeämmin ulkokäyttöön. Autoistuminen vaikutti samansuuntaisesti: autoilijat pärjäisivät kevyemmällä varustuksella liikkuessaan paikasta toiseen. *Annan* mainoksissa ja artikkeleissa viitataan sopivaan vaatetukseen: keväällä 1969 *Anna* kertoi tulevaisuuteen (eli vuoteen 2012) sijoittuvan Risto Jarvan ohjaaman *Ruusujen aika* -elokuvan puvustamisesta. Tulevaisuuden pukujen suunnittelussa oli otettu huomioon, että tulevaisuuden kodit ovat lämpöisempiä, kertoi puvustaja Saini Salonen.⁴⁰

Toinen vähintään yhtä merkittävä kulutushyödyke, joka yleistyi nopeasti, oli pesukone. Jokainen vesijohdonkin äärellä, saati kantoveden varassa tai avannossa käsin pyykkiä pessyt ymmärtää, miten suuren helpotuksen pesukoneet toivat kotitalouden pyykkihuoltoon.

Pyykinpesumahdollisuudet kuitenkin myös lisäsivät pyykin määrää, sillä peseytymistilojen, lämpimän veden ja pesukoneiden myötä myös yleiset hygieniavaatimukset nousivat.⁴¹ Hiljalleen likaisiin hiuksiin ja hienhajuun suhtautuminen muuttui eikä pelkkä vaatteiden tuuletus enää riittänyt. Tämä vaikutti tekstiilien kysyntään. Trikoon kaltaiset konepesua kestävä materiaalit yleistyivät. Kuluttajat alkoivat kokea esimerkiksi villan vaikeahoitoisena materiaalina, mihin valmistajat pyrkivät vastaamaan esimerkiksi *Superwash*-käsittelystä kertovin symbolein. Toisaalta trikoon yleistymisen lisäksi pesukoneen tarvetta, sillä trikoo vaati puhdistukseen vesipesua siinä missä harjaaminen ja kunnan tuuletus riittivät raikastamaan hyvälaatuisen villakankaan. Suunnittelija Annika Piha (myöhemmin Rimala) linjasi: ”Tuntuu, että vaatteen kauneus unohdetaan ja kiinnitetään ainoastaan huomiota sen pesu-, silitys- ja prässäysmerkkeihin – minun mielestäni sellaisten asioiden pitäisi nykyaikana olla itsestään selviä. Jos minä haluan paistaa perunoita

³⁹ Pantzar 2000, 42–43; 135–137.

⁴⁰ *Anna* 1969:6, 32–35.

⁴¹ Pantzar 2000, 43, 49.

silkkirimpsut päälläni, niin teen sen myös.”⁴²

Vaikka aikakauden eläneet muistelevat 1970-luvun tekokuituvaatteisiin lähtemättömäksi pinttyneitä kainaloläiskä ja hienhajua, tekokuituja tervehdittiin aikanaan helppohoitoisina. Ne saattoi pestä kotona koneessa, eikä niitä tarvinnut edes silittää. Muotitoimittaja Rauni Palonen suositteli *Annan* lukijoille tekokuituneulosta Mix Max -muotipalstallaan: ”On mukavaa jos arkivaatteet ovat helppohoitoisia ja kotona pestäviä. Sopivia kankaita ovat esimerkiksi tekokuitujerseyt. Kuvan valkoinen dacronjerseymekko on sveitsiläiseltä Colombieriltä.”⁴³ Samaten Modelia Oy:n valmistamia Crimplene-asuja mainostettiin konepestävyydellä: ”Huoleton, helppohoitoinen ja kuosinsa pitävä ’Crimplene’ on tehnyt jerseyistä entistä monikäyttöisemmän. Hienommankin ’Crimplene’-puvun Te voitte pestä huolelta koneessa.”⁴⁴ Crimplene, Dacron ja aiemmin mainittu Terylene ovat polyesteria, itseasiassa Terylene ja Dacron ovat kauppanimiä samalle materiaalille, josta valmistetaan myös PET-muoviset palautuspullot.

Teknologisilla muutoksilla ja kodinkoneilla voi selittää osin trikoon yleistymistä päällysvaatteiden materiaaliksi. Materiaalisten muutosten lisäksi trikoon tulo liittyy kuitenkin myös pukeutumisen vapautumiseen, muotituotteiden valmistamiseen massatuotantona ja muodin leviämiseen suunnilleen samaan aikaan kaikille kuluttajaryhmille.⁴⁵

Muoti – ei enää vain harvoille ja valituille?

Annan toimittaja Liisa Hakala kuvasi muutosta 1960-luvun muotia käsittelevässä juttusarjassa näin:

Pariisin arvovalta alkoi huveta. Kukaan ei enää kiinnittänyt huomioita siihen mitä Pariisi käski tai kielsi, [Yves] Saint Laurentin ja [Pierre] Cardinin muoti ei kiinnostanut enää suurta

⁴² *Anna* 1967:22–23.

⁴³ *Anna* 1969:45, 3.

⁴⁴ Modelia Oy:n mainos, *Anna* 1967:21, 11.

⁴⁵ Kehitys Yhdysvalloissa oli antanut osviittaa tästä muutoksesta jo 1800-luvulla, esim. Walsh 1979.

yleisöä. Oli tullut massavalmistuksen ja huokean valmisvaatemuodin aika. [– –]
Kuusikymmentäluvun muoti ei ollut enää harvojen ja valittujen, se oli kaikkien.⁴⁶

Historiallisesti muodin ideaalien on yleensä oletettu kulkevan ”ylhäältä alaspäin”: hovien, filmitähtien ja seurapiirirouvien suosimista mittatilaussalongeista laajempien kansanosien jäljiteltäväksi. Vastaavasti muotivirtausten on tutkimuskirjallisuudessa usein esitetty leviävän muodin keskuksista, ennen kaikkea Pariisista, muihin suurkaupunkeihin ja edelleen kauemmas keskuksista. Nyt muodikkaimmat vaatteet tehtiin eri ryhmille kuin aiemmin ja vaikutteet huippumuotiin tulivat nuorisopukeutumisesta. Esimerkiksi brittiläinen muotisuunnittelija Mary Quant, joka teki tunnetuksi minihameen, sai vaikutteensa lontoolaisnuorten tyylistä.⁴⁷ Uudet pukeutumistrendit kytkeytyivät musiikkityyleihin ja nuorisokulttuureihin. Kuluttajan näkökulmasta muoti kytkeytyi tiiviimmin osaksi populaarikulttuuria.⁴⁸

Kalliiden ja kestävien villakankaiden tuottajat, pitsinauhoja valmistavat pientuottajat ja lähes käsityömäistä ateljeetuotantoa harjoittavat saattoivat ajautua näinä kultaisen kasvun vuosikymmeninä syvään kriisiin.⁴⁹ Rohkeita kokeiluja tekevät sen sijaan saattoivat nousta yllättävistä paikoista, kuten Marimekko Helsingin teollisuuskortteleista, muotimaailman huipulle.⁵⁰ Vaatteiden vähittäiskaupassa tapahtui myös suuria muutoksia. Parhaita vuosiaan elivät vähittäiskaupat, kuten Pukeva tai Anttila, hakivat ideoita maailmalta. Pukeva esitteli osamaksun ja Anttila postimyynnin.⁵¹ Itsepalvelumyymälän hengessä myyjiä oli vähemmän ja vaatteet asetettiin rekkeihin, joista asiakas saattoi poimia mieleisensä sovitettavaksi sen sijaan, että valinta tehtiin myyjän arvostelevan silmän alla. 1960-luvun lopun *Annassa* tuottajat mainostavat kuitenkin vähittäiskauppiaita enemmän. Annan mainoksista ei vielä voisi arvata, että kun vähittäiskauppa kehitti myyntimenetelmiä ja logistiikkaa, vaatteiden suunnittelu siirtyi vähitellen tuottajilta

⁴⁶ *Anna* 1971:18, 27.

⁴⁷ Steele 1997, 50–51; Gråbacke 2015, 107–108.

⁴⁸ Frisk 2016.

⁴⁹ Koskennurmi-Sivonen 2008, 77–80. Taloushistoriassa ”kultaisen kasvun vuosikymmeninä” viitataan taloudelliseen korkeasuhdanteeseen 1950-luvun alusta öljykriisiin (1973), jolloin Länsi-Euroopan maat ja Japani ottivat harppauksin kiinni Yhdysvaltojen taloutta ja kulutusmahdollisuuksia.

⁵⁰ Ainamo 2003, 23–29.

⁵¹ Lappalainen & Almay 1996, 206–207.

vaatetusalan vähittäisketjuille.⁵²

Trikoon yleistyminen oli osa muodin logiikan muutosprosessia. 1960-luvulta lähtien kysynnän siirtyminen halvempiin trikootuotteisiin tarkoitti, yhdessä alan tuottavuuden kasvun ja huokeampien tekokuitujen yleistymisen kanssa, että vaatteet halpenivat.⁵³ Samalla rahalla sai paljon aiempaa enemmän. Kehityksestä hyötyivät isoja sarjoja huokealla hinnalla valmistavat tuottajat, jotka panostivat designiin. Muotituotteita kuluttavan väestön osuus oli pieni, mutta elintaso kasvoi nopeasti. Myös suomalaiset yritykset alkoivat panostaa ammattisuunnittelijoiden palkkaamiseen 1970-luvulla.⁵⁴

Vaikka 1950-lukua pidetään nuorisokulttuurin synnyn vuosikymmenenä, varsinainen kaupallisen nuorisokulttuurin ja sen myötä nuorisomuodin läpimurto tapahtui kuitenkin vasta 1960-luvulla ja vahvistui 1970-luvulla edelleen. Nuorisokulttuuri kaupallistui ja nuorille kuluttajaryhmänä suunnattiin tuotteita.⁵⁵ Suuret ikäluokat lisäsivät nuorison suhteellista osuutta ja vaurastuminen heidän käytettävissään olevaa rahaa⁵⁶.

Kaikille vai sittenkin vain nuorille?

Yksi osa murrosta oli, että muotia kohdennettiin aiempaa nuoremmille sitä mukaa kun teini-ikäisistä tuli keskeinen kuluttajaryhmä. Muutos näkyi kauppojen uusina nuoriso-osastoina ja nuorison pukeutumiseen erikoistuvina liikkeinä. Nuoruuden ihannointi ja uudenlainen, hoikempi ja nuorekkaampi vartaloihanne heijastuivat myös konkreettisesti vaatteiden mitoituksessa: kun aiemmin muotia oli suunniteltu pääasiassa maksukykyisille aikuisille naisille, nyt sitä suunniteltiin

⁵² Gråbacke 2015. Nykyisin alan suuret toimijat, kuten tanskalainen Bestseller ja ruotsalainen H&M, ovat juuri kansainvälisiä vähittäismyyntiketjuja, jotka suunnittelevat vaatteet ja rakentavat brändin mutta teettävät vaatteet alihankkijoilla.

⁵³ Hjerpe 1982, 425–426.

⁵⁴ Savolainen 2011, 72. Suomen kaltaiset maat, joissa palkkataso 1960-luvulla oli vielä huomattavasti esimerkiksi Ruotsia alhaisempi, hyötyivät tullirajoitteiden poistamisesta. Tällöin Suomi alkoi viedä vaatetusteollisuutensa tuotteita länsimaihin, erityisesti Pohjoismaihin. Rahikainen 2007.

⁵⁵ Aapola & Kaarninen 2003; Frisk 2019; Kaarninen 2013; Peltonen, Kurkela & Heinonen 2003; Poikolainen 2015.

⁵⁶ Toisaalta vastavoimana koulutusasteen nousu siirsi myöhemmäksi nuorten astumista työmarkkinoille ja omaa rahaa hankkimaan.

teinitytön vartalolle. Vaatteet olivat niukempilinjaisia eikä niissä ollut tilaa kurveille.

Yhdysvaltalaisen pukeutumisen historian tutkijan Joan Paolettin mukaan vaatteiden mitat pienenivät vuodesta 1965 vuoteen 1966 noin yhden vaatekoon verran.⁵⁷ Myös miesten muodikkaat vaatteet olivat esimerkiksi hihoiltaan niukkalinjaisempia. Naisilla minihameet yleistyivät yleisestä paheksunnasta huolimatta 1960-luvun puolivälin jälkeen, ja samalla myös sukkahousut.

Asiakkaina teini-ikäiset käyttäytyivät eri tavalla kuin aikuiset: siinä missä aikuisille ajatus samanlaisesta vaatteesta vastaan tulijan päällä oli kiusallinen, nuoret kuluttajat halusivat ilmaista pukeutumisella ryhmään kuulumista.⁵⁸ Muoti oli ollut luonteeltaan eksklusiivista, ja sitä seuraavat olivat halunneet pukeutua yksilöllisesti. Myös *Annasta* näkyy selvästi, kuinka vaikea ajatus sarjatuotetuista vaatteista oli muodin kuluttajille: arjessa valmisvaate ehkä menisi, mutta teatteri-ilta menisi pilalle, jos lämpiössä törmäisi toiseen samanlaiseen asuun.⁵⁹ Muodin kehitys näkyi *Annassa* julkaistujen mainosten teksteissä, jotka korostivat nuoruutta ja nuorekkuutta.⁶⁰

Kun trikoovaatteet alkoivat yleistyä 1960–1970-luvulla, monet vanhemmat ihmiset pitivät niitä yhä koti- tai yövaatteina eivätkä kokeneet luontevaksi mennä niissä julkiselle paikalle. Osa mielsi varsinkin T-paidan yhä alusvaatteeksi.⁶¹ *Annan* toimitus sai lukijapalautetta, jossa valitettiin vaateesta käsittelevien juttujen muuttuneen vain nuorten muodiksi, johon lehti vastasi lukijaansa sinutellen:

MIKSI TUIJOTAT ALMANAKKAA RAKAS YSTÄVÄ? Jätetään pois suorainen teinimuoti, se on tarkoitettu pikkutyttöille. Olkoon se omissa oloissaan ja rauhassa kukoistakoon. Vaatteet, joita pukusuunnittelijat suunnittelevat, on tarkoitettu kaikille. Ehkä oletkin itse niin takertunut omaan keski-ikäisyyteesi, ettet näe, että vaatteet on tehty juuri sinulle, vaikkei niissä ole volankia ja poimutusta ja mitä kaikkea on ollut keski-ikäisten vaatteissa.⁶²

⁵⁷ Paoletti 2015, 42–43.

⁵⁸ Gråbacke 2015, 53–56, 58.

⁵⁹ *Anna* 1965:5, 14–17.

⁶⁰ Esim. mainos: Orla by Ritva of London ja Orma Dralon, *Anna* 1969:14, 72; mainos: Suomen silkkikutomot, *Anna* 1971:11, 18.

⁶¹ Turunen 2002, 52; Turunen 2004, 11.

⁶² *Anna* 1969:16, 16–19.

[Kuva 002 (Tiedostot 11Ekholm&FriskKuva002A ja 11Ekholm&FriskKuva002B) **Taittajalle: kuva koostetaan yhdistämällä kuvat 002A ja 0002B** Kuvateksti 002: Kuva 2. Trikoovaatteiden mainostettiin olevan helppoja ja mukavia vaatteita, jotka sopivat paitsi molemmille sukupuolille myös kaiken ikäisille. Mainos: Nokian Kutomo oy, Anna 1971:20, 88–89.]

Pönöttämisen karttaminen

Pukeutumisen muutos ei suinkaan tapahtunut ilman hankausta: 1960-luvun puolivälin Suomessa kanssaihmissiään saattoi järkyttää melko vähällä, esimerkiksi poikien pitkää tukkaa paheksuttiin syvästi.⁶³ Vuoden 1967 *Annassa* esiteltiin Lontoossa vierailleen Saini Salosen nuorille rohkeille miehille suunnittelema kaksiosaisia pukuja, jotka on tehty esimerkiksi satiinipintaisesta aamutakkiflanellista. Hätkähdyttäviksi kuvatut ruudulliset ja raidalliset puvut olivat kuitenkin mallina toimivalle Aarno Raniselle liikaa: ”Kankaat ovat kuoseiltaan minusta liian rohkeita. Vaikka itse olen varsin ennakkoluuloton, en sentään käyttäisi näin rohkeita vaatteita.” Ranisen mukaan miesten puvussa voisi leikitellä pikemminkin leikkauksella kuin kuvioilla.⁶⁴ *Anna*-lehden tyylikkäiden suomalaisten naisten rohkeaa pukeutumista esittelevässä artikkelissa Sirkka Parras esitteli suomalaisen tekstiilitaiteilijan Vuokko Nurmesniemen Vuokko Oy:n asua, jota Parras kuitenkin käytti vain ”suljetuissa tilaisuuksissa”, koska hänen saman suunnittelijan asua käyttävälle tuttavalleen oli vahtimestari ilmoittanut ravintolan ovella paikan olevan ”täynnä”.⁶⁵

Pukeutumisen muuttuminen oli osa laajempaa arjen ja tapakulttuurin murrosta, jossa tavoiteltiin epämuodollisuutta. 1960-luvun aikana pojat ja nuoret miehet siirtyivät puvuista pooloihin ja vakosamettipikkutakkeihin. Puvusta tuli nuorten pukeutumisessa muodollisten tilanteiden vaate.⁶⁶

⁶³ Frisk 2016; Poikolainen 2013, 137.

⁶⁴ *Anna* 1967:16, 52–53. Värikäs pukeutuminen kantoi assosiaatioita feminiinisyydestä ja siten mahdollisesta homoseksuaalisuudesta. Steele 1997, 55–59; Cole 2000, 71–81; Frisk 2019.

⁶⁵ *Anna* 1967:20, 18–21.

⁶⁶ Frisk 2016.

1960-luvulla naisten housujen käyttö arkipäiväistyi.⁶⁷ Esimerkiksi historiantutkija Laura Kolbe on kuvannut helsinkiläisten yliopisto-opiskelijoiden pukeutumisen muuttumista. 1960-luvun puolivälissä farkut, tennarit ja trikoopaidat tekivät tuloaan myös yliopistolla. Vuonna 1966 osakuntatansseissa miehillä näkyy sammareita ja tennareita mutta myös pikkutakkeja ja solmioita. Naisopiskelijoiden pukeutuminen vaihtelee vastaavasti farkuista leninkiin ja jakkuun.⁶⁸

1960-luvun puolenvälin nuorille suunnatut illanviettopaikat eivät olleet hämyisiä, vaan tanssipaikoilla oli valoisaa. Ravintoloissa ei alkoholiuomia saanut siirtää pöydästä toiseen, ja tanssilavoilla alkoholia nautittiin pusikoissa. Myöskään tv-mainoksiin tai nuortenohjelmiin ei useinkaan otettu "epäsiistin näköisiä" nuoria, vaan vanhemmilla sukupolvilla oli valta päättää, millaisia nuorison edustajia mediassa näkyi.⁶⁹ Nuoret itse suosivat uusia, vähemmän jäykiksi ja muodollisiksi koettuja toimintatapoja. Pyrkimys aiempaa epämuodollisempaan käyttäytymiseen kytkeytyi aikakauden epätasa-arvoa ja luokka-asetelmia kritisoiviin aatteisiin. Poliittisuus oli myös muodikasta – *Annan* vappuun sopivaa tarjoilua esittävän ruokajutun taustalla on Mao-juliste, ja sisustusjutussa työpisteen taakse on sijoitettu kuva Leninistä luonnollisen kokoisessa mittakaavassa.⁷⁰ Aikakauden yhteiskunnalliseen ilmapiiriin sopi vaikuttaa rennolta.

Jäykäksi ja vanhakantaiseksi koettu haluttiin tehdä toisin. Myös seksuaalisuuteen liittyvän moraalinkin kyseenalaistaminen ja vapautuminen ja esimerkiksi sinuttelun yleistyminen liittyvät tähän kehitykseen. Teitittely alettiin mieltää muodolliseksi ja sinuttelu tasa-arvoiseksi ja yhteisölliseksi. Vielä 1960-luvulla ainakin pääkaupunkiseudulla oli tapana, että oppikoulujen opettajat teitittelivät lukioluokkalaisia. 1960-luvun kuluessa monilla työpaikoilla siirryttiin sinutteluun johdon päätöksellä.⁷¹ Arvoasetelmia ilmaistiin sekä puheessa että pukeutumisessa aiempaa vähemmän. Myös alkoholinkäyttöön suhtauduttiin aiempaa vapaammin, ja ronskiin humalajuomiseen koodattiin aikakauden kulttuurituotteissa merkityksiä totuuden paljastumisesta, kun formaali ulkokultaisuus romahti.⁷² Joustavat trikoovaatteet sopivat loistavasti rentoon istuskeluun aikakauden löhösohvissa, kuten kulttuurihistorioitsija Minna Sarantola-Weiss on huomoinut.⁷³

⁶⁷ Ks. Turusen artikkeli tässä teoksessa.

⁶⁸ Kolbe 1996, 253–254.

⁶⁹ Kortti 2003, 228.

⁷⁰ *Anna* 1969:17, 35; *Anna* 1969:44, 46–47.

⁷¹ Laitamo 2003, 47.

⁷² Kuusi 2004.

⁷³ Sarantola-Weiss 2008, 143.

Lattialla tyynyillä istuminen edusti epämuodollisuutta, pöydän ääressä tuoleilla istumisen sijaan.⁷⁴ Ihonmyötäiset trikoovaatteet paljastivat ruumiin muodot – varsinkin kun samaan aikaan naiset luopuivat muotoilevia alusvaatteista, kuten korseteista.⁷⁵ Kehollisuuden mahdollistavaksi ja näkyväksi tekeviä vaatteita alettiin hyväksyä moniin tilanteisiin, joissa ne olisivat aikaisemmin olleet epäsopivia, jopa nolostuttavia. Hälvenevä ja muuttuva raja alus- ja päällysvaatteiden välillä kytkeytyi tähän 1960-luvun lopun kulttuuriseen ja poliittiseen murrokseen. Siksi on mielekästä tarkastella tarkemmin myös, miten alusvaatteet muuttuivat 1960-luvun lopussa.

Luonnollisuus, ruumiillisuus ja printtikalsarit

1960-luvun estetiikkaan liittyvät kirkkaat värit ja suuret kuviot tulivat teknologisen muutoksen myötä myös trikoovaatteisiin. Värjäys- ja painotekniikan kehitys mahdollisti iloiset väriset vaatteet, jotka kestivät pesua haalistumatta. *Annan* mainoksissa ja muotijutuissa pukeutumisen muutos tapahtui liukuen, ja sen voi nähdä alkavan monelta suunnalta.

Trikoo kytkeytyi moderniin ja tulevaisuususkoon: 1960-luku oli avaruuden valloittamisen aikaa, ja vuosikymmenen tulevaisuusvisioissa pukeuduttiin trikooseen.⁷⁶ Muotia esittelevissä artikkeleissa kesäpukeutuminen on rennompaa ja vapaampaa kuin muut sesongit, osittain koska kesäksi esiteltiin loma- eikä työkäyttöön tarkoitettuja vaatteita. 1960-luvulla T-paita vilahteli kesäisissä asukokonaisuuksissa, mutta vuonna 1971 jo itsenäisenä, arkikäyttöön tarkoitettuna vaatekappaleena vuodenajasta riippumatta. Esimerkiksi vuoden 1971 *Annan* tilauspukimotuotteena olivat ”Hauskat hassut T-paidat: suupaita ja kuupaita”⁷⁷. Rennommat vaatteet näkyivät aluksi kotia, yksityistä ja vapaa-aikaa käsittelevissä jutuissa. Farmareiden ja värikkään paidan esitettiin sopivan nykyaikaisen, lasten kanssa aikaansa viettävän isän kotivaatteiksi.⁷⁸ Vuonna 1969 *Anna* esitteli lukijoilleen uudenlaista keskiluokkaista ihannetta, rentoa tapaa kutsua ystäviä kotiin viettämään iltaa noutopöydän ääreen vaivalloisen päivällisen

⁷⁴ Sarantola-Weiss 2003, 120–134; 2008, 106; Kolbe 1996, 281.

⁷⁵ Frisk 2019, 171–179.

⁷⁶ *Anna* 1969:6, 32–35.

⁷⁷ *Anna* 1971:6, 13.

⁷⁸ *Anna* 1965:5, 26–27.

asemesta. Jutun kuvituksessa esiteltiin paitsi noutopöytä myös seinän viereen pinotut punaiset kaljakorit, josta vieraat saattoivat vaivattomasti napata pullon käsiinsä.⁷⁹ Vaikka juhlissa muuten tavoiteltiin rentoutta, ovat vieraat pukeutuneet sisäkenkiin ja jakkupukuihin. Ajatusta juhliin menemisestä farkuissa ja neule- tai jopa T-paidassa ei siis omaksuttu aivan hetkessä.

Päällysvaatteet alkoivat muistuttaa aiempia alusvaatteita, ja alusvaatteet näyttivät enemmän päällysvaateilta kuin aikaisemmin. Alusvaatteet olivat ennen uusia värjäysmenetelmiä pääasiassa valkoisia. Värit ja printtikuviot tekivät alusvaatemateriaaleista päällysvaatemaisempia ja muuttivat niihin pukeutumisen vähemmän noloksi. Marimekon Annika Rimala kertoi vuonna 1971 tavoitteeksi, ettei aluspaita näyttäisi sellaiselta, että on puolipukeinen – että alusvaateisillaankin voisi olla nätti.⁸⁰ Miesten alusvaatteet muuttuivat värikkäämmiksi ja samalla niistä tuli osa muotia.⁸¹ Suomen trikoo myi samassa setissä värikkäät, printtikuvioidut alushousut ja lyhythihaisen paidan, ja kuluttaja sai itse valita, käyttikö T-paitaa alusvaatteena vai päällimmäisenä vaatteena. T-paita oli alkujaan ollut aluspaita. Valkoisen aluspaidan vilahtaminen julkisesti oli liitetty työväenluokkaan. Vaate assosioitiin esimerkiksi merimiehiin, jotka saivat määrätyissä kannella tapahtuvissa raskaissa töissä työskennellä paitasillaan. T-paita oli ollut kulutustuote mutta ei muotituote. Yhdysvaltojen armeijan toisen maailmansodan aikaisena alusvaatteena T-paita sai maskuliinisia merkityksiä. Kun se lainattiin suomalaisen kuvastoon 1950-luvun amerikkalaisista elokuvista, se liittyi jo kapinalliseen nuorisokulttuuriin.⁸² 1960–1970-luvun kulttuurisessa ilmapiirissä mahdolliset työväenluokkaisen tai rahvaanomaisen maskuliinisuuden merkitykset eivät välttämättä haitanneet T-paitaan pukeutuvia miehiä – pikemmin päinvastoin.

T-paidan kaltaiset trikoovaatteet liitettiin vapauteen ja rentouteen – ajatellaan vaikkapa Marimekon mainoskuvastoon kuuluneita tasaraitaan pukeutuneita, rantakalliolla hyppeleviä aikuisia ja lapsia. Tämä on kaukana militaristisesta maailmasta, johon T-paita oli liitetty vain muutama vuosikymmen aikaisemmin. Trikoovaatteisiin yhdistetyn liikkumisen vapauden ja toiminnallisuuden voi kuitenkin nähdä jatkumona myös sotienvälisen ajan ruumiinkulttuuriin, jossa korostettiin luonnollisuutta ja alastomuutta. Näin 1960–1970-luvun luonnollisuusideaalit jatkavat osin samaa ajatusperintöä kuin 1930-luvun terveysideologiaan kytkeytyvä ruuminäkemyks. 1930-luvun keskieurooppalaisvaikutteinen tervehenkinen alastomuus sijoittui hyvin samankaltaisesti luonnon

⁷⁹ *Anna* 1969:7, 6–11

⁸⁰ Aav, Kivilinna & Viljanen 2011, 81.

⁸¹ Lönnqvist 2008, 190.

⁸² Cole 2007, 60–61.

keskelle, kaislikkoon ja rantakalliolle.⁸³ Pehmeät ja miellyttävät alusvaatteet olivat korsettien ja villahousujen aikaan terveystuotteita. Alusvaatteita käsiteltiin lähinnä terveysdiskurssista käsin.⁸⁴ Tätä heijasteli 1960-luvulla esimerkiksi Suomen trikoon Tapio-mallisto, joka suunniteltiin yhteistyössä Keskusmetsäseura Tapion, Metsähallituksen ja Suomen Maaseututyöväen Liiton kanssa.⁸⁵

Unisex-muoti sitoi 1960-luvun lopun ja 1970-luvun trikoovaatteet omaan aikakauteensa. Molemmille sukupuolille suunnitellut unisex-vaatteet kytkeytyivät aikakauden tasa-arvodiskurssiin ja ajatukseen siitä, että sukupuolten väliset erot myös pukeutumisen ja ulkonäön suhteen olivat kaventumassa.⁸⁶ *Annassa* unisex-vaatteita mainostettiin muun muassa seuraavasti:

Unisexiä kaikialla! Kotipyjama: pukeutukaa siihen kun tulette kotiin. Rentoutukaa, viihtykää. Punaista ja mustaa, kumpaakin erikseen tai samanaikaisesti. Pehmeää charmeuseä. Helppohoitoista ja kevyttä. Lisää unisexiä: jerseytä, silkkiä, villaa. Mitä jännittävintä uusinta muotia. Asusteita sekä miehelle että naiselle. Yhteisesti ja molemmille erikseen.”⁸⁷

1960–1970-luvun trikoovaatteet oli suunnattu paitsi molemmille sukupuolille myös kaiken ikäisille. Ne olivat leikitteleviä ja nuorekkaan lisäksi jopa lapsekkaita. *Annan* sivuja seuraamalla huomaa, miten viiden vuoden aikana esimerkiksi joustofroteesta, joista ensin tehtiin lähinnä lastenvaatteita, ryhdyttiin valmistamaan vaatteita aikuisille – niin miehille kuin naisillekin. Joustofroteelle läheistä sukua oli myös joustosametti,⁸⁸ joka toi trikooneulospohjaiseen materiaaliin päällysvaatemaisuutta.⁸⁹ Tämä mukava ja joustava materiaali sopi monen aikalaisen mielestä mihin

⁸³ Esim. Herzog 2011, 67–70; Turunen 2011, 314–315, 321; ks. myös Anna Niirasan artikkeli tässä teoksessa.

⁸⁴ Lönnqvist 2008; ks. myös Anna Niirasan artikkeli tässä teoksessa.

⁸⁵ Huomiota kiinnitettiin erityisesti kestävyYTEEN, imukykyyn ja lämpimyyteen. ”Pitää olla Petterit”; <http://www.tampere.fi/ekstrat/vapriikki/tekstiilejatampereelta/malus.html>. Viitattu 21.4.2016.

⁸⁶ Paoletti 2015; Turunen 2004, 12; Frisk 2019, 138–144.

⁸⁷ Mainos: Trimán & Tricol, *Anna* 1969:42, 95.

⁸⁸ Joustosametti eli plyysi tai veluuri on trikooneulospohjaista joustofroteeta, jonka lankalenkit oli katkaistu, niin että joustavalla kankaalla on sametin kaltainen nukkapinta.

⁸⁹ Hyvon valmisti joustofroteevaatteita 1970-luvun alussa, Ekström Söderlund & Wall 2007, 288.

vain tilanteeseen, myös juhlavaatteeseen.

Trikooseen liitetyt merkitykset tulevat esiin *Annan* artikkelissa muotisuunnittelukilpailusta. Lehti oli noina vuosina mukana eurooppalaisessa Euromuoti-kilpailussa, johon lehden kautta lähetettiin Suomesta yksi kilpailija. Vuoden 1971 kilpailussa Suomen kisaedustajaksi Jugoslaviaan pääsi Helli Simola, 21 vuotta, hurjalla ihoa myötäilevistä trikooasuista koostuvalla kokoelmalla. Kilpailuun osallistui myös 18-vuotias Jukka Rintala. Hänen luomaansa klassista kokoelmaa tuomarit pitivät kyllä taidokkaana, mutta se oli ”turhan hienosteleva”.⁹⁰

[Kuva 003 (Tiedosto 11Ekholm&FriskKuva003) Kuvateksti 003: Kuva 3. Värit ja printit väljensivät alus- ja päällysvaatteiden välistä rajaa. Myös alusvaatteiden kohdalla mainostettiin pestävyyttä ja värinpitävyyttä. Mainos: Atlas-alusvaatteet, *Anna* 1971: 21, 15.]

Trikoosta tulee päällysvaate

Vuoden 1965 *Annoissa* iltapuvut tilattiin mittatilausompeijalta. Lukijalle kerrottiin, minkälainen vaate sopisi mihinkin tilaisuuteen ottaen huomioon kellonajan, seuran, tilaisuuden luonteen, käyttäjän iän ja sosiaalisen aseman. Naisten pukeutuminen vaati hienovaraista tilannetajua ja kykyä hahmottaa nyansseja. Kuusi vuotta myöhemmin, vuoden 1971 muotikuvissa, lukijalle tarjottiin iltatilaisuuteen aamutakkimaisia, joustavista materiaaleista valmistettuja kevyitä leninkejä. Pukeutumisen murrosta 1960-luvulla on usein lähestytty yksittäisten vaatekappaleiden, kuten minihameen kautta. Aikalaisten katse kohdistui juuri minihameeseen, kun helmat muuttuivat ennen kuulumattoman paljastavaksi.

Olemme nostaneet keskiöön muutoksen vaatteiden materiaaleissa. Tarkastelemamme trikoopäällysvaatteet eivät muuttaneet vain naisten pukeutumista, vaan vaikuttivat miesten pukeutumiseen vähintään yhtä merkittävästi. Miehillä vaihtoehtoja oli vuonna 1965 hyvin vähän. Mies pukeutui lähes poikkeuksetta pukuun. Sen sijaan 1971 miehen asu oli värikäs, ihoa myötäilevä

⁹⁰ *Anna* 1971:14, 60–66.

ja jopa leikkisä.

Trikoolla on ollut merkittävä osa prosessissa, jossa teollinen sarjatuotanto syrjäytti hiljalleen yksittäiskappaleina valmistamisen. Juuri 1960–1970-luku on pukeutumisen historian ajanjakso, jolloin suomalainen tekstiili- ja vaatetuotanto – trikootuotanto sen mukana – menestyi maailmalla. Ateljeetuotanto näivettyi yhteiskunnallisen muutoksen myötä. Osin sen seurauksena vaatteet halpenivat. Yleinen elintaso koheni ja kotien täyttyminen kulutustavaralla alkoi.

Keskeiset pukeutumisideaalien muutokset niin sanotulla pitkällä 1960-luvulla sopivat yhteen trikoon massatuotannon kanssa. Pukeutumisella ei enää ilmaistu yhteiskunnallista asemaa samalla tavoin kuin aikaisemmin, ja erot arki- ja juhla-, miesten- ja naisten, lasten- ja aikuisten pukeutumisen ja alus- ja päällysvaatteiden välillä hälvienivät. Samalla tuotteista kuten aluskalsareista tai T-paidasta, jotka olivat aiemmin vain kulutustavaroita, saattoi tulla osa muotia. Vaikka ihmiset omistivat aiempaa enemmän vaatteita, merkitysten tasolla pukeutuminen yksinkertaistui.

Trikoovaatteet olivat rentoja, epämuodollisia ja niissä ilmeni aikakauden voimakas värimaailma. Tekstiilien uudet värjäys- ja painomenetelmät tekivät trikoosta vähemmän alusvaatemaista. Myös alushousuista ja -paidoista tuli värikkäitä. Tekokuidut olivat myös aiempia materiaaleja helppohoitoisempia. Ne syrjäyttivät villakankaat sisävaatteiden materiaalina. Trikoo oli täydellinen tuote aikaan, jolloin kodit lämpenivät ja pesumahdollisuudet paranivat. Trikoon yleistyminen päällysvaatteena limittyi siten osaksi 1960-luvun laajempia ilmiöitä, kuten arkisuuden ja nuorekkuuden arvostamista, seksuaalista vapautumista ja sinuttelun yleistymistä. 1960–1970-luvulla yleistyneet trikoopäällysvaatteet ovat jääneet aikakauden arvomaailman perintönä pysyväksi osaksi pukeutumista.

Lähteet

Aikakauslehdet

Anna 1965, 1967, 1969, 1971.

Tekstissä mainitut artikkelit:

Riitta Lindgren: Boutique, *Anna* 1965:5, 14–17.

Pertti Klemola, kuvat Timo Kirves: Onko mukavaa kun mies on korea, *Anna* 1965: 5, 26–27.

[Ei kirjoittajaa]: Tehdään löytöretki kaulusten maailmaan, *Anna* 1965:14, 7–9.

Elina Simonen: Vanha rouva Piha Kapteeninkadulta (Annika Pihan, myöh. Rimala haastattelu), *Anna* 1967:10, 20–25.

Tuula Saarikoski, Rauni Palonen, kuvat Arto Hallakorpi: Nuori leijonamieli, *Anna* 1967:16, 52–53.

Maija-Liisa Mattson: Rohkein puku, *Anna* 1967:20, 18–21.

Rauni Palonen: Mix Max, *Anna* 1969:3, 4.

Tuula Saarikoski: Ruusujen aika on tulevaisuutemme, *Anna* 1969:6, 32–35.

Tuula Saarikoski & Eeva Salonen, kuvat Arto Hallakorpi: Koti on avoin – vieraat voivat tulla, *Anna* 1969:7, 6–11.

Rauni Palonen, Miksi nuori, miksi vanha?, *Anna* 1969:16, 16–19.

Eija Heldaner, Eeva Salonen, kuvat Arto Hallakorpi: Annan koekeittiö. Vappu, *Anna* 1969:17, 35.

Helena Vuorenjuuri: Työpiste kotona, *Anna* 1969:44, 46–47.

[Ei kirjoittajaa]: Annan lahjapalvelu. *Anna* 1971:6, 13.

Urpo Ruhilainen & kuvat Kari Haavisto kuvat: Euromuoti 71 Jugoslaviassa toukokuussa, *Anna* 1971:14, 60–66.

Liisa Hakala: Minin vuosikymmen (juttusarjassa Kansainvälinen 60-luku), *Anna* 1971:18, 27.

Painetut lähteet

Ekström Söderlund, Birgitta & Wall, Marketta. 2007. *Hangossa kuin ulkomailla konsanaan 2*. Hanko: Hangon kaupunki.

Maisniemi, Paula. 1963. *Pukeudu harkiten*. Helsinki: Tammi.

Otavan iso tietosanakirja 3, GI-JYRK (1962/1963). Otava: Helsinki.

[SVT] *Suomen virallinen tilasto. Teollisuustilastot*. <http://www.doria.fi/handle/10024/90251>
(Viitattu 31.3.2017.)

Verkkolähteet

Aho & Soldan. 1931. Nähtävillä Ylen Elävässä arkistossa: 1930-luvun nainen verhoutui jo mieluusti trikooseen. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2012/06/05/1930-luvun-nainen-verhoutui-jo-mieluusti-trikooseen>. Viitattu 31.3.2017.

Museokeskus Vapriikki, Tekstiiliteollisuusmuseo: *Tekstiilejä Tampereelta*.

<http://www.tampere.fi/ekstrat/vapriikki/tekstiilejatampereelta/trikoo.html>. Viitattu 31.3.2017.

Tutkimuskirjallisuus

Aapola, Sinikka & Kaarninen, Mervi (toim.) 2003. *Nuoruuden vuosisata. Suomalaisen nuorison historia*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Aav, Marianne, Kivilinna, Harri & Viljanen, Eeva. 2011. *Marimekkoelämää. Väriä, raitaa ja muotoja*. Helsinki: Designmuseo.

Ahvenainen, Jorma & Kuusterä, Antti. 1982. Teollisuus rakennustoiminta, teoksessa Jorma Ahvenainen & Erkki Pihkala & Viljo Rasila (toim.) *Suomen taloushistoria 2, teollistuva Suomi*. Helsinki: Tammi, 222–261.

Aikasalo, Päivi. 2000. *Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia. Naisten pukeutumishanteet ja vaatevalinnat 1920-luvulta 1960-luvun lopulle*. Helsinki: Suomen Muinaismuistoyhdistys.

Ainamo, Antti. 2003. Marikylä, moderni utopia. Julkaisussa: Peltonen, Matti, Kurkela, Vesa & Heinonen, Visa (toim.) *Arkinen kumous. Suomalaisen 60-luvun toinen kuva*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 19–37.

Aunesluoma, Juhana. 2011. *Vapaakaupan tiellä. Suomen kauppaja- ja integraatiopolitiikka maailmansodasta EU-aikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Cole, Daniel J. & Deihl, Nancy. 2015. *The History of Modern Fashion from 1850*. Laurence King Publishing.

Cole, Shaun. 2000. *"Don We Now Our Gay Apparel". Gay Men's Dress in in the Twentieth Century*. Oxford: Berg.

Cole, Shaun. 2007. *The Story of Men's Underwear*. New York: Parkstone Press International.

Eberle, Hannelore, Hermeling, Hermann, Hornberger, Marianne, Kilgus, Roland, Menzer, Dieter & Ring, Werner. 2002. *Ammattina vaate*. Suomentanut Pirjo Luoto. Suomenkielisen laitoksen asiasisällön tarkistus Irma Boncamper. Helsinki: WSOY.

Fellman, Susanna. 2010. Kilpailupolitiikka koordinoitussa markkinataloudessa – Kartelli- ja kilpailulainsäädäntö Suomessa 1958–1988 instituutionaalisis-historiallisesta näkökulmasta. *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 106:2, 141–161.

Frisk, Matleena. 2016. Meikkaavat pojat ja mieheyden murros. The Mods -yhtyeen julkisuuskuvat nuorten musiikkilehdissä 1965. *Sukupuolentutkimus* 29:1, 19–33.

Frisk, Matleena. 2019. *"Naiseni on oma itsensä": Rakennettu luonnollisuus, ruumiilliset kulutustuotteet ja nuorten sukupuolten murros 1961–1973*. Helsinki: Nuorisotutkimusseura.

Gråbacke, Carina. 2015. *Kläder, shopping och flärd. Stockholms ekonomiska historia. Modebranchen i Stockholm 1945–2010*. Stockholm: Stockholms förlag.

Hannikainen, Matti. 2010. Lapionvarresta näyttöpäätteelle. Julkaisussa: Häggman, Kaj, Markkola, Pirjo, Kuisma, Markku & Pulma, Panu (toim.) *Suomalaisen arjen suuri tarina*. Helsinki: WSOY, 63–83.

Heinonen, Visa & Konttinen, Hannu. 2001. *Nyt uutta Suomessa! Suomalaisen mainonnan historia*.

Helsinki: Mainostajien liitto.

Herzog, Dagmar. 2011. *Sexuality in Europe. A Twentieth-Century History. New Approaches to European History*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hjerppe, Riitta. 1982. Teollisuus. Julkaisussa: Ahvenainen, Jorma, Pihkala, Erkki & Rasiola, Vilho (toim.) *Suomen taloushistoria 2*. Helsinki: Tammi, 408–431.

Huokuna, Tiina. 2010. Kodin materiaalit ja muutokset. Julkaisussa: Häggman, Kaj, Markkola, Pirjo, Kuisma, Markku & Pulma, Panu (toim.) *Suomalaisen arjen suuri tarina*. Helsinki: WSOY, 128–141.

Kaarninen, Mervi. 2013. Lättähattuja, villamyssymisessä ja nilkkasukkatyttöjä. Julkaisussa: Hytönen, Kirsi-Maria & Rantanen, Keijo (toim.) *Onnen aika? Valoja ja varjoja 1950-luvulta*. Jyväskylä: Atena, 67–76.

Kolbe, Laura. 1996. *Eliitti, traditio, murros. Helsingin yliopiston ylioppilaskunta 1960–1990*. Helsinki: Otava.

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

Kortti, Jukka. 2016. *Mediahistoria. Viestinnän merkityksiä ja muodonmuutoksia puheesta bitteihin*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Koskennurmi-Sivonen, Ritva. 2008. *Muotitaiteilija Riitta Immonen: vaatteita naisille työhön, juhlaan, vapaa-aikaan*. Helsinki: Multikustannus Oy.

Kurvinen, Heidi. 2013. *”En mä oo mies enkä nainen. Mä oon toimittaja.” Sukupuoli ja suomalainen toimittajakunta 1960- ja 1970-luvuilla*. Oulu: Oulun yliopisto.

Kuusi, Hanna. 2004. *Viinistä vapautta. Alkoholi, hallinta ja identiteetti 1960-luvun Suomessa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Laitamo, Mikko. 2003. Puhuttelun kumous. Sinunkauppojen merkitys 1960-luvulla. Julkaisussa: Peltonen, Matti, Kurkela, Vesa & Heinonen, Visa (toim.) *Arkinen kumous. Suomalaisen 60-luvun toinen kuva*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 38–61.

Lappalainen, Piippa & Almay, Mirja. 1996. *Kansakunnan vaatettajat*. Helsinki: WSOY.

Luther Hillman, Betty. 2015. *Dressing for the Culture Wars. Style and the Politics of Self-Presentation in the 1960s and 1970s*. Lincoln: University of Nebraska Press.

Lönnqvist, Bo. 2008. *Vaatteiden valtapeli. Näkymättömän kulttuurianatomia*. Suom. Kaisa Haatanen. Helsinki: Schildts.

Malmberg, Raili. 1991a. Yleislehtien kuohuvat vuodet 1934–1980. Julkaisussa: Uino, Ari, Malmberg, Raili, Leino-Kaukiainen, Pirkko & Kallio, Veikko. *Suomen lehdistön historia 8. Yleisaikakauslehdet*. Kuopio: Kustannuskiila oy, 107–190.

Malmberg, Raili. 1991b. Naisten ja kotien lehdet aikansa kuvastimina. Julkaisussa: Uino, Ari, Malmberg, Raili, Leino-Kaukiainen, Pirkko & Kallio, Veikko. *Suomen lehdistön historia 8. Yleisaikakauslehdet*. Kuopio: Kustannuskiila oy, 191–292.

Pantzar, Mika. 2000. *Tulevaisuuden koti. Arjen tarpeita keksimässä*. Helsinki: Otava.

Paoletti, Jo B. 2015. *Sex and Unisex. Fashion, Feminism and the Sexual Revolution*. Bloomington: Indiana University Press.

Peltonen, Matti, Kurkela, Vesa & Heinonen, Visa (toim.) 2003. *Arkinen kumous. Suomalaisen 60-luvun toinen kuva*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Poikolainen, Janne. 2013. Anglo-American Pop Music, Finnish Tango, and the Controversial Images of Modernity in Finland in the 1960s. Julkaisussa: Peltonen, Matti & Heinonen, Visa (toim.) *Finnish Consumption: Emerging Consumer Society between East and West*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 124–149.

Poikolainen, Janne. 2015. *Musiikkifanius ja modernisoituvuus. Populaarimusiikin ihailijakulttuurin rakentuminen Suomessa 1950-luvulta 1970-luvulle*. Helsinki: Nuorisotutkimusseura.

Rahikainen, Marjatta. 2007. Anticipating the Globalization of Labour. Finnish Women as Immigrant and Offshore Labour for the Swedish Economy. *Journal of Ethnic and Migration Studies* 33:1, 95–112.

Saarenmaa, Laura. 2010. *Intiimin äänet. Julkisuuskulttuuriin muutos suomalaisissa ajanvietelehdissä 1961–1975*. Tampere: Tampere University Press.

Saarenmaa, Laura. 2012. Unohdetun kansan Leena. SMP:n nousu ja nuoret naiset – lähihistorian yhteen sopimattomat elementit. Julkaisussa: Railo, Erkki & Oinonen, Paavo (toim.) *Media historiassa*. Turku: Turun historiallinen yhdistys.

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

Sarantola-Weiss, Minna. 2008. *Reilusti ruskeaa. 1970-luvun arkea*. Helsinki: WSOY.

Savolainen, Sari. 2011. Värien kirjoja – pukeutuminen 1960- ja 1970-luvuilla. Julkaisussa: Juuti, Sirpa (toim.) *James päällä joka säällä. Ajankuva 1960–70-luvuilta sekä Mattisen teollisuus OY:n ja James-farkkujen historiaa*. Heinola: Heinolan kaupungin museo, 65–84.

Steele, Valerie. 1997. *Fifty Years of Fashion. New Look to Now*. New Haven: Yale University Press.

Takkala, Marketta, Ortamo, Anna-Maija & Tommila Päivi. 1986. *Suomen aikakauslehdistön bibliografia 1956–1977*. Helsinki: Helsingin yliopiston kirjasto.

Trentmann, Frank. 2016. *Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-first*. Milton Keynes: Allen Lane.

Tortora, Phyllis. 2015. *Dress, Fashion, and Technology. From Prehistory to the Present*. London: Bloomsberry.

Tuovinen, Ulla. 2011. Esimerkillistä naiseutta Kotilieden ja Me Naisten muotikirjoituksissa 1965–1968. *Naistutkimus* 24:1, 19–29.

Tuovinen, Ulla. 2009. Minimuoti moraaliarvioinnin kohteena. *Kasvatus ja Aika* 3:2, 47–58.

Turunen, Arja. 2002. *Marimekkoihmisiä ja marimekkomuotia. Etnologinen tutkimus Marimekosta pukeutumisilmiönä*. Pro gradu -tutkielma. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-2002887122>.

Turunen, Arja. 2004. Marimekon Tasaraita pukeutumisilmiönä. *Jargonia* 2:3 1–17. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-20095111565>.

Turunen, Arja. 2011. "Hame, housut, hamehousut! Vai mikä on tulevaisuutemme?" Naisten päällyshousujen käyttöä koskevat pukeutumisohteet ja niissä rakentuvat naiseuden ihanteet suomalaisissa naistenlehdissä 1889–1945. Helsinki: Muinaismuistovirasto.

Turunen, Arja. 2016. "It wasn't Common for Women to Wear Trousers." Memories of Women's Dress in the 1950s. *Journal of Finnish Studies* 19:2, 24–48.

Voutilainen, Leena. 2011. James päällä joka säällä. Mattinen OY:n vaiheita 1948–1986. Julkaisussa: Juuti, Sirpa (toim.) *James päällä joka säällä. Ajankuva 1960–70-luvuilta sekä Mattisen teollisuus OY:n ja James-farkkujen historia*. Heinola: Heinolan kaupunginmuseo, 15–62.

Walsh, Margaret. 1979. The Democratization of Fashion. The Emergence of the Women's Dress pattern Industry. *The Journal of American History* 66:2, 299–313.