

IDA SALMINEN

Tarpeet, halut ja moraali

Naisten ansiotyö ja kulutusasenteiden muutokset Suomessa ja Länsi-Saksassa 1950-luvulla

Kulutustottumusten muutos 1950-luvun läntisessä maailmassa koski sekä kulutuksen määrää että laatua, mutta myös kulutusta koskevia asenteita. Tähän muutosprosessiin liittyi kiinteästi perheellisten naisten työssäkäynnin yleistyminen. Tässä artikkelissa tarkastellaan näiden ilmiön yhtymäkoh- tia Suomessa ja Länsi-Saksassa.

■ Raataako sen takia, että saisi jääkaapin, pesukoneen, itselleen turkin, auton, ja onko tämä päämäärä niin tärkeä, että ei sitä tavoitellessa menetä jotain arvokkaampaa. – – Kulkeeko lopulta turkissa sisäisesti pettyneenä ja turtuneena ja on unohtanut antaa rakkautta ja hyvyttä juustessaan rahan perässä.¹

Materiaalinen nousu toisen maailmansodan aikaisesta puutteesta toi mukanaan uudenlaisia tarpeita, joiden tyydyttämiseksi tarvittiin ja oli myös käytettävissä entistä enemmän rahaa ja tavaroita. Kulutustavaroiden avulla katsottiin olevan mahdollista toteuttaa unelmia ja ratkaista ongelmia. Lisääntyneisiin kulutusmahdollisuuksiin liittyi kuitenkin myös moraalisia kysymyksiä, kuten yllä oleva lainaus osoittaa. Elintason kohottamispyrkimyksiä kyseenalaistettiin, ja hyväksytyt kulutuskäyttäytyminen erotettiin selkeästi moraalittomista ylellisyshaluista.

Toisen maailmansodan hävinneissä ja sotakorvauksiin tuomituissa Suomessa ja Länsi-Saksassa tahto erottautua menneisyydestä ja nostaa kansakunta pulan ja säännöstellyn arjesta hyvinvointiin oli vahva. Markkinatalouden ja kulutuksen nopea kasvu 1950-luvun aikana antoi molemmissa maissa aihetta keskusteluun kulutuksesta ja sen

laajemmasta merkityksestä. Kuluttamiseen yhdistettiin taloudellisia vaikutuksia laajemat seuraukset: kulutuskäyttäytymisellä oli merkitystä myös kansakunnan sosiaaliselle, poliittiselle ja henkiselle tilalle.²

Kuluttamisesta 1950-luvulla käydyssä keskustelussa naisilla oli keskeinen rooli. Perheenäiteinä heidän oli mahdollista täyttää ideologiset vaatimukset naisten paluusta kodin ja perheen pariin ja samanaikaisesti osallistua taloudellisesti kansakunnan julkiseen elämään.³ Naisten kuluttajuus tunnustettiin ympäri Eurooppaa, myös Suomessa ja Länsi-Saksassa, yhteiskunnallisesti tärkeäksi voimaksi, jonka avulla kansantalous saataisiin nousuun. Kuluttajuuteen asetettiin kuitenkin varaus: kulutuksen olisi oltava ”oikeanlaista” eli kansantaloudellisten tavoitteiden sekä kulutusihanteiden mukaista.⁴ Vaikka perheenäitiyttä pidettiin ideaalin tasolla naisten ensisijaisena roolina, työssäkäyvien naimisissa olevien naisten määrä kaksinkertaistui 1950-luvun aikana sekä Suomessa että Länsi-Saksassa.⁵ Aihees-

1. Mairi Karvonen (1960) 'Elintaso: Kahle vai kannustaja', teoksessa Martta Eskelinen (toim.) *Naisen kirja 2. Nykyaikaisen naisen tietokirja*, Helsinki: Otava, 14–15.

2. Modernin kulutusyhteiskunnan synty on usein ajoitettu sekä Suomessa että Länsi-Saksassa nimenomaan 1950-luvulle. Ks. esim. Visa Heinonen (1999) 'Niukuuden ja kulutuksen mentaliteetit modernisoituvassa Suomessa', teoksessa Sari Näre (toim.) *Tunteiden sosiologia II. Historiaa ja sääätelyä*, Helsinki: SKS, 90; Michael Wildt (1998) 'Changes in Consumption as Social Practice in West Germany During the 1950s', teoksessa Susan Strasser, Charles McGovern & Matthias Judd (toim.), *Getting and Spending. European and American Consumer Societies in the Twentieth Century*, Washington D.C.: Cambridge University Press, 301.

3. Erica Carter (1997) *How German is she? Postwar West German Reconstruction and the Consuming Woman*, Ann Arbor: The University of Michigan Press, 47.

4. Ks. esim. Katherine Pence (1996) 'Labours of Consumption: Gendered Consumers in Post-war East and West German Reconstruction', teoksessa Lynn Abrams & Elizabeth Harvey (toim.), *Gender relations in German history. Power, Agency and Experience from the Sixteenth to the Twentieth Century*, London: UCL Press, 222–235.

5. Merith Niehuss (2001) *Familie, Frau und Gesellschaft. Studien zur Strukturgeschichte der Familie in Westdeutschland 1945–1960*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 224; *Naisten asemaa tutkivan komitean mietintö*, Komiteanmietintö 1970: A8, Helsinki: Valtio-neuvosto, 35, 70.

ta keskusteltiin ajoittain kiivaastikin sekä lehdistössä että yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa.

Tässä artikkelissa analysoin kulutuksen näkökulmasta keskustelua, jota 1950-luvun Suomessa ja Länsi-Saksassa käytiin perheellisten naisten työssäkäynnistä.⁶ Tarkastelun keskiössä ovat erityisesti keskiluokkaisten suomalaisten ja länsisaksalaisten naisten kuluttamiseen ja työssäkäyntiin liittyvät perustelut.

Naisten kuluttajuuden ja palkkatyöläisyyden välisiin kytköksiin on kulutushistoriallisessa tutkimuksessa viitattu usein, mutta käsittely on ollut pintapuolista. Keskeisimpänä yhtymäkohtana on pidetty naisten työssäkäynnin lisääntymisen myötä kasvanutta ostovoimaa. Erikseen näitä aiheita on tutkittu runsaasti, erityisesti naisten koti- ja ansiotyön yhdistämistä sekä naiskuluttajia kulutuskulttuurin ja kansantalouden kehittäjinä.⁷ Näissä tutkimuksissa ei kuitenkaan ole kiinnitetty huomiota siihen, miten ansioaitien määrän lisääntyminen vaikutti kulutusta koskeviin asenteisiin.

Pääaineistona tässä analyysissä hyödynnän naisten palkkatyöläisyyttä ja kuluttajuutta käsitelleitä aikalaistutkimuksia ja muita aikalaisteoksia sekä maiden suurimpia naistenlehtiä, jotka ovat Suomen osalta *Kotiliesi* ja Länsi-Saksan osalta *Constanze*. Lehtiä yhdistää johtavan markkina-aseman lisäksi sama kohderyhmä, keskiluokkaiset perheenäidit. *Constanze* keskittyi urbaaniin maailmaan enemmän kuin *Kotiliesi*, joka oli kodin asialla lukijoiden asuinpaikasta riippumatta. Molempien voidaan sanoa edustavan ideologiselta suuntautumiseltaan porvarillista näkökulmaa, vaikka ne eivät olleet avoimesti sitoutuneita mihinkään poliittiseen puolueeseen.⁸

Kulutuksen tutkimukseen aikakauslehdet mainoksineen soveltuvat erityisen hyvin. Mainoksiin pätevät samat rajoitukset kuin aikakauslehtiinkin: ne esittelevät usein enemmän unelmia ja ihanteita kuin todellisuutta. Kaupallisina tuotteina aikakauslehtien on kuitenkin pystyttävä joka numerossa sekä vastaamaan lukijoiden tarpeisiin että herättämään mainostajien mielenkiinto. Tästä syystä niitä pidetään oman aikansa

elämäntapojen, asenteiden ja ihanteiden hyvänä tulkkina.⁹

Naisten ansiotyöstä 1950-luvulla tehtyjen tutkimusten runsaus kertoo aiheen ajankoh-taisuudesta. Lähtökohtana tutkimuksissa olivat akateemiset tutkimusintressit, jotka kytkettyivät yhteiskunnallisesti ongelmalliseksi katsottuihin aiheisiin ja niiden vaatimiin sosiaalipoliittisiin ratkaisuihin. Tutkijat pyrkivät vastaamaan yhteiskunnallisiin tarpeisiin: koska naisten työssäkäynti oli lisääntynyt, haluttiin selvittää naisten ansiotyön syyt, seuraukset ja mahdolliset ratkaisut.

Naisten työssäkäynnin yleistyminen

Työssäkävien naisten määrä kasvoi 1950-luvun aikana sekä Suomessa että Länsi-Saksassa, ja molemmissa maissa nimenomaan naimisissa olevien naisten osalta. Maat kuuluivat Euroopan kärkijoukkoon naisten palkkatyön yleisyydessä. Esimerkiksi Ruotsissa naiset muodostivat alle 30 % ammatissa toimivasta väestöstä, kun Suomessa osuus oli 40 % ja Länsi-Saksassa 36 %.¹⁰ Kehitystä vauhdittivat ennen kaikkea kaupun-

6. Artikkelin perustuu pro gradu -tutkielmaani, Ida Salminen (2009) *Naisten ansiotyö ja kulutusasenteiden muutokset Suomessa ja Länsi-Saksassa 1950-luvulla*, Helsingin yliopisto, historian laitos.

7. Tämän artikkelin kannalta keskeisintä tutkimusta ovat tehneet Visa Heinonen (1998), Mika Pantzar (2000), Erica Carter (1997) ja Michael Wildt (1998).

8. Kulttuurinen keskiluokkaisuus näkyi molempien lehtien perhe-, nais- ja kulutushanteissa riippumatta todellisesta varallisuudesta. Sodan jäljiltä monet aikaisemmin taloudellisesti keskiluokkaiset perheet olivat enää kulttuurisesti keskiluokan jäseniä. Ks. esim. Janne Hakulinen (1955) *Keskiluokkaan lukeutuvien ryhmien asema ja tehtävät yhteiskunnassa*, Helsinki: Sosialidemokraattisen puolueen keskiluokkajaosto.

9. Minna Sarantola-Weiss (2003) *Sobvarybmän läpimurto. Kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa*, Helsinki: SKS, 43.

10. *Suomen tilastollinen vuosikirja* (STV) (1956) Helsinki: Tilastollinen päätoimisto, 340–341; STV (1965) 372–373. Työtä on tilastoitu vaihtelevin perustein, eivätkä naisten erityisesti suosimat osa- ja väliaikaiset työt aina näy tilastoissa. Tilastoihin vaikuttavat myös muutokset käsitteiden määrittelyssä, esimerkiksi Suomessa vuonna 1960 avustavan perheenjäsenen käsite määriteltiin suppeammin kuin vuonna 1950. Kahden eri maan tilastot eivät ole keskenään täysin vertailukelpoisia, joten niihin on suhtauduttava tietyllä varauksella.

gistuminen ja elinkeinorakenteen muutoksen aiheuttama siirtyminen maataloudesta palkkatyöhön. Kaikista suomalaisista vaimoista 45 % oli ammatissa toimivia sekä vuonna 1950 että 1960.¹¹ Länsi-Saksassa vuonna 1950 joka neljäs aviovaimo oli palkkatyössä, vuonna 1962 puolestaan jo joka kolmas.¹² Toisin kuin naisten työllisyyskomitea ennusti Suomessa vuonna 1954, elintason nousu ei aiheuttanut naistyövoiman siirtymistä pois työelämästä.¹³

Suhtautuminen perheellisten naisten työssäkäyntiin oli ristiriitaista. Yhtäältä perheen ja sosiaalipolitiikan näkökulmasta sitä ei pidetty myönteisenä asiana, toisaalta talouspolitiikassa olisi molemmissa maissa mieluusti nähty naisten laajempikin siirtyminen elinkeinoelämän palvelukseen tuottavuutta lisäämään.¹⁴ Sen sijaan naimattomien naisten ansiotyöhön suhtauduttiin hyväksyvämmiin ja heidän kulutustottumustensa osalta sallittiin enemmän epärätionaalisuutta kuin naimisissa olevilta naisilta. Keskusteluissa heijastuivat ajalle ominaiset käsitykset sukupuolten välisestä tasa-arvosta, jolla ei tarkoitettu naisten ja miesten samankaltaisuutta, vaan erilaisuutta, joka oikeutti ja velvoitti sukupuolittain eriytyneisiin, mutta samanarvoisiin tehtäviin.¹⁵ Länsi-Saksan avioliittolain mukaan vaimolla oli oikeus ja velvollisuus hoitaa kotitaloutta, perheen elatusvelvollisuus oli laissa määriteltä aviomiehelle. Lain mukaan aviomies sai päättää vaimonsa rahoista. Aviomiehellä oli myös oikeus purkaa vaimonsa työsuhde, mikäli hän pystyi osoittamaan, että se häiritsi avioliittovelvollisuuksien hoitamista.¹⁶ Suomen avioliittolain mukaan molempien puolisoitten tuli ”kykynsä mukaan rahavarojen, toimillaan kodissa tai muulla tavoin ottaa osaan perheen elatukseen”.¹⁷

Sen sijaan, että naisten palkkatyö olisi esitetty keinona myötävaikuttaa kansantalouden vaurauden lisäämiseen, se esitettiin keinona lisätä perheen kulutusvoimaa.¹⁸ Kotiliedessä tunnustettiin naisten kansantaloudellinen merkitys nimenomaan kuluttajien roolissa, rahan käyttäjinä: ”Kunakin perheen sinänsä liiankin niukat talousmenot ovat tärkeitä panoksia koko maan talouselämän liikevaihdossa. Arvioidaan naisten

käsien välityksellä kulkevan 80 % maiden kansallistulosta.”¹⁹ Myös Saksassa ajateltiin samoin: ”Saksalaiset perheenemännät käyttävät jokaisesta kulutustavaroihin käytetystä markasta 85 pfennigiä. Myös jäljelle jäävien 15 pfennigin käytöstä heillä on sanottavansa – he määräävät kenties ratkaisevasti koko talousjärjestelmämme muodosta.”²⁰

Kulutuksen ja työssäkäynnin moraalisuus

Länsi-Saksassa *Wirtschaftswunder*, talousihme, vyöryi 1950-luvun aikana kansalaisten arkeen hitaasti mutta varmasti. Keskimääräisen länsisaksalaisperheen tulot lähes tulkoon kolminkertaistuivat vuosikymmenen aikana.²¹ Historiantutkijat Mary Fulbrook ja Michael Wildt ovat korostaneet demokratian hyväksymisen ja taloudellisen kasvun keskinäistä yhteyttä 1950-luvun Länsi-Saksassa. Samalla kun näkymät taloudellisesta kasvusta ja tasaisesta elintason noususta loivat kansalaisista kuluttajia, he toisijaisesti myös sitoutuivat uuteen demo-

11. Kaupungeissa ja kauppaloissa heidän osuutensa kasvoi noin 32 prosentista 43 prosenttiin. *Naisten asemaa tutkivan komitean mietintö* (1970) 35, 70.

12. Elizabeth Heineman (1999) *What Difference Does a Husband Make? Women and Marital Status in Nazi and Postwar Germany*, Berkeley: University of California Press, 218.

13. *Naisten työllisyyskomitean v. 1954 mietintö*, Komiteamietintö 1956: 11, Helsinki: Valtioneuvosto, 9–13.

14. *Talouspolitiikan perusohjelma 1954*, Helsinki: Valtioneuvosto, 10–13; Christine von Oertzen (1999) *Teilzeitarbeit und die Lust am Zuverdienenden. Geschlechterpolitik und gesellschaftlicher Wandel in Westdeutschland 1948–1969*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 350–354.

15. Sukupuolten välinen yhdenvertaisuus kirjattiin perustuslakiin Länsi-Saksassa vuonna 1949, Suomessa vuonna 1919.

16. Vuonna 1958 uudistetussa laissa vaimon tehtävät kodin ulkopuolella oli edelleen sovittava yhteen kotiin liittyvien velvollisuuksien kanssa, mutta miehen oikeus määrätä vaimonsa työsopimuksesta ja rahoista poistettiin. Carter (1997) 32–34.

17. Martti Rautiala (1948) *Avioliitto-oikeus, Suomalaisen lakimiesyhdistyksen julkaisuja B-sarja n:o 30*, Turku, 135.

18. Carter (1997) 41.

19. 'Rouva maailma hoitaa raha-asioitaan', *Kotiliesi* 16/1956.

20. Die Waage (Gemeinschaft zur Förderung des sozialen Ausgleichs e.V.), *Die Zeit*, 12/1952.

21. Wildt (1998) 304–305.

kraattiseen valtioonsa.²² Kulttuurintutkija Erica Carter on esittänyt, että länsisaksalaisen kansakunnan symbolinen jälleenrakennus riippui taloudellisen jälleenrakennuksen käynnistymisestä. Tämä puolestaan asetti kuluttamisen naisten kansalaisuuden ja toimijuuden keskeiseksi näyttämöksi.²³

Toisin kuin Länsi-Saksan talouspolitiikassa, Suomessa ei korostettu yksityistä kulutusta taloudellisen kasvun lähteenä. Keskimäärin 4,5 prosentin vuosittainen talouskasvu saavutettiin teollistamisella, jota sotakorvausten maksaminen vauhditti. Julkinen valta pyrki stimuloimaan tarjontaa kanavoimalla kotitalouksien säästöjä tuottaviksi julkisiksi ja yksityisiksi investoinneiksi.²⁴ Mika Pantzarin mukaan kulutushalut valjastettiin osaksi suomalaista kansantaloudellista oikeaoppisuutta: kotitalouksien korkea säästämisaste mahdollisti yritysten kotimaisen rahoituksen. Tavoitesäästäminen ikään kuin muunsi kansantalouden edun yksityistalouksien kielelle.²⁵ Säästämissäytöksistä huolimatta Suomessa yksityiset kulutusmenot yli kolminkertaistuivat 1950-luvulla.²⁶

Kulutukseen liittyy väistämättä moraalinen taso, koska kuluttaminen herättää aina kysymyksen omien ja yleisten intressien välisestä suhteesta sekä tarpeiden välittömästä tai tulevaisuuteen lykätystä tyydyttämisestä.²⁷ Moraalisen näkökulman kautta kulutuksessa on tehty ero välttämättömyyden ja yllisyyden välille. Tietty kulutus on moraalisesti hyväksyttyä, mikäli se tyydyttää tärkeäksi määritellyn tarpeen. Yllisyydet eroavat välttämättömyyksistä siten, että ne eivät ainoastaan helpota tiettyä epämukavuuden tilaa, vaan niiden kuluttaminen myös miellyttää ihmisiä.²⁸

Moralistisen kulutuskritiikin vakiosisältöihin on kuulunut tulkinta, jonka mukaan ostetut nautinnot kompensoivat henkilökohtaisia ja kulttuurisia epäonnistumisia. Halu kuluttaa on usein tulkittu oireeksi syvemmästä henkisestä vauriosta, moraalisuuden kadottamisesta ja ihmissuhteiden korvaamisesta tavaroilla.²⁹ Sekä Constanzen että varsinkin Kotilieden toimittajien keskuudessa vallitsi näkemys, että sisäisesti aikaisempaa tyhjemmät nykyihmiset kiinnittivät kohtuuttoman paljon huomiota ul-

koisiin asioihin.³⁰ Jälleenrakennuksen kontekstissa liiallinen kulutuskeskeisyys aiheutti paheksuntaa, koska kulutuksen välinearvo haluttiin säilyttää.

Onnistuneen henkisen kehityksen ja oikeanlaisten arvojen ajateltiin kuitenkin turvaavan ihmistä materialismin vaaroilta. ”Kun lasten ja vanhempien välillä on oikea ja terve tunnepohja, rakkaus ja yhteenkuuluvaisuuden tunne, ei tarvita suuria ja kalliita lahjoja.”³¹ Oli suurelta osin äitien vastuulla, ettei kasvava sukupolvi henkisesti tyhjänä joutuisi materialismin ja massakulutuksen pauloihin.³² Perhe nähtiin yhteiskunnallista järjestystä tuovana yksikkönä ja myös perinteiden välittäjänä. Näin perheen henkinen ja materiaallinen hyvinvointi vaikutti koko kansakunnan hyvinvointiin. Tästä syystä ilmiöt, joiden ajateltiin uhkaavan perhettä, kuten äitien palkkatyö, koettiin uhkana samalla koko yhteiskunnalle ja sen menestykselle.

Naisen perheellisyys teki kodin ulkopuolisen ansiotyön valinnasta lähtökohtaisesti moraalisen kysymyksen. Vaakalaudalla oli perheen, sen jäsenten ja sitä kautta koko kansakunnan tulevaisuus, joka oli uskottu naisten käsiin ja joka työssäkäynnin myötä saattaisi joutua laiminlyödyksi. Tämän yleisesti tunnistetun näkökulman lisäksi 1950-luvun Saksassa ja Suomessa perheellisten

22. Wildt (1998) 315; Mary Fulbrook (2002) *History of Germany 1918–2000. The Divided Nation*, Oxford: Blackwell Publishing, 150.

23. Carter (1997) 239.

24. Visa Heinonen (1998) *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen benki. Kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*, Helsinki: Suomen Historiallinen Seura, 55, 243–244.

25. Pantzar (2000) 140.

26. STV (1965) 278.

27. Richard Wilk (2001) ‘Consuming Morality’, *Journal of Consumer Culture* 1:2, 246.

28. Christopher J. Bery (1994) *The Idea of Luxury. A Conceptual and Historical Investigation*, Cambridge, MA: Cambridge University Press, 12–13.

29. Wilk (2001) 247.

30. ‘Leben Sie auch über Ihre Verhältnisse?’, *Constanze* 13/1951; ‘Wir leben nicht über unsere Verhältnisse!’ *Constanze* 26/1951; ‘Jääkö emäntä vaille kiitosta?’, *Kotiliesi* 12/1954.

31. ‘Elintason kierreportaissa’, *Kotiliesi* 1/1957.

32. Konrad H. Jarausch & Michael Geyer (2003) *Shattered past. Reconstructing German Histories*, Princeton & Oxford: Princeton University Press, 305.

naisten työssäkäynti liitettiin kiinteästi myös elintason kohottamispyrkimykseen ja sitä kautta lisääntyneeseen kulutukseen. Ansiotyö nähtiin moraalisenä valintana myös tässä suhteessa.

Suhtautuminen perheellisten naisten valintaan käydä kodin ulkopuolella ansiotyössä perustui osaltaan siihen, pidettiinkö ansaittajien rahojen kulutustapaa hyväksyttävänä. Ratkaisevaa moraalisen arvion muodostumisessa oli naisten työskentelylleen antamat perustelut, erityisesti se, käyttikö perheenäiti palkkansa välttämättömyys- vai ylellisyshankintoihin. Tähän ajattelumalliin pohjautuen perheellisten naisten kuluttajuuden ja palkkatyöläisyyden keskinäinen suhde esitettiin joko moraalisesti hyväksyttävänä tai moraalittomana. Tietyntyylinen kulutus oli 1950-luvun perhe- ja talousintressien ristitulessa oleville äideille oikeutettu syy mennä kodin ulkopuolelle töihin, toisenlainen taas ei. 1950-luvun aikana tapahtui kuitenkin myös suhtautumisen väljentymistä.

Hyväksytty välttämättömyyskulutus

Jos vaimon oli välttämättömän kulutuksen mahdollistamiseksi osallistuttava perheen elatukseen, työssäkäynti oli tällöin eräänlainen välttämätön paha, jolloin se oli moraalisesti hyväksyttävää. Tämä oli vallitseva käsitys Suomessa ja Länsi-Saksassa erityisesti 1950-luvun alkupuolella. Varautuneesta suhtautumisesta naisten palkkatyöläisyyteen kertovat myös tutkimustulokset myöhemmältä ajalta. Vuonna 1955 tehdyn suomalaistutkimuksen mukaan noin 80 % työssäkävivistä äideistä olisi jäänyt mieluummin kodin piiriin.³³ Viisi vuotta myöhemmin lähes 60 % saksalaisista olisi tukenut lakia, joka kieltäisi pienten lasten äitien työssäkäynnin.³⁴

Kotiliedessä ja Constanzessa perheellisten naisten työssäkäynnille annetut syyt olivat keskenään hyvin samankaltaisia. Lähtökohtaisesti naisten oikeutta hakeutua kodin ulkopuoliseen ansiotyöhön pidettiin lehdissä itsestään selvänä. Päälimmäisain perheenäitien työskentelyn syyksi nimetty tekijä oli molemmissa kuitenkin taloudelli-

nen pakko. Se johtui joko yksinhuoltajuudesta, puolison palkan riittämättömyydestä, hänen työttömyydestään tai työkyvyttömyydestään. Constanzen artikkeleissa toistettiin usein käsitettä ”das liebe Geld”, jolla ei osoitettu kiintymystä rahaa kohtaan, vaan selitettiin katkeransävyisesti, miksi naisten oli yhdistettävä perhe ja palkkatyö.³⁵

Työvoimaa ja terveyttä ylläpitävien välttämättömyystarpeiden tyydyttäminen oli 1950-luvun kotitaloustieteen ihanteiden mukaisesti rationaalisesti perusteltavissa.³⁶ Lehdissä tuotiin usein esille, että näiden tarpeiden tyydytys oli hyödyllistä ja hyväksyttävää, varsinkin jos kulutusikäytyminen oli suunnitelmallista ja säästäväistä. Hyvä kuluttaja osti legitiimiin tarpeeseen, harkitusti, laadukasta ja edullista tavaraa. Huono kuluttaja puolestaan osti harkitsematta tuotteiden hinta-laatu-suhdetta tai tavaran tarpeellisuutta tai välittämättä siitä, että nämä suhteet eivät yleisesti hyväksyttävän mittapuun mukaan olleet kohdallaan.

Historioitsija Mary Nolanin mukaan Saksassa 1920-luvulla käydyissä keskusteluissa kotitöiden rationalisointia ei yhdistetty naisten lisääntyneeseen työssäkäyntiin tai kaksostaakan keventämisen tarpeeseen. Kulutus oli tällöin keskustelussa selvästi toisar-

33. *Ansiotyö ja perheenemäntä* (1956) Kotitalouskeskuksen tiedoituksia n:o 6, Helsinki: Kotitalouskeskus, 56–57. Tutkimuksessa selvitettiin äidin ansiotyön merkitystä kodin ja perheen kannalta, otoksena 377 kauppan ja teollisuuden palveluksessa olevaa kaupunkilaisäitiä, joilla oli alle 7-vuotiaita lapsia.

34. Elisabeth Pfeil (1961) *Die Berufstätigkeit von Müttern. Eine empirisch-soziologische Erhebung an 900 Müttern aus vollständigen Familien*, Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), 35–36. Tuloksissa on otettava huomioon mm. lasten julkisen päivähoidon vähäisyys sekä kotiapulaispula.

35. 'Ich ernähre meinen Mann', *Constanze* 5/1950; 'Vertreterinnen gesucht! Mühlös Geld verdienen?', *Constanze* 6/1954; 'Die Ehefrau verdient mit', *Constanze* 11/1956; 'Perheenäidin ongelmia', *Kotiliesi* 1/1954; 'Äiti kotona vai lapset poissa?', *Kotiliesi* 5/1955.

36. Kotitaloustiede tarkasteli kansantalouden ilmiöitä kotitalouden näkökulmasta. Huomio kohdistui tarpeisiin, niiden rajoittamiseen ja kulutukseen liittyviin kysymyksiin, kuten säästäväisyyteen, yli varojen elämiseen sekä ylellisyyteen. Mandi Hannula & Alli Wiherheimo (toim.) (1948) *Emännän tietokirja. II osa*, Helsinki: WSOY, 758. *Kotilieden* toimittajiin kuului alan asiantuntijoita, toisin kuin *Constanzessa*. Molemmissa lehdissä Ruotsia ja Yhdysvaltoja kadettiin niiden edistyksellisyydestä tällä alalla.

Tämä perustui siihen, että tällaiset tuotteet luokiteltiin välttämättömiä tarpeita tyydyttäviksi, vaikka hintatasonsa puolesta ne olisi voitu luokitella ylellisyydeksi. Niiden hankinnan perusteluissa ohitettiin moraalitomuus välttämällä ylellisyyteen liitettyjä ominaisuuksia, kuten haluja, tunteita ja impulsiivisuutta. Tämä oli vallitseva linja sekä Constanzen että Kotilieden journalistisessa sisällössä ja mainonnassa. ”Onko teillä varaa tuhlata”, kysyttiin Elektrolux-merkkisen jääkaapin mainoksessa vuonna 1953. Mainoksen mukaan jäähdytyskaappia ei enää pidetty ylellisyytenä, sillä suomalaiset olivat oivaltaneet sen olevan hyödyllinen ja taloudellinen sekä säästävän rahaa.⁴⁴ Kuten Minna Lammi on todennut, ylellisyydestä tehtiin välttämättömyys tehokkuuden ja säästäväisyyden nimissä.⁴⁵

Paheksuttu ylellisyyskulutus

Kodin ulkopuolisen työssäkäynnin perusteleminen haluihin pohjautuvilla materialistisilla tavoitteilla ei ollut moraalisesti hyväksyttävää. Turkkia tavoittelevan äidin valinta laiminlyödä perhettään ja kotiaan rahan hankkimiseksi oli astetta paheksuttavampi kuin sellaisen naisen, joka työllään hankki jokapäiväisen puuron perheen pöytään. Vaikka Kotilieden ja Constanzen toimittajien oli vaikea tavoittaa niin sanottua moraalitonta, ylellisyyskulutukseen tähtäävää äitiä haastateltavaksi, hahmo seikkaili lehtien sivuilla varoittavana esimerkkinä vuodesta toiseen.

Kulutustilastojen valossa keskustelu ylellisyydestä ja patoutuneiden halujen ylenpalttisesta tyydyttämisestä oli hieman ennen aikaista. Tästä kertoo muun muassa se, että 1950-luvulla sekä Suomessa että Länsi-Saksassa kotitaloudet käyttivät edelleen suuren osan tuloistaan ravintoon.⁴⁶ Huolimatta siitä, että tavallisen perheen ulottuvilla ei varsinkaan 1950-luvun alkupuolella ollut saatavilla paljon tavaroita, lehtien mukaan tuhlaavainen kulutuskäyttäytyminen oli yleistä. Pääsyyinä tähän ongelmaan pidettiin perheenemäntien taitamattomuutta ja järjestelmällisyyden puutetta, joka johti vähäisten käytettävissä olevien varojen ”väärinkäyttöön”.

Mielenkiinto ylellisyyskulutukseen pantiin poikkeuksesta merkille Länsi-Saksassa tehdyissä naisten työtä koskevissa tieteellisissä tutkimuksissa. ”Nykyään halu korottaa elintasoja koskee lähes kaikkia kansanryhmiä”, todetaan tutkimuksessa naisista tehdään ja kodin välissä vuodelta 1958. Kirjoittajat syyttävät mainosmiehiä psykologian hyödyntämisestä ja teollisuutta yhä uusien tuotteiden markkinoille tuomisesta ja osamaksukäytännön yleistymisestä. Näiden vuoksi perheenäidit joutuivat heidän mukaansa palkkatyöhön pakotettuina uhraamaan terveytensä. Naiset ”ajattelemattomasti uhraavat rauhan ja turvallisuuden kulutushaluilleen” eivätkä avioiduttuaan halua luopua ylellisistä elintavoistaan.⁴⁷ Elintaso-ongelmia pohdittiin Suomessakin: ”Liian korkea elintaso veltoistaa helposti ihmisen, tekee hänestä hyvän ruoan ja mukavan elämän orjan, tylsyttää hänen henkisen energiansa, tarjoaa hänelle liian paljon vaarallista joutoaikaa ja ohjaa hänen ylen tyydytetyn minänsä etsimään epämoraalisia ja luonnottomia aistikiikahokkeita ja nautintoja.”⁴⁸

Puhe ylellisyydestä ja perheellisten naisten työssäkäynnistä oli osa elintasokeskustelua. Pällimmäiset ongelmat koskivat ihmisten oletettua kyvyttömyyttä toimia järjepäisesti houkuttelevien kulutusmahdollisuuksien runsauden edessä. Ylellisyystuotteet saattaisivat suistaa ihmiset pois tolaltaan, saada heidät yhtäkkiä luopumaan itsekuristaan, rationaalisuudestaan ja säästäväisyydestään. ”Voimme joutua sellaiseen pyörteeseen, ettemme näe oikeita mittasuhteita”.

44. Elektrolux-mainos, *Kotiliesi* 24/1953.

45. Minna Lammi (2006) *Ett' varttuisi Suomenmaa. Suomalaisten kasvattaminen kulutusyhteiskuntaan kotimaisissa lyhytelokuissa 1920–1969*, Helsinki: SKS, 247.

46. Vuonna 1950 suomalaisten kulutusmenoista 38 % käytettiin ravintoon, vuonna 1965 30 %. Eino Laurila (1987) Yksityinen kulutus Suomessa ajanjaksona 1880–1980, Helsinki: Etlä, 56. Vuonna 1950 länsisaksalaiset käyttivät 46 % tuloistaan ravintoon, vuonna 1963 36 %. Wildt (1998) 305.

47. Anton Christian Hofmann & Dietrich Kersten (1958) *Frauen zwischen Familie und Fabrik. Die Doppelbelastung der Frau durch Haushalt und Beruf*, München: Verlag J. Pfeiffer, 170–171.

48. ”Elintasoko elämän puntarina?”, *Kotiliesi* 23/1955.

teita. Kun on saatu osake, auto ja huvila, tarvitaan aina jotakin lisää.”⁴⁹ Oli vierasta ajatella, että pula-ajoista selvinneet ihmiset olisivat erityisen oikeutettuja nauttimaan taloudellisen nousun hedelmistä – ainakaan enempää kuin ”kohtuullisesti”. Ei esimerkiksi esitetty, että koko päivän ahkeroinut perheenemäntä ansaitsisi itsensä hemmottelua.

Ylellisyysvastaisuus kulutuskritiikkinä istui Suomen talouspolitiikkaan erittäin hyvin. Visa Heinonen on luonnehtinut suomalaista talonpoikaiseen kulttuuriin ja elämäntapaan perustuvaa tapaa suhtautua kulutukseen niukkuuden mentaliteetiksi. Säästämissä voimakkaan korostamisen lisäksi keskeistä oli, että ”turhaa” kulutusta, eli kaikkea muuta paitsi elämisen kannalta välttämätöntä, tuli välttää kaikin keinoin.⁵⁰

Länsisaksalaisessa kulutuskeskustelussa moralisoiva sävy oli haaleampi kuin Suomessa. Moralistiset syytökset kohdistettiin useammin perheellisten naisten työssäkäyntiin, Suomessa puolestaan ylellisyyskulutukseen suuntautuviin haluihin. Vaikka ylellisyyskulutukseen ei varsinaisesti kannustettu, Constancessa ei toisaalta julkaistu ylellisyyttä paheksuvia kannanottoja samassa mittakaavassa kuin Kotiliedessä. Moralistista otetta saattoi Länsi-Saksassa vaimentaa kotitaloustieteen pienempi vaikutusvalta Suomeen verrattuna sekä ennen kaikkea talouspolitiikan kulutusmyönteisyys, jonka logiikan mukaan ylellisyystarpeidenkin tyydyttäminen lisäsi kokonaiskulutusta, lopulta vahvisti taloutta ja edisti talousihmettä.⁵¹

1950-luvun ylellisyyskäsitteissä on asteeroista huolimatta havaittavissa huomattavaa samankaltaisuutta Suomen ja Saksan välillä. Osittain ylellisyyden määrittelyyn vaikutti hyvin konkreettinen syy – tiettyjen tavaroiden hankinta ei ollut mahdollista esimerkiksi tuontirajoitteiden ja tavarapulan vuoksi. Molemmissa maissa äärimmäiset ylellisyyskulutuksen esimerkit olivat naisilla turkki, miehillä alkoholi ja uhkapelit. Pieniäkin valintoja saatettiin pitää merkinä moraalittomasta ulkoisen statuksen ylläpitämisestä kulutuksen avulla. Constancessa paheksuttiin sellaisten perheiden elämänta-

paa, jotka käyttivät liikaa rahaa ”ylellisyyteen”, kuten tupakkaan, hyvään kahviin, kukkiin, makeisiin ja alkoholiin.⁵² Perspektiiviä ylellisyyden suhteellisuuteen antaa Kotilieden otsikko ”Oma vuode lapselle ei ole ylellisyyttä”.⁵³

Kotiliedessä ja Constancessa haastatellut työssäkäyvät naiset kertoivat motiivikseen pääasiassa taloudellisen pakon, ja lehdissä paheksuttiin työskentelyä ylelliseksi luokitellun kulutuksen vuoksi. Aikalaisten tekemissä tutkimuksissa monet naiset kuitenkin perustelivat työssäkäyntiään pyrkimyksillä kohottaa elintasoaan. Vaikka Länsi-Berliinissä vuonna 1956 tehdyssä tutkimuksessa hieman yli puolet työssäkäyvistä äideistä ilmoitti syyksi ”lisätulojen välttämättömyyden”, samalla lähes 9 % ilmoitti työskentelynsä syyksi halun kohottaa elintasoaan.⁵⁴ Vuonna 1957 tehdyssä tutkimuksessa kymmenesosalla perheellisistä naisista pääsyy työssäkäyntiin oli yksittäisten sisustusesineiden hankkiminen, teknisten laitteiden hankinta puolestaan seitsemällä prosentilla. Auton ostamista varten työskenteli prosentti tutkituista. Vain 14 % antoi työssäkäyntinsä pääsyyksi miehen työttömyyden tai alhaiset tulot.⁵⁵

49. 'Elintason kierreportaissa', *Kotiliesi* 1/1957.

50. Heinonen (1999) 83.

51. Keynes itse kirjoitti, ettei hyveillä ja paheilla ole merkitystä kulutuksessa. Ks. Matthew Hilton (2004) 'The Legacy of Luxury: Moralities of Consumption since the 18th Century', *Journal of Consumer Culture* 4:1, 114. Saksassa käytiin ylellisyydestä jo 1800- ja 1900-lukujen vaihteessa keskustelua, jossa naisten ajateltiin olevan erityisen vahvasti ylellisyyskulutuksen edistäjiä. Warner G. Breckman (1991) 'Disciplining consumption: The debate about luxury in Wilhelmine Germany, 1890–1914', *Journal of Social History* 24:3, 492.

52. 'Leben Sie auch über Ihre Verhältnisse?', *Constanze* 13/1951.

53. *Kotiliesi* 4/1957.

54. Edith Hinze (1960) *Lage und Leistung erwerbstätige Mütter. Ergebnisse einer Untersuchung in Westberlin*, Berlin & Köln: Carl Heymanns Verlag KG, 46, 62. Perheen korkea tulotaso lisäsi elintasomotiivien määrää.

55. Henning Duncelmann (1961) *Die erwerbstätige Frau im Spannungsfeld von Beruf und Konsum. Dargestellt an den Ergebnissen einer Befragung*, Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), 78, 136. Yksi tutkimuksen keskeisistä löydöksistä oli myötäjäisten puutteen merkitys naisten ansiotyön lisääjänä.

Suomalaisista ansioäideistä 90 % liitti työssäkäyntinsä hyödyt kulutustasossa ta-
pahtuneeseen nousuun. Tutkimuksen teki-
jä suhtautui tulokseen varautuneesti: vaikka
kulutuksen määrää ja laatua voitiin nostaa,
ei hänen mukaansa voitu ajatella, että elin-
taso kokonaisuudessaan paranisi, koska
ainakin äidin vapaa-aika lyhenisi.⁵⁶ Yleisim-
min äidit sanoivat ansiotyönsä syyksi asun-
toon tarvittavien lisätulojen hankkimisen.⁵⁷
Toiseksi yleisin syy oli kuitenkin halu käsi-
tellä rahaa väljemmin. Konttoristeista perä-
ti 42 % valitsi tämän vaihtoehdon.⁵⁸

Työssäkäyviä saksalaisäitejä vuonna 1957
tutkinut sosiologi Elisabeth Pfeil korostaa,
että kun kodin perushankinnat oli tehty,
vaimon palkkatyö ei ollut enää taloudellisen
välttämättömyys. Naisten oli perustel-
tava työssäkäyntinsä uudella tavalla. Useat
näistä Pfeilin tutkimista yli 30-vuotiaista
perheellisistä naisista kertoivat työskente-
lynsä jatkamisen syyksi ”lisähankinnat” ja
perustelivat työssäkäyntiään yhtäältä sillä,
että olivat tottuneet tiettyyn elintasoon, ja
toisaalta sillä, että yleinen vaatimustaso oli
noussut. Monet näistä samoista naisista kui-
tenkin sanoivat haastattelututkimuksessa,
etteivät itse ikinä menisi töihin ”ylellisyyden
vuoksi, turkin, auton, radion, television tai
jääkaapin hankkiakseen”.⁵⁹

Uudenlaiset kulutustarpeet

Asenteet kulutusta kohtaan muuttuivat
1950-luvun lopulle tultaessa. Sallitusta ja ei-
sallitusta kulutuksesta käyty keskustelu me-
netti osan kärjekkyydestään. Markkinointi
oli nouseva moderni ala, jonka esille nos-
tamat ihanteet ja unelmat loivat selvästi
uudenlaista ilmapiiriä verrattuna kotitalous-
tieteeseen pohjautuvaan valistukseen. Myös
elintason nousun myötä taloudellinen pak-
ko työssäkäynnin perusteluna menetti voi-
maansa.⁶⁰ Samalla elintason nousu kuiten-
kin houkutteli työelämään lisää naisia, ja
tämä jätti jälkensä myös käsityksiin sallitus-
ta kulutuksesta.

Kun materiaalisen elintason nousu koh-
tasi työssäkävän, omaa rahaa ansaitsevan
perheellisen naisen, naistenlehtien sivuille
ja markkinoinnin kohderyhmäkartalle il-
mestyi uudenlainen kuluttaja: työssäkävvä

nainen, jolla oli kotitalouden hoitoon ja ul-
konäköön liittyvät erityistarpeet. Naisten
työssäkäynnin yleistymisen myötä nämä
uudenlaisiin tarpeisiin perustuvat kulutuk-
sen muodot saivat vähitellen oikeutuksen.
Kulutuksen, naisten työssäkäynnin ja vält-
tämättömyystarpeiden kohtaamispisteessä
yhdistävänä tekijänä olivat kodinkoneet ja
puolivalmiit ruoat. Vastaavasti kulutuksen,
naisten ansiotyön ja ylellisyyden yhdistelmä
tuotti vastaukseksi kauneusteollisuuden,
ulkonäköön liittyvien tuotteiden korostuk-
sen.

Työelämässä olevilta naisilta vaadittiin
tietyn edustavuuden ylläpitämistä: ”kaik-
kialla maailmassa vain ne naiset, jotka yh-
distävät ahkeruutensa viehätyivoimaan,
ovat todella menestyksekkäitä.”⁶¹ Edusta-
vuuden saavuttaminen puolestaan edellytti
kuluttamista. Työssäkävillä naisilla oli so-
siaalisesti oikeutettu syy muuten ylellisenä
pidettyyn kauneuskulutukseen. Edellytyk-
senä tämän perustelun uskottavuudelle oli,
että työssä menestymistä pidettiin hyväksyt-
tävänä naisille, ja näin oli 1950-luvulla yhä
enemmän, varsinkin naimattomien naisten
osalta. On huomattava myös, että työtehtä-
vät, joissa naisilta edellytettiin erityistä
edustavuutta, olivat etupäässä keskiluokkai-
sia, usein jonkinlaista koulutusta vaativia
konttoritöitä.⁶² Tässä puheessa ei yleensä

56. Joka kymmenes äiti ilmoitti työssäkäyntinsä syyksi miehen alkoholikäytön. *Ansiotyö ja perheenemäntä* (1956) 55.

57. Asuntosäästäminen oli Suomessa poliittisen johdon erinäisin toimenpitein tukema kulutuksen muoto. Pantzar (2000) 66–68.

58. *Ansiotyö ja perheenemäntä* (1956) 17–19.

59. Pfeil (1961) 106–113, 256. Suomessa puolestaan nuoret opiskelijanaiset muuttivat iän myötä näkemyksiään työssäkäynnin motiiveista: taloudellisten syiden tilalle tulivat viittaukset vaimon omaan uraan ja siinä saavutettavaan henkiseen tyydytykseen. Anna-Liisa Sysiharju (1960) *Equality, Home and Work. A Socio-Psychological Study on Finnish Student Women's Attitudes towards the Woman's Role in Society*, Helsinki: University of Helsinki, 98–105.

60. Carter (1997) 47.

61. 'Die Frau von dreissig Jahren', *Constanze* 10/1959.

62. Näin todettiin myös Kotitalouskeskuksen tutkimuksessa: ”Ansiotyö asettaa suurimmat vaatimukset konttoristiryhmän äitien vaatetukselle, ja konttoristeista onkin 76 % myöntänyt voitavansa työssä ollessa uhrata enemmän rahaa vaatteisiinsa.” *Ansiotyö ja perheenemäntä* (1956) 27.

Mainostekstistä ilmenee kaksi keskeistä asiaa: ensinnäkin työssäkäyvät naiset esittävät kosmetiikkaa tarvitsevinä, ei ensisijaisesti haluavina. Toiseksi tuodaan esille työssäkäyvien naisten ostovoima: omaa rahaa ansaitsevat naiset voivat käyttää rahaa vapaammin kuin perheenpään tuloihin sidoksissa olevat naiset. Vahvistamalla vaatimusta naisten kauneudesta työelämässä argumentoitiin lisääntyvän kulutuksen puolesta: luotiin uusia tarpeita täytettäväksi ja legitimoitiin niitä ja pyrittiin näin ohjaamaan työssäkäyvien naisten palkkarahoja tiettyyn suuntaan.

Yritykset ja kansanvalistajat ajoivat varsinkin Suomessa keskenään erilaisia asioita, mutta naistenlehdissä erilaiset käsitykset kulutuksesta sen sijaan sovitettiin yhteen. Mainonnan ja journalismin oli sovittava näkemyksensä olemassa oleviin käsityksiin kulutustarpeista ja niihin liittyviin ajattelutapoihin.⁶⁶ Kotilieden toimittajat suhtautuivat epäillen elintason nousun sivuvaikutuksiin, mutta joustivat omalla kotitaloudellisen erikoisosaamisen alueellaan kodinkoneiden suhteen. Constanzen toimitus puolestaan otti kulutusihmeen vastaan avosylin, myös mainostajien ajamana. Painotus saattaa osittain liittyä saksalaiseen markkinointikoneistoon, johon verrattuna suomalainen mainosala oli vielä lapsenkengissä.⁶⁷

Journalistisen sisällön ja mainosten väliset erot ovat Kotiliedessä ja Constanzessa huomattavia läpi koko vuosikymmenen. Kotilieden artikkeleissa toimijana oli usein ansioäiti, mutta mainoksissa nainen esitettiin joko kodinkoneista haltioituneena perheenemäntänä tai kauneustuotteiden ihastuttavana käyttäjänä ottamatta kantaa naisen työtilanteeseen. Constanzessa asetelma oli päinvastainen. Artikkeleissa puhuteltiin vuosikymmenen alun jälkeen pääasiassa kotiäitejä, mutta ulkonäköön liittyvissä mainoksissa esiintyi yhä enemmän työssäkäyviä naisia. Yleensä mainoksia on pidetty haaveita ja kaukaisia unelmia edustavina. Tämän logiikan mukaisesti Kotilieden lukijat olisivat mielellään unohtaneet palkkatyöläisyytensä, kun taas Constanzen lukijat olisivat nähneet itsensä mieluummin työssäkäyvinä. Länsi-Saksassa 1950-luvun aikana ta-

pahtunut palkkatyöläisnaisten määrän kasvu oli suurempi ja äkillisempi kuin Suomessa. On mahdollista, että osittain tästä syystä Constanzessa reagoitiin naisten uusiin, työhön liittyviin kulutustarpeisiin voimakkaammin kuin Kotiliedessä. Voi myös olla, että Kotilieden vähemmän urbaaniin kohderyhmään ei kauneuden ja työelämän yhdistelmä vedonnut.

Naisten siirtyessä yhä enemmän kodin piiristä perinteisesti miehisenä pidettyyn palkkatyöhön vaarana pidettiin varsinkin Länsi-Saksassa naisten ja miesten liiallista samankaltaistumista.⁶⁸ On mahdollista, että kauneutta korostamalla tätä pyrittiin minimoimaan ja ylläpitämään sukupuolten välisiä eroja työpaikalla. Korostamalla kauneuden ja ulkonäön merkitystä perheellisten työssäkäyvien naisten elämässä voitiin vahvistaa vallitsevaa sukupuolikäsitystä: tasa-arvoisia mutta erilaisia. Näin luotiin myös jatkuvuutta naisihanteisiin.

Muuttuneet kulutusasetteet

Suomessa ja Länsi-Saksassa kulutusasetteiden muutos oli 1950-luvulla tiiviissä yhteydessä naisten työssäkäynnin yleistymiseen. Naisten muuttunut yhteiskunnallinen asema toi kulutukseen uudenlaisen näkökulman, joka herätti keskustelua kulutusihanteista ja niistä poikkeamisen moraalista vaaroista. Naisten kuluttajuuden ja palkkatyöläisyyden suhteessa oli sekä yksilön että yhteiskunnan tasolla pohjimmiltaan kyse ristiriidasta perheen ja kansantaloudellisten intressien välillä. Perheellisyys teki kodin ulkopuolisen ansiotyön valinnasta lähtökohtaisesti moraalisen, mutta tätä lisäksi pyrkimys kohottaa elintasoja ja lisätä kulutusta. Keski- ja aliluokkaisten suomalaisten ja länsisaksalais-

66. Mika Pantzar (2003) 'Tools or Toys. Inventing the Need for Domestic Appliances in Postwar and Postmodern Finland', *Journal of Advertising* 32:1, 90.

67. Länsi-Saksassa mainontaan käytetyt varat kasvoivat lähes 70 % pelkästään vuosien 1954 ja 1957 välillä. Carter (1997) 158.

68. Tämä ajattelutapa kävi selvästi ilmi esimerkiksi parlamentissa käydyissä keskusteluissa, joissa väiteltiin perustuslakiin kirjatun sukupuolten välisen tasa-arvon seurauksista muulle lainsäädännölle. Ks. Robert G. Moeller (1993) *Protecting Motherhood: Women and the Family in the Politics of Postwar West Germany*, Berkeley: University of California Press.

ten naisten kulutusta ja työssäkäyntiä käsitellessä keskusteluissa kytkökset näiden kahden ilmiön välillä ovat nähtävissä pääasiassa kahdella eri tavalla.

Ensinnäkin käsitykset kulutuksen tarpeellisuudesta ja moraalisuudesta vaikuttivat naisten palkkatyöläisyydelle annettuihin perusteluihin ja työssäkäynnin hyväksyttävyyteen. Ansaittujen rahojen kulutustavan hyväksyttävyyttä vaikutti merkittävästi ansiotyöhön suhtautumiseen. Kulutustarpeiden ja -halujen erottelulla oli tässä keskeinen rooli. Näin perheellisten naisten kuluttajuus ja palkkatyöläisyys luokiteltiin moraalisesti hyväksyttäväksi tai moraalittomaksi. Perheen välttämättömän kulutuksen mahdollistamista pidettiin 1950-luvulla oikeutettuna syynä mennä kodin ulkopuolelle töihin, sen sijaan haluihin pohjautuvan ylellisyyskulutuksen tavoittelua ei. Länsisaksalaisessa keskustelussa moraalinen kritiikki kohdistui enemmän naisten työssäkäyntiin kuin kuluttamiseen. Suomessa puolestaan kritisoi- tiin etupäässä kulutushaluja ja moralisointi oli kärjekkäämpää kuin Länsi-Saksassa.

Toiseksi naisten lisääntynyt palkkatyöläisyys vaikutti osaltaan kulutusasenteiden muutoksiin. Omaa rahaa ansaitsevien naisten määrällinen lisääntyminen tapahtui samanaikaisesti markkinatalouden nopean laajenemisen kanssa. Tämä vauhditti uudenlaisien kulutuskäsitysten kehittymistä. Näin siksi, että työelämän uudet vaatimukset toivat mukanaan uudenlaisia kulutustarpeita. Ylellisyshaluiksi muuten luokiteltavien ul-

konäköön liittyvien tuotteiden, kuten kosmetiikan ja muotivaatteiden, tarpeellisuutta perusteltiin työelämän vaatimuksilla, jolloin kuluttamisen syyksi tuli halujen sijaan todellinen tarve. Myös perheenäidin valinta käyttää työllään ansaitsemansa rahat kotitalouskulutukseen oli moraalisesti hyväksyttävää. Tämä perustui siihen, että tuotteet helpottivat kaksoistaakan kantamista sekä siihen, että ne luokiteltiin välttämättömiä tarpeita tyydyttäväksi.

1950-luvulla tapahtunut muutos moraalissa suhtautumisessa perheellisten naisten kuluttajuuteen ja palkkatyöläisyyteen oli vaiheittain etenevä prosessi. Vanhaa muokattiin kohti uutta, ja uudet ja vanhat käsitykset sekä moraalista että kulutuksesta elivät rinnakkain. Käsitykset siitä, mikä oli välttämättömyys- ja mikä ylellisyyskulutusta, muuttuivat vuosikymmenen aikana. Muutokset kulutusta koskevissa asenteissa perustuivat enemmän ideaaleihin ja niistä poikkeamisen vaaroihin kuin todelliseen kulutuskäyttäytymiseen. Tämän seurauksena se, mitä 1950-luvun alussa pidettiin moraalittomana perusteena ansiotyölle, ei välttämättä enää 1960-lukua lähestyttäessä ollut sitä. Jääkaappien, pesukoneiden, kosmetiikan ja muotivaatteiden ostamisesta tuli pikkuhiljaa hyväksyttävämpää. Muutokset tässä suhtautumisessa sekä ylellisyyden ja välttämättömyyden keskinäisen suhteen määrittelyssä voidaan kytkeä olennaiseksi osaksi Suomen ja Länsi-Saksan kulutuskulttuurin kehittymistä nykymuotoiseksi. ■