

Perhe 1941–1944 pula-ajan mainoksissa

Marika Lehtinen

Pro gradu – tutkielma

Historian ja etnologian -laitos

Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Historian ja etnologian -laitos
Tekijä – Author Marika Lehtinen	
Työn nimi – Subject Perhe 1941–1944 pula-ajan mainonnassa	
Oppiaine – Subject Suomen historia	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year 2015	Sivumäärä – Number of pages 72
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tässä tutkielmassa tarkoituksena on tarkastella perheen kuvaamista pula ja sota-ajan mainoksissa. Ihmisiä kuvataan mainoksissa paljon ja samalla ne heijastavat oman kulttuurinsa ihanteita. Työn tarkoituksena onkin selvittää millainen oli 1941–1944 lukujen ihanteellinen perhe eli millainen perhe oli tavoittelemisen arvoinen. Jatkosota ja jo sitä edeltänyt pula-aika muuttivat suomalaisia perheitä suuresti. Sodan keskellä ihmisiltä vaadittiin aivan erilaisia ponnisteluita ja arkirutiineita kuin rauhan aikana. Miesten ollessa sotilaina rintamalla jäi kotirintaman tehtävän naisten tehtäviksi. Tämä jo itsessään muutti perheen rakennetta ja sen erijäsenten tehtäviä.</p> <p>Aikaisemmassa tutkimuksessa on selvitetty sodan ja siitä johtuvan pulan vaikutuksia kotirintamalla, sekä kuvattu kotirintaman elämää. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on kuitenkin tarkastella perhettä mainonnan näkökulmasta. Mainokset eivät kerro totuutta vaan kuvaavat ainoastaan aikansa ihanteita ja arvostusten kohteita. Tutkielmassa onkin tarkoitus selvittää millaisia olivat ihanteelliset perheen äidit, isät ja lapset. Kuvaan tutkielmassa perheenjäsenten tehtäviä ja erilaisia rooleja joita heillä on sodan muuttamassa yhteiskunnassa. Tutkielman aineistona käytän Kotiliesi lehteä, joka on erityisesti maaseudun perheille tarkoitettu aikakauslehti. Kotiliesi lehdessä ilmestyneitä mainoksia tulkitsen kokonaisuuksina joihin kuuluu sekä kuva, että teksti. Mainoksissa ne kuitenkin ovat erottamattomia osia toisistaan, ja ovat suunniteltu toisiaan tukeviksi.</p> <p>Perheen äidin roolia kuvattiin aineistossa eniten. Naisten rooli oli muuttunut kotirintamalla sodan alettua. Naisia pyrittiin mainoksien avulla neuvomaan kuinka pula-ajasta selvitäisiin myös kannustamaan neuvokkuuteen, oma-aloitteisuuteen ja rohkeuteen. Kotirintaman naisia pyrittiin ohjeistamaan ja kannustamaan oikeanlaiseen käytökseen, vaikka pula-aika vaikeuttikin elämää huomattavasti. Myös lapsia kannustettiin mainonnan avulla auttamaan perheitään heidän työtaakoissaan. Jatkosodan mainonnan lapset eivät leikkineet tai käyneet koulua. He työskentelivät ja auttoivat vanhempiaan etenkin maatilantöissä. Miehiä mainoksissa esiintyi vain harvoin ja silloinkin yleensä sotilaallisissa tehtävissä. Sota-ajalla miehille kuuluivat maanpuolustukselliset tehtävät ja se näkyi myös mainoksissa.</p>	
Asiasanat – Keywords Pula-aika, jatkosota, perhe, emäntä, sotilas, lapsuus, Kotiliesi, mainonta	
Säilytyspaikka – Depository JYX-tietokanta, Jyväskylän yliopiston kirjasto	
Muita tietoja – Additional information	

Sisällys

1. Johdanto	4
1.1 Tutkimuksen aihe ja tutkimuskysymykset	4
1.2 Tutkimusaineisto	6
1.3 Mainosten käyttö tutkimusaineistona	9
1.4 Mainonta 1940-luvulla	11
2. Suomi toisessa maailmansodassa	14
2.1 Suomen tilanne ennen jatkosotaa	14
2.2 Jatkosodan vaiheet rintamalla	17
2.3 Suomen sotatalous.....	20
3. Suomainen yhteiskunta ja perhe pula-aikana	22
3.1 Suomalainen yhteiskunta ja perhe 1940-luvulla	22
3.2 Pula-aika ja arkielämä	24
4. Emäntä, äiti ja työntekijä	29
4.1 Naisen muuttunut sukupuolirooli	29
4.2 Emäntä ja perheenäiti	35
4.3 Lotat naisten esikuvina ja nevojina	39
5. Lapsuus mainonnan silmin	44
5.1 Lasten avustusjärjestöt, sotalapset ja sotaorvot	44
5.2 Vaasan Mylly: lasten tehtävät	50
5.3 Mainostekstien viestejä lapsille	54
6. Sotilaita mainoksissa.....	57
7. Päätäntö.....	62
8. Lähdeluettelo	67

1. Johdanto

1.1 Tutkimuksen aihe ja tutkimuskysymykset

1940-luvulla, 1941–1944, Suomessa käytiin jatkosodaksi kutsuttua sotaa, jonka katsottiin olevan suoraan jatkoa sitä ennen soditulle talvisodalle. Jo talvisodan aikana Suomessa oli otettu käyttöön laajat elintarvikkeita ja raaka-aineita koskevat säännöstelyt. Jatkosodan syttyessä jo lähes kaikki elintarvikkeet oli asetettu säännöstelyyn alle. Kansalaisille jaettiin ostokortteja, joiden avulla kullekin pyrittiin takamaan sopiva määrä elintarvikkeita vuorokauden tarpeisiin. Aikaa kutsuttiin myös pula-ajaksi, sillä säännöstelyistä huolimatta lähes kaikista elintarvikkeista oli pulaa.¹

Jatkosodan aikana iältään 17–45-vuotiaat miehet oli määrätty rintamalle. Tämä tarkoitti tietenkin suuria muutoksia perheiden toimintatavoissa sekä sukupuolirooleissa. Kotirintamalle jääneet naiset joutuivat ottamaan aikaisempaa suuremman roolin paitsi perheiden elättäjinä myös yhteiskunnallisissa tehtävissä. Sodan ja niitä seurannut pula toivat siis tullessaan suuria muutoksia kotirintamalle ja perheisiin.²

Kotirintamalla niin kuin rintamallakin elettiin poikkeuksellisissa olosuhteissa. Poikkeukselliset olosuhteet näkyivät kaikkialla yhteiskunnassa. Myös ihmisten käsitysten omasta itsestään ja roolistaan oli muututtava. Tämän tutkielman tarkoituksena onkin selvittää, minkälainen oli 1940-luvun pula-ajan perheen ihanne. Pula-aika ja valloillaan oleva sota muuttivat perheitä ja niiden sisäisiä rooleja, sekä sitä minkälainen oli ihanteellinen perhe ja arvostettu perhe elämä. Ihanteella tarkoitan oman kulttuurin yleistä mielipidettä ja arvostuksen kohdetta. Ihanne ei ole yleisesti sovittu asia, mutta se on jotain mitä kohti kulttuurissa ponnistellaan ja mitä pidetään saavuttamisen arvoisena. Pula-aika ja valloillaan oleva sota muuttivat perheitä ja niiden sisäisiä rooleja, sekä sitä minkälainen oli ihanteellinen perhe ja arvostettu elämä.

Mainonnan avulla on pyritty kuvaamaan ihanteita eli tavoittelemisen arvoisia asioita. Mainonnan avulla pyritään luomaan mielikuvia tuotteista tai tilanteista, jotta mahdollinen asiakas kokisi sen tavoittelemisen arvoiseksi. Mainonnan avulla luodaan myös kuvia ihmisistä ja muodostetaan näin

¹ Kallioniemi 2007, 10–25

² Kallioniemi 2007, 10–25

ihmisille tavoittelemisen arvoisia rooleja. Tässä tutkielmassa tarkastelen mainontaa ajatellen sen kertovat siitä, millainen on ollut tavoittelemisen arvoinen perhe.³

Mainokset eivät kerro totuutta. Ne kuvastavat ainoastaan oman aikansa ja kulttuurinsa ihanteita, arvoja ja tekijänsä kaupallisia intressejä. Tämän tutkielman ei siis ole tarkoitus kertoa siitä, minkälaisia jatkosodan aikaiset perheet ja niiden jäsenten roolit ovat olleet. Tutkielma pyrkii ainoastaan selvittämään, minkälainen oli tämän ajanjakson ihanteellinen perheenkuva. Ketä perheeseen kuului? Minkälaiset olivat eri jäsenten tehtävät ja rooli? Mitä perheenjäsenet tekivät ja miten he kuluttivat vapaa-aikaa? Miltä he näyttivät?

Tutkimuksen aika-jaksoksi olen valinnut jatkosodan, sillä sen aikana pula-ajan sekä sodan tuomat muutokset perheiden ihanteisiin näkyvän mainonnassa jo selkeästi. Pulaa oli jatkunut kotirintamalla jo vuodesta 1939, kun säännöstely aloitettiin. Talvisodan lyhyden vuoksi se ei vaikuttanut mediaan vielä niin selkeästi kuin jatkosota, joka oli kestoaltaan pidempi. Siksi jatkosota on ihanteellisempi ajanjakso tämän tutkielman tarkoituksen kannalta. Lisäksi jatkosodan pidemmän keston kannalta aineistoa on runsaasti.

Mainontaa on käytetty aineistona humanistisilla aloilla paljon, mutta historian tutkimuksen alalla vielä varsin vähän. Tässä tutkielmassa olen hyödyntänyt tutkimuskirjallisuutta myös muilta humanistisilta aloilta sekä yhteiskuntatieteellisiä tutkimuksia. Erityisesti olen hyödyntänyt Satu Jaatisen tutkimuksia, joissa hän on käyttänyt aineistonaan mainontaa. Hän on artikkelissaan *Emännät kautta Suomen* tarkastellut sitä millaisena mainonta esittää suomalaisen naisen eri aikoina. Jaatinen on myös tehnyt oman pro-gradu -tutkielmansa käyttäen aineistonaan jatkosodan aikaista mainontaa tarkastellen miten pula-aika näkyy mainonnassa.⁴

Olen hyödyntänyt myös Jouni Kallioniemen teoksia kotirintamasta yrittäessäni selvittää minkälaiset taustatekijät ja asiat vaikuttivat kotirintamalla jatkosodan aikana. Kotirintaman arjesta on kirjoitettu paljon kokemuksiin perustuvia teoksia sekä elämäkertoja. Kallioniemen teoksista sai hyvät pohjatiedot ajasta, ja sitä kautta mainonta ja sen esittämät ilmiöt tulivat esille selkeämmin.⁵

³ Kallioniemi 2007, 10–25

⁴ Jaatinen 2001.

⁵ Kallioniemi 2007.

Visa Heinosen kokoamaa teosta *Nyt uutta Suomessa* käytin avukseni selvittäessäni sitä minkälaista mainontaa ja media ylipäättään olivat jatkosodan aikana. Teoksessa käsiteltiin suomalaisen mainonnan kehitystä aina 1990-luvun alkuun saakka. Teoksessa esitettiin myös sota-ajan vaikutusta mainontaan ja miten esimerkiksi sensuuri vaikutti mainos-alalla sotien aikana. Tutkimuksessa selvitettiin myös mainonnan muuttuva rooli, ja mikä mainonnan rooli oli ollut juuri 1940-luvulla.⁶

Mainonnan tapaan kuvata ihmisiä, perheitä ja sukupuolirooleja olen käyttänyt Leena-Maija Rossin ajatuksia mainonnasta, joka muodostaa ja tuottaa sukupuolia yhteistyössä kulttuurinsa kanssa. Tässäkin tutkielmassa ajattelen mainonnan muodostavan kuvia ihmisistä ja tuottavan näin mielikuvia sukupuoli rooleista yhteistyössä aikansa ihanteiden kanssa.⁷

1.2 Tutkimusaineisto

Aineistoksi olen valinnut jatkosodan ajan yhden luetuimmista aikakauslehdistä *Kotilieden*. *Kotiliesi* ilmestyi ensimmäisen kerran vuonna 1922 ja ilmestyi kaksi kertaa kuukaudessa. Se on sisällöstään perhekeskeinen ja siinä olevat artikkelit kertovat lähinnä kodinhoidosta, ruuanvalmistuksesta ja pihatöistä. *Kotiliesi* olikin pääsääntöisesti suunnattu maaseudun naisväestölle. *Kotilieden* sota-ajan kirjoittelua tutkineet Aikasalo ja Haikari ovat todenneet, että lehden keskeinen tavoite oli kotirintaman tukeminen: selviytymisopin ja yhteisvastuunluominen. Sodan aikana kotirintamaa haluttiin tukea ja valistaa, jotta eläminen sodan aiheuttamasta elintarvikepulasta huolimatta onnistuisi. Selviytymisohjeita ja neuvoja julkaistiin runsaasti myös *Kotilieden* sivuilla. Samalla haluttiin kehottaa kotirintaman asukkaita yhteisvastuulliseen käyttäytymiseen, jotta niukat resurssit riittäisivät kaikille.⁸

Kotiliesi sopii tutkimukseni tarkoituksiin, sillä se on suunnattu nimenomaan perheille. Siksi myös siinä esiintyvä mainonta kuvaa usein perheitä tai jotakin perheenjäsenistä. Aineistoa lehdessä esiintyy runsaasti. Pula-aikana usean yrityksen talous oli tiukkaa ja mainontaa harrastivat vain

⁶ Kallioniemi 2007.

⁷ Rossi 2003.

⁸ Aikasalo 2000.

harvat yritykset. Siksi mainosten vaihtelevuus oli pientä ja lähes jokaisessa aikakauslehdessä ilmestyivät melkein samat mainokset.

Mainostajien näkökulmasta mainoksen tarkoitus on esitellä myytäviä tuotteita ja palveluita. Mainosten perimmäinen tarkoitus on aiheuttaa mielihaluja ostaa tuotteita tai käyttää jotakin palvelua. Mainokset heijastavat sitä kulttuuria, jossa ne ovat syntyneet. Mainokset perustuvat tunnistettavuuteen, sillä katsoessaan mainoksia katsoja kykenee tunnistamaan itsensä tai osan itsestään mainoksessa, mikä synnyttää halua ostaa tuotteita. Mainoksessa esiintyy aina kulttuurissa vakiintuneita koodeja, joiden avulla katsojat tunnistavat omat mielihalunsa ja tekevät osto-päätöksensä. Omasta kulttuuristaan irrallisena mainos ei toimi eikä aiheuta minkäänlaisia ostohaluja katsojassaan.⁹

Ihmisiä kuvaava mainonta on sukupuolimainontaa. Se esittää jollain tavalla sukupuolittuneita henkilöitä, joita on helppo tunnistaa miehiksi tai naisiksi. Mainonnassa halutaan pyrkiä erottamaan mies- ja naishahmot selkeästi, jotta heihin samaistuminen olisi nopeampaa. Juuri tähän perustuu mainosten vaikutusvalta katsojiinsa. Mainoksissa esiintyviin henkilöihin on helppo samaistua, koska katsojan on helppo tunnistaa itsensä mainosten henkilöistä. Mainokset heijastavat aina niitä arvoja, jotka vallitsevat kulttuurissa, jossa mainokset on luotu. Siksi myös ihmishahmot, jotka esiintyvät mainoksissa kuvaavat kulttuurinsa naisen ja miehen ihanteita.¹⁰

Mainokset kuvaavat kulttuurinsa arvoja ja ihanteita, koska niihin samaistumalla katsoja kokee mainoksen mielekkääksi ja mainos tekee tehtävänsä esillä olevan tuotteen tai palvelun mainostajana. Mainosten avulla voidaankin tutkia aikansa arvoja ja ihanteita. Mainokset eivät kuvasta totuutta, vaan ne kuvastavat aikansa ihanteita, arvoja ja normeja. Mainosten avulla voidaan esimerkiksi tarkastella miten sukupuoliroolit ovat muuttuneet sillä mainokset esittävät väistämättä kuvia miehistä ja naisista, jotka esiintyvät aikansa sukupuolirooli ihanteiden maailmassa.¹¹

Sukupuoliroolit ovat keskeisiä identiteetin rakentajia. Näihin identiteettitekijöihin liittyy myös toisen näkeminen sukupuolittuneena subjekti-objekteina. Vastakkaisen sukupuolen korostaminen muokkaa myös katsojan omaa käsitystään siitä millainen on hänen sukupuolensa ja millaiset ovat sen sisältämät sukupuoliroolit ja tehtävät. Mainonta tuottaa yhdessä muun kuvamaailman kanssa

⁹ Rossi 2003, 12

¹⁰ Rossi 2003, 11

¹¹ Rossi 2003 11–12

sukupuolirooleja ja normeja. Mainosten tuottamat sukupuoliroolit eivät kuitenkaan ole mainonnan keksimiä, vaan ne syntyvät yhdessä kulttuurin kanssa. Katsoja samastuu mainontaan, jos se on onnistunut luomaan kuvan katsojalle sopivasta sukupuoliroolista. Mainosten epäonnistuttua katsoja ei samastu mainonnan henkilöihin, jolloin mainos ei ole kyennyt vaikuttamaan katsojaan.¹²

Mainoksiin liittyvät myös tekstit joiden avulla mainoksia pyritään muokkaamaan selkeämmiksi viestien välittäjiksi. Pelkkä kuva mainoksessa ei välttämättä yksin riitä, vaan tekstin avulla tehdään katsojalle selväksi se, mitä mainoksella halutaan sanoa. Mainosta onkin hyvä tarkastella aina kuvan ja tekstin kokonaisuutena.¹³

Tässä tutkimuksessa ajattelen mainosten heijastavat kulttuurinsa arvoja ja ihanteita perheen eri jäsenten rooleista jatkosodan aikana. En ajattele, että mainosten avulla pystyttäisiin tarkastelemaan totuutta, vaan ajattelen niiden heijastavan niitä ihanteita ja arvoja, joita eri perheenjäsenille on annettu. Uskon, että nämä arvot ja ihanteet ovat oman kulttuurinsa luomia, ja kuvaavat siksi kulttuurinsa arvoja ja ihanteita. Mainokset heijastavat oman aikansa ihanteita kertomalla, mikä on tavoittelemisen arvoista ja mikä ei sitä ole. Mainokset kertovat myös mikä on ollut haluttua ja mikä ei.

Mainosten tekijöiden on työskenneltävä kulttuurin ytimessä, ja oltava hyvin voimakkaasti tietoisia kulttuurin muuttuvasta ihanteiden ja arvojen maailmasta. Mainosten maailmassa hyvin toimivat vain ne symbolit, jotka kuvaavat hyvin voimakkaasti ihmisten mielihaluja tai toiveita. Mainosten tekijöiden on pohdittava mitä ihmisen arvoja kuvaavista symboleista otetaan mukaan mainokseen, ja mitä ei. Valintojen tekeminen ei ole aina helppoa, sillä mainosten on kyettävä parhaalla mahdollisella tavalla herättämään samaistumisen tunteita ja mielihaluja. Esimerkiksi kuvattaessa ihmistä mainostajan on pyrittävä ajattelemaan millaisena haluttu kohderyhmä näkee ihanteellisen miehen tai naisen. Millainen vartalo hänellä on, minkä ikäiseltä hän näyttää, mitä hänellä on päällään, onko tukka lyhyt vai pitkä yms. Kaikki nämä asiat kuvaavat kulttuurinsa käsitystä ihmisestä, ja siitä millaiselta hänen kuuluisi näyttää.¹⁴

Mainonnan tapoja kuvastaa kulttuuriaan voidaan tarkastella representaation käsitteen avulla. Representaation käsitteellä on kaksi ulottuvuutta, jotka vaikuttavat tapaamme lähestyä visuaalista

¹² Rossi 2003, 12

¹³ Hovi 1990, 53

¹⁴ Hovi 2003, 12–15

kulttuuria. Representaatiota voidaan pitää todellisuuden heijastumana. Tällöin ollaan pohtimassa kuvaako se todellisuutta vai ei. Toisaalta representaation voidaan ymmärtää rakentavan todellisuutta. Tässä tapauksessa on pohdittava millaisen todellisuuden kuva rakentaa ja millä tavoin. Lähestymme representaatioita mistä lähtökohdasta hyvänsä aina on otettava huomioon se, että ne ovat kulttuurinsa muodostamia ja ovat siksi kulttuuri sidonnaisia.¹⁵

1.3 Mainosten käyttö tutkimusaineistona

Olen määritellyt perheen tarkoittamaan isää, äitiä ja lapsia eli niin sanottua ydinperhettä. Tämä johtuu siitä, että Suomessa jo 1940-luvulle tultaessa käsitys ydinperheestä oli muotoutunut ja perheeseen yleensä kuuluivat vain isä, äiti ja lapset. Näistä hahmoista äidin eli naisen rooli tutkielmassa korostuu, sillä heidän roolinsa oli sota-ajan kotirintamalla kaikista suurin, ja näin heistä oli myös mainonnassa eniten materiaalia.

Olen tutkielmaa tehdessäni rajannut esiintyvän aineiston niin, että kaikissa mainoksissa joita käytän, esiintyy siis ainakin joku näistä hahmoista joita olen halunnut tarkastella. Etenkin isää eli miestä kuvaavissa mainoksissa esiintyy muuta perhettä vain harvoin, sillä miehen rooli oli sodan aikana olla rintamalla, minne hänet yleensä kuvattiinkin. Naiset ja lapset kuvattiin useammin samaan mainokseen esimerkiksi syömässä yhdessä, mutta usein myös erikseen tekemässä omia töitään.

Olen rajannut aineistoni koskemaan 614 mainosta. Mainoksia *Kotiliesi* lehdessä esiintyi runsaasti ja suurimmassa osassa niistä kuvattiin perhettä tai jotakin perheenjäsenistä. Mainokset olen ensin jakanut sen mukaan, kuka perheenjäsenistä niissä esiintyy selkeimmin, tai kenen perheenjäsenen roolia mainoksessa kuvataan. Joissakin mainoksissa kuvataan hyvin selkeästi perhettä yhdessä ja sellaiset mainosten olen ajatellut kuvastavan kaikkia perheenjäseniä.

Mainosten esittämistä perheenjäsenten hahmosta olen etsinyt yhteneviä tekijöitä ja pyrkinyt muodostamaan kuvaa siitä, millainen on ihanteellinen perhe jatkosodan aikana. Jokaisella perheenjäsenellä on oma roolinsa ihanteellisessa perheessä ja olenkin pyrkinyt selvittämään, minkälaisia nuo roolit olivat 1940-luvulla. Olen jakanut tutkielman pääluvut kuvaamaan jokaista

¹⁵ Hovi 2003, 77–82

perheen-jäsentä erikseen ja lopullisessa pohdinnassa teen yhteenvetoa siitä millainen oli jatkosodan aikainen ihanteellinen perhe yhdessä.

Mainoksia olen pyrkinyt käsittelemään kokonaisuuksina ottaen huomioon sekä niiden tekstit, että kuvaosuudet. Pula-ajan mainoksissa esiintyy valtavasti tekstiä, joissa kuvaillaan sopivia käytöstapoja, ja annetaan ohjeita oikeanlaiseen käytökseen. Olen hyödyntänyt myös näitä mainostekstejä pohtiessani perheen ihannetta. Ajattelen, että myös nämä tekstit kertovat siitä, minkälaista perheen ihannetta 1940-luvulla mainostettiin eli mikä oli ihailtavaa pula-aikana.

Kuvat ja verbaalinen teksti ovatkin materiaalia, jota mainoksissa käytetään jonkin teeman rakennusaineina. Teeman rakenneosien täytyy olla suhteessa toisiinsa ja mainostekstin kuvallisiin merkkeihin, siten että kokonaisuus on yhtenäinen ja ymmärrettävä. Sanat joko ankkuroituvat eli kiinnittävät ja määrittävät kuvien merkityksiä tai sanojen suhde kuvaan voi olla vuorotteleva. Tällöin merkitykset muodostuvat sanojen ja kuvien yhteisvaikutuksesta. Yksinään kuva saattaa esittää mitä tahansa tapahtumaa, mutta teksti sitoo sen tarkemmin halutulla tavalla.¹⁶

Uskon myös, että tulkintani näistä mainosten esittämisestä ihanteista on yksilöllinen, sillä olen ihmisenä tulkinnut niitä subjektiivisesti heijastaen mainoksia omiin ajatuksiini ja muodostanut näin kuvaa ihanteellisesta perheestä pula-aikana.

¹⁶ Pesonen 2005, 33-46

1.4 Mainonta 1940-luvulla

Sota ja siihen liittyvät taloudelliset vaikeudet ja elintarvikepula ravisuttivat myös mainonnan alaa sotien aikana. Pula elintarvikkeista ja polttoaineista oli suuri. Lähes kaikki elintarvikkeet asetettiin säännöstelyyn alle. Kansanhuoltoministeriö sai laajat valtuudet ja sai puuttua lähes kaikkeen taloudessa. Kauppojen keskinäisestä kilpailusta luovuttiin ja tuotteiden hinnat päätettiin suoraan kansanhuoltoministeriön toimesta.¹⁷ Aikansa johtava mainosguru Arvo Puukari ehdotti jo välirauhan aikana mainonnalle uudenlaista roolia: *”Valistustyötä, siis mainontaa, tarvitaan nyt enemmän kuin koskaan. Asiaa ei muuta se, että mainonnalla ei tällä hetkellä voida saavuttaa samoja tuloksia kuin tähän asti—nyt ei ole kysymys uuden luomisesta vaan vanhan säilyttämisestä. Mainontaan uhratut varat voivat saada nyt enemmän hyötyä aikaan kuin koskaan ennen*¹⁸”.

Mainosmiehet osallistuivat omalla tavallaan sotaponnisteluihin. Erityisen haluttuja he olivat tiedotustehtäviin. Hyvään ilmaisuun kykeneviä ihmisiä tarvittiin niin radioon, lehtiin kuin rintamakirjeenvaihtajiksi. Erityisesti kirjeenvaihtajilla oli suuri vaikutus puolustustahdon nostatuksessa ja säilyttämisessä. Valtion tiedotuslaitos käytti mainosmiehiä ja mainontaa hyödykseen talkoo- ja keräyskampanjoissa. Valtion tiedotuslaitos keräsi ja tuotti materiaalia sekä Kansanavulle että Kansanhuollolle. Talkoiden ja keräysten markkinointi ja mainostaminen oli merkittävää, sillä niiden avulla pyrittiin helpottamaan elämää kotirintamalla, sekä avustamaan sodasta eniten kärsimystä kokeneita lapsia ja leskiä.¹⁹

Valtion tiedotuslaitos järjesti myös vuosittaisia gallupeja, joiden avulla pyrittiin selvittämään kansan mielipiteitä ja tyytyväisyyttä tilanteeseen. Jo varhain ymmärrettiin, että kotirintaman tyytyväisyydellä oli suuri merkitys sotamoraalin ylläpitämiseksi. Siksi kansa oli saatava pidettyä mahdollisimman tyytyväisenä tilanteeseen.²⁰

Yleiskielessä mainonnalla ja propagandalla ei ollut varsinaista eroa ennen sotia. Sotapropaganda oli kuitenkin niin päällekyvää ja asenteellista, että se sai mainonnan ammattilaiset hakemaan eroja näiden sanojen välille. Sodan aikana kuitenkin mainoksissa esiintyi lukuisia sotapropagandan

¹⁷ Heinonen ja Konttinen 2001,98

¹⁸ Heinonen ja Konttinen 2001, 98

¹⁹ Heinonen ja Konttinen 2001, 99

²⁰ Heinonen ja Konttinen 2001, 108

elementtejä niin, että niitä on välillä vaikea erottaa toisistaan. Erityisesti Valtion tiedotuslaitoksen rahoittamat mainokset esittivät usein paljon sotapropagandaa.²¹

Sota-ajalla näkyvämpiä mainostajia olivatkin viranomaiset, Kansanhuoltoministeriö ja järjestöt. Suurtalkoot, Kansanapu, Työtehoseura ja Teollisuuden työteholiitto kampanjoivat suhteellisen runsaasti. Yritysmaailman näkyvämpiä mainostajia olivat Otava ja WSOY, pankit sekä vakuutuslaitokset. Myös Euran paperi ilmoitteli näkyvästi. Tekstiili ja vaatetusalan yrityksistä ainakin Kestilä, Kuusinen, Lassila & Tikanoja sekä Silo jatkoivat mainostamista läpi koko sodan. Aiheina olivat erityisesti korvikkeista valmistetut tuotteet. Jotkut mainostivat, vaikka mitään myytävä ei ollutkaan. Tämä oli tehokas tapa säilyttää tuotteet ja yrityksen nimi ostajien muistissa pula-ajasta huolimatta.²²

Veikko Vaali mainosti Atamon- säilöntäainetta niin voimakkaasti, että sen ajan lapset muistavat merkin varmasti vieläkin. Atamon kauppa kävikin hyvin, sillä säilöntäainetta tarvittiin enemmän kuin koskaan ennen. Kaikki kesän sato oli tärkeää saada säilöön pitkän talven varalle. Elintarvikealan yrityksistä Vaasan Höyryleipomon lisäksi mainostivat Hellas, Ipnos ja Jalostajat. Hellas toi markkinoille oman RaNa tuotteensa. RaNa eli ravinto ja nautinta-aine sisälsi erilaisia korvikkeita, kuten maidon korviketta ja lihan korviketta.²³

Korviketuotteita mainostettiin paljon. Suosituimpia olivat villasta ja paperista tehdyt vaatteet, korvikesaippuat ja makeutusaineet. Kaleva Salminen mainosti runsaasti omia Kale-jalkineita, jotka oli valmistettu paperista ja puusta. Erityistä näissä mainoksissa olivat valokuvat, joissa esiintyi oikeita ihmisiä. 1940-luvulla oli vielä harvinaista käyttää oikeita ihmisiä mainosten malleina. Yleensä niissä esiintyi piirrettyjä hahmoja.²⁴

Sota ja sen käänteet näkyivät selkeästi mainoksissa. Mainoksissa ei eletty hyvinvoinnin valtakunnassa, vaan pula ja kurjuus näkyivät myös osana mainosten arkea. Mainoksissa tuotteet olivat usein sivuroolissa. Kansakunnan sotaponnistelut olivat keskiössä, sekä niille osoitettu kunnioitus. Mainonta oli hyvin kotimaista eikä siihen otettu vaikutteita ulkomailta. Mainokset

²¹ Heinonen ja Konttinen 2001, 110

²² Heinonen ja Konttinen 2001, 110

²³ Heinonen ja Konttinen 2001, 111

²⁴ Heinonen ja Kontinen 2001, 112

olivat tekstipainotteisia ja niissä esiintyi yleensä yksi tai useampi ihminen kuvittamassa mainosta. Muualla Euroopassa oli siirrytty enemmän visuaaliseen mainontaan.²⁵

Isänmaallisuus, rohkeus ja uhrautuminen olivat suosikki teemoja. Etenkin kotirintaman naisia haluttiin muistuttaa uhrautumisesta ja siitä, kuinka heidän sankarillinen tehtävänsä oli ylläpitää rauhaa ja hyvinvointia kotirintamalla. Kansanhuoltoministeriö piti tärkeänä muistuttaa kotirintamaa jatkuvasti siitä, miten kotirintamalla kuului elää ja miten tärkeä rooli myös kotirintamalla oli kaiken pulan keskellä.²⁶

Mainonnalla oli siis oma roolinsa myös sotien aikana, vaikka mainostettavia tuotteita ei ollut tarjolla. Korvikkeiden saattaminen ihmisen tietoisuuteen ja elintarvikepulasta tiedottaminen olivat mainostajien ensisijaisia tehtäviä jatkosodan aikana. Elintarvikepula ja siitä johtuva kurjuus aiheuttivat paljon mielipahaa kotirintamalla. Tämän vuoksi oli entistä tärkeämpää, että kotirintaman väestö oli tietoinen sekä siitä, mitä se aiheutti, että siitä miten pulan kanssa saattoi tulla toimeen.²⁷

Tutkielmani toisessa ja kolmannessa luvussa kerron taustatietoa Suomen tilanteesta jatkosodan aikana. Aineiston ymmärtämisen kannalta on mielestäni hyvä tietää, minkälainen on Suomen tilanne jatkosodassa ja mitkä yhteiskunnalliset tekijät vaikuttavat Suomessa 1940-luvulla. Kerron myös suomalaisesta yhteiskunnasta ja sen muutoksista sekä siitä minkälainen suomalainen yhteiskunta ja erityisesti perhe on 1940-luvun aikana. Mainonnan ja sen käytön aineistona olen sisällyttänyt omaan lukuunsa.

Itse aineiston analyysia koskevat pääluvut olen jakanut kolmeen osaan. Tarkastelen ensin naisen roolia perheessä, sitten lapsen/lapsien ja lopuksi miehen. Naisella oli kotirintamalla selkeästi suurin rooli aineiston pohjalta, ja siksi olen käyttänyt sen tarkasteluun enemmän aikaa kuin muiden perheenjäsenten. Päätännössä teen yhteenvedon tarkasteluni tuloksista ja pyrin esittämään millainen oli ihanteellinen perhe jatkosodan aikana.

²⁵ Heinonen ja Kontinen 2001, 113

²⁶ Heinonen ja Kontinen 2001, 113

²⁷ Heinonen ja Kontinen 2001, 115

2. Suomi toisessa maailmansodassa

2.1 Suomen tilanne ennen jatkosotaa

Jatkosotaa edeltävä talvisota ja maaliskuussa 1940 allekirjoitettu Moskovan rauhansopimus sisälsivät itsessään jo seuraavan sodan ”siemenen”. Suomalaiset uskoivat tai ainakin toivoivat, että rauhansopimus olisi väliaikainen. Moskovan rauhalla olikin jo ennen sen solmimista epävirallinen nimi: välirauha. Stalinin armeija oli kokenut kovan arvovalta tappion, kun se ei ollut onnistunut miehittämään Suomea kokonaan. Suomessa taas Neuvostoliiton massiiviset ilmahyökkäykset ja ankara rauhansopimus koettiin äärimmäisen epäoikeudenmukaisiksi. Talvisota loppui siis äärimmäisen ankaraan rauhaan. Suomessa uutta sotaa sekä haluttiin että pelättiin. Talvisodan jälkeen Suomessa elettiin hyvin epävarmoja aikoja sekä ulko- että sisäpoliittisesti. Suomen lähialueelta pieniä valtioita valloitettiin, sekä Saksan, että Neuvostoliiton toimesta. Myös Suomessa puolustusvalmiutta pidettiin korkealla. Koko välirauhanajan armeijalla oli käytössään kolminkertainen määrä miehiä vartiointi tehtävissä verrattuna rauhan aikaan.²⁸

Koettu talvisota oli vahvistanut armeijan uskoa sen omiin kykyihin. Olihan Neuvostoliiton hyökkäykset kyetty torjumaan. Toisaalta sotaan oli väsyttynyt sekä rintamalla miesten keskuudessa, että kotirintamalla ja ainainen puute ja pula elintarvikkeista heikensivät maan selviytymismahdollisuuksia uudesta sodasta. Oli selvää etteivät Suomen sotilaat kykenisi yksin selviytymään toisesta sodasta Neuvostoliittoa vastaan, mutta liittolaisiakin oli vaikea löytää.²⁹

Suomen sotilaallisen ja poliittisen johdon ei tarvinnut perustella syitä jatkosodalle, sillä edellisestä sodasta katkeroitunut Suomen kansa halusi vallata takaisin riistetyt alueet. Sodan uskottiin olevan lyhyt ja sen ajateltiin olevan ohi jo ennen elonkorjuuta ja syksyä. Jatkosotaa alettiin nimittää jatkosodaksi, sillä sen katsottiin olevan suorassa yhteydessä talvisotaan ja sen epäoikeudenmukaisen lopputuloksen korjaamiseen.³⁰

²⁸ Häikiö 2007a, 10–12. Hentilä 2006, 189

²⁹ Manninen 1992, 18–19

³⁰ Häikiö 2007a, 10–12

Suomen ulkopolitiikan tavoitteet pysyivät koko toisen maailmansodan ja sitä edeltävän ajan hyvin samankaltaisena. Itsenäisyys haluttiin säilyttää ja maan koskemattomuus tulevaisuudessa haluttiin taata. Yhteistyötä tehtiin lähinnä muiden pohjoismaiden kanssa, mutta se oli varsin vähäistä ja varsinaisia sotilasliittoja ei saatu aikaan. Myös Suomen suurin uhka pysyi samana. Suomen naapuri maa Neuvostoliitto halusi valloittaa takaisin alueet, jotka oli menetetty ensimmäisen maailmansodan yhteydessä. Näihin alueisiin kuului Suomi. Neuvostoliiton tarkoituksena oli vallata takaisin lisää alueita ja levittää samalla kommunistista yhteiskuntajärjestelmää. Myös Saksa oli koonnut joukkonsa ja halusi vallata lisää alueita saksalaisille kansoille. Neuvostoliitto ja Saksa jakoivatkin keskenään Keski- ja Itä-Euroopan etupiireihin elokuussa 1939. Neuvostoliitolla oli tämän hyökkäämättömyys sopimuksen lisäpöytäkirjan mukaan vapaat kädet vallata Suomi, sekä Baltian maat. Neuvostoliiton vallattua Puolan itäiset osat se suuntasi katseensa Suomeen. Kesään 1940 mennessä Suomen ja Neuvostoliiton välit kiristyivät. Se vaati Suomelta mm. Ahvenanmaan demilitarisoitumista, Petsamon nikkeli-kaivoksen toimilupaa ja rajoittamatonta kauttakulkua Hankoniemelle.³¹

Kun Suomessa ei suostuttu Neuvostoliiton vaatimuksiin, Neuvostoliitto ryhtyi marraskuun lopussa valloittamaan Suomea. Keinoina olivat ensin sotilaallinen uhkailu sekä ideologian levitys, jota edusti kommunisti Otto Ville Kuusisen johtaman nukke hallituksen perustaminen. Talvisodan alussa Suomi oli aivan yksin Neuvostoliittoa vastaan. Apua ei saatu naapurimaista eikä Keski-Euroopasta.³²

Talvisodan aikana Suomen ainoana puolustuskeinona oli sen oma maanpuolustus. Tilannetta edesauttoi kansan yhtenäisyys. Talvisodan ajatellenkaan vaikuttavat edelleenkin hyvin voimakkaasti suomalaisten identiteettiin. Talvisodan kulkua ja lopputulosta pidetäänkin ihmeenä. Kansakuntahan selviytyi voimavaroihinsa nähden ylivoimaisesta tehtävästä ja onnistui säilyttämään itsenäisyytensä. Talvisota sai myös kansainvälistä huomiota osakseen. Joulukuussa 1939 Ranska ja Iso-Britannia kiinnostuivat Suomesta ja talvisodasta. Ne olivat julistaneet Saksalle sodan, kun Saksa oli hyökännyt niiden takaamaan Puolaan. Neuvostoliiton näkökulmasta nopea Suomen valloitus oli muuttunut suureksi kansainväliseksi konfliktiksi. Länsivaltojen sotilaallinen

³¹ Häikiö 2007a, 13–14. Hentilä 2006, 193

³² Häikiö 2007a, 14–15. Manninen 1992, 22

varustautuminen vaikuttivat siihen, että Neuvostoliiton johtaja Stalin aloitti neuvottelut Suomen oikean hallituksen kanssa. Väli rauha solmittiin maaliskuussa 1940.³³

Suomen näkökulmasta varsin ankaran rauhansopimuksen solminen ja talvisodan pelottava kokemus yksin taistelemisesta suurvaltaa vastaan muutti Suomen ulkopoliittikkaa. Suomessa ei heti löydetty sopivia liittolaisia, joten ulkopoliittikan tavoitteeksi tuli lähinnä Neuvostoliiton myönnyttely ja vaatimusten toimeen panemisen hidastaminen. Saksa oli edennyt jo Norjaan ja Ranskaan asti. Iso-Britannia oli tukenut molempia maita sotilaallisesti, mutta Saksan oli silti onnistunut valloittamaan taas uusia alueita. Euroopassa oli siis kaksi suuravaltaa, jotka halusivat valloittaa haltuunsa koko Euroopan: Saksa ja Neuvostoliitto.³⁴

Kesällä 1940 Suomessa alkoi toimia Suomen ja Neuvostoliiton rauhan ja ystävyyden seura, jonka toiminta aiheutti pelkoa, että Neuvostoliitto yrittäisi estää Suomen itsenäisyyden ideologisin ja poliittisin keinoin. Seura sai jäseniä ensimmäisenä kahtena kuukautena perustamisensa jälkeen jopa 10 000. Seuran lakkauttamishetkellä jäseniä oli 40 000. Yhteistyö sekä Ruotsin että Norjan kanssa oli kaatunut ja Suomi oli edelleen ilman minkäänlaista liittolaista. 1940 oli jo hyvin selkeää, että Saksa oli ainut mahdollinen liittolainen, jolla oli sotilaalliset mahdollisuudet auttaa Suomea. Saavutettuaan voittoja länsi-rintamalla Saksa halusi suunnata katseensa itään ja kohti Neuvostoliittoa. Suomen aluksi varovainen tukeminen oli ensimmäisiä merkkejä siitä, että Neuvostoliiton ja Saksan välinen rauhansopimus oli loppullaan. Saksa ja Suomi solmivat kauttakulku sopimuksen, jonka avulla Saksa sai kuljetettua joukkojaan Neuvostoliiton rajalle.³⁵

Suomessa Saksan suunnitelmista ja luvatus yhteistyön laajuudesta ei oikeastaan tiedetty mitään. Elettiin epävarmuuden aikaa, kun täytyi miellyttää sekä Neuvostoliittoa, että uutta liittolaista Saksaa. 1941 Saksan johto päätti viimein hyökkäys suunnitelmistaan Neuvostoliittoa vastaan. Saksa harhautti kuitenkin ulkovaltoja ja Suomea mukaan lukien suunnitelmistaan aina kesän alkuun saakka. Saksa halusi uskotella, että Saksa ja Neuvostoliitto vain neuvottelivat asioista. Sotilaallisen valmistelut olivat kuitenkin jo alkaneet. Kesäkuussa 1941 Saksa julisti sodan Neuvostoliitolle. Suomi julistautui ensin puolueettomaksi ilmahyökkäysten pelossa. Neuvostoliiton ilmahyökkäykset alkoivat kuitenkin 25.6.1941 ja tämä liitti Suomen mukaan sotaan.³⁶

³³ Häikiö 2007a, 16. Hentilä 2006, 187

³⁴ Häikiö 2007b, 17

³⁵ Häikiö 2007b, 16–18. Hentilä 2006, 190

³⁶ Häikiö 2007b, 20–25

2.2 Jatkosodan vaiheet rintamalla

Jatkosodan alussa kesällä 1941 Suomessa käytiin hyökkäyssodan vaihetta. Saksa halusi hyökätä Neuvostoliittoa vastaan ja onnistui värväämään tehokkaan propagandansa avulla joukkoihinsa Neuvostoliiton valtaamia kansoja. Suomi oli yksi näistä kansoista joiden kanssa yhteistyö sujui yhteisten tavoitteiden ollessa esillä. Yhteistyö oli Suomen kannalta välttämätöntä, vaikka luottamus Saksaan ei ollutkaan kovin korkealla. Saksan tukemana Suomella oli kuitenkin mahdollisuus saada takaisin talvisodassa menetetyt alueet ja säilyttää itsenäisyytensä.³⁷

Saksa halusi valloittaa ja siksi hyökkäys sota oli edessä välttämättä. Hyökkäyksen operaatiot sujuivatkin varsin nopeasti. Hyökkäyksen painopiste oli Laatokassa, joka osui Neuvostoliiton heikkoon kohtaan. Vanha raja saavutettiin syyskuussa 1941. Suomalaisetkaan sotilaat eivät vastustelleet 1940 luvulla sovittujen Moskovan rauhan rajojen ylittämistä, sillä rauhanehdot olivat suomalaisista hyvin epäoikeudenmukaisia. Sen sijaan sitä vanhempien rajojen ylitys aiheutti monissa joukoissa eripuraa. Omia maita haluttiin kyllä puolustaa, mutta sen pidemmälle valloittamaan ei haluttu lähteä. Suomessa olisi haluttu myös suojella välejä ulkovaltioiden esimerkiksi Englannin kanssa, ja lopettaa hyökkäysvaihe jo talvisotaa edeltävät rajat saavutettuaan. Kansainvälisellä tasolla hyökkääminen Neuvostoliittoon yhteistyössä Saksan kanssa tuomittiin.³⁸

Saksan armeijan etenemisen hidastuessa alkoi yhteistyö Suomen ja Saksan välillä muuttua hankalammaksi. Saksan etenemisen pysähtyminen aiheutti suomalaisissakin joukoissa halua lopettaa liian pitkälle edennyt eteneminen. Epäilystä herätti myös se, että mitä Suomen valloittamista alueista todellisuudessa liitettäisiin Suomeen ja mitä Saksaan. Suomessa haluttiin liittää koko Itä-Karjala osaksi tuleva suur-suomea. Itä-Karjalan valloitus onnistuikin jatkosodan hyökkäysvaiheen aikana.³⁹

Hyökkäysvaiheen jälkeen siirryttiin Mannerheimin käskyyn nojaten asemasota vaiheeseen. Asemasotaa käytiin loppuvuodesta 1941 aina alkukesään 1944 asti. Asemasodan aikana taisteluita käytiin paikallaan pysyvistä asemista käsin. Sotilaallisesti tilanne oli hyvä hyökkäysvaiheen

³⁷ Juutilainen 2007, 133–134. Hentilä 2006, 199. Pihkala 1982, 56–55

³⁸ Juutilainen 2007, 133–134. Hentilä 2006, 200

³⁹ Juutilainen 2007, 152–153

loputtua. Henkilötappiot olivat kohonneet odottamattoman korkeiksi, mutta luottamus Suomen armeijaan ja parempaan tulevaisuuteen olivat säilyneet.⁴⁰

Asemasotaan siirtyminen oli viisasta Suomen kannalta. Hyökkäysvaiheen aikana väsyneet miehet tarvitsivat lepoa, ja talven edessä hyökkääminen ei ollut järkevää. Puolustaminen oli myös ulkopoliittisesti suositeltavampaa kuin hyökkääminen. Saksa ei ollut saavuttanut haluamiaan tuloksia omalla rintamallaan Neuvostoliittoa vastaan. Suomen ei siis ollut järkevää edetä pidemmälle Neuvostoliiton alueelle, sillä epävarmuus Saksan voitosta kasvoi koko ajan. Suomessa otettiin käyttöön käsite erillissodasta. Suomessa haluttiin tehdä yhteistyötä Saksan kanssa sen tarjoaman sotilaallisen tuen vuoksi. Kuitenkin etenkin ulkovaltojen silmissä oli tärkeää luoda kuvaa, jossa Suomi taisteli omaa erillistä sotaansa Saksasta. Nimenomaan puolustusotaa ei hyökkäys tai valloitus sota. Suomesta ilmoitettiin Saksalle, että sodan hyökkäysvaihdetta ei jatkettaisi ennen kuin Saksa saisi asemansa turvattua ja valloitettua Leningradin kaupungin.⁴¹

Asemasodan aikana rintamalla ei pidetty aseissa niin paljon miehiä kuin hyökkäysvaiheessa. Armeija oli väsynyt ja miehet halusivat lomille, joita myönnettiin. Taistelut tapahtuivat pääasiassa Suomen rajojen ulkopuolella. Taistelujen ulkopuolella sotilaat harrastivat liikuntaa ja pelasivat joukkuepelejä, jotta yleiskunto tai sotilasmoraali ei pääsisi rapistumaan.⁴²

Vuonna 1943 Suomen hallitus olisi halunnut aloittaa neuvottelut rauhasta Neuvostoliiton kanssa. Saksa Suomen liittolaisena ei pitänyt ajatuksesta, että Suomi tekisi erillisrauhan Neuvostoliiton kanssa. Saksasta uhattiin lopettaa sekä aseiden, että viljan toimituksen Suomeen, jos erillisrauha solmittaisiin. Liittoutuneet Neuvostoliitto, Iso-Britannia ja Ranska vaativat marraskuussa 1943 Saksaa ja sen liittolaisia antautumaan välittömästi. Suomessa tämä herätti kysymyksiä siitä oliko Suomi luettavissa Saksan liittolaiseksi niin kuin Iso-Britannia sen ajatteli. Suomen sotilaalliselle ja poliittiselle johdolle alkoi käydä selväksi, että liittoutuneet Neuvostoliitto, Iso-Britannia ja Ranska veisivät sodassa voiton. Suomen oli siis alettava varautumaan häviämiseen. Oli kuitenkin selvää, että rauhanehdot eivät saisi olla ankarampia kuin vuonna 1940 Moskovan rauhanehdot olivat olleet.⁴³

⁴⁰ Juutilainen 2007, 341–342

⁴¹ Juutilainen 2007, 350–351. Hentilä 2006, 200

⁴² Lappalainen 1982, 60–61

⁴³ Juutilainen 2007, 359–361. Elfvengren 1992, 362–363

Kesäkuussa 1944 Neuvostoliitto aloitti suurhyökkäyksen saadakseen suomalaiset sotilaat perääntymään asemistaan. Neuvostoliiton ylivoima oli musertava. Suomalaiset sotilaat vetäytyivät asemistaan. Torjuntavoitto saavutettiin kuitenkin lopulta niin, että rauhanneuvottelut voitiin Neuvostoliiton kanssa aloittaa. Neuvostoliiton johto ei halunnut pitkittää enää sotaa, joka oli jo jatkunut kauemmin kuin oli ajateltu, vaan suostui rauhanneuvotteluihin tosin Suomen kannalta ankarilla ehdoilla.⁴⁴

Neuvostoliitto löi lopulta myös saksalaiset Leningradin edustalla. Saksalaiset sotilaat olivat väsyneitä pitkästä piirityksestä eivätkä jaksaneet enää taistella Neuvostoliittoa vastaan. Lisäksi Neuvostoliitolla oli selkeä ylivoima Saksaan nähden. Romania solmi rauhan Neuvostoliiton kanssa, ja ryhtyi taistelemaan Saksaa vastaan. Myös Unkari ilmoitti antautuvansa Neuvostoliitolle ja ryhtyvänsä taistelemaan saksalaisia vastaan. Tämä aiheutti sen, että Saksa oli lopulta yksin muuta Eurooppaa vastaan.⁴⁵

Vuoden 1944 kesään mennessä oli käynyt selväksi, että Saksa tulisi häviämään toisen maailmansodan. Suomi oli lähes riippuvainen Saksasta, joka toimitti Suomeen paitsi aseita myös elintarvikkeita ja raaka-aineita. Neuvostoliiton kanssa aloitettiin kuitenkin erillisrauhan sopiminen ja aselepo saatiin voimaan syyskuussa 1944. Neuvostoliiton rauhan ehdot olivat jälleen raskaat. Ne vastasivat vuoden 1940 Moskovan sopimuksen ehtoja. Lisäksi Suomen oli välittömästi lopetettava yhteistyö Saksan kanssa, ja ajettava saksalaiset sotilaat pois maasta.⁴⁶

Suomi suostui lopulta liittoutuneiden painostuksella rauhan ehtoihin, vaikka ne olivatkin haluttua kovemmat. Vaikeimmaksi osoittautui saksalaisten joukkojen pois ajaminen Suomen alueelta. Aluksi joukkojen poistaminen alueelta tapahtui yhteisymmärryksessä saksalaisten kanssa. Lopulta se kuitenkin ajautui aseellisiin taisteluihin, joiden johdosta entiset aseveljet joutuivat käymään nyt taisteluita toisiaan vastaan.⁴⁷

⁴⁴ Hentilä 2006, 200–202. Lappalainen 1982, 62–63

⁴⁵ Häikiö 2007, 806–807. Hentilä 2006, 212

⁴⁶ Häikiö 2007, 806–807. Elfvengren 1992, 362–363

⁴⁷ Leskinen ja Juutilainen 2007, 809. Elfvengren 1992, 362–363

2.3 Suomen sotatalous

Sodan syttyä sekä muualla Euroopassa että Suomessa elintarvikkeista oli todella kova pula. Vielä tavisota ei ehtinyt paljastaa Suomen elintarvikeomavaraisuuden heikkoutta, mutta jatkosodan aikana se tuli kaikille selväksi. Säännöstely tapahtui aluksi aivan liian hitaasti ja aiheutti tullessaan paljon valituksia ja salakaupan kukoistamisen. Kun Petsamon meri yhteys meni lopullisesti poikki 1941, oli Suomen kansan elinmahdollisuudet omavaraisuuden ja lähinaapurimaiden apuun sidottuja. Sota syttyi muutenkin elintarviketeollisuuden kannalta hankalana aikana. Maataloustuotanto oli talvisodan ja hankalien sää olosuhteiden vuoksi jääneet vähäisiksi ja suurta kasvua ei ollut odotettavissa. Suomen viljelypinta-ala oli talvisodan jälkeen pienentynyt 11 % ja nauta- ja sikakannat vähentyneet 33 %.⁴⁸

Kauppa yhteyksien katkeaminen sodan seurauksena vaikeutti lannoitteiden ja polttoaineen hankintaa Suomeen. Tämä pienensi satojen kokoa entuudestaan. Lisäksi sodasta oli odotettu lyhyttä, joten sitä varten tehdyt säästöt ja hankinnat olivat nopeasti kulutettu loppuun sodan yhä pitkittyessä. Myös raaka-aineista oli suurta pulaa. Suomen raaka-aineiden käyttö oli noussut talvisodan aikana ja sen jälkeen, minkä vuoksi maan raaka-aine varat olivat jatkuvasti pienentyneet. Saksasta ja Ruotsista saatiin kuitenkin raaka-aineita kauppasopimusten kautta. Tämä auttoi kuitenkin vain osittain vaikeaa raaka-aine tilannetta.⁴⁹

Tästä seurauksena Suomessa alettiin säännöstellä sekä elintarvikkeita, että raaka-aineita jo talvisodan alussa, ja sitä kiristettiin vielä jatkosodan aikana. Raaka-aineista säännöstelyn alle joutuivat ensin polttoaineet, tekstiilit ja nahat. Kotimaista tuotantoa pyrittiin tehostamaan, mutta työ oli hidasta, eikä näyttänyt tuottavan tulosta. Ongelmia aiheutti vielä jatkuva työvoimapula, joka oli aiheutunut sotilaiden komennuksesta rintamalle.⁵⁰

Suomeen perustettiin hankintakomitea, jonka tehtäväksi jäi etenkin armeijalle tärkeiden raaka-aineiden elintarvikkeiden hankkiminen, joko ulkomaankaupan kautta tai kotimaasta säännöstelyn keinoin. Vaikka jatkosotaan lähdettiin paremmin varustautuneena kuin talvisotaan oli Suomen

⁴⁸ Tirronen 1988, 152. Pihkala 1982, 86

⁴⁹ Pihkala 1982, 86–89

⁵⁰ Tirronen 1988, 153

sotilaiden varustuksen kunto silti huono ja uutta hankittavaa oli paljon. Komitealla oli vastassaan lukuisia ongelmia, ja vain vähän resursseja niiden ratkaisemiseksi.⁵¹

Sotatalouden ongelmaksi nousivat paitsi rintaman varustaminen myös kotirintaman yhä kurjemmat olot. Päivittäisen ruoka annoksen määrittelevät elintarvikekortit otettiin käyttöön kotirintamalla vuonna 1941. Suomeen perustettiin jo vuonna 1939 säännöstely organisaatio, jonka tehtävänä oli huolehtia elintarvikkeiden riittämisestä kaikille kansalaisille. Käytännössä kaikelle maataloudentuotannolle määrättiin luovutus velvollisuus, joka koski koko satoa paitsi sen sitä osaa, joka meni maatalon perheen itsensä elatukseen. Muille jaettiin päivän annoksen määrittelevä elintarvikekortteja, joiden kanssa kaupassa käynti oli mahdollista. Ilman korttia elintarvikkeita ei saanut.⁵²

Siviiliväestön elintarvikkeiden tarve jaettiin henkilön iän, taustan ja työn mukaan. Lapset olivat omassa ryhmässään. Annokset olivat arvattavasti pieniä ja niillä oli vaikea tulla toimeen. Vuoden 1942 jälkeen elintarvike tilanne helpottui sen verran, että kortti annoksia pystyttiin hieman suurentamaan. Siviiliväestön korttien ei tarvinnut pitää sisällään kaikkia tarvittavia elintarvikkeita, sillä siviiliväestöä kehoitettiin myös hankkimaan ruokaa kauppojen ulkopuolelta. Kasvisten viljely omaan käyttöön oli suositeltua samoin marjojen ja sienien poiminta ja säilöntä.⁵³

Sotilaiden käyttöön laskettujen ruoka annosten määrät sen sijaan sisälsivät kaikki tarvittavat ravinto-aineet. Sotilaiden annosten perille vieminen osoittautui hankalaksi, minkä vuoksi elintarvike kuljetukset olivat usein myöhässä ja rintamalla oli tultava toimeen paljon pienemmällä kuin oli suunniteltu. Hyökkäys vaiheen aikana ruokaa myös jätettiin rintamalle lojumaan, kun sitä ei ehditty tai katsottu tarpeelliseksi kantaa mukana.⁵⁴

Elintarvikkeiden vähyys ja riittämättömyys aiheuttivat ongelmia Suomen taloudelle koko jatkosodan aikana. Sekä kotirintamalla, että rintamalla nähtiin nälkää ja kärsittiin puutetta. Myös aikakauslehtien mainonnassa sodan aiheuttama puute näkyi. Mainosten määrä väheni koko sodan aikana sillä tuotteiden saaminen oli niin mahdotonta, ettei ollut järkevää mainostaa tuotetta. Aivan uusiakin tuotteita kuitenkin syntyi sodan aikana korvikkeiden muodossa ja niitä mainostettiin runsaasti.

⁵¹ Tirronen 1988, 153

⁵² Kallioniemi 2007, 63

⁵³ Kallioniemi 2007, 65

⁵⁴ Tirronen 1988, 153

3. Suomalainen yhteiskunta ja perhe pula-aikana

3.1 Suomalainen yhteiskunta ja perhe 1940-luvulla

Ennen maailmansotia suomalainen yhteiskunta oli hyvin agraarinen. Vielä 1900-luvun alussa noin 90 % suomalaisesta väestöstä asui maaseudulla. Heistä vajaa puolet omisti maatilaa ja loput hankkivat elantonsa viljelemällä vuokratiloja tai työskentelemällä maataloilla. Sosiologi Heikki Waris on tutkinut suomalaisen yhteiskunnan kehitystä 1850-luvulta 1950-luvulle ja on todennut, että tämä ajanjakso sisälsi perusteellisen yhteiskunnallisen muutoksen. Tähän liittyi Wariksen mukaan myös hyvin merkittävä sosiaalisten katsomusten murros, mikä vaikutti varsinkin sosiaalisiin suhteisiin kuten perheisiin.⁵⁵

1940-luvulle tultaessa teollisuus oli jo kehittynyt myös Suomessa kuten muissakin pohjoismaissa. Metsäteollisuuden rooli korostui ja se työllisti entistä suuremman määrän ihmisiä. Maatalouden määrä alkoi merkittävästi laskea, ja muuttoliike kaupunkiin kiihtyi. Talvisodan alkaessa maaseutu työllisti enää puolet väestöstä ja teollisuuden osuus työllistävyudessa oli kasvanut huomattavasti. Suomi teollistui ja vaurastui suhteellisen nopeasti 1900-luvun puolivälin aikoina. Suurin osa Suomen väestöstä oli pienviljelijöitä tai työväestöä, joka joutui elämään epävakaassa työtilanteessa. Tilanne on tyypillinen esiteollisuusvaiheessa olevalle yhteiskunnalle. Suurimman sosiaalisen ryhmän muodostivat työläiset. Heitä oli Suomessa Wariksen mukaan noin 56 %. Talonpojat olivat seuraavaksi suurin sosiaalinen ryhmä ja heitä oli noin 21 % koko Suomen väestöstä. Valtaosa talonpojista omisti vain pienen osan maata yleensä alle 15 hehtaaria. Keskiluokkaan Suomessa voitiin laskea kuuluvaksi joka kymmenes suomalainen kotitalous. Tähän ryhmään kuuluivat pääsääntöisesti virkamiehet, yrittäjät, kauppiat ja teollisuuden toimihenkilöt. Ylimpään kerrokseen kuului suomalaisesta väestöstä vain 2 %. He olivat suurtilojen omistajia, ylempiä virkamiehiä sekä yritysten johtajistoon kuuluvia henkilöitä.⁵⁶

Ennen sotien alkua Suomea voidaan siis kuvailla teollistuvaksi yhteiskunnaksi, jonka väestöstä suurin osa eli taloudellisesti epävakaissa olosuhteissa. Tästä huolimatta vasemmistopuolue ei ollut päässyt suosioon. Taloudellinen ja poliittinen valta siirtyi vahvasti oikealle. Suomi oli sekä

⁵⁵ Jokinen ja Saaristo 2002, 80–81

⁵⁶ Jokinen ja Saaristo 2002, 80–85

geneettisesti, että uskonnollisesti hyvin yhtenäinen maa 1940-luvulla. Suomessa ei ollut paljon monikulttuurisuutta, sillä suuriosa Suomen kansasta oli syntyperältään suomalaisia. Tämän vuoksi suurin osa suomalaisista kuului myös luterilaiseen uskoon, joka oli Suomen valtion kirkko. Toki vähemmistö kansoja oli myös Suomessa, mutta huomattavasti vähemmän kuin esimerkiksi Ruotsissa. Ruotsinkielisten vaikutusvalta Suomessa oli kuitenkin merkittävä, vaikka heitä olikin vain 10 % suomalaisista. Varsinkin sivistyneistön parissa ruotsinkielisillä oli merkittävä vaikutus.⁵⁷

1940-luvulle tultaessa Suomi oli kuitenkin kehittynyt rakenteellisesti. Yhteiskunta oli kehittynyt demokraattiseksi. Suomessa kaikilla täysi-ikäisillä oli mahdollisuus äänestää jo vuodesta 1906 ja kaikilla oli periaatteessa yhtäläiset mahdollisuudet sosiaaliseen nousuun koulutuksen avulla. Tosin käytännössä tämä ei välttämättä pitänyt paikkaansa. Myös perheiden tehtävissä oli tapahtunut merkittäviä muutoksia. Yhteiskunta oli pienentänyt koulutuksen kautta perheiden kasvatus- ja koulutusvelvollisuutta sekä vanhustenhuollon kehittyessä heidän hoitamisensa päävastuu siirtyi yhteiskunnalle, vaikka perheet edelleen kantoivat päävastuun vanhusten hoidosta, joko kotihoidon avulla tai maksamalla vanhempiansa vanhainkotihoidon. Mahdollisuus vanhainkotihoitoon kuitenkin pienensi perhe kokoja huomattavasti ja käsite ydinperheestä syntyi. Rauta- ja maantien kehitys helpotti kulkemista ja paransi koulunkäynnin ja opiskelun mahdollisuuksia. Korkeakouluissa opiskelevien nuorien määrä kasvoi ja sivistys lisääntyi myös maaseuduilla.

Tämä näkyi myös aikakauslehtien mainoksissa. Perhettä kuvaavissa mainoksissa esiintyi yleensä äiti, isä ja lapset. Vain harvoin kuvissa esiintyi isovanhempia tai muita ydinperheeseen kuulumattomia henkilöitä. Perheeseen katsottiin kuuluvaksi äiti, isä ja 2-4 lasta. Lasten lukumäärä vaihteli mainoksesta riippuen, mutta keskimäärin lapsia oli kaksi, tyttö ja poika.⁵⁸

Sotien aikana perheiden kokoon kiinnitettiin huomiota monella tavalla. Perheitä kannustettiin lisääntymään, sillä uusien sukupolvien saaminen sodassa menetettyjen tilalle oli tärkeää. Sodassa olevat miehet saivatkin lähes poikkeuksetta lomia avioitumiseen ja perheelliset sotilaat saivat loma useammin kuin perheettömät. Myös pienten lasten äidit saivat vapautuksen työvelvollisuudesta ja mikäli mahdollista suurempia elintarvike-eriä kortteihinsa. Tämä koski lähinnä raskausaikaa ja imetysaikaa, jos lapsen äiti asui seudulla jolla elintarvikepula oli tavallista suurempaa. Toisaalta yhteiskunnassa tapahtuvat muutokset kuten muutot kaupunkeihin ja naisten

⁵⁷ Jokinen ja Saaristo 2002, 80–85

⁵⁸ Kotiliesi 1941–1944

työllistyminen, pula-aika ja sota vaikuttivat perhekoon säännöstelyyn. Uuden lapsen elättäminen oli vaikeaa pienillä elintarvikkeiden määrillä ja huoli yhteiskunnan tilanteesta lisäsi epävarmuutta lapsentekoon. Siinä missä agraarisessa yhteiskunnassa jokainen lapsi toi lisää työvoimaa ja varmuutta tulevaisuudesta, nykyaikaisemmassa kaupunki keskeisessä yhteiskunnassa jokainen lapsi toi perheelle lisärasitetta.⁵⁹

3.2 Pula-aika ja arkielämä

Jatkosodan alkaessa Suomessa oli jo totuttu säännöstelytalouteen, joka oli otettu käyttöön jo vuonna 1939. Talvisodan ja välirauhanajan kestänyt säännöstely koski lähes kaikkia elintarvikkeita, ja se tiukentui entisestään jatkosodan aikana. Säännöstelytaloudella pyrittiin turvaamaan elintarvikkeiden saanti ja riittävyys niin rintamalle kuin koteihinkin. Elintarvikkeiden säännöstelystä huolehti syyskuussa 1939 perustettu kansanhuoltoministeriö. Kansanhuoltoministeriön tehtäviin kuului johtaa kotimaisten elintarvikkeiden ja raaka-aineiden tuotantoa, ja huolehtia sen jakamisesta ja kulutuksesta. Säännöstely toteutettiin määräämällä maataloudesta elantonsa saava väestö luovuttamaan sen osan satoaan valtiolle, jota ei laskettu meneväksi tilan omaan kulutukseen.⁶⁰

Luovutusvelvollisuuden valvonta oli kuitenkin hankalaa. Muusta kuin maataloudesta elantonsa saavalle väestölle jaettiin ostokortteja, joihin oli merkitty kunkin kansalaisen oma henkilökohtainen osto oikeus, joka oikeutti tiettyyn määrään elintarvikkeita. Säännöstelyn ollessa kovimmillaan alkaen marraskuulta 1941 olivat myös muutkin hyödykkeet kuin elintarvikkeet luvanvaraisia ja niiden ostamiseen tarvittiin asianmukainen kortti.⁶¹

Suomessa käytettiin koko sodan ajan käsitettä kotirintama. Rintamalla tarkoitettiin sitä aluetta, jossa varsinaisesti taisteltiin. Kotirintamalla tarkoitettiin käytännössä muuta Suomea. Käsite kotirintama kuvastaa hyvin tilaa, jossa Suomessa elettiin jatkosodan aikana. Vaikka varsinaisessa taistelussa kotirintamalla ei oltu, joutuivat kotirintaman väestö taistelemaan puutetta ja pulaa vastaan. Miesten joutuessa rintamalle syntyi kotirintamalle nopeasti työvoimapulaa, jota

⁵⁹ Jokinen, Saaristo 2002, 190–201

⁶⁰ Jaatinen 2004, 15

⁶¹ Jaatinen 2004, 15–18, Allardt 1988, 42

paikkaamaan asetettiin työvelvollisuuslaki toukokuussa 1942. Työvelvollisuus kuului kaikille yli 15-vuotiaalla miehille ja naisille. Työvelvollisuudesta vapautettiin ainoastaan pienten lasten äidit ja maatalonemännät, joiden katsottiin suorittavat työvelvollisuutensa kotona.⁶²

Työvelvollisuus vaikutti merkittävästi perheiden arkeen 1940-luvulla. Naiset, jotka aiemmin olivat jääneet koteihin lastensa kanssa, joutuivat nyt tekemään töitä. Tämä toi mukanaan paitsi parempaa toimeentuloa, myös itsenäisyyttä ja oikeutta valita itse omasta toimeentulostaan ja rahan käytöstään. Tämä vaikutti etenkin nuorten naisten asenteisiin ja tapaan hallita elämäänsä. Nuorten ja nuorten aikuisten poistuessa kotoaan aikaisemmin, joko työvelvollisuuteen tai opiskelemaan, vaikeutui maaseudulla perheiden eläminen. Maatilalla työtä on paljon ja työvelvollisuus vaikeutti jo entisestään vaikeaa työtilannetta. Miesten ollessa rintamalla jäivät maaseutujen raskaat työt naisten harteille.⁶³

Satu Jaatinen on opinnäytetyössään pohtinut sodan vaikutusta ihmisen arkielämään. Hän ajattelee sodan vaikuttavat ihmisen symboliympäristöön, sillä sosiaaliset normit kiristyvät. Symboliympäristö on sosiologi Erik Allardtin käsite, jolla hän tarkoittaa ihmisen symboleilla kuten kielellä ja piirtämällä luomaa todellisuutta. Symboliympäristö tarkoittaa siis paitsi ihmisen kykyä kommunikoida muiden kanssa, myös kykyä hahmottaa ja määrittää itsensä ja ympäröivä maailma.⁶⁴

Jatkosodan aikana ihmisten toimintaa kontrolloitiin hyvin vahvasti. Esimerkiksi tanssikielto tuli Suomessa voimaan 1941 ja alkoholinmyynti oli kielletty jo talvisodan aikana. Sodan katsotaankin olevan koko valtion yhteinen asia, johon kaikkien kansalaisten on sitouduttava. Kansalaisten oma päätösvalta vähenee ja yhteiskunnan kontrolli kasvaa. Erik Allardt ajattelee arkisen huolenpidon, olevan se linkki, joka kytkee ihmisen ympäristöön ja todellisuuteen. Jatkosodan aikana tuo huolenpito siirtyi lähes täysin kotirintaman naisten tehtäväksi.⁶⁵

Naisten roolille kotirintaman huolehtijoina ja taistelijoina annettiin suurta arvoa jatkosodan aikana. Naisista alettiin käyttää käsitettä *emäntä*, joka sisälsi enemmän arvoa kuin tavalliset käsitteet äiti tai nainen. Naisista puhuttiin mainosten teksteissä hyvin arvostavaan sävyyn ja naisia pyrittiin kannustamaan pois katkeruudesta ja epätoivosta. Naisten valtiolle antamaa voimavaraa

⁶² Korppi-Tommola 1994, 7–20

⁶³ Korppi-Tommola 1994, 15–20

⁶⁴ Jaatinen 2000, 4–6

⁶⁵ Jaatinen 2000, 4

ymmärrettiin ja haluttiin vaalia. Samalla kuin naisten asemaan kotirintamalla arvostettiin, sitä haluttiin myös kontrolloida. Mainosten ja mainonnan avulla naisille haluttiin luoda mielikuvia siitä miten kotirintamalla tulisi käyttäytyä ja kuinka siellä tulee parhaiten toimeen. Kotirintaman mielipide ja asenne sotaa kohtaan vaikutti merkittävästi myös sotilaiden asenteisiin, siksi oli merkittävä vaikuttaa kotirintaman mielipiteisiin ja asenteisiin.⁶⁶

Isänmaallisuutta ja sota-henkeä pyrittiin nostamaan mainonnan kaikin keinoin, myös mainonnan avulla. Kansakunnan sotaponnistelut olivat mainoksissa keskiössä. Myös naisten töistä puhuttiin hyvin sotilaallisesti. Eräässäkin säilöntämainoksessa sanotaan: *"Perheen emännät–kotirintaman tärkein lohko–käyvät myös omaa torjuntataisteluaan elintarvikepulaa vastaan. Heidän tehokkain taistelumuotonsa on tällä hetkellä säilöntä⁶⁷".* Teksteissä kirjoitettiin usein hyvin isänmaallisesti. Suomen lippu, kirkko, koti ja isänmaa olivat usein toistuvia aiheita niin mainosten kuvissa kuin teksteissäkin.⁶⁸

Talvella 1941 ruokapula oli pahimmillaan. Edellisen vuoden kesän sato oli jäänyt pieneksi. Tämä kannusti ihmisiä keväällä ryhtymään pienviljelyyn. Kaupungissa pitkään asuneet suomalaiset opettelivat uudestaan viljelemään perunaa, salaattia ja nauriita. Kaikki kaupunkien viheralueet otettiin käyttöön ja parvekkeille asetettiin ruukkuihin hyötykasveja. Kansanhuolto ministeriö kannusti myös lapsia palstaviljelyyn järjestämällä erilaisia viljelykilpailuja joista ole mahdollista saada pieniä palkintoja. Kaupunkilaisilla oli mahdollista myös vuokrata viljelymaata kaupungin ulkopuolelta. Neuvojanaiset opastivat niin kirjoittaen kuin näyttäenkin kaupunkilaisille perheille viljelyä. Kesällä ruokaa pyrittiin keräämään säilöntää varten myös kalastamalla ja hankkimalla porsas tai vuohi. Myös marjoja ja sieniä pyrittiin poimimaan säilöntään. Tämä oli ennen kaikkea lasten työtä. Vaasan Myllyn Meidän lapset mainoksissa kannustettiin usein lapsia marjastamaan ja sienestämään. Lasten tekemät pienet ja kevyet kotityöt kuvattiin mainosten kuvissa usein kuin leikiksi.⁶⁹

Pula-ajan yhteiskunnassa eläminen oli haastavaa. Kiukkua ja kapinointia säännöstely ohjeita vastaan esiintyi ajoittain. Usein koko tilanteesta syytettiin kansanhuoltoministeriötä ja säännöstelyviranomaisia. Kansanhuoltoministeriön jakelupäällikkö Onni Toivonen kertoo

⁶⁶ Jaatinen 2000, 64–65

⁶⁷ Kotiliesi numero 23, 1942

⁶⁸ Heinonen; Konttinen 2001, 113

⁶⁹ Korppi-Tommola 1994, 150–155; Kotiliesi numero 6, 1941

muistelmissaan nimettömistä uhkauskirjeistä joita hän sai lukemattomia määriä sodanaikana. Viranomaisia syytettiin elintarvikkeiden hamstraamisesta ja kavaltamisesta omaan käyttöön.⁷⁰

Puute loi nopeasti edellytyksiä salakaupalle eli mustalle pörssille. Vaikka viranomaiset olivat määränneet kaikki maatalouden ylimääräiset tuotteet luovutettavaksi valtiolle katollista hintaa vastaan, löytyi maksukykyisiä asiakkaita myyjälle useita. Mustan pörssin kauppa oli kiellettyä, mutta niin kannattavaa, että sitä kannatti harrastaa rangaistuksista tai niiden uhasta huolimatta. Kansan keskuudessa pidettiin oikeutettuna hankkia elintarvikkeita kortin antamien määrien loputtua. Valvovia viranomaisia oli kansalaisia kohden vähän ja tämä helpotti mustan pörssin kukoistusta. Viranomaisia pyrittiin huijaamaan myös elintarvikekorttien avulla. Korteista tehtiin väärennöksiä ja niitä myytiin eteenpäin. Ostokorttien painattamista vartioitiin tarkasti, ja niiden säilytyspaikat olivat salaisia. Ostokortteja väitettiin usein myös ”kadonneiksi” uusien korttien toivossa. Tämä johti siihen, että viranomaisilla ei ollut muuta mahdollisuutta kuin tehdä uuden kortin saaminen lähes mahdottomaksi. Tämä hiljensi korttien ”katoamisen”.⁷¹ Myös lehdissä esiintyi paljon kansanhuoltoministeriön laatimia ilmoituksia ja mainoksia, joissa tiedotettiin mustanpörssin vaaroista. ”*Jos sivu säännöstelyn ostat ja myöt, niin ryssän puolesta sä omiasi lyöt*”⁷², lausuttiin eräässä mainoksessa, jossa pyrittiin ehkäisemään salakauppaa.

Suurin osa ihmisten vapaa-ajasta kului työn parissa, sekä säännöstelymääräysten kanssa toimeen tulemisessa. Vapaa-ajan vietto ei ollut suotavaa ja lepo hetkinäkin oli tapana tehdä jotain hyödyllistä, kuten käsitöitä tai kirjoittaa kirjeitä rintamalle. Kotirintaman yhdeksi velvollisuudeksi katsottiin olevat rintamalle kirjoittaminen. Kotoa tulleet kirjeet olivat monelle sotilaalle suureksi iloksi ja hyödyksi. Ikäviä asioita kirjeisiin ei saanut kirjoittaa. Pulasta ei kirjeissä saanut mainita, sillä se paitsi ärsyttäisi tulilinjalla olevia sotilaita, myös huolestuttaisi heitä. Vaikka paperia säännösteltiin jo jatkosodan alussa, ei rintamalla menevien kirjeiden pituutta säännöstelty. Kirjeen postimaksuun ei myöskään vaikuttanut sen paksuus. Näin pyrittiin mahdollistamaan, että kaikki olivat kykeneviä lähettämään kirjeitä rintamalle.⁷³

Sota-ajan kirjeen vaihto olikin yksi merkittävimmistä keinoista ylläpitää yhteyttä perheeseen ja näin elää perhe-elämää perheen kanssa. Kirjoitettujen sanojen avulla perhe pysyi koossa

⁷⁰ Jaatinen 2000, 44–45

⁷¹ Jaatinen 2000, 44–45

⁷² Kotiliesi numero 13, 1942

⁷³ Jermo 1974, 1-13

välimatkasta huolimatta. Kirjeissä kirjoitettiin usein juuri niitä arkisia asioita kuten päivän askareita, unista tai kauppareissusta, millä haluttiin kuroa umpeen välimatkaa joka perheen välillä oli.⁷⁴

Sota ja siitä johtuva pula vaikuttivat merkittävästi elämään kotirintamalla. Ihmisten arkielämä ja toimeentulo vaati pula-aikana valtavaa kekseliäisyyttä ja neuvokkuutta. Elintarvikkeiden vähyyden vuoksi kaikki korvikkeet oli otettava käyttöön. Korvikkeiden käyttöä opastettiin monessa aikakauslehden artikkelissa ja ruoka-ohjeissa. Kaikki syötävät kasvit otettiin korvikkeissa käyttöön niiden mausta huolimatta. Usein korvikkeet eivät juuri maistuneetkaan alkuperäiseltä, mutta toimeen oli tultava.⁷⁵

⁷⁴ Jermo 1974, 47–73

⁷⁵ Korppi-Tommola 1994, 217–219

4. Emäntä, äiti ja työntekijä

4.1 Naisen muuttunut sukupuolirooli

Vielä ennen sotia naisen asema oli hyvin perhepiiriin kuuluva. Naiset jäivät usein avioliiton solmimisen jälkeen kotiin hoitamaan jälkikasvuun ja miesten tehtäväksi jäi huolehtia toimeentulosta ja työnteosta. Sota kuitenkin muutti tätä perinnettä. Miesten joutuessa rintamalle jäi yhä suurempi osuus perheen elättämisestä naisten tehtäväksi. Yleinen työvoimalaki määräsi kaikki yli 15- vuotiaat työelämään pois sulkematta naisia tai tyttöjä. Ainoastaan maatilan emäntien tai pienten lasten äitien ei tarvinnut osallistua työelämään. Vaikka yleisesti ajateltiin työn jatkuvan vain sodan loppuun asti, jäi osa naisista työelämään vielä sen jälkeen.⁷⁶

Työvelvollisuus koski kaikkia suomalaisia ja Suomessa asuvia ulkomaalaisia. Kevennetty työvelvollisuus koski 15–18 vuoden ikäisiä sekä yli 65 vuotta täyttäneitä. Työvelvollisuus ei myöskään koskenut naisia, joilla oli pieniä huolenpitoa kaipaavia lapsia tai, jos nainen oli maatilan emäntä, jolloin hänen työvelvollisuutensa koski maatilan töiden hoitamista. Työvelvollisuus pyrittiin toteuttamaan velvollisen asuinpaikkakunnalla, mutta etenkin perheettömiä nuoria saatettiin siirtää työskentelemään myös toiselle paikkakunnalle. Kotirintamalle jääneet miehet olivat samassa asemassa nuorien kanssa, ja heitä saatettiin määrätä työhön paikkakunnasta riippumatta, niin että se ei kuitenkaan saanut vaikuttaa miehen perheen toimeentuloon tai hyvinvointiin.⁷⁷

Naisilla oli neljä työvoimakorttiin merkittävää työ luokkaa: raskaaseen ruumiilliseen työhön kelpaava, kevyeen ruumiilliseen työhön kelpaava, työmuodostelmiin sijoitettavat naiset ja työvoimiin kelpaamattomat naiset. Kolmanteen luokkaan kuuluvat työmuodostelmiin sijoitettavat

⁷⁶ Korppi-Tommola 2005, 109

⁷⁷ Utrio 1994, 51–52

naiset olivat naisia, jotka olivat vailla kansalaisluottamusta. He olivat, joko vältelleen tai karanneet työvelvollisuudesta ja olivat siksi kelpaamattomia säännölliseen luottamusta vaativaan työhön.⁷⁸

Teollisuus, joka kärsi sodan tuomasta elintarvikepulasta, käytti työvoimanaan koko sodan aikana lähinnä naisia. Teollisuus luovutti myös työläisiä toisille aloille töiden vähyyden vuoksi. Etenkin maatalouden sektorilla työväestä oli pula koko sodan ajan. Kaupunkilaisilta maaseudun työosaaminen ja kestävyys usein puuttuivat. Kansahuolto ministeriö järjesti jatkuvasti muutamien viikkojen perehdytyskursseja maataloustöihin joutuville kaupunkilaisille. Maataloustöiden lisäksi naiset saivat opetusta myös tukin uiton ammattiin sekä muuraustöihin. Kurssit olivat hyödyllisiä paitsi ammattiosaamisen takia myös oman elämisen helpottamiseksi. Yksin asuessaan vastaan tuli kaikenlaisia ongelmia, joihin kursseilla tarjottiin ratkaisuja.⁷⁹

Naiset saivat työmarkkinoilla sotavuosina siis kokonaan uuden rooliin. Miehillä tarkoitetut työt olivat nyt myös naisille sopivaa työtä. Ilman tätä panosta kotirintama ja suomalainen yhteiskunta eivät olisi selvinneet sodan tuomista vaikeuksista. Työpäivät olivat usein pitkiä ja raskaita. Moni työhön tottumaton nainen kertoi sota-ajalla nukkuneensa kaiken mahdollisen vapaa-aikansa, ja silti unta ei saanut riittävästi.⁸⁰

Mainonnassa naisten väsymystä ei esiintynyt lainkaan. Raskaisiinkin töihin kuvatut naiset kuvattiin aina hymyilemässä ja reippaina työskentelyn lomassa. Heinätöiden tekeminen tai tukinuitto eivät mainoksissa vaikuttaneet lainkaan raskailta töiltä. *Kotilieden* mainoksissa nainen, joka piteli heinäseivästä ilmassa, oli usein kuvattu aihe. Kotilieden ollessa maaseudun naisille suunnattu lehti, olivat sen mainonnan aiheetkin usein maatalon töihin liittyviä kuten peltotöitä tai metsätöitä.⁸¹

Eräessä Kotipuutarhurin opasta mainostavassa mainoksessa esiintyy hymyilevä nainen peltotöissä. Hän polkee lapiolla maata samaan aikaan, kun lukee toisessa kädessään olevaa opasta. Työ ei vaikuta hänen mielestään lainkaan raskaalta tai hankalalta. Työ on itse asiassa niin helppoa, että hän kykenee lukemaan samaansa opasta samanaikaisesti.⁸²

Pitkien työpäivien jälkeen varsinkin maaseudulla oli usein vielä osallistuttava kylän yhteisiin talkoisiin. Talkoiden avulla varmistettiin niidenkin tilojen toimeentulo ja tuottavuus, jotka eivät

⁷⁸ Urtio 1994, 52

⁷⁹ Utrio 2010, 62

⁸⁰ Kallioniemi 2007, 118

⁸¹ Kotiliesi 1941–1944

⁸² Kotiliesi 1942 numero 8, 250

selvinneet töistään omin keinoin. Talkoiden avulla haluttiin ylläpitää kylän yhteishenkeä ja nostaa kansalaisten moraalialia.⁸³ Myös *Kotilieden* mainoksissa talkoot ovat usein esiintyvä teema. Talkoot olivat aina vuodenajasta riippuen heinätöitä, istutusta, puunhakkuu talkoita yms. Mainosten talkoot olivat arvostusta ja kunnioitusta herättävä tapahtuma. Niissä esiintyi hymyileviä ja reippaita naisia, jotka osallistuivat iloisesti talkoo töihin.⁸⁴

Töiden runsaudesta ja työvoiman tarpeesta huolimatta naisen ensisijaiseksi tehtäväksi katsottiin edelleen omien lasten hoitaminen. Etenkin pienet lapset tarvitsivat äitinsä joka hetkistä huolenpitoa. Siksi pienten lasten äidit eivät olleet työvelvollisia tai osallistuneet talkoisiin. Vanhemmat lapset saattoivat osallistua töihin ja talkoisiin äitinsä puolesta, jos tämän työpanosta tarvittiin kotona. Talkootöiden katsottiin olevan hyväksi lapsille, sillä ne opettivat työn tekemisen taitoa, ja olivat lapsille järkevää tekemistä.

Tutkija Wanderseen mukaan naisen rooli oli muuttunut sotien myötä Euroopassa yleisesti 1900-luvulla. Naiset joiden sallittiin sotien myötä työllistyä ja alkaa elättää itsensä, eivät halunneet enää sotienkaan jälkeen luopua tästä uudesta roolistaan yhteiskunnassa. Sotien aikana naiset pääsivät myös usein johtaviin virkoihin järjestöjen maailmassa.⁸⁵ Myös Lotta Svärd yhdistyksen kautta naiset saivat enemmän kunnioitusta tasa-arvoisina tekijöinä miesten rinnalle. Sota-ajan mainonnassa naiset ja miehet kuvattiin vain harvoin samaan kuvaan, mutta jos heidät kuvattiin niin usein vierekkäin seisomassa yhtä pitkinä ja lähes saman näköisinä.⁸⁶

Eräässäkin *PMK* puuvillatehtaiden mainoksessa kuvataan kolme kasvotonta henkilöä seisomassa rivissä. Kaikilla kuvan henkilöillä on yllään maataloustöihin sopivat haalarit ja heillä on päässään hattu. Kuvan henkilöistä kahdella on pidempi tukka ja yhdellä lyhyt. Kuvan alapuolella lukee teksti: *"Jokainen omalla työsarallaan"*. Kuvan henkilöt ovat hiustenpituutta lukuun ottamatta täsmälleen samannäköisiä. Ilman tätä hiusten pituuden eroa olisi mahdotonta sanoa onko mainoksessa kuvattu naisia vai miehiä. Uskon, että mainokset tarkoituksena onkin painottaa työvelvollisuuden kuulumista kaikille sukupuolesta riippumatta. Kuvan tekstissä jatketaan: *"Työtä ja jälleen työtä on tehtävä, että maamme selviäisi sodan mukanaan tuomista vaikeuksista"*.⁸⁷

⁸³ Kallioniemi 2007, 118

⁸⁴ Kotiliesi 1941–1944

⁸⁵ Wandersee 1981

⁸⁶ Kotiliesi 1941–1944

⁸⁷ Kotiliesi 1942, numero 17, 499

Tasa-arvo näkyi myös mainonnan naisten muuttuneessa ulkonäössä. Siinä missä ennen oli arvostettu hentoa ja ohutta naista, tuli sota-ajalla uudenlainen naisihanne. Naisen kuului olla lihaksikas ja vanttera. Vantteruus ja muut maskuliiniset piirteet naisissa kertoivat kestävydestä ja hyvästä työkyvystä ja olivat siksi arvostettuja piirteitä. Naisen ei kotirintaman arjessa kuulunut olla heikko, vaan itsenäinen, vahva ja pärjäävä nainen.⁸⁸

Näin kuvataan naiset myös edellä mainitussa *PMK* puuvillatehtaiden mainoksessa. Kaksi henkilöä, joilla on pidemmät hiukset ovat oletettavasti naisia. Heidän ruumiinrakenteensa on kuitenkin hyvin vanttera ja lihaksikas. Toisella naisista on kädessään lapio ja toinen pitää kädessään vipua, jolla ilmeisesti ohjataan jotakin tehtaan koneista. Naisilla ei ole korostettua ohuempaa lantiota tai suurempaa rintamusta, mistä tyyppillisesti tunnistaa henkilön olevan nainen.⁸⁹

Männistö on teoksessaan *Haluathan tulla todelliseksi naiseksi?* tutkinut naisille suunnattuja oppaita 1900-luvun aikana. Oppaat kehottavat 1940-luvun naista keskittymään työntekoon ja sillä tavalla pitämään vartalonsa kunnossa. Työtä tekevän naisen kuuluu olla vanttera vyötärö ja lihaksikas ruumis. Työn ydinhän rytmittyy terveeseen hyväkuntoiseen ruumiiseen. Männistö on jakanut naisen ruumiinrakenteen kahteen hieman eriävään työhanteeseen. 1940-luvun nainen voi olla joko vahva, kaikkiin töihin tarttuva nainen tai lastahoitava kotitöitä tekevä perheenemäntä. Kotiliesi-lehden mainoksissa näitä molempia naisihanteita tuotiin esille.⁹⁰

Eryteisesti Vaasan höyryleipomo ja kansanhuoltolaitos käyttivät mainoksissaan voimakasrakenteisia, jopa lihaksikkaita naisia, jotka tekivät työtä ahkerasti ja innokkaasti. Naiset tekivät mainoksissa usein heinätöitä ja muita miehille suunnattuja raskaampia kotitaloustöitä. Naisen heiveröistä ruumiinrakennetta ei ihannoitu, vaan naisen katsottiin täytyvän pystyä tekään samanlaisia töitä kuin miestenkin. Naiset eivät olleet suurikokoisia, vaan lihaksikkaita ja voimakkaan näköisiä. Talkoo-arpa mainos ilmestyi useassa Kotilieden numerossa 1943 kesällä ja syksyllä. Tässä mainoksessa mies ja nainen tekivät yhdessä heinätöitä. Nainen on ruumiinrakenteeltaan lähes yhtä lihaksikas ja vanttera kuin mieskin.⁹¹

Naisen ruumiinrakenteen tuli olla mahdollisimman neutraali, muokkaamaton ja ei naisellinen. Tällaista ruumiinrakennetta pidetään kaikista tuottavimpana ja suorituskykyisempänä.

⁸⁸ Kotiliesi 1941–1944

⁸⁹ Kotiliesi 1942 numero 17, 499

⁹⁰ Männistö 2003, 113–116

⁹¹ Kotiliesi 1944, numero 12, 233

Mainoksissa, joissa nainen kuvattiin tekemässä miehille suunnattuja töitä, ei korostettu millään tavalla naisenruumiin erityispiirteitä. Usein naisille kuvattiin vain hieman koholla oleva rintamus ja hieman kapeneva lantio.⁹²

Jatkosodan aikailta naisilta vaadittiin paljon. Mainoksissa heidät kuvattiin kuitenkin hyvin pärjääviksi ja tehokkaiksi työntekijöiksi, jotka eivät lomaa tai vapaa-aikaa juurikaan tuntuneet kaipaavan. Naisia mainoksissa usein neuvottiinkin ahkeruuteen ja korkean työmoraalin ylläpitämiseen parempia aikoja odotellessa. Esimerkiksi eräässä *Kotiliedessä* ilmestyneessä mainoksessa kuvattiin nainen karjanhoito töissä. Nainen katselee karjaansa miettien: ”*Kyllä nämä vaikeat vuodet jaksaa vielä, kun tietää että parempi Suomi on tulossa pian!*”.⁹³

Naiset eivät *Kotilieden* mainoksissa juurikaan pukeutuneet juhlaiviin asuihin. Yleisin vaate naisen päällä oli musta arki-mekko, johon kuului valkoinen esiliina. Puku muistutti hieman Lotta Svärd yhdistyksen asua. Naiset olivat usein peittäneet hiuksensa huivilla, niin että lyhyestä tukasta ei näkynyt kuin pieni kaistale. Hiusmuoti oli lyhyt tukka tai nuttura. Tämä viestii jälleen tutkija Männistön mukaan tehokkuuden ihannoinnista. Lyhyet hiukset olivat tehokkaan näköiset, siistit eivätkä olleet missään tapauksessa työn tekemisen tiellä.⁹⁴

Pitkien hiusten ongelma oli usein myös pesuaineen puute. Vähä olemassa oleva saippua oli käytettävä muuhun, ja hiusten pesemiseen ei juuri jäänyt sopivia aineita. Lyhyet hiukset vaativat vähemmän hoitamista ja olivat helpompi käsitellä. Hiusten harjaamiseen käytetty aikakin oli pois muista kodin vaatimista töistä. Lisäksi lyhyistä hiuksista oli helpompi huomata esimerkiksi täit tai muut loiseläimet, joita etenkin maaseudulla oli paljon. *Kotilieden* sivuilla kerrottiin myös usein vinkkejä täitten poistamiseen tukasta. Etenkin lasten hiusten säännöllinen kampaaminen oli tärkeää.⁹⁵

Jo ennen sotia naisten pukeutumismuoti oli muuttunut sotilaallisemman näköiseksi. Olkapäitä korostettiin toppauksilla, hame oli suora ja usein lyhyemmän mallinen, mikä helpotti liikkumista. Mitään koristuksia asusteet eivät tarvinneet, sillä ne hankaloittaisivat työtä ja tehokkuutta. Toimistomuoti levisi myös maaseudulle. T-paita mallinen pusero ja puolipitkä hame olivat

⁹² Männistö 2003, 113–116; *Kotiliesi* 1941–1944

⁹³ *Kotiliesi* 1941, numero 13, 367

⁹⁴ Männistö 2003, 113–116; *Kotiliesi* 1941–1944

⁹⁵ Männistö 2003, 113–116

useimman naiset arkivaatteet. Myös kainaloihin kiinnitettävät hikilaput yleistyivät vaatteissa, sillä ne auttoivat kankaat kestävyteen, kun hiki ei päässyt kuluttamaan sitä.⁹⁶

Sodan aikana suosittiin mustaa, harmaata ja sinistä. Paitsi että nämä värit oli helppo tuottaa, ne sointuivat hyvin yhteen ja olivat likaa kestäviä värivaihtoehtoja. Vaaleista väreistä luovuttiin lähes kokonaan, sillä ne oli lähes mahdotonta pitää puhtaina. Lotta Svärd -yhdistys järjesti naisille erilaisia parsimiskursseja, joissa naiset saattoivat opetella paikkamaan vaatteitaan, jotta ne kestäisivät kangaspulan keskellä pidempään.⁹⁷

Pula-aikana naisten päivän rytmittäminen oikein oli tärkeää, jotta aikaa jäi riittävästi kaikkien töiden tekemiseen. *Kotiliesi* julkaisikin Kansanhuoltoministeriön laatimia esimerkkejä naisille suunnatusta päivärytmistä, johon oli kellon tarkasti piirretty mistä naisten päivä koostui ja missä välissä kaikki työt oli hyvä hoitaa. Toki tilanteet jokaisessa taloudessa olivat erilaisia, mutta kuvan oli tarkoitus antaa neuvoja naisille, jotka kärsivät työn ajoittamisen vaikeuksista. Erilaisia aikatauluja julkaistiin yleensä eri vuodenajoille sopiviksi muokattuina ja ne ilmestyivät aina numeroiden takakansilla tai takakannen sisäisivulla.

Kuvassa jokaiselle päivän työlle oli laadittu oma aikansa ja kestonsa kuinka kauan siihen askareeseen kannatti käyttää aikaa. Naisten päivät olivat näiden päivärytmien mukaisesti työntäyteläisiä aamusta iltaan. Lähinnä askareet koostuivat maataloustöistä, sekä lasten hoitoon liittyvistä askareista. Kuvaelmissa oli myös erikseen esitelty työt jotka sopivat myös vanhemmille lapsille, kuten lehmien ja muiden hyöty eläinten hoito tai siivous työt.⁹⁸

Mainonnan naiset kuvattiin usein neuvokkaiksi ja tehokkaiksi. Naisilta ei puuttunut keinoja selvittää kodin jokaisesta askareesta. Naiset eivät valittaneet vaan tekivät kaikki heiltä vaaditut työt hymyissä suin ja muistivat aina olevansa paremmassa asemassa kuin rintamalla sotivat miehet. Eräessäkin vakuutusyhtiön mainoksessa nainen pohtii: *”On elämä kyllä rankkaa täällä kotirintamalla, mutta on se varmasti rankempaa rintamalla miehillämme, jotka meitä suojelevat”*.⁹⁹

⁹⁶ Urtio 1994, 193

⁹⁷ Urtio 1994, 194

⁹⁸ Kotiliesi 1942, numero 1, 34

⁹⁹ Kotiliesi 1943, numero 6, 124

4.2 Emäntä ja perheenäiti

Suuren elintarvikepulan takia monen perheen ongelmaksi nousi ruuan hankinta ja valmistus. Elintarvikkeita ei aina saanut edes kaupasta. Lisäksi ruuan valmistukseen käytettävät materiaalit sekä kaasu, että esimerkiksi tulitikut saattoivat loppua kauppojen hyllyiltä. Kotirintaman naisten panos paitsi työelämässä myös kotona oli ensiarvoisen tärkeää. Naisten roolin merkittävyys kotirintaman sotamoraalin ylläpitäjänä ymmärrettiin ja heidän panostaan arvostettiin. Jatkosodan aikana naisia kutsuttiin yleisesti sanoilla ”Arvoisa emäntä”, ”Suomen tärkeät emännät” tai ”onnellinen emäntä”, joiden tarkoitus oli olla kunnian osoitus kotirintamalla työskenteleville naisille. Nämä sanat korvasivat kokonaan sanat: ”Äiti” tai ”Nainen” mainosten teksteissä.¹⁰⁰

Naisten kunnioitus katsottiin tarpeelliseksi mainosten maailmassa. Kansan yksimielisyys haluttiin säilyttää ja kansan korkea sotamoraali ylläpitää. Tämän vuoksi kotirintaman naisten ajatuksiin ei saanut päästä katkeruutta tai epätoivoa. Naiset haluttiin kuvata kotirintaman selkärankana millaisena heidät nähtiinkin olevan.¹⁰¹

Käytän myös tässä tutkielmassa naisista käsitettä emäntä, koska se kuvaa parhaiten aikansa naisten elämäntyyliä ja heille annettua asemaa. Emäntä nousee esiin aineistostani naisena, joka on neuvokas ja tekee hänelle kuuluvat työnsä mukisematta ja sitä kautta vastuussa perheensä elättämisestä. Emännällä siis kuvaan naista, joka on sopeutunut pula-ajan yhteiskuntaan ja sen asettamiin vaikeuksiin ja selviytyy niistä työmoraalinsa ja neuvokkuutensa avulla.

Mainonnan avulla pyrittiin jatkuvasti antamaan naisille vinkkejä ja neuvoja kuinka kotirintaman arjessa pystyi hankkimaan toimeentulon. Mainoksissa esiintyi usein myös kannustavia lausahduksia tai kunnianosoituksia naisille, jotka kipeästi tarvitsivat kannustusta kestääkseen vaikean pula-ajan. Esimerkiksi *Kotiliedessä* vuonna 1943 ilmestyneessä *Euran* paperiliina-mainos

¹⁰⁰ Jaatinen 2001, 157

¹⁰¹ Jaatinen 2001, 162

kampanjassa toistettiin jatkuvasti sanoja: ”Arjen sankarit”, ”Arvoisat emännät”, tai ”Kotirintaman tehokkaat taistelijat”.¹⁰²

Sodan alkaessa sen ajateltiin olevan lyhyt ja olojen uskottiin paranevan kotirintamalla viimeistään vuoden loppuun mennessä. Kesän sato oli jäänyt vähäiseksi, eikä Karjalasta saatu loppuun edes viljan korjausta. Elintarvikepula oli massiivinen kesän jäljiltä. Syksyn tullessa kaikkia Suomen emäntiä kehoitettiin ryhtymään tehokkaaseen säilömistyöhön. Sokeri oli kuitenkin jo vuonna 1939 laitettu takavarikoitavaksi ja ehdottoman säännöstelyn alle. Suomen emäntien oli otettava käyttöönsä uusi keksintö: keinotekoinen säilöntäaine. Tämä aiheutti epävarmuutta, vaikka säilöntäaineen mainonnassa sen kerrottiin olevan täydellinen sokerin korvike. Mainonnassa kerrottiin myös palvelevasta puhelinneuvojasta, joka vastasi kysymyksiin koskien uutta korvaavaa säilöntäainetta.¹⁰³

Elintarvikkeiden hankkiminen oli vaikeaa etenkin kaupungeissa ja jonottaminen oli siellä miltei jokapäiväistä tekemistä. Kauppojen jonoihin oli mentävä aikaisin ja siellä saattoi kulua aikaa tunteja, sillä asiakkaita oli paljon, elintarvikkeita vähän ja korttien käsittely oli hidasta. Yhdessä kaupassa käyminen harvoin riitti, sillä elintarvikkeita meni aina sitä mukaan, kun ne olivat kauppojen hyllyille saapuneet. Myös *Kotiliedessä* esiteltiin Kansanhuoltoministeriön laatimia mainoksia siitä, kuinka kauppojen jonoissa tulisi käyttäytyä. Eräässä tällaisessa mainoksessa kotirintaman jonottavat naiset heijastivat taakseen sotilaiden varjoja. ”*Ansioitunut on tämäkin armeija ja sievosia päivämarsseja joutunut suorittamaan*” kuvasi mainosteksti näitä kaupan jonossa rauhallisesti ja arvokkaasti odottavia naishenkilöitä.¹⁰⁴

Nämä kauppojen edessä jonottavat naiset olivat mainoksissa usein käytetty näky. Useat yrittäjät halusivat antaa arvostuksensa ja kunnioituksensa näille jonottaville naisille. Lisäksi haluttiin ilmaista, ettei jonottamisen syy ollut yrittäjissä tai yrityksissä, vaan sodassa ja sen aiheuttamassa ruokapulassa. Naisia kehoitettiin olemaan järkeviä ja pitkäpinnaisia. Kaupan työntekijälle suuttuminen ei auttanut tilanteessa. Usein mainoksissa muistutettiin, että kaupan myyjä itsekkin oli turhautunut tilanteeseen, eikä sitä ole toivonut. Mainoksissa myös muistutettiin, että

¹⁰² Jaatinen 2001, 157; Kotiliesi 1943

¹⁰³ Jaatinen 2001, 158

¹⁰⁴ Jaatinen 2001, 158; Kotiliesi 1941, numero 5, 43

hintasäännöstelyn vuoksi kauppias itse ei päässyt rikastumaan hintojen noston myötä, vaan että hinnat määrätään jossain ihan muualla kuin kaupassa.¹⁰⁵

Elintarvikkeita jonottavia naisia pyrittiin myös rohkaisemaan puhumalla mainosten teksteissä tulevasta paremmasta ajasta: ”*Sitä mukaan kuin näiden tarvikkeiden saanti on vaikeutunut, sitä mukaan on ostajien kärsivällisyys kasvanut. Turha on nipistä – kauppias tekee voitavansa. Mutta meille onkin luvassa suuri palkkio tämän ajan kiusoista. Idästä on maallemme aurinko nousemassa*”.¹⁰⁶

Elintarvikkeiden saannin lisäksi kotirintaman perheenemännille tuotti vaikeuksia ruuan valmistus vieraista tai uusista raaka-aineista. Kansanhuoltoministeriö kustansi emäntien avuksi kaksi uutta teosta: *Kortiton ruoka* ja *Pula-ajan keittokirja*. Nämä teokset oli tarkoitettu nimenomaan emännille, jotka joutuivat päivittäin miettimään millä tavoin ruokkisivat perheensä. *Kotilieden* sivuilla ilmestyi emäntien avuksi reseptejä näistä teoksista. Reseptit neuvoivat kuinka ruuan sai riittämään mahdollisimman pitkään, ja miten sitä voitiin niin sanotusti jatkaa riittämään vielä yhdeksi päiväksi. *Kotiliedessä* mainostettiin myös runsaasti elintarvikkeita korvaavia tuotteita, *RaNa*-tuotteita. Nämä tuotteet pitivät sisällään tärkeitä vitamiineja, kalsiumia, sekä proteiinia. Eniten käytetty *RaNa*-tuote korvasi maidon tarpeen etenkin lapsille.¹⁰⁷

Mainosten kuvaamat arvokkaat naiset eivät kuitenkaan olleet koko totuus. Elintarvikepulan voimistettua lähes koko Suomen alueella käytiin runsasta salakauppaa, jota kutsuttiin mustaksi pörssiksi. Talvisodan aikana salakauppaa pidettiin hävyttömänä ja rikollisena toimintana. Kuitenkin jatkosodan elintarvikepulan ollessa kovin suuri katsottiin, että jokaisella oli oikeus hankkia elantoa perheelleen, jos siihen oli vain varaa. Mainonnassa *Kotilieden* sivuilla tällaista mustanpörssin kauppaa pidettiin rikollisena ja sitä kuvattiin usein huonojen esimerkkien avulla. Kansanhuoltoministeriön laatimissa mainoksissa esiintyvä henkilö Rouva Hamstraaja esiintyi ostamassa elintarvikkeita ilman asiaankuuluvaa elintarvikekorttia, tai huutamassa kauppiaille, jos hänelle ei suostuttu myymään ilman korttia rahasta huolimatta. Rouva Hamstraaja oli lihava ja nokkavan näköinen naishenkilö, joka käytti koristeellista hattua ja turkistakkia.¹⁰⁸

¹⁰⁵ Jaatinen 2001, 158; *Kotiliesi* 1941–1944

¹⁰⁶ *Kotiliesi* 1944, numero 13, 542

¹⁰⁷ Jaatinen 2001, 159–160

¹⁰⁸ *Kotiliesi* 1941–1944

Omatoiminen viljely oli kuitenkin jokaiselle toivottavaa tekemistä. *Kotilieden* sivuilla kannustettiin yleisesti kaikkia hankkimaan viljelypalsta tai istuttamaan vaikka parvekkeelle hyötykasveja, jotta talven ruokapula ei enää pahene. Suomessa otettiinkin käyttöön kaikki mahdollinen viljelysmaaksi kelpaava maa. Etenkin kaupungeissa jokainen kadun reunus oli täynnä kaupunkilaisten istutuksia. Lotat järjestivät säännöllisesti opetusta kaupunkilaisille viljelysten hoitamisesta.¹⁰⁹ Mainoksissa Vaasan Myllyn *Meidän Lapset* kehottivat kaikkia viljelemään ja unohtamaan kukka istutukset kokonaan: ”*Estetiikka elättele eipä; taattava on ensin talven leipä*”¹¹⁰.

Sota-aika poisti vapaa-ajan vieton käsitteen kokonaan mainonnasta. Sota-ajan naisia ei tavallisesti kuvattu viettämässä vapaa-aikaa. Kaiken tekemisen piti olla jollakin tavalla hyödyllistä. Jouten olevat hahmot saattaisivat herättää negatiivisia tunteita, mitä ei haluttu. Mainonnan naiset harrastivat iltatöikseen parsimista, veistelyä, pieniä korjaustöitä tai lukemista. Lukemista mainostettiin usein rentouttavaksi ja teoksien antaman opin katsottiin olevan hyväksi naisille. Kirjojen kulutus olikin sodan aikana yllättävän suurta ottaen huomioon paperin olleen säännöstelyn alla. Painotuotteita kuten lehtiä ja kirjoja sai kuitenkin hankittua ilman korttia, mikä teki niistä oikeastaan ainoan tuotteen, jota pystyi ostamaan aina niin halutessaan.¹¹¹

Lukemisen lisäksi sota-ajan naiset harrastivat mainoksissa runsaasti kirjeiden kirjoittamista. Rintamalle kirjoittaminen oli suotavaa ja sen katsottiin olevan jokaisen velvollisuus. Mainoksissa kehoitettiin paitsi naisia myös lapsia kirjoittamaan säännöllisesti omaisilleen rintamalle. Kirjeissä ei kuitenkaan sopinut mainita mitään negatiivista vaan pelkästään positiivisia kuulumisia ja kodin arkea koskevia asioita.¹¹²

Kotirintaman arki oli mainonnan kautta kuvattuna työntäyteläistä aikaa. Mukaan mahtui kuitenkin kahdenlaisia juhlahetkiä. Puolison palatessa lomalle kotiin rintamalta mainosten naiset ottivat hänet aina juhla-aterian kanssa vastaan. Puolison lomien lisäksi mainoksen henkilöt juhlivat vuodenvaihdetta. Vuodenvaihdetta juhlittiin aina rauhaa tuovilla sanoilla. Eräässäkin mainoksessa ilmaistiin: ”*Nyt on taas yksi vuosi kunniakkaasti kestäetty, tämä vuosi olkoon parempi*”¹¹³.

¹⁰⁹ Jaatinen 2001, 160

¹¹⁰ Kotiliesi 1943, numero 18, 345

¹¹¹ Jaatinen 2001, 160

¹¹² Jaatinen 2001, 160

¹¹³ Kotiliesi 1942, numero 1, 23

Naiset kuvattiin mainoksissa usein yksin tai yhdessä lasten kanssa. Mies henkilöitä perheessä esiintyi vain kuvitteellisen perheen isän ollessa lomilla pois rintamalta. Muutoin mies hahmot eivät kuuluneet mainosperheiden arkeen.¹¹⁴

Mainoksissa esitetyt naishahmot olivat nimettömiä. Julkisuuden henkilöitä tai muita tunnetuiksi tulleita hahmoja ei mainoksissa käytetty sodanaikana. Mainosten haluttiin olevan mahdollisimman realistisia. Kauneus ei ollut kovin merkittävä arvo eikä aiemmin naisille sopinut uusavuttomuus tai aloitekyvyttömyys. Jatkosodan aikana naisille sopivia arvoja olivat kova työmoraali ja työn tulokseen tyytyväisyys. Mainoksen naiset eivät enää tarvinneet miehiltään apua asioiden tekemisessä, jos apua tarvittiin, oli auttaja toinen nainen. Naiset pukeutuivat arkisiin vaatteisiin ja pitivät hiuksensa lyhyinä. Minkäänlaisia koruja tai ehostuksia naisten päällä ei nähty.¹¹⁵

4.3 Lotat naisten esikuvina ja neuvojina

Lotta Svärd -yhdistys perustettiin vuonna 1920. Sen toiminta jatkui aina vuoteen 1944, jonka jälkeen se lakkautettiin osana rauhanehtosopimuksen toimeenpanoa. Lotta Svärd -yhdistys oli vapaaehtoisuuteen perustuva maanpuolustuksen tukijärjestö, joka koulutti naisia heille sopiviin maanpuolustustehtäviin kuten muonitukseen, sairaanhoitoon, eläintenhoitoon ja vartiointiin. Toiminta perustui Suomen sisällissodan aikana tapahtuneeseen naisten vapaaehtoistoimintaan, jonka avulla pyrittiin hoitamaan haavoittuneita ja valmistamaan ja kuljettamaan ruokaa sotilaille.¹¹⁶

Järjestön toiminta oli kokonaan vapaaehtoista ja se oli tarkoitettu pelkästään naisille. Sotien aikana Lotista muodostui monelle nuorelle naiselle esikuvallinen järjestö, johon haluttiin kuulua sen suuren arvostuksen takia. Siinä missä miehen olivat maanpuolustuksellisissa tehtävissä, halusivat naiset tehdä omanosuutensa ja olla mukana Lotta Svärd -yhdistyksen toiminnassa. Lotta toiminta jaettiin jaostoihin joihin kuului lääkintäjaosto, muonitusjaosto ja varustejaosto.¹¹⁷

¹¹⁴ Jaatinen 2001, 160

¹¹⁵ Jaatinen 2001, 163

¹¹⁶ Lukkarinen 1981, 33–34

¹¹⁷ Lukkarinen 1981, 33–34

Eniten Lottia kuului muonitusjaostoon. Muonitusjaosto huolehti ruuan riittävydestä armeijan tarpeisiin. Lotat leipoivat sotien aikana päivässä noin 10 000 kg leipää, joka sitten lähetettiin rintamalle sotilaille. Muonitusjaoston Lotat keräsivät elintarvikkeita rintamalle, säilöivät metsän antimia ja valmistivat ruokaa kaikista mahdollisista elintarvikkeista. Muonitus-lotan työ ei ollut helppoa, sillä elintarvikkeista oli pulaa ja tehtävänä oli ruokkia suuri määrä sotilaita. Välillä raaka-aine kuljetukset olivat viikkojakin myöhässä ja Lottien keskuudessa tarvittiin todellista kekseliäisyyttä, jotta kaikille pystyttiin takaamaan tarvittava ruoka-annos. Muonitus-lottia työskenteli myös kanttiineissa lähellä rintamaa.¹¹⁸

Muonitusjaoston Lottia kuvattiin mainonnassa eniten. Esimerkiksi järjestön vuosipäivän ilmoituksissa kuvattiin usein muonitus-lottia tehtävissään. Lotat esiintyvät kuvissa aina hyvin arvokkaasti virkapuvut päällään. Heillä oli usein myös kunniamerkkejä kiinnitettynä virkapukuihinsa. Ilmoitusten teksteissä kirjoitettiin hyvin arvostavaan sävyyn järjestön jäsenistä. Esimerkiksi vuoden 1942 järjestön vuosipäivän ilmoituksessa kirjoitettiin: *"Fanni Luukkonen – lottajotaja. Äidillisen viisaat kasvot, jotka varmasti tunnetaan kautta Suomen ja Euroopan."*¹¹⁹

Lääkintäjaostoon kuului toiseksi eniten vapaaehtoisia. Lääkintäjaoston työ oli Lotta tehtävistä vaarallisin, sillä haavoittuneiden hoito tapahtui lähimpänä rintamaa. Lottia koulutettiin sairaanhoidon ja lääkinnän erilaisiin tehtäviin. Myös hevostenhoidon tehtävät kuuluivat eläinlääkärin avustuksella Lottien tehtäviin. Lääkintä-lottien työhön kuului myös vainajien vaatteiden ompeleminen, vaatteiden pesu, sekä vainajien kuljetus kotikyliinsä. Lotat osallistuivat usein myös sankari vainajien hautajaisiin osoittamaan kunnioitustaan taistelussa kuolleille miehille.¹²⁰

Lääkintäjaostoon kuuluvia Lottia kuvattiin työssään harvoin. Muutamassa järjestön ilmoituksessa heitä kuvattiin seisomassa potilaiden sänkyjen vierellä. *"Huolehtivasti ja ystävällisesti hän kumartuu haavoittuneen sotilaan puoleen kenttäsairaalassa."*¹²¹ Näillä sanoilla kuvataan järjestön vuosipäivän ilmoituksessa lääkintäjaoston erään jäsenen työskentelyä. Samaisessa ilmoituksessa

¹¹⁸ Latva-Äijö 2004, 208–219

¹¹⁹ Kotiliesi 1942, numero 5, 137

¹²⁰ Latva-Äijö 2004, 230–234

¹²¹ Kotiliesi 1942, numero 5, 137

kuvataan sankari vainajan hautajaisia, joissa vainajaa kuljetetaan Lottien muodostamaa kunniakujaa pitkin kohti viimeistä lepopaikkaansa hautausmaalla.¹²²

Lottia käytettiin myös viestintä ja ilmatorjunta töissä. Lotat välittivät viestejä rintamalle ja sieltä takaisin puhelimen ja radion välitykselle. Lottia koulutettiin sodan lopulla ilmatorjuntatehtäviin valvojen muodossa. Lottien tehtävänä oli tähyttää torneissa ja tehdä ilmahälytyksiä asioiden niin vaatiessa.¹²³

Kotirintamalla Lotilla oli myös tärkeä rooli toimia esimerkkinä siitä kuinka vaikeista ajoista saatettiin selvitä kuitenkin. Lotta yhdistyksen yhdeksi tärkeimmistä tehtävistä lueteltiin kansan puolustustahdon ylläpitäminen. Tähän liittyi esimerkinomainen toiminta kotirintamalla sekä neuvojen ja rohkaisun antaminen kotirintamalle, jotta usko selviytymiseen säilyisi. Mainonnassa Lotat usein kuvattiin neuvoa antamaan rooliin. Vaikka Lotta Svärd -yhdistys keskittyikin lähinnä maanpuolustuksen avustustehtäviin, järjestettiin sen avulla myös kotirintamalla monen laisia kurseja, joiden tarkoitus oli auttaa kotirintaman naisia selviytymään. Kurseilla opeteltiin esimerkiksi puutarhatöitä tai parsimista ja ompelamista. *Kotiliedessä* ilmoiteltiin järjestön kurseista sekä julkaistiin järjestön antamia neuvoja ja vinkkejä kuinka kotirintaman arjesta tulisi helpompaa.¹²⁴

Esimerkiksi vuoden 1942 toukokuun numeron ensimmäisellä sivulla on saippuatta siivoamiseen laadittu ohje, joka sisältää yhdeksän osaa. Ilmoituksen ovat laatineet Lotta Svärd -yhdistys yhteistyössä *Kotilieden* kotitalous neuvojien kanssa. Ilmoituksessa annetaan hyvin yksityiskohtaisia ohjeita siihen kuinka esimerkiksi astiat, kylpyammeet, liedet tai ikkunat saadaan puhtaaksi käyttämättä yhtään saippuaa.¹²⁵

Mainonnan Lotat ovat usein aivan tavallisen näköisiä naisia, joilla on päällään Lotille suunnattu uniformu. Mainonnan Lotat ovat näyttämässä kotirintaman naisille, kuinka korvikkeita voidaan käyttää hyväksi tai kuinka tuli saadaan syttymään ilman tulen teko välineitä. Mainonnassa ei juurikaan kuvattu miehiä auttamassa naisia kotitalous töissä. Auttaja oli aina toinen nainen. Tämä

¹²² Kotiliesi 1942, numero 5, 137

¹²³ Lukkarinen 1980, 45

¹²⁴ Latva-Äijö 2004, 248–253

¹²⁵ Kotiliesi 1942, numero 9, kansilehti

vastasi todellisuutta, jossa naisten oli omin voimin pärjättävä melkein kaikista taloudellisista töistä.¹²⁶

Mainonnassa naiset auttoivat toisiaan niin korvikkeiden käytössä, säilömisessä, peltotöissä ja istutuksessa. *Kotilieden* sivuilla julkaistiin useampia artikkeleita joissa kokeneemmat naiset auttoivat vähemmän kokeneempia naisia selviytymään. Esimerkiksi heinätöistä kirjoiteltiin paljon. Naisia muun muassa muistutettiin aina käyttämään hansikkaita tehdessään raskaita heinä- tai peltotöitä, jotta välttyttäisiin rakkuloilta. Raskaat maataloustyöt olivat uusia suurimmalle osalle naisista. Etenkin kaupungista maatiloille työvelvolliseksi värvätyille naisille maatilantyöt olivat uusia ja he tarvitsivat koulutusta helpottaakseen työtaakkaansa.

Naisille myös kehitettiin apukeinoja joiden avulla maatalan työt helpottuisivat. Esimerkiksi Lotta Svärd -yhdistyksen agronomi Lea Lumme kertoi *Kotilieden* sivuilla olevassa ilmoituksessaan ämmänlängistä. Ämmänlänget olivat naisille tarkoitettut olkapäille asetettavat länget, jotka helpottivat painavien sankojen kantamista. Sangot roikkuivat längissä niiden painon kuormittaessa vain olkapäitä. Näin naiset kädet jäivät vapaiksi muihin tehtävään.¹²⁷

Naisten toisilleen antama apu ja neuvot olivat merkittäviä. Esimerkiksi korvikkeiden oikeanlaisessa käytössä apua tarvittiin paljon. Veikko Vaali Oy olikin perustanut puhelinlinjan yhteistyössä Lotta Svärd -yhdistyksen kanssa. Veikko Vaali oy toi markkinoille *Antamon* -säilöntäjauheen, joka korvasi sokerin säilömisessä ja auttoi elintarvikkeita säilymään pidempään. Kuluttajat suhtautuivat epäilevästi korvikkeisiin ja säilömiseenkin tarvittiin ohjeita. Tämän vuoksi perustettiin Rouva Helenan puhelin palvelu, johon soittamalla saattoi kysyä mitä tahansa säilömiseen tai *Antamon* -säilykejauheeseen liittyvää.¹²⁸

Lotat tunnisti heille ominaisesta Lottapuvusta. Lottapuku oli harmaa, ja siihen kuului valkoinen pitkä esiliina. Lottapuku oli arvokas eikä sen kanssa saanut polttaa tupakkaa, tai juoda alkoholia. Lottapuku oli rakennettu käytännölliseksi, mutta se vastasi myös ajan sotilaallista muoti ihannetta. Lottapuvusta on otettu mallia myös moneen muuhun virkahenkilön asuun.¹²⁹

¹²⁶ Kotiliesi 1941–1944

¹²⁷ Kotiliesi 1942, numero 12, 371

¹²⁸ Kotiliesi 1942, numero 14, takakansi

¹²⁹ Lukkarinen 1980, 65

Lotat olivat etenkin nuoria naisia, joilla oli halua olla mukana Suomen maanpuolustustehtävissä. Jatkosodan aikana huomattiin jo varhain, että miehet eivät riittäneet kaikkiin maanpuolustustehtäviin ja Lotta Svärd -yhdistys otettiin hyvillä mielen vastaan tarjoamaan apua kevyimpien tehtävien suorittamiseen. Lotta-Svärd yhdistyksen toiminta oli pääsääntöisesti aseetonta, mutta jatkosodan lopulla naisia koulutettiin myös aseiden käyttöön itsepuolustuksen vuoksi. Tehtävät rintaman läheisyydessä olivat vaarallisia, ja vaativat itsepuolustustaitoa.¹³⁰

Sotien aikana Lottiin suhtauduttiin kunnioittavasti ja heitä arvostettiin suuresti. Se että yhdistys toimi vapaaehtoisten voimin, lisäsi yhdistyksen arvostusta. Lotta työ oli kovaa työtä, mutta niin oli elämä kotirintamallakin. Kirjeenvaihtoa kotirintaman ja Lottien välillä käytiin runsaasti, mutta asioista ei kirjeissä sopinut valittaa. Monen Lotat mieltä kuitenkin huoletti, miten kotona selvittiin raskaista työtunneista ja elintarvikepulasta.¹³¹

Lottien esikuvallinen rooli näkyy *Kotilieden* sivuilla aina koko jatkosodan aikana. Lehdessä ilmestyi paljon aiheeseen liittyviä artikkeleita. Mainoksissa Lotat usein kuvataan hyvin arvostavaan sävyyn.¹³²

¹³⁰ Latva-Äijö 2004, 265–283

¹³¹ Latva-Äijö 2004, 265–283

¹³² Kotiliesi 1941–1944

5. Lapsuus mainonnan silmin

5.1 Lasten avustusjärjestöt, sotalapset ja sotaorvot

Jatkosodan seuraukset aiheuttivat paljon huolta lapsien kohtalosta. Sodan aikana kaatui yhteensä noin 85 000 ihmistä ja invalidisoitui noin 50 000. Lisäksi yli 400 000 evakkoa oli sijoitettavana uusille asuinsijoille. Sodan aikana pyrittiin turvaamaan asevelvollisten perheiden toimentulo, sekä soteleskien ja orpojen huolto. Valtio tuki sotilaiden perheitä sotakuukausipalkoilla, sekä tarjoamalla koulutusta ja työtä sodassa orvoiksi jääneille lapsille ja nuorille.¹³³

Vapaaehtoista huoltotyötä oli pyritty keskittämään jo talvisodan aikana. Tämän seurauksena oli syntynyt monia erilaisia elimiä, joiden yhteistyö oli vaikea järjestää. *Suomen Huolto* – järjestö perustettiin jatkosodan aikana valtion neuvoston päätöksellä. *Suomen Huolto* – järjestö otti tehtäväkseen huoltaa ja jakaa avustuksia sotilaiden perheille, soteleskille ja orvoille. Tehtävää oli paljon ja jaettavia varoja vain vähän. *Suomen Huolto* – järjestön tueksi perustettiin keräysorganisaatio *Kansanapu* vastaamaan kotimaisesta keräystoiminnasta. *Kansanavun* avulla pyrittiin keräämään varoja, joilla tuettiin sodan takia vaikeuksiin joutuneita ihmisiä.¹³⁴

Suomen Huollon organisaatioon kuuluivat alusta pitäen erityistoimikunnat, joista lastensuojelu järjestön kannalta merkittävämpiä olivat terveydenhoitotoimikunta ja lastenruokinnan keskustoimikunta. *Kansan Huolto* järjesti esimerkiksi neuvola toimintaa pienille lapsille turvatakseen heidän normaalin kehityksensä pula-ajasta huolimatta. Myös lastenkotien perustaminen ja ylläpitäminen kuului *Kansan Huollon* piiriin. Sodassa orvoiksi jääneille lapsille tarkoitettuja lastenkoteja perustettiinkin sotien aikana Suomeen peräti 24 kappaletta.¹³⁵

Suomen Huollon tarjoama elintarvikeapu oli merkittävää erityisesti kaupunki alueilla. Elintarvikkeita kerättiin Suomen maaseudun lisäksi Ruotsista ja Norjasta, joista elintarvikkeita Suomeen lahjoitettiin tarpeen tullen. Lämpimiä ruoka-annoksia jaettiin maksutta kaupungeissa ja teollisuusalueilla, joissa moni joutui näkemään nälkää etenkin talvella. *Kotiliedessä* esiintyi sota-

¹³³ Pulma 1987, 201

¹³⁴ Pulma 1987, 202–203

¹³⁵ Pulma 1987, 202–204

ajan kuluessa välillä ilmoituksia elintarvikkeiden jakelu pisteistä, joista sai tietyn edellytyksin käydä hakemassa kortilla elintarvikkeita. Edellytykset koskivat henkilön tulotasoja tai elätettävien määrää.¹³⁶

Jatkosodan pitkittyessä ongelmia kotirintamalla muodostivat myös orvoiksi jääneet lapset. Tappiot olivat jatkosodan aikana huomattavasti suuremmat kuin esimerkiksi lyhyemmän talvisodan aikana. Lähteistä riippuen orpojen lasten määräksi on laskettu 42 000–53 000 lasta. Myös yhä useampi sotilaista oli perheellinen, mistä aiheutui suuri huoli sotaorpojen toimeentulosta ja huollosta. Sotaorpojen huolto oli mittakaavassaan suurempi kuin Suomessa koskaan, ja sen ratkaisuun ei ollut olemassa mitään valmista mallia.¹³⁷

Lastensuojelu oli kehittynyt Suomessa 1920-luvulla ja kiinnostus lasten hyvinvoinnista oli kasvanut sen myötä. Myös ajatus lapsien viattomuudesta ja syyttömyydestä vanhempien sukupolvien ongelmiin heräsi lastensuojelun kehityksen tuloksena. Sodassa vanhempiensa tai vanhempansa menettäneiden perheiden katsottiin toteuttaneen palveluksen isänmaalle ja ansaitsevat taloudellisen tuen ja turvan. 1920-luvulla perustetut järjestöt Kenraali Mannerheimin *lastensuojeluliitto* ja *Koteja Kodittomille lapsille* -järjestö vaikuttivat jatkosodan sotaorpojen etuja ajaen koko sota-ajan. Molemmat organisaatiot tekivät yhteistyötä myös *Kansan Huollon* kanssa, mutta toimivat myös itsenäisinä avustusjärjestöinä.¹³⁸

Lasten hyvinvointiin haluttiin kiinnittää huomiota myös perhepoliittisista syistä, sillä huoli Suomen väkiluvun kehityksestä oli alkanut jo 1930-luvulla ja paheni entuudestaan sotien aikana. Suomen väkiluvun ei uskottu rikkovan neljän miljoonan rajaa ja sen ennustettiin kääntyvän laskuun tulevaisuudessa. Lastensuojelulla haluttiin tukea perheellisiä suomalaisia ja turvata sekä tulevien, että olemassa olevien lasten tulevaisuus. Lapsia tarvittiin jatkosodan aikana enemmän, koska heidät nähtiin omien vanhempiensa korvaajina tulevaisuudessa. Lasten hyvinvointiin oli siis kiinnitettävä huomiota, jotta he kasvaisivat vanhemmiksi ja kykenisivät tulevaisuudessa korvaamaan omat vanhempansa.¹³⁹

Useat vapaaehtoisjärjestöt pyrkivät auttamaan jatkosodan orpoja, sillä heidän ei yleisen mielipiteen mukaan haluttu laittaa köyhäinhoidon piiriin. Sotien orpojen tai leskien katsottiin

¹³⁶ Pulma 187, 202–204; Esim. Kotiliesi 1942, numero 12

¹³⁷ Raittinen 2011, 2–5

¹³⁸ Raittinen 2011, 3

¹³⁹ Raittinen 2011, 4

olevat syyttömiä omaan ahdinkoonsa ja siksi heille haluttiin tarjota parempaa avustusta kuin muille köyhyydestä kärsiville. Suomen valtion puutteellinen lastensuojelutyö ja *Kansan huollon* toiminnan hitaus kannusti vapaaehtoisjärjestöjä auttamaan. Auttaminen katsottiin olevan jokaisen siihen kykenevän työtä.¹⁴⁰

Jatkosodan pitkittyessä avustukseen laitettut määrärahat ja ulkomailta tulleet avustuksen alkoivat käydä riittämättömiksi. Avuksi rahoituksen keräämiseen käytettiin *Kansanapu*-keräystä. Keräyksen tarkoituksena oli saada riittävästi varoja sota-orpojen auttamiseen valtiollisella tasolla. *Kansanapu* keräys järjestettiin kerran vuodessa vuosina 1941–1944. Keräystä mainostettiin ahkerasti myös *Kotilieden* sivuilla. Keräyksen tuloksesta otettiin aina puolet keräys pitäjän omiin huolto tarpeisiin ja puolet lähetettiin köyhimmille pitäjille ja kylille.¹⁴¹

Keräykseen osallistuminen ei ollut pakollista, mutta hyvin suotavaa. Kansalaisiin yritettiin vedota paitsi yhteisen velvoitteen avulla, myös esittämällä keräyksen kuvissa sotaorpoja kurjissa oloissa. Mainosten avulla pyrittiin herättämään kansalaisten myötätunto ja vastuuntunto sotaorpojen kohtaloista. Esimerkiksi *Kotilieden* huhtikuun 1942 numerossa mainostettiin kokosivun kokoisella mainoksella keräystä, jonka tarkoituksena oli auttaa sodassa orpoutuneita. Mainoksessa esiintyi kaksi kuvaa, joissa toisessa pieni poika itkee istuen vanhan kotitalonsa raunioilla. Toisessa kuvassa näytetään joukkoa pieniä lapsia, jotka seisovat rivissä kuin luokkakuvassa. Mainoksen tekstissä sanotaan: ” *Auttakaa heitä uuden elämän alkuun. He ovat menettäneet niin paljon...monen isä on kaatunut...usean koti on tuhoutunut. Heidän isänsä ovat antaneet kaikkensa, ovat omalla ruumiillaan suojelleet tätä maata. He eivät kysyneet onko heillä varaa antaa. Nyt onkin meidän vuoromme antaa ja pitää huolta heidän lapsistaan.*”¹⁴²

Toinen esimerkki *Kansanavun* mainonnasta ilmestyi *Kotiliedessä* vuonna 1941. Tässä mainoksessa istuu pieni poika äitinsä sylissä ja kysyy: ”Miksi Isä ei tule kotiin?”¹⁴³. Mainoksessa kerrotaan kuinka äiti joutui selittämään lapselleen sodasta ja isästä, joka oli kaatunut Kannaksella. Mainoksessa kysytäänkin että: ”*Saako isän menettäminen viedä pois heiltä turvallisen lapsuuden?*”¹⁴⁴

¹⁴⁰ Raittinen 2011, 6

¹⁴¹ Raittinen 2011, 44; *Kotiliesi* 1941–1944

¹⁴² *Kotiliesi* 1942 numero 7, 127

¹⁴³ *Kotiliesi* 1941 numero 6, 105

¹⁴⁴ *Kotiliesi* 1941 numero 6, 105

Mainonnan avulla pyrittiin selkeästi herättämään kansalaisten myötätunto sotaorpoja kohtaan. Myötätuntoa usein myös löytyi, sillä keräykset olivat pula-aikaan nähden menestyksiä. Keräysten toimivuutta hyödytti jo suomalaisten jo entuudestaan kokema myötätunto sotien uhreja kohtaan, sekä ajatus siitä, että vanhempansa sodassa menettänyt lapsi, oli koko Suomen kansan vastuulla.

Kansanapu - keräyksen lisäksi *Kotilieden* sivuilla mainostettiin runsaasti sotakummi toimintaa. Sotakummi toimi lapselle samanlaisensa apuna kuin kirkollinen kummi ja oli velvollinen huolehtimaan lapsen toimeentulosta hänen jäädessään orvoksi. Käytännössä tämä tarkoitti lapsen kustannuksiin osallistumista, jos lapsi joutuisi lastenkotiin. Esimerkiksi kummeilta kerättiin rahaa vaatteisiin tai koulutus kustannuksiin. Sotakummityössä painotettiin, että tarkoituksena ei ole antaa almuja köyhille lapsille, vaan hoitaa isänmaansa puolesta kaatuneiden sankarivainajien lapsia, joilla oli oikeus parempaan toimeentuloon. Kummeja kerättiin muun muassa mainoskampanjan avulla, jossa painotettiin suomen kansalaisten velvollisuutta auttaa sota-orpoja, jotka olivat nyt jokaisen suomalaisen omalla vastuulla. Esimerkiksi *Kotilieden* vuoden 1943 toukokuun numerossa esiintyi *Kansan Huollon* mainos kummitoiminnasta. Mainoksessa esiintyi lapsi, joka oli kirjoittamassa kirjettä sotakummilleen ja kirjeessään hän kertoi kuinka kiitollinen oli saamastaan avusta, ja mihin hän on saamansa avustuksen käyttänyt. Mainoksessa sanotaan: *Tee sinäkin velvollisuutesi ja tule auttamaan sotiemme orpoja kummiuden avulla. Näin pystyt takaamaan vähintään yhdelle sodassa kaiken menettäneelle lapselle hänen ansaitsemansa toimeentulon ja tulevaisuuden.*¹⁴⁵

Toisessa kummitoiminnan mainoksessa esiintyy pieni lapsi, joka katsoo syyttävästi kulmat rutussa eteenpäin. *"Oletko sinä unohtanut minut?"*¹⁴⁶, lukee mainoksen tekstissä. Sotakummi toiminta olikin jatkosodan alun ajan varsin vilkasta. Etenkin yrityksen ja organisaatiot ottivat mielellään kummilapsia. Vuoden 1944 jälkeen toiminta hiipui ja osa lahjoituksista loppui kokonaan. Suomalaiset eivät enää kokeneet velvollisuudekseen auttaa sodan uhreja niin kovasti kuin sodan aikana.¹⁴⁷

Erilaiset järjestöt pyrkivät keräämään rahaa sotaorpojen toimeentulon avustamiseksi myös arpajaisten avulla. Esimerkiksi Lotta Svärd -yhdistys keräsi koko jatkosodan ajan arpajaisten avulla avustus apua sekä omaan hyväntekeväisyys toimintaansa, että sotaorpojen ja leskien tukemiseen.

¹⁴⁵ Kotiliesi 1943 numero 8, 67

¹⁴⁶ Kotiliesi 1944 numero 9,105

¹⁴⁷ Pulma 1987, 211

Arpajaiset olivat tehokas tapa hakea tukea, sillä yhden arvan hinta oli sellainen, jonka melkein kuka hyvänsä pystyi kustantamaan.¹⁴⁸

Suomen talvi- ja jatkosotien aikana Ruotsi ja pienemmässä mittakaavassa myös Tanska ja Norja tarjosivat apuaan Suomelle antamalla suomalaisille lapsille asuinpaikkoja. Suomessa apu otettiin vastaan, sillä jatkuva elintarvikepula ja pommitukset nähtiin suurena uhkana tuleville sukupolville. Sotien aikana noin 80 000 lasta siirrettiin naapurimaihin. Nämä luvut ovat suuria jopa maailmanhistorian mittakaavassa. Sotalapsia lähetettiin eniten rautateitse junalla tai laivoilla Ruotsiin, jossa heidät majoitettiin ruotsalaisiin perheisiin. Sotien jälkeen lapsista suurin osa palasi takaisin kotimaahansa.¹⁴⁹

Kuvissa sotalapset on totuttu näkemään juna-aseamalla valkoiset laput kauloissa vanhempiensa kanssa odottamassa matkaa ruotsiin. Sotalapsi toimintaa mainostettiin harvakseltaan myös *Kotilieden* sivuilla. Mainokset olivat usein *Suomen Kansan Huollon* rahoittamia ja niiden tarkoitus oli kertoa lasten mahdollisuuksista paeta sotaa naapurimaihin. Mainoksissa esitettiin totuttuun tapaan lapsia valkoiset laput kauloissaan odottamassa junamatkaa Ruotsiin tai vastaavasti lapsia, jo Ruotsiin saapuneina kirjoittamassa äidilleen kirjettä, jossa kerrottiin ruuan laadusta ja määrästä. Lasten perustarpeiden täyttäminen oli monessa perheessä vaikeaa sodan tuoman pulan takia. Moni varsinkin kaupungissa asuva perheenäiti koki myös ainaiset pommitusvaarat niin koviksi, että halusi siirtää lapsensa turvaan naapuri maahan.¹⁵⁰

Vanhemmille mainostettiin *Kotilieden* sivuilla myös runsaasti henkivakuutuksia. Henkivakuutuksilla oli sodan aikana kysyntää, sillä kuoleman vaara oli läsnä kokoajan. Keskinäinen henkivakuutusyhtiö *Salama* mainosti vakuutuksiin lähes jokaisessa *Kotilieden* numerossa. Salama käytti mainoksissaan runsaasti lapsia ja nuoria. ”*Siellä jossakin on isä*¹⁵¹” lukee erään henkivakuutuksen mainoksessa. Mainoksen kuvassa esitetään pieni tyttö lapsi, joka katselee ikkunasta ulos ja ilmeisesti ajattelee isäänsä. Mainoksessa lukee: ”*Isä pitää huolta heistä kaikista. Liisa voi huoletta luottaa isään. Niin kauan kuin isä elää Liisalla on kaikki mitä hän tarvitsee. Vielä isän kuoltuakin hänen henkivakuutuksensa on kodin turvana.*”¹⁵²

¹⁴⁸ Raittinen 2011, 25–30

¹⁴⁹ Kaven 2004, 67–80

¹⁵⁰ Pulma 1987, 207 – 209; Kotiliesi 1942

¹⁵¹ Kotiliesi 1943, numero 9, 87

¹⁵² Kotiliesi 1943, numero 9, 87

Henkivakuutus on ymmärrettävästi haluttu tuote sodan aikana, jolloin huoli omasta ja etenkin oman perheensä toimeentulosta on suuri. Miehen ollessa perheen ensisijainen elättäjä joutui moni perheenäiti ahdinkoon jäätyään leskeksi sodan aikana. Vakuutuksien avulla pyrittiin turmaan paitsi oma turvallisuus niin ennen kaikkea oman perheen ja lasten toimeentulo vielä oman kuoleamisen jälkeenkin.¹⁵³

¹⁵³ Pulma 1987, 208

5.2 Vaasan Mylly: lasten tehtävät

Sodan aikana perheen kokoon kiinnitettiin huomiota. Talvisota oli vaikuttanut syntyvyyteen laskevasti ja oli tärkeää saada uusia sukupolvia sodissa menetettyjen tilalle. Perheitä kannustettiin hankkimaan lisää lapsia ja lapsien tekemistä pidettiin jokaisen suomalaisen perheen tehtävänä. *Kotilieden* mainonnassa perheessä esiintyi yleensä 2-3 lasta. Vaasan Myllyn mainoshahmoja *meidän lapsia* oli kolme. Perheelle syntyi vielä sodan loppupuolella neljäs lapsi, joka sittemmin myös esiintyi mainoksissa.¹⁵⁴

Meidän lapset mainoshahmot ovat tyypillinen esimerkki siitä kuinka lapset haluttiin kuvata jatkosodan aikana. Jaanakaisa Juntunen on tutkinut mainoksissa esiintyviä lapsia ja todennut, että ne ovat usein hyvin kaukana todellisuudesta. Lapset kuvataan usein puhtaissa vaatteissa ja näyttävät siisteiltä. Mainonnan lapset ovat aina iloisia ja avuliaita, eivätkä kiukuttele. Tämä pätee myös sota-ajan lasten kuviin. Lapset esitettiin mainoksissa usein kuin pieninä aikuisina. Mainosten lapset ymmärsivät pula-ajan tiukan tilanteen, eivätkä välittäneet puutteesta ja pulasta.¹⁵⁵

Vaasan myllyn *Meidän lapsia* oli siis aluksi kolme kappaletta, kaksi poikaa ja yksi tyttö. Lapset olivat vastoin todellisuutta pukeutuneet usein ehjiin ja siisteihin vaatteisiin ja heillä oli kengät ja sukat jalassa. Todellisuudessa vaatepula äityi varsinkin jatkosodan puolivälissä niin suureksi, että harvoilla lapsilla oli ehjiä vaatteita, eikä edes kenkiä. Vaatteet olivat usein suuresti paikattuja ja niitä oli kierrätetty vanhemmilta lapsille ja isoveljeltä pikkuveljelle. Myös paperia käytettiin usein materiaalina varsinkin kasvavien lasten vaatteissa.¹⁵⁶

Poika lapsilla yleisin vaatetus mainoksissa olivat polvihousut ja pitkähihainen paita, jonka päällä oli villainen liivi. Tytöt esiintyivät joko mekoissa tai haalareissa riippuen millaista askareita olivat suorittamassa. Sekä tyttöjen, että poikien hiukset olivat lyhyet, mikä vastasi sota-ajan hiusmuotia. Lyhyempi tukka tytöillä kertoi tehokkuudesta ja tarmokkuudesta, minkä katsottiin olevan ihanteellinen merkki tytössä.¹⁵⁷

¹⁵⁴ Kallioniemi 1998, 200; Kotiliesi 1942 numero 23

¹⁵⁵ Juntunen 1998, 109

¹⁵⁶ Jaatinen 2000,66

¹⁵⁷ Männistö 2003, 60–65

Lapset kuvattiin yleensä auttamassa äitiään, mikä oli toivottavaa käytöstä sota-ajan lapsilta. Lapsilta odotettiin avuliaisuutta ja auttamista etenkin maaseudulla, missä töitä oli paljon. Vaasan myllyn *Meidän lapset* työskentelivät yleensä ahkerasti erilaisissa töissä. He eivät valittaneet vaan suorittivat työnsä iloisesti hymyillen. Lasten töihin kuuluivat lähes kaikki kotona tehtävät askareet kuten puutarhatyöt, heinätyöt, tunkiontyhjennys, istutus, marjojen ja sienien poiminta yms.¹⁵⁸

Meidän lapset kuvattiin mainoksissa usein kolmestaan ilman kummankaan vanhemman läsnäoloa. Vanhemmat lapset, pojat, huolehtivat nuoremmasta ja auttoivat häntä vaikeimmissa tehtävissä. Useammassa mainoskuvassa vanhemmat pojat opastavat nuorempaa esimerkiksi siitä, miksi tulella ei saa leikkiä ja mitkä sienet ovat myrkyllisiä. Nuorempien lasten hoitaminen ja heistä huolehtiminen jäikin usein vanhempien lasten harteille. Lapsilta varmasti toivottiinkin suurta oma-aloitteellisuutta, jotta vanhempien aika riittäisi muihin kotiaskareisiin. Perheen isän ollessa rintamalla perheen äidille kasaantui suurempi vastuu ja näin lasten oli autettava myös pienempien lasten opastuksessa ja hoitamisessa.¹⁵⁹

Kansanhuolto ministeriökin painotti omilla ilmoituksissaan, että lapsia ei pitänyt missään nimessä pitää poissa työnteosta heidän nuoruutensa tai voimiansa takia. Lasten oli hyvä oppia pienestä pitäen työn tekemistä aloittaen kevyimmistä töistä kuten pienempien sisarusten vahtimisesta ja marjojen keräämisestä. Lapsista toivottiin kasvavan ahkeria ja fyysisesti kestäviä. Työntekoa pidettiin lasten velvollisuutena ja hyvänä oppina tulevaisuutta varten.¹⁶⁰

Lapset kuvattiin huomattavasti useammin pihalle kuin sisälle. Kesäisin lapset usein söivätkin pihalla töidensä lomassa. Vaasan myllyn *Meidän lapset* söivät kesäisin eväitään heinäpellolla ja kehuskelivat kuinka paljon paremmalta leipä maistuu ulkona työnlomassa syötynä kuin sisällä laiskotellessa. Suurin osa lapsille suunnatuista töistä olivatkin pihatöitä, ja lasten puuhaillessa ulkona sai perheen emäntä hoitaa kotiaskareitaan rauhassa.¹⁶¹

Sisätiloissa *Meidän lapset* kuvattiin lähinnä iltaisin, kun päivän työt oli tehty ja oli aika siirtyä rauhallisempiin ilta askareisiin. *Meidän lapset* neuuloivat, parsivat sukkaa, veistelivät mukeja tai

¹⁵⁸ Kallioniemi 2003, 124–125

¹⁵⁹ Kotiliesi 1944 numero 21, 402 ; Jaatinen 2000, 65–66

¹⁶⁰ Kotiliesi 1942 numero 35, 607; Jaatinen 2000, 66

¹⁶¹ Kotiliesi 1944 numero 15, 106; Jaatinen, 66

lukivat iltaisin. Ennen joulua lapsia kannustettiin mainoksissa tekemään toisilleen lahjoja itse. Niihin ei tarvinnut käyttää rahaa ja monia hyödyllisiä asioita saattoi tehdä omin käsin itsekäin.¹⁶²

Lapsia ei juuri koskaan kuvattu leikkimässä. Lähimmät leikkiä kuvastavat hetket Vaasan leipomon *Meidän lapsien* mainoskuvissa olivat kalastus kilpailut ja lehmien ajaminen kesälaitumelle. Näitä askareita tehdessään *Meidän lapset* nauroivat ja vakuuttivat, että tällainen työ on leikkiäkin parempaa tekemistä. Lapsille suunnatut työtehtävät naamioitiinkin usein muistuttamaan leikkimistä ainakin *Meidän lasten* mielestä. Mainosten lapsilla oli hauskaa töidensä aikana ja usein he painottivat, kuinka mukavia askareita heillä oli. Lapsilla ei myöskään koskaan ollut ulkona ollessaan mukana leluja. Sisätiloissakaan näitä lapsuuden symboleita ei näkynyt. Mainoksissa pyrittiin selkeästi viestimään, että leikin aika ei ollut nyt.¹⁶³

Vaasan leipomon *Meidän lapset* esitettiin koulunpenkille vain yhdessä mainoksessa koko jatkosodan aikana. Koulunkäynti olikin monen lapsen kohdalla hyvin katkonaista koko sotien ajan. Jo talvisodan aikana koulut olivat olleet suljettuina ja jatkosodan aikana koulut toimivat katkonaisesti ja lyhennetyillä lukuvuosina. Koulu rakennuksia tarvittiin usein sotilaallisiin tarkoituksiin, kuten majoitustiloiksi, muonavarstoiksi tai sairaaloiksi. Opetushenkilökuntaa oli vähän ja heitä tarvittiin muihin tehtäviin. Lisäksi lapsia ja etenkin nuoria tarvittiin kotona äidin apuna kotitöissä. Koulusta saikin helposti vapautuksia, jos kyseessä oli maatilan kotityöt tai muut askareet joita pidettiin lasten ensisijaisina tehtävinä.¹⁶⁴

Koulujen ollessa suljettuina järjesti *Nuorten talkoot* järjestö lapsille ja nuorille työtehtäviä. *Nuorten talkoot* järjestö järjesti erilaisia keräyksiä ja talkoita joihin nuoret saattoivat halutessaan osallistua. Järjestön voimin kerättiin raaka-aineita ja elintarvikkeita, sekä muita hyödykkeitä joita pystyttiin uudelleen käyttämään hyödyksi. Järjestön jäsenet auttoivat elintarvikepuolan koettelemia perheitä keräämällä heille metsän antimia ja hoitamalla viljelysmaata, jos oma aika ei riittänyt.¹⁶⁵

Kotilieden sivuilla mainostettiin välillä myös kansanhuollon toimesta nuorten ja lasten omia sotilas järjestöjä. Pojille sotilas toimintaa tarjosi *Sotapojat* ja tytöille *Pikku-Lotta* yhdistys. Sotilaspojat oli suosittu yhdistys ja sen toiminnassa oli suurimmillaan mukana yli 70 000 poikaa. Pojat oli jaoteltu 10–12-vuotiaisiin, 12–14-vuotiaisiin ja 15–17-vuotiaisiin. Poikia koulutettiin säännöllisesti.

¹⁶² Kotiliesi 1943 numero 20, 104

¹⁶³ Kotiliesi 1943 numero 17, 205; Kotiliesi numero 18, 1943; Jaatinen, 2000, 66

¹⁶⁴ Kallioniemi 2003, 124–126

¹⁶⁵ Kallioniemi 2003, 124–126

Erityisesti kiinnitettiin huomiota poikien henkiseen kasvatukseen, isänmaallisuuteen ja hyvään ruumiilliseen kuntoon. Lähinnä Sotilaspoikien koulutus tapahtui leireillä ja iltatapahtumissa, joissa urheiltiin ja kuunneltiin opetusta.¹⁶⁶

Pikku-Lotat hyväksyttiin mukaan 8- vuoden ikäisinä. Pikku-Lotat auttoivat kotirintamalla monenlaisissa tehtävissä. He avustivat muonituksessa, pakkaamisessa, puutarhatöissä, leipomisessa, siivouksessa yms. Pikku-Lotat saivat myöhemmin 17-vuotiaina päättää halusivatko vanna Lotta-valan ja ryhtyä ihan oikeaksi Lotaksi.¹⁶⁷

Myös Vaasan Myllyn *Meidän lapset* osallistuivat useissa mainoksissa erilaisiin talkoo ja järjestö tehtäviin. Talkootöissä ansioituneilla *Meidän lapsilla* on rinnassaan kiinni useita talkoomerkkejä joita he esittelevät ystävilleen. *Meidän lapset* hymyilevät ylpeinä kuvissa ja kehuskelevat harrastavansa talkoo toimintaa usein. Lapsien leikkikavereita tai perheeseen kuulumattomia lapsia Vaasan myllyn mainoksissa ei juuri ole kuin talkoita esittävässä kuvissa. Talkoot olivatkin varmasti lapsille hyvä paikka viettää aikaa muiden ikäistensä kanssa ja tehdä asioita yhdessä.¹⁶⁸

¹⁶⁶ Kallioniemi 2003, 132–133

¹⁶⁷ Kallioniemi 2003, 123–134

¹⁶⁸ Kotiliesi 1945 numero 19, 68; Jaatinen 2000, 66

5.3 Mainostekstien viestejä lapsille

Sota toi mukanaan monenlaisia muutoksia totuttuun arkirutiiniin. Lapsia opastettiin olemaan varovaisia ja varovaisuus näkyi tavanomaisessa arkielämässä. Lapsille neuvottiin, että ikkunaruudut tuli tarpeen tullen peittää, ja että hiilipusseja oli aina kannettava mukana kaasuvaaran takia. Maaseudulla oli turvallisempaa kuin kaupungeissa, minkä vuoksi lapsia usein siirrettiin maaseudulle sukulaisten luokse, jos se vain oli mahdollista.¹⁶⁹

Lapset ja nuoret sopeutuivat yleensä nopeasti sota-ajan elämään. He oppivat nopeasti suojautumaan vaaroilta ja varomaan vaarallisiksi neuvottuja asioita. Esimerkiksi sana *Kaatua* oli monelle lapselle ihan normaali pihaleikeistä, joissa kaaduttiin vähän väliä. Sodan siihen mukaan tuoma merkitys kuolemasta kuitenkin osattiin yhdistää nopeasti, kun ensimmäisen *kaatuneen* tuotiin ruumisarkuista rintamalta. Viimeistään sankarivainajien saapuessa kotikyliin lapsetkin ymmärsivät sodan todellisen vaarallisen merkityksen.¹⁷⁰

Myös *Kotilieden sivuilla lapsia* pyrittiin neuvomaan paitsi sodan vaaroista, myös oikeanlaisesta käytöksestä ja moraalista. Etenkin Vaasan Myllyn *Meidän lapset* kampanjan avulla pyrittiin antamaan lapsille oikeita ohjeita ja esimerkkejä miten tulisi käyttäytyä sodan aikana.

*”Muistojempa joukkoon jälleen jäivät joulun tienoon monet lomapäivät! Nyt on saatu lepäillä ja maata siksi saakin laiskottelu laata! Tiedättehän: Jos me makailemme, niin ei lennä leipä riemuksemme!”*¹⁷¹. Tämän sitaatin mukaisesti Vaasan Myllyn *Meidän lapset* aloittavat uudenvuoden jälkeisen arjen ja jättävät loman ja lepäämisen taakseen. Vaasan myllyn *Meidän lapset* mainoksissa lapsia neuvottiin toimimaan halutulla tavalla antamalla esimerkkejä *Meidän lasten* avulla. Mainoksissa oli kuvien lisäksi aina runomittaan kirjoitettu ohje teksti, jossa kerrottiin kuinka mallikkaasti *Meidän lapset* käyttäytyivät.

Mainosteksteissä kehoitettiin lapsia paitsi työntekoon ja ahkeruuteen, niin myös kuuliaisuuteen ja hyvään käytökseen. Vaasan myllyn *Meidän lapset* toimivat ikään kuin esikuvina lapsille, jotka lehteä lukivat. He saattoivat ottaa oppia ja katsoa mallia näistä mielikuvitushahmoista, joita lehden sivuilla esiintyi. Mainosteksteissä lapsia usein jopa kehoitettiin ottamaan mallia *Meidän*

¹⁶⁹ Kallioniemi 2006, 14

¹⁷⁰ Kallioniemi 2006, 15

¹⁷¹ Kotiliesi 1944 numero 2, 46

lasten esimerkillisestä käytöksestä. "Vaasan lapset esimerkin näytti, joka hetken hyväksensä käytti!"¹⁷²

Sisukkuus oli yksi useimmin esiintyvistä sanoista mainosteksteissä. Sisukkuus liitettiin paitsi työntekoon, niin myös asenteisiin. Sisu on ollut pitkään osa suomalaista symboliikkaa ja se liitetään usein osaksi suomalaista perinnettä. Tutkijat Tero Halonen ja Aro Laura ovat kirjoittaneen tutkimuksessaan suomalaisista symboleista ja sisukkuudesta ja todenneet, että sen olevan monella tavalla suomalaisille merkittävä luonteen piirre.¹⁷³ Myös Vaasan mylly kehotti lapsia usein olemaan sisukkaista. *"Tässä, tottaviekköön, vaikka kellä aluksi on joka paikka hellä! Irvistystä ei voi estää, mutta suomalainen sisu kesää"¹⁷⁴*. Sisukkuuden avulla paitsi kannustettiin lapsia jaksamaan kovien aikojen keskellä, myös haluttiin kannustaa lapsia oppimaan tämän suomalaisille tutun perusarvon ja kokemaan sen omakseen.¹⁷⁵

Usein toistuvaksi teemaksi nousi työnteon ohella hyvänkunnan ja kestävyuden merkitys. Lapsien hyvä kunto oli merkittävä paitsi työnteon sujumisen ja jaksamisen kannalta, myös Suomen tulevaisuuden takia. Suomen nuorisosta haluttiin kasvattaa fyysisesti kestävä ja *hyväkuntoinen* sukupolvi. Päällä oleva sota ja sen pitkäkestoisuus ja aiheuttama pula elintarvikkeista lisäsivät huolta Suomen tuleva sukupolven kestävydestä ja pärjäämisestä.¹⁷⁶ *"Miekkailu se vaatii välttämättä hyvää kuntoa ja tarkkaa kättä! Mutta sille, kelle se on tuttu, se on urheiluna jalo juttu! Vaasan pojat, kuten näkyy yllä, miekan mittelyssä pärjää kyllä"¹⁷⁷*. Neuvottiin eräässä Vaasan myllyn mainoksessa.

Kuntoilusta esitettiin olevan myös selkeää hyötyä lapsille raskaissa työtehtävissä. *"Niimpä onkin paras aika tässä käydä halkomotit vetämässä! Onneksi on hyvä kunto. Hopsis! Vaikka kovillekin otti, kotiin kulki Vaasan lasten motti."¹⁷⁸* Raskas fyysinen työ onnistui Vaasan myllyn *Meidän lapsilta* kovan kuntoilun ja yhteistyön avulla.

Meidän lapset eivät valittaneet puutteesta ja pulasta. Vaikka työ oli kovaa ja ruokaa niukasta, olivat he tyytyväisiä siihen mitä saivat. *"Kyllä oltiin herkkusuita ennen! Voitaleivälläkin –*

¹⁷² Kotiliesi 1944 numero 1, 4

¹⁷³ Halonen; Aro 2005, 23

¹⁷⁴ Kotiliesi 1942 numero 6, 19

¹⁷⁵ Halonen; Aro 2005, 23

¹⁷⁶ Kallioniemi 2007, 124–126

¹⁷⁷ Kotiliesi 1944 numero 5, 44

¹⁷⁸ Kotiliesi 1943 numero 6, 78

*sivumennen – piti olla lihat, lohet, lahnat, kaikenlaiset pasteijat ja tahnat! Niin on perin hyvää nyt, niin että, selvä leipä ilman päällystettä!*¹⁷⁹. Kuvan pula-ajan iskiessä etenkin talvella loppuivat monet elintarvikkeet kaupoista. Silloin oli usean perheen siirryttävä korvaamaan leipäkin korvikkeilla. Korvike leipä ei usein ollut yhtä maukasta ja pehmeää kuin oikea leipä. Oli kuitenkin tärkeää, että kansalaisten tyytyväisyys pysyi yllä. Vaikeasta elintarvike tilanteesta ei haluttu kuulla valituksia. Sen sijaan kotirintamalla haluttiin antaa esimerkkiä, että piti olla tyytyväinen siihen mitä tarjolla oli.¹⁸⁰

Itsekuri olikin tärkeää pula-ajan yhteiskunnassa. Hyvää itsekuria toivottiin niin lapsilta kuin aikuisiltakin.¹⁸¹ Mainosteksteissä ohjattiin usein lapsia unohtamaan kiukuttelu ja itkeminen ja keskittymään omiin puuhiinsa. *”So, so – ei nyt kiukutella syyttä! Täytyy harjoitella kestävyyttä! Eihän aina tämä elon tie ruusuillakaan tanssimista lie*¹⁸²”.

Vaasan myllyn *Meidän lapset* kannustivat lapsia myös oikeudentajuun ja lainkuuliaisuuteen. *Meidän lapset* eivät koskaan suosineet mustaa pörssiä tai hamstraamista. Musta pörssi kukoisti jatkosodan aikana elintarvikkeiden suuren pulan vuoksi, vaikka sitä yritettiin tehokkaasti valvoa ja kitkeä pois. Esimerkillisesti myös *Meidän lapset* pyrkivät omalta osaltaan karttamaan mustaa pörssiä. *”Niimpä mekin aivan sattumalta (reilusti, ei suinkaan tiskin alta) vaasalaista leipää saimme juuri! Siitä tietystikin riemu nyt suuri!*¹⁸³”.

Sota tuotiin mainoksissa esille monilla eri tavoilla. Myös Vaasan myllyn *Meidän lapset* tiedostivat sodan ja sen aiheuttamat ongelmat. *Meidän lapset* tiesivät sodan vaaroista ja siitä, mikä oli kotirintaman tärkeä tehtävä sodan aikana. Työn jako kotirintaman ja rintaman välillä olikin hyvin selkeä. Rintama huolehti puolustuksesta ja kotirintama elintarviketeollisuudesta ja sen raaka-aineista.¹⁸⁴ *”Ja kun muistelemme poikiamme, jaksammekin panna parastamme! Pojat pitää taistelusta huolen ; me taas varmennamme ruokapuolen*¹⁸⁵”.

¹⁷⁹ Kotiliesi 1944 numero 7, 35

¹⁸⁰ Jaatinen 2000, 60–64

¹⁸¹ Korpo-Tommola 1994, 120

¹⁸² Kotiliesi 1943 numero 10, 143

¹⁸³ Kotiliesi 1942 numero 8, 57

¹⁸⁴ Kallioniemi 2003, 66–70

¹⁸⁵ Kotiliesi 1942 numero 3, 45

6. Sotilaita mainoksissa

Sodan syttyessä 25.6.1941 suomalaisten miesten oli lähdettävä rintamalle suorittamaan asevelvollisuuttaan ja puolustamaan Suomea. Kaiken kaikkiaan yli 500 000 suomalaista miestä lähti puolustamaan Suomea. Tämä aiheutti suuria muutoksia kotirintamalla, sillä miesten aikaisempiin töihin ja tehtäviin oli nyt värvättävä myös naisia. Sotilaana toimista pidettiin jokaisen suomalaisen miehen tehtävänä ja velvollisuutena. Miehiä kuvattiinkin mainosten teksteissä lähinnä sanoilla: *sotilas* tai *Suomen poika/pojat*.¹⁸⁶

Kotilieden mainoksissa ei kesän 1941 jälkeen esiintynyt kuvia miehistä kuin harvakseltaan. Etenkin kotioloja esitettäessä perheen isää ei yleensä esitetty kuvissa. Mainosten tarkoituksena olikin heijastaa todellisuutta, ja miesten läsnäolo kotona ei sodan aikana ollut mahdollista. Joissakin harvoissa mainoksissa perheen isä esiintyi kotioloissa yleensä ruokailemassa perheensä kanssa. Esimerkiksi postisäästöpankin eräässä mainoksessa vuonna 1942 koko perhe esitettiin yhdessä ruokailemassa juhla aterialla. Mainostekstissä kerrotaan: *”Vaikeina ja tuskallisinaan aikoina tämän kansan usko ja luottamus ei ole järkkynyt—usko parempaan tulevaisuuteen on esillä*¹⁸⁷”. Kuvassa ruokaileva perhe on kuvattu hieman utuiseksi. Kuvan on ilmeisesti tarkoitus esittää parempaa tulevaisuutta ja parempia aikoja, joihin haluttiin sodan aikana kovasti uskoa.

Parempaan ja turvalliseen tulevaisuuteen kuului tietysti ajatus siitä, että koko perhe saisi olla taas yhdessä ja, että ruoka-pula olisi ohi ja elintarvikkeita riittäisi runsaasti syötäväksi. Parempaan tulevaisuuteen uskomisen ja sen toivominen esiintyi usein aiheena etenkin säästöpankkien mainonnassa. Rahan säästämisen mainostettiin edes auttavan paremman ja turvallisemman tulevaisuuden rakentamista.¹⁸⁸

Kotirintamalla siviilivaatteissa esiintyviä miehiä mainoksissa esiintyi muutamia. Nämä miehet olivat työntouhussa samassa rintamassa naisten ja lasten kanssa. Heitä kuvattiin tekemään täsmälleen samoja töitä kuin naisia tai lapsiakin. Työn tekoa kuvaamissa mainoksissa ihmiset kuvattiin yleensä ryhmissä, yksilöitä ei juurikaan eroteltu. Mainosten sanoma oli selkeä. *”Kuka hyvänsä kykenee tekemään osuutensa isänmaan hyväksi*¹⁸⁹”. Korkea työmoraali ja isänmaallisuus

¹⁸⁶ Jaatinen 2001, 7

¹⁸⁷ Kotiliesi 1942 numero 1, 16

¹⁸⁸ Jaatinen 2001, 7

¹⁸⁹ Kotiliesi 1941, numero 8, 35

olivat tärkeitä ominaisuuksia, joita sota-ajalla vaalittiin. Työnteon ei enää katsottu tarvitsevan tiettyä sukupuolta tai osaamista. Kaikkien oli kyettävä tekemään parhaansa, jotta töistä selvitettiin. Kotirintamalla oleilevat harvat miehet olivat työvelvollisia kuten naisetkin.¹⁹⁰

Kotilieden mainonnassa yksi usein toistuva teema oli isältä pojalle tai sukupolvelta toiselle siirtyvä velvollisuus tai tietämys. Sukupolvien välinen yhteys ja sukulaissuhteet olivat merkittäviä, kun varmuutta tulevaisuudesta ei enää ollut. Oman nimen ja sukulaisuuden jatkuminen oli tärkeää, kun elettiin jatkuvassa sotatilassa. Useassa mainoksessa perheen isä otettiin mainos tekstien muodossa mukaan, vaikka hän ei mainonnan kuvissa esiintynytäkään. Useiden kotitilan velvollisuuksien katsottiin siirtyneen isältä pojalle tai äidiltä tyttarelle. Lapset kuvattiin myös usein kirjoittamassa isälleen kirjeitä rintamalle.¹⁹¹

Sotilaiden lomiam kotirintamalla *Kotilieden* mainoksissa kuvattiin aina suurena juhlatilanteena. Nämä kuvat olivat lähes ainoita kuvia, joissa kotirintaman oloissa ei esiintynyt puutetta ruuasta tai muistakaan asioista. Sotilaiden kuvattiin olevan toivottuja ja odotettuja vieraita. Tämä tietysti varmasti pitikin ainakin osittain paikkaansa. Kotirintamalle lomalle tulleet perheen isät kuvattiin usein syleilemässä lapsiaan tai juoksemassa heitä vastaan pihatiellä.¹⁹²

Eräissä *Kotilieden* joulukuun numerossa perheen isä saapuu yllätys lomalle joulun aikoihin. Mainoksen kuvassa lapset syleilevät isäänsä onnellisina ja perheenäiti hymyilee talon rappusilla. Mainostekstissä kerrotaan: ”*Ei muuta lahjaa tarvitse ollakaan*”¹⁹³. Joulun numeroissa kotirintaman väkeä kehoitetaan usein muistamaan rajalla taistelevia sotilaita ja unohtamaan omat lahjat toiveensa.

Sotilaiden saapumista lomille kuvattiin usein myös kesänumeroissa. Sotilaat saapuivat aina armeijan uniformuissa ja usein kävellen. Sotilaat kuvattiin ryhti suorassa ja hyvässä kunnossa. Sodassa haavoittuneita tai vammautuneita sotilaita ei mainoksissa kuvattu. Mainosten avulla pyrittiinkin ennen kaikkea ylläpitämään toivoa ja uskoa parempaan. Sodan vaarat tiedostettiin kyllä muutenkin tarpeeksi hyvin. Katja Valkosen toimittamassa *Me kestimme* teoksessa, ovat useat sodan kokeneet lapset ja nuoret kertoneet kokemuksiaan talvi- ja jatkosodasta. Useat lapset kokivat kyllä ymmärtävänsä sodan vaarat ja osasivat pelätä isiensä puolesta. Eräs 1940-luvulla

¹⁹⁰ Kallioniemi 2007, 45–46

¹⁹¹ Jaatinen 2001, 45; *Kotiliesi* 1941–1944

¹⁹² *Kotiliesi* 1941–1944

¹⁹³ *Kotiliesi* 1942 numero 23, 97

elänyt lapsi kertoi, että ymmärrys mitä sodassa kaatuminen tarkoitti, selvisi viimeistään siinä vaiheessa, kun ensimmäiset sotilaat saapuivat koteihinsa ruumis arkuissa. Silloin lapsi oli ymmärtänyt alkaa todella pelätä sukulaistensa puolesta.¹⁹⁴

Kotirintaman velvollisuus ja työtaakka koettiin pieneksi verrattuna sotilaiden tekemiin palveluksiin isänmaan puolesta. Tähän vedottiin usein, kun haluttiin tuoda esille miten turhaa oli valittaa kotirintaman ongelmista. Sotilaat vaaransivat kuitenkin henkensä rintamalla, eikä kotirintaman asukkaiden ollut sopivaa valittaa omasta kohtalostaan.¹⁹⁵

”Älä sure Maija–Kyllä me tästä selvitään. Ei olekaan sellaista paikkaa ettei nämä pojat pärjäisi¹⁹⁶”.

Sotilaista kuvattiin rintamalla *Kotilieden* sivuilla useammin kuin heitä kuvattiin kotirintamalle. Usein mainokset olivat rauhoittavia ja vakuuttavia. Sotilaat kuvattiin armeijan asuissa vakaina ja ryhdikkäinä ja mainosteksti kertoi rauhoittavasti kuinka rintamalla oli kaikki hyvin. Mainostekstit usein myös muistuttivat, että kotirintamalla oli omat tehtävänsä, joista kotirintaman asukkaiden tuli huolehtia. *”Muista sinä Maija, että on sinun tehtäväsi nyt selvittää ruoka-pulasta ja raha-asioista”.*

Sanat *”Isänmaa”* ja *”velvollisuus”* toistuivat usein mainoksissa, joissa sotilaita esiintyi. Mainoksissa korostettiin kuinka sotilaat tekivät velvollisuuttaan isänmaataan kohtaan, ja kuinka he olivat arvostuksensa ansainneet. Erässä Isänmaan laina mainoksessa sotilas kertoo: *”Jospa tietäisitte miten hyvältä tuntuu. Varmaankin siksi, että on tehnyt velvollisuutensa – tai miten sen nyt oikein seittäisin¹⁹⁷”.* Samalla mainokset muistuttavat kotirintamaa heidän velvollisuuksistaan isänmaata kohtaan: *”Kaikki me voimme tuntea samanlaisen tunteen velvollisuuden täyttämisestä – kun ostantamme ISÄNMAAN LAINAN obligaatioita.¹⁹⁸”.*

Sodan käyminen tai taisteleminen vihollista vastaan koettiin jokaisen sotilaan velvollisuudeksi. Oman isänmaan ja ennen kaikkea perheen turvallisuuden takaaminen oli sotilaiden käsissä. Useassa mainoksessa, jopa lapset osasivat ymmärtää ja arvostaa tätä suojelemista, jota sotilaat rintamalla tekivät. Eräässäkin mainoksessa tyttö kirjoittaa isälleen kirjettä, jossa lukee: *”Kiitos isä,*

¹⁹⁴ Valkonen 2000, 51–52

¹⁹⁵ Jaatinen 2001, 53

¹⁹⁶ Kotiliesi 1942 numero 5,32

¹⁹⁷ Kotiliesi 1942 numero 6,56

¹⁹⁸ Kotiliesi 1942 numero 6, 56

kun suojelet meitä täällä kotona. Kiitos, että puolustat Suomea, jotta me voimme elää täällä turvallista elämää¹⁹⁹”.

Myös kansanapu vetosi keräysmainoksillaan sotilaiden kunniakkaaseen velvollisuuteen, jonka vuoksi he ovat nyt kaatuneet ja jättäneet perheensä ilman varsinaista toimeentuloa. *”Pienen Liisan isä ei kysynyt miksi? Hän lähti, kun tarvittiin. Hänelle uskottiin vastuu ja velvollisuus koko kansan tulevaisuudesta. Hän ei koskaan palannut. Jätämmekö nyt Liisan aivan yksin?²⁰⁰”.* Velvollisuudestaan ja isänmaan puolesta kaatuneiden lapsista ja perheistä huolehtiminen katsottiin jokaisen kansalaisen velvollisuudeksi. *”Meillä ei ole oikeutta jättää heitä yksin. Meillä on velvollisuus ja oikeus auttaa Lisaa ja muita sodasta eniten kärsineitä²⁰¹”.*

Sotilaat kehottivat myös mainoksissa kotirintamaa auttamaan apua tarvitsevia sota invalideja ja orpoja sekä leskiä. Rintamalla koettiin yhteenkuuluvuutta jokaisen sotilaan kanssa, ja siksi jokainen sotilas halusi auttaa toistaan ja toistensa perhettä. Ainakin mainosten sotilaat näin halusivat. Eräessä mainoksessa sotilas kertoo: *”Mielenrauhan saavuttamiseksi meidän on tehtävä kaikkemme omaistemme ja haavoittuneiden tovereidemme puolesta – siksi kehotan teitä osallistumaan motti- arpajaisiin, joiden tuotot menevät suoraan apua tarvitseville²⁰²”.*

Sotilaat kuvattiinkin useassa mainoksessa esikuvalliseen rooliin, joissa heistä oli otettava mallia ja heidän toiveitaan kunnioitettava. Samalla tavoin, kun vielä ennen sotia, julkisuuden henkilöt olivat kehottaneet mainosteksteissä toimimaan tietyllä tavalla, nyt esikuvina toimivat sotilaat, joiden pyyntöjä haluttiin noudattaa ja toiveita kunnioittaa.²⁰³

Muutamissa mainoksissa esiintyi myös Marsalkka Mannerheimin kuvia ja hänen viestejään kansalaisia. Viesteissään hän kehotti kotirintamaa kärsivällisyyteen ja ahkeruuteen. Mannerheim kuvattiin sotilas puvussaan ansiomerkkiensä kanssa. Mannerheim kuvattiin aina ryhdikkäänä ja hänen sanomisiaan tai päiväkäskyjään lainattiin runsaasti.²⁰⁴

¹⁹⁹ Kotiliesi 1941 numero 7, 65

²⁰⁰ Kotiliesi 1943 numero 1,13

²⁰¹ Kotiliesi 1943 numero 1, 27

²⁰² Kotiliesi 1943 numero 10, 193

²⁰³ Jaatinen 2001, 67

²⁰⁴ Jaatinen 2001, 68; Kotiliesi 1941–1944

"Jos sivu säännöstelyn ostat, myöt, niin RYSSÄN puolesta sä omiasi lyöt²⁰⁵". Salakauppaa yritettiin saada loppumaan myös tiedottamalla sen seurauksista armeijalle. Kansanhuollon mainos kysyykin: *"Millainen on armeijamme vuonna 1962?²⁰⁶".* Mainoksen kuvissa esiintyy väijyksissä olevia sotilaita, joita tarkkailevat keskittyneesti idän suuntaan. Tekstissä kerrotaan kuinka epäoikeudenmukaista on käydä salakauppaa, sillä sen seurauksena ruoka ei välttämättä riitä kaikille lapsille tai sotilaille, jotka sitä tarvitsevat.

Mainoksessa pyritään selkeästi vaikuttamaan kotirintaman suhtautumiseen salakauppaan. Salakauppa oli jatkosodan aikana kotirintamalla varsin hyväksyttyä yleisissä mielipiteissä. Jos perheellä oli varaa ostaa tiskin alta elintarvikkeita, katsottiin se heidän oikeudekseen, sillä kortti annokset olivat hyväksytysti liian pieniä. Salakauppa oli kuitenkin elintarvikkeiden säännöstelyn kannalta hankalaa, sillä se vaikeutti elintarvikkeiden määrien arvioimista ja laskemista.

²⁰⁵ Kotiliesi 1942, numero 17

²⁰⁶ Kotiliesi 1942 numero 17, 189

7. Päättäntö

Mainosten kautta välittyvä kuva perheestä ei vastaa todellisuutta. Se kertoo kuitenkin aikansa ihanteista ja siitä mikä on ollut tavoittelemisen arvoista. Jatkosodan aikana mainontaa käytettiin propagandan keinona. Sen avulla pyrittiin ylläpitämään hyvää sotamielialaa kotirintamalla ja antamaan ohjeita ja neuvoja kotirintamalle, siitä kuinka pula-aikana voisi, tulla toimeen.

Toimeentulo olikin monelle perheelle pula-ajalla haasteellista. Kaupoista loppuneiden elintarvikkeiden korvaaminen etenkin kaupungissa oli vaikeaa. Maaseudulla omavaraisuus helpotti ahdingossa. Mainonnan perheet eivät myöskään eläneet vauraudessa vaan pula-aika ja sota olivat esillä myös mainonnan perheiden arjessa. Etenkin naiset pohtivat mainoksissa usein perheensä toimeentuloa ja sitä mitä sen eteen voisi tehdä, jotta ruoka riittäisi koko talven yli. Perheiden ateriat olivat usein hyvin yksinkertaisia, eikä pöydässä ollut juhlaruokia kuten paistia kuin silloin kuin perheen isä oli palannut rintamalta takaisin kotiin lomille.

Mainoksissa perheisiin kuuluivat äiti, isä ja lapset. Äiti ja lapset olivat kotirintaman asukkaista. Perheen isä ei esiintynyt juurikaan kotirintamalla, vaan hänet esitettiin useimmiten rintamalle tai ainakin sotilas puvussa matkalla taisteluun. Miesten tehtävä jatkosodan aikana oli lähes yksin maanpuolustuksellinen. Toki myös kotirintamalle jäi miehiä, jotka olivat syystä tai toisesta kykenemättömiä taisteluun tai suorittivat maanpuolustuksellisia tehtäviä kotirintaman puolella. Mainosten perheissä miehiä ei kuitenkaan esiintynyt kuin rintamalomien aikana.

Perheen äideille jäi siis suuri vastuu perheen toimeentulosta. Mainonnan naiset ottivat tämän vastuun tyyneästi vastaan. Pula-aikana neuvokkuus ja kekseliäisyys olivat tärkeitä ominaisuuksia. Mainonnan naiset eivät koskaan jääneet suremaan kurjaa tilannettaan, vaan selvittivät neuvokkaasti tilanteen kuin tilanteen. Etenkin korvikkeiden käytössä mainosten naiset olivat hyvin kyvykkäitä. Heiltä löytyi neuvoja suurimmanosan elintarvikkeista korvaamiseen. Naiset esiintyivät tyyneen tarmokkaina eivätkä vaikuttaneet väsyneiltä, vaikka heille annettu työtaakka olikin välillä lähes kestäättömän suuri. Mainosteksteissä saatettiin usein viitata naisten suureen työtaakkaan, josta he selviytyivät vain työskentelemällä ahkerasti joka päivä.

Naisia kunnioitettiin etenkin mainosten teksteissä. Heistä puhuttiin usein sanomalla *Emäntä* tai *perheenäiti*. Nämä sanat oli esitetty naisille kohteliaisuutena. Naisten viisauteen ja neuvokkuuteen viitattiin muutenkin usein mainosten teksteissä. Ihanteellisen naisen katsottiin olevan niin kekseliäs ja ahkera, että hän kykeni elättämään perheensä pula-ajasta huolimatta.

Mainonnan naiset eivät levänneet. Heillä oli alati kestävä työtaakka, josta selviäminen vaati koko päivän työnteon. Naiset kuvattiin usein lepäämään vasta myöhään illalla sitten, kun kaikki muut jo nukkuivat ja kaikki päivätyöt oli saatu valmiiksi. Illan myöhäistunneillakin perheen äidit parsivat vielä sukia tai ompelivat vaatteita. Suure kangaspulan takia kaikista vaatteista oli pulaa ja jokainen kankaan pala oli käytettävä hyödyksi.

Kotiliedessä julkaistiin jopa perheenäideille tarkoitettuja aikatauluja, joissa näkyi selkeästi mihin aikaan mikäkin tehtävä oli suoritettava, ja miten saattoi mahduttaa kaikki päivän tehtävät yhteen päivään. Noudattamalla aikataulua naiset saattoivat tehostaa päiväryhtiään vielä entisestään ja näin saada myös vapaa-aikaa iltaisin.

Työtaakasta huolimatta mainonnan naiset eivät valittaneet. Useimmissa mainoksissa naiset esitettiin tyynen ja rauhallisen näköisinä. Mainonnan naiset olivat tyytyväisiä tilanteeseen sillä he ymmärsivät, että kotirintaman olot olivat kuitenkin paremmat kuin rintamalla. Joissakin mainosteksteissä naisia kehoitettiin olemaan, jopa kiitollisia siitä miten hyvin kotirintaman olot olivat.

Naisia verrattiin usein sotilaisiin, joiden tehtävänä oli kotirintaman pyörittäminen ja toimeentulon takaaminen perheilleen. Naiset olivat kotirintaman rauhallisia sotilaita, joiden tehtävä oli perheen elättäminen. Etenkin kauppojen pitkissä jonoissa jonottaminen aiheutti todellisuudessa paljon mielipahaa ja kiukkua. Mainonnan maailmassa naiset jaksoivat jonottaa rauhallisesti, vaikka heidän vuorollaan elintarvikkeet saattoivat olla jo loppu kaupoista.

Naisten ulkoinen olemuskin oli hyvin yksinkertainen. Suurimmalla osalla mainonnan naisista oli päällään noin puoleen sääreen asti ulottuvat hame, sekä lyhythihainen paita ja pitkä esiliina. Yksinkertaisuus ja tehokkuus näkyivät myös naisten hiustyyliissä. Hiukset olivat useimmiten lyhyet tai nutturalla. *Kotiliedessä* esiintyi myös paljon artikkeleita ja vinkkejä siitä kuinka ulkonäön saattoi pitää siistinä, vaikka saippuakin lähes kokonaan loppunut markkinoilta.

Naisten lisäksi kotirintamalla työskentelivät ahkerasti lapset. Mainonnan lapset olivat hyvin tehokkaista ja työskentelivät kotitilan töissä mielellään. Koulun ollessa kiinni ajoittain jatkosodan aikana jäi lapsille enemmän aikaa työskennellä kotitilalla äitinsä apuna. Mainonnan lapset tekivät lähes täsmälleen samoja töitä vanhempiensa kanssa. Etenkin vanhemmat lapset osallistuivat myös tilan raskaimpiin töihin kuten heinäntekoon ja vedenkantamiseen.

Mainonnan lapset ymmärsivät sodan tuoman poikkeustilan ja hyväksyivät sen mukanaan tuoman pula-ajan ja vaikeudet. Lapset olivat siis pieniä aikuisia, jotka tyyneästi ymmärsivät sodan aiheuttaman tilanteen ja sen mitä vaati, että siitä selvittäisiin. Etenkään vanhemmat lapset eivät valittaneet kasvavasta työtaakasta tai elintarvikkeiden vähyydestä. Nuoremmat lapset saattoivat mainoksissa kiukutella, mutta silloinkin vanhemmat lapset toruivat heitä kertomalla, että nyt ei ole sopiva aika kiukutella pienistä asioista.

Vanhemmilla lapsilla oli vastuu nuoremmista lapsista. Lapset kuvattiinkin usein keskenään ilman vanhempien läsnäoloa. Vanhemmat lapset huolehtivat nuoremmista. Usein mainosten lapset olivat keksineet kotitilan töistä jonkin leikin, jotta se jaksoi tuntua mielekkäältä tekemiseltä. Lapsille kuuluvia tehtäviä olivat etenkin marjastus, sienestys ja puutarhanhoito.

Myöskään mainonnan lapset eivät levänneet. Lapset istuivat pitäessään ruoka-taukoa tai iltaisin. Myös lapset harrastivat iltaisin sukkien parsimista tai esimerkiksi veistämistä, joka sekkin oli hyödyllinen ilta harrastus. Lapsia kehoitettiin mainosteksteissä usein hyödyllisyyteen ja unohtamaan kaikenlaiset turhat tekemiset. Mainonnan lapsilla ei myöskään esiintynyt leluja. Sota-aika ei selvästikään ollut leikin asia. Silloin oli aika tehdä hyödyllisiä asioita, ja auttaa perhettä toimeen tulossa.

Todellisuudessa lapset eivät varmastikaan olleet yhtä ymmärtäväisiä kuin mainonnan avulla annettiin ymmärtää. Sota-aika ja ainainen pula vaati kyllä myös varmasti lapsilta oman ponnistelunsa, jotta perhe saattoi pärjätä etenkin talven aikana. Etenkin erilaiset keräykset ja talkoot käyttivät hyödykseen paljon lapsityövoimaa. Myös mainoksien lapset osallistuivat erilaisiin talkoisiin ja keräyksiin innokkaasti.

Mainoksissa näkyi myös sodan tuoma kurjuus. Etenkin sotaorpoja kuvattiin mainoksissa hyvin kurjissa olosuhteissa. Erilaisten keräysten avulla haluttiin auttaa sodan aikana orvoiksi joutuneita.

Sotaorpoja kuvattaessa käytettiin oikeita valokuvia orvoista. Sota toi siis mukanaan myös kurjuutta, joka näkyi myös mainonnassa.

Miehiä ei kotirintamalle kuvattu mainoksissa juuri lainkaan. Miehen tehtävä oli olla maanpuolustustehtävissä rintamalla. Ainoastaan lomalle päästessään miehiä kuvattiin kotona perheensä kanssa. Silloinkin heillä oli yllään armeijan uniformu. Lomilla olleessaan miehet viettivät aikaa perheensä kanssa. Usein perhe kuvattiin syömässä yhdessä. Näissä kuvissa pula-aikakin oli hävinnyt ja pöydässä oli tarjolla monenlaisia herkuja, joita ei arkena syöty.

Miehiä kuvattiin mainoksissa huomattavasti harvemmin kuin naisia ja lapsia. Kun miehiä kuvattiin sillä oli selkeästi tarkoitus, joko rauhoittaa kotirintaman odottavaa perhettä tai rinnastaa naiset sotilaiden kanssa samaan taisteluun, mutta eri rintamalle. Naisia ja miehiä kuvattiin yhdessä siten, että mainonnan viestissä kerrottiin selkeästi yhteisestä taistelusta jota käytiin sekä vihollista vastaan rintamalla, että pulaa vastaan kotirintamalla.

Miesten ja naisten rinnastaminen samaan taisteluun oli tärkeää, sillä sen avulla pystyttiin antamaan rintamalle ja kotirintamalle yhteinen vihollinen, jota vastaan taisteltiin. Tämän ajateltiin ehkä vähentävän kotirintamalla tapahtuvaa kiukuttelua ja kapinointia säännöstely säädöksiä vastaan. Lisäksi kotirintamaa muistutettiin miten tärkeää oli, että elintarvikkeita todella riitti kaikille.

Sotilaat kuvattiin mainoksiin aina hyvin tarmokkaina ja ryhdikkäinä. Sotilaat eivät pelänneet sotaa tai kokeneet sitä epäreiluksi. Sotilaat ymmärsivät tehtävänsä puolustamassa kotimaataan ja perheitään. Taisteluun lähdettiin aina ryhdikkäästi ja taistelu valmiina. Mainonnan miesten esiintyessä niin tyytyväisinä ja rohkeina, antoi se esimerkkiä myös naisille siitä kuinka heidän tuli tulla toimeen kotirintamalla. Jos miehet kykenivät lähtemään taisteluun pelottomina ja kiukuttelematta täytyi kotirintamankin pystyä vähintään samaan.

Mainonnan sotilaiden velvollisuus oli toimia isänmaallisesti ja osallistua taisteluun vihollista vastaan. Mainonnan sotilaat täyttivät tämän velvollisuuden hyvillä mielin. Useat mainokset kertoivat kuinka tyytyväisiä sotilaat olivat, kun olivat suorittaneet velvollisuutensa isänmaata kohtaan.

Mainosten perhe koostui siis *Kotiliedessä* äidistä, isästä ja lapsista. Vaikka isät olivatkin rintamalla, viitattiin heihin useasti mainosteksteissä niin, että katson heidän kuuluvan osaksi perheen

yksikköä. Mainokset eivät kerro totuutta siitä millaista perheen elämä oli jatkosodan aikana oikeasti. Ajattelen mainosten kuitenkin heijastavan aikansa ihanteita ja arvoja siten, että niiden kautta voidaan tulkita millaiselta tavoittelemisen arvoinen perhe näyttää.

Jatkosodan aikana tavoittelemisen arvoinen eli siis ihanteellinen perheenäiti oli ahkera, neuvokas ja jaksoi tehdä tyynen rauhallisesti töitä lähes aamusta iltaa. Ihanteellinen lapsi oli aina äitinsä apuna, ja ymmärsi sodan mukanaan tuoman poikkeustilan eikä valittanut pula-ajasta. Lapsi ymmärsi, että nyt oli työnteon aika, eikä valittanut tai kiukutellut vanhemmilleen. Ihanteellinen perheen isä oli puolustamassa perhettään rintamalla.

8. Lähdeluettelo

Alkuperäislähteet

Kotiliesi 1941–1944

Kirjallisuus

Allardt, E. (1988). Sosiologia 1. Helsinki: WSOY.

Aikasalo, P. (2000). Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia. Naisten pukeutumishanteet ja vaatevalinnat 1920 – luvulta 1960 – luvun lopulle. Kansantieteen arkisto 47, Vammalan kirjapaino OY.

Elfvengren, E. (1992). Sota Lapissa. Teoksessa: Sotatieteen laitos. (1992). Jatkosodan historia 5. Porvoo: WSOY.

Halonen, T. Aro, L. (2005). Suomalaisten symbolit. Jyväskylä: Atena.

Heinonen, V. Konttinen, H. (2001). Nyt uutta Suomessa. Helsinki: Libris OY.

Hentilä, S. (2006). Itsenäistymisestä jatkosodan päättymiseen 1917–1944. Teoksessa: Jussila, Hentilä, Nevankivi. (2006). Suomen poliittinen historia. Helsinki: WSOY.

Hovi, P. (1990). Mainoskuva Suomessa: kehitys ja vaikutteet 1980-luvulta 1930-luvun alkuun. Helsinki: Taiteteollinen korkeakoulu.

Häikiö, M. (2007a). Jatkosodan ulkopoliittikka ennen sotaa. Teoksessa J. Leskinen ja A. Juutilainen (Toim.) *Jatkosodan pikkujättiläinen* (s.13–25). Helsinki: WSOY.

Häikiö, M. (2007b). Jatkosodan ulkopoliittikka: Irtautuminen Saksasta 1944. Teoksessa J. Leskinen ja A. Juutilainen (Toim.) *Jatkosodan pikkujättiläinen* (s. 807–822). Helsinki: WSOY

Jaatinen, S. (2001). Emännät kautta Suomen – Kotirintaman naiset jatkosodan mainonnan silmin. Teoksessa: *Sananjalka. Suomenkielisenseuran vuosikirja 43.* (42–58) Turku: Suomenkielen seura.

Jaatinen, S. (2004). Kortilla Korviketta. Helsinki: Multikustannus.

Jermo, A. (1987). Kun kansa eli kortilla: Reportaasi lähimenneisyydestä. Helsinki: Otava.

Jokinen, K. Saaristo, K. (2002). *Suomalainen yhteiskunta*. Helsinki: WSOY.

Juntunen, J (1998). *Mainoksen sovinnainen lapsuus. Neljä artikkelia perheestä*. Jyväskylän yliopiston perhetutkimusyksikön julkaisuja 8. Jyväskylä.

Juutilainen, A. (2007). *Hyökkäys kolmelle kannakselle*. Teoksessa J. Leskinen ja A. Juutilainen (Toim.) *Jatkosodan pikkujättiläinen* (s. 132–188). Helsinki: WSOY

Kallioniemi, J. (2006). *Kotirintaman lapset ja nuoret : Suomi 1939-1945*. Turku: Vähäheikkilän kustannus.

Kallioniemi, J. (1998). *Kotirintama 1939–1945*. Jyväskylä: Gummerrus.

Kallioniemi, J. (2007). *Kotirintama : sotavuosien Suomi 1939-1945 naisten ja lasten silmin*. Turku: Vähäheikkilän kustannus.

Kallioniemi, J. (2003). *Kotirintama 1939 – 1945*. Jyväskylä: Gummerrus.

Kauppinen, A (2005) *Kerro, kerro, kuvamaailma! Aikakauslehtien kuva aiheet ja kuva tyyliä tarkastelussa*. Teoksessa: Järvi, Outi ja Koskela, Merja (2005) *Kuvia analysoimaan. Kuvaanalyysin malleja ja sovelluksia*. Vaasa.

Kaven, P. (2004). *70 000 pientä kohtaloa. Suomen sotalapset*. Oulampi: Sahlgren.

Kopisto, S (1997). *Moderni nainen. Muodin vuosikymmenet 1920 – 1960*. Museovirasto. Helsinki: Gummerrus.

Korppi-Tommola, A. (2005). *Kotona ja Rintamalla*. Teoksessa: Utrio, Kaarin (Toim.) *Suomen naisen vuosisadat*.(7–20). Helsinki: Tammi.

Kujala, Riitta (2005). *Rakennuskohteena nainen*. Teoksessa: Järvi, O ja Koskela, M. *Kuvia analysoimaan. Kuvaanalyysin malleja ja sovelluksia*. (2005) Vaasa.

Lappalainen, M. (1982). *Kuinka jatkosota keuhettiin sotilaallisesti*. Teoksessa: Vehviläinen, O. (1982). *Jatkosodan kujanjuoksu*. Juva: WSOY.

Latva-Äijö, A. (2004). *Lotta Svärdin synty. Järjetö, armeija, naiseus 1918–1928*. Helsinki: Otava.

Lukkarinen, V. (1981). *Lotta Svärd -järjestön historia*. Porvo: WSOY.

Männistö, T. (2003). *Haluathan tulla todelliseksi naiseksi?* Turku: Turun Yliopisto.

Niiniluoto, M. (1994). *On elon retki näin*. Hämeenlinna: Karisto OY.

Pesonen, Aila. (2005). *Lamma ja paimen: kuvan ja sanan merkkisuhteista eräässä mainoksessa*. Teoksessa: O. Järvi, M. Koskela. *Kuvia analysoimaan. Kuvaanalyysin malleja ja sovelluksia*. (33–46) Vaasa: Vaasan yliopisto.

Pihkala, E. (1982). *Kuinka jatkosota kesti taloudellisesti*. Teoksessa: Vehviläinen, O. (1982). *Jatkosodan kujanjuoksu*. Juva: WSOY.

Pulma, P. (1987). *Suomen lastensuojelun historia*. Helsinki: Lastensuojelun keskusliitto.

Rossi, L. (2003). *Heterotehdas. Televisiomainonta sukupuolituotantona*. Helsinki: Gaudeamus.

Tirronen, E. O. (1988). *Sotatalous*. Teoksessa: *Suomen sota 1941–1944*. (152–168) Sotatieteenlaitos, sotahistorian toimisto (Toim.) Porvoo.

Turunen, A. (2011). *Hame, housut ja hamehousut! Vai mikä on tulevaisuutemme? Naisten päällyshousujen käyttöä koskevat pukeutumishjeet ja niissä rakentuvat naiseuden ihanteet suomalaisissa naistenlehdissä 1889 – 1945*. Vaasa: Waasa Graphics OY.

Utrio, M. (1994). *Pois Pula, Pois Puute. Kun kansa selviytyi*. Helsinki: Tammi.

Utrio, U. (2010). *Kotirintama kestää*. Teoksessa K. Linnilä. *Kotirintama kestää*. Somerniemi: Amanita.

Valkonen, K. (2000). *Me kestimme : naisten ja lasten talvisota*. Helsinki: Otava.

Wandersee, W. (1981). *Women's work and family values*. Cambridge, Mass. : Harvard University Press.

Painamattomat julkaisut

Raittinen, M. (2011). *Ei almuja sotavainajien lapsille. Sota orpojen huolto jatkosodan aikana Jämsässä*. Jyväskylän yliopisto. Historian ja etnologian laitos. Suomen historian pro gradu.

Jaatinen, Satu (2000) *Sotakarttaa katsellessa: mainonta jatkosodan aikana Suomen kuvalehdessä ja Hakkapeliitassa*. Turun yliopisto, suomalainen ja vertaileva kansatiede. Pro gradu.

