

# **Pesukone tuli taloon**

Pyökinpesukoneen merkitys 1950–1970-lukujen suomalaisissa kodeissa

Jelena Postari

Pro gradu -tutkielma

Etnologia

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Toukokuu 2021

*Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.*

## TIIVISTELMÄ

### TURUN YLIOPISTO

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

POSTARI, JELENA: Pesukone tuli taloon. Pyykinpesukoneen merkitys 1950–1970-lukujen suomalaisissa kodeissa.

Pro-gradu tutkielma, 93 s.

Etnologia

Toukokuu 2021

---

Tämä pro gradu -tutkielma käsittelee pyykinpesukoneiden kotiutumista ja niiden merkitystä suomalaisissa kodeissa 1950–1970-luvuilla. Tutkielman aineisto koostuu kesäkuussa 1973 Turun yliopiston kansatieteen oppiaineen keräämistä postikyselyistä, Kansalliskirjaston digiarkistosta kootusta sanoma- ja aikakauslehtimateriaalista sekä kahdesta 1960-luvun televisiomainoksesta. Aineiston käsittely tapahtuu kulttuurianalyttisesti käyttäen apuna bricolage-menetelmää.

Tutkielmassa selvitetään, miten ja kenelle pyykinpesukonetta on markkinoitu sen markkinoille saapumisen jälkeen, millaiset asiat ovat vaikuttaneet mahdollisuuksiin hankkia se sekä miten ne ovat kotiutuneet suomalaisiin koteihin. Teemojen keskiössä ovat sukupuoleen, luokkaan ja asuinpaikkaan liittyvät seikat.

Pesukoneet yleistyivät käsitellyn ajanjakson aikana vauhdilla suomalaisissa kotitalouksissa. Siihen vaikuttivat erityisesti modernin kulutuskulttuurin herääminen ja rationalisoinnin sekä hygienian ihanteet, jotka hyödyttivät myös yhteiskunnan jälleenrakentamista. Ihanteet välittyivät erilaisten medioiden välityksellä, joiden merkitys korostui sotien jälkeisellä ajalla. Median välittämä kuvasto kuitenkin ylläpiti kuvaa eri sukupuolten ihanteellisesta käyttäytymisestä ja erityisesti siitä, millaista oli hyvä kodinhoito ja naisten rooli sen edistämisessä. Kodinkoneet edustivat arvoja ja ihanteita, joilla määriteltiin ihanteellista yhteiskunnan jäsentä. Kaikilla ei kuitenkaan ollut mahdollisuutta päästä toteuttamaan näitä ihanteita, ja toisaalta osa pystyi korostamaan asemaansa kulutusvalintojen avulla.

Tutkielma käsittelee aikaa, jolloin suomalainen yhteiskunta koki valtavia muutoksia, jossa oli mahdollisuuksia sukupuolten välisen tasa-arvon kehittymiseen. Naisten ansiotöiden teko yleistyi ja he kiinnostuivat yhä enemmän yhteiskunnallisista asioista. Sotien jälkeinen levoton ilmapiiri vaati kuitenkin tietynlaista taantumista entistä vahvempiin rooleihin perheiden sisällä, mikä näkyi myös kotien teknologisten laitteiden käyttöönotossa. Pyykinpesukone päätyi yleisimmin naisten käyttöön, ja naiset kiinnittyivät yhteiskuntaan pääasiassa kodin ja perheen kautta.

Asiasanat: arkielämä, habitus, ihanteet, kodinhoito, kodintekniikka, kulutuskulttuuri, mainonta, perhe, pesukoneet, pyykinpesu, rationalisointi, representaatio, rituaalinen puhtaus, sodanjälkeinen aika, sukupuoliroolit, yhteiskuntaluokat

## SISÄLLYSLUETTELO

|      |   |    |
|------|---|----|
| 1.   | Johdanto.....   | 1  |
| 1.1. | Tutkimuskysymykset.....                                   | 3  |
| 1.2. | Aikaisempi tutkimus.....                                  | 4  |
| 2.   | Tutkimusaineistot ja -menetelmät.....                     | 7  |
| 2.1. | Postikyselyt muistitietoaineistona.....                   | 7  |
| 2.2. | Lehtimateriaali ja mainosten representaatio.....          | 10 |
| 2.3. | Kulttuurianalyysi tutkimusmenetelmänä.....                | 13 |
| 2.4. | Sukupuolen, paikan ja luokan intersektio.....             | 15 |
| 2.5. | Tutkimusetiikka.....                                      | 19 |
| 3.   | Kodit Suomessa 1950–1970.....                             | 21 |
| 3.1. | Modernin kulutusyhteiskunnan synty.....                   | 21 |
| 3.2. | Kaupungistuminen ja modernit asunnot.....                 | 24 |
| 3.3. | Kotien hygienisointi.....                                 | 26 |
| 3.4. | Koti yksityisenä ja julkisena tilana.....                 | 27 |
| 4.   | Pesukoneiden suunnittelu ja markkinointi.....             | 30 |
| 4.1. | Ensimmäiset pesukoneet ja kodin edellytykset niille.....  | 30 |
| 4.2. | Mainosten kuvasto ja kohderyhmä.....                      | 32 |
| 4.3. | Puhtaampaa arkea.....                                     | 38 |
| 4.4. | Pesukone valintana ja investointina.....                  | 40 |
| 5.   | Kotien työnjako ja sukupuoliroolit.....                   | 48 |
| 5.1. | Sota-ajan vaikutus.....                                   | 48 |
| 5.2. | Naiset töissä kotona ja kodin ulkopuolella.....           | 50 |
| 5.3. | Ulkopuolinen apu.....                                     | 51 |
| 5.4. | Leikki on lasten työtä.....                               | 52 |
| 5.5. | Asenteiden uudelleenneuvottelua.....                      | 55 |
| 6.   | Pesukone osana modernin kodin arkea.....                  | 61 |
| 6.1. | Pesukoneiden vastaanotto kodeissa.....                    | 61 |
| 6.2. | Keittiöön vai kylpyhuoneeseen.....                        | 66 |
| 6.3. | Pesukone arjen helpottajana?.....                         | 70 |
| 6.4. | Pyökinpesun käytänteiden muutos.....                      | 73 |
| 7.   | Pesukoneen merkitys modernissa suomalaisessa kodissa..... | 75 |

## 1. Johdanto

*Miten voimme yli talven kestää  
Missä hitossa me hiukset pestään  
Pyykit sentään huuhdella voi laiturilta  
Vai onko avanto ja järvi jäässä  
Ja mihin ripustamme pakkassäässä  
Lohduttoman pimeä on talvi-ilta<sup>1</sup>*

Leevi and the Leavingsin kappale *Koko talvi kesämökillä* (1995) kertoo arkisista haasteista, joita nykyaikana kohdataan lähinnä mökkioloissa, mutta jotka olivat vielä viime vuosisadan Suomessa arkipäivää. Arjen teknologiat ovat tulleet koteihin kuin varkain helpottamaan jokapäiväisiä askareita. Kodinkoneita pitää helposti itsestäänselvyytenä ainakin siihen asti, kunnes ne menevät rikki tai joutuu jostakin muusta syystä toimimaan ilman teknologian apua.

Tutkielmani aiheen valinta lähti toiveistani toteuttaa jotakin kodin esinepiiriin kuuluvaa esinettä käsittelevä tutkimus. Lopulta kohteeksi valikoitui niinkin arkipäiväinen esine kuin pyykinpesukone. Oma pyykinpesukoneeni tuntuu vielä tällä hetkellä itselleni ylellisyydeltä, sillä olen useissa asunnoissani joutunut varaamaan aikoja pyykkituvista tai jopa käynyt muualla pesemässä pyykkiä asunnon ja taloyhtiön pyykinpesumahdollisuuksien rajoituessa käsinpesuun. Huomaan pesukoneen kuitenkin sulautuvan pikkuhiljaa yhä näkymättömämmäksi osaksi arkeani.

Pyykinpesukoneessa minua kiehtoo erityisesti sen teknologinen ja sukupuolittunut olemus. Teknologian kehityksellä on ja on ollut valtava voima yhteiskuntakehityksessä, ja kansatieteilijä Eero Sappinen kuvaa sitä yhdeksi arkielämän muuttumisen merkittävimmiksi taustatekijöiksi viime vuosikymmeninä (Sappinen 2000, 16). Kotityöt ovat sukupuolittuneita, johon vaikuttaa esimerkiksi niihin liittyvien taitojen siirtyminen perheessä ja suvussa usein saman sukupuolen edustajien toimesta (Mohun 2003, 154; Sappinen 2000, 361). Naiset kuluttavat vielä nykypäivänäkin miehiä enemmän aikaa kotitöihin, ja työhön kuuluu paljon suunnittelua tai muuta metatyötä, joka ei näy työssä välttämättä konkreettisesti ulospäin (Anttila 2012, 291; Luukinen 2017). Uusimman, vuoden 2017 tasa-

---

<sup>1</sup> Leevi and the Leavings: *Koko talvi kesämökillä*. Albumilla Punainen planeetta (1995). Säv., san. ja sov. Gösta Sundqvist.

arvobarometrin mukaan heterosuhteissa elävistä avo- ja aviopareista pyykinpesusta yksin vastuussa kertoi olevansa 77 prosenttia naisista ja vain 10 prosenttia miehistä (Attila ym. 2018, 99). Vastaavasti Veera Adolfsen selvitti sosiologian pro gradu -tutkielmassaan, että vaikka perheelliset naisparit kokevat jakavansa kotityön melko tasaisesti, on myös heidän kohdallaan havaittavissa eroa juuri pyykkihuollon ja metakotityön kohdalla. Ne jäävät yleensä synnyttäneen sekä siten enemmän vanhempainvapaita käyttäneen osapuolen vastuulle. (Adolfsen 2020, 39–40.)

Etnologiselle esinetutkimukselle tyypillistä on ollut kiinnostus etenkin vanhoja esineitä kohtaan. Lähtökohtana siinä on ollut ”kansanomaiset” esineet, jotka on nähty konkreettisina elementteinä tietyn ajan ja paikan elämästä ja tavoista. Lisäksi olennaista on ollut tallentamalla pelastaa tai säilyttää jotakin katoamassa olevaa perinnettä. (Kiuru 2001, 65–67). Pyykinpesukone ei ole kadonnut mihinkään, vaan hiukan muuttunut vuosien varrella. Siksi se onkin mielestäni kiehtova tutkimuskohde. Toisaalta ajallinen etäisyys tekee tutkimuskohteesta vieraamman, vaikka kyseessä olisi omankin ajan arjesta tuttu asia tai ilmiö. Siihen liittyvät tutkittavan ajan ihmisten ajatusmaailma ja toimintamallit, jotka ovat yleensä rakentuneet erilaisten arvojen ja merkitysten varaan kuin nykypäivänä. (Kotilainen 2014, 171.) Näihin pyrin erilaisten aineistojeni ja kulttuurianalyttisen metodin avulla pääsemään käsiksi.

Tutkielmani aikajänne alkaa noin 1950-luvulta ja käsittely jatkuu 1970-luvulle. Sähköisiä pulsaattorimallisia pyykinpesukoneita esiteltiin Suomessa ensimmäistä kertaa Työtehoseuran suurnäyttelyssä vuonna 1948, ja seuraavilla vuosikymmenillä markkinoille tuli myös kehittyneempiä automaattisia pesukoneita (Pärssinen 2011). Tämä on monella tapaa kiinnostavaa aikaa. Suomessa tehtiin tällä aikavälillä valtavia sosiaalisia, kulttuurillisia ja taloudellisia harppauksia. Suomen talous elpyi, ja moderni massakulutuskulttuuri heräili tuoden mukanaan uusia kodin hyödykkeitä, kuten käsittelemäni pesukoneen. Samaan aikaan sekä Suomea että Eurooppaa koskettavista sodista oli kulunut vain vähän aikaa, ja sotien ilmapiiri vaikutti yhteiskunnassa monin tavoin (Heinonen & Kontinen 2001, 132).

Tutkielmani aikajänteen lopussa 1960- ja 1970-luvuilla kulutus, mainonta ja joukkoviestintä olivat jo näkyvä osa suomalaisten arkipäivää, ja kulutuksen korostaminen mahdollisti yhteiskunnan määrittelyn uudella tavalla. Saman ajanjakson yhteydessä puhutaan myös keskiluokkaistumisesta, mikä nostaa esiin kysymyksen

kodinkoneista luokkakysymyksenä (Sarantola-Weiss 2003, 23–24). Toisaalta 1960-lukua leimaavat myös poliittiset ja kumoukselliset aatteet, joita on mielenkiintoista heijastella käsittelemiini teemoihin. (Peltonen ym. 2003, 9.)

Pyykinpesukoneiden tullessa markkinoille niiden mainostettiin, jos ei täysin vapauttavan kotitöistä, niin ainakin vähentävän naisten työtaakkaa ja lisäävän vapaa-aikaa (Pantzar 2000, 59). Kuten todettua, tilanne on silti nykypäivänäkin jyrkän sukupuolittunut, ja mielestäni asia kaipaa siksi tarkastelua pesukoneiden historiallisessa kontekstissa. Sotien aikaan perinteisen sukupuolittunut työnjako talouksissa hälventyi, sillä naiset tottuivat osallistumaan myös yleisesti miesten töinä pidettyihin askareisiin (Talve 1979, 389). Herää kysymys, millainen tilanne on ollut sotien jälkeisellä ajalla ja onko teknologian saapuminen koteihin vaikuttanut tähän.

### **1.1. Tutkimuskysymykset**

Käsittelen tutkielmassani sähköisten pyykinpesukoneiden merkitystä kotitalouksissa niiden markkinoille saapumisen jälkeen. Syvennyn kotitaloustöiden jakaantumiseen myös yleisemmin ja käsittelen pyykinpesuteknologian kehittymisen vaikutusta arjen askareisiin. Haluan käsitellä tätä arkista esinettä sen monissa merkityksissään: teknisenä innovaationa, sukupuolittuneena välineenä sekä osana uudenlaisen kulutusyhteiskunnan ja modernin kodin esineistöä. Tutkielmassani olennaista on pohtia pyykinpesukoneen markkinointia, sen hankkimiseen tai hankkimisesta kieltäytymiseen liittyviä seikkoja sekä sen kotiutumiseen liittyviä käytäntöjä. Käsittelyn lähtökohtana on sukupuolen, paikan ja luokan kytkeytyminen toisiinsa. Teemat ovat vuorovaikutuksessa keskenään, ja käsittelen aiheita tutkimuskysymyksilläni:

1. Miten ja kenelle pyykinpesukonetta markkinoitiin?
2. Millainen investointi pyykinpesukone oli ja kenellä oli mahdollisuus sen hankkimiseen?
3. Millaista valintaa siihen kohdistui ja kuka sen valitsi?
4. Miten pyykinpesukone vaikutti arjen toimintoihin?

## 1.2. Aikaisempi tutkimus

Tutkimukseni kytkeytyy etnologisen esinetutkimuksen ja materiaalisen kulttuurin tutkimuksen jatkumoon. Esinetutkimus on ajan saatossa muokkaantunut käsittelemään esineiden fyysisten ominaisuuksien sijaan esineisiin liitettyjä merkityksiä sekä ihmisten ja esineiden välistä esinesuhdetta. (Kiuru 1999, 222–228.) Viimevuosina esineisiin liittyvää tutkimusta etnologiassa on tehnyt esimerkiksi Päivi Roivainen (2016) väitöskirjassaan *Puettu lapsuus: Löytöretkiä lastenvaatteiden saarille*, jossa hän käsittelee eri aikojen käsityksiä lapsuudesta sekä sen aineellisia merkityksiä. Roivaisen aineisto käsittää museokokoelmien esineitä kontekstittietoineen, keskustelua lastenvaatteista sekä lapsille laadittuja haastatteluja, joissa he käsittelevät pukeutumiseen liittyviä teemoja.

Etnologiseen tutkimukseen Suomessa on liittynyt vahvasti maaseudun ja kaupungin erityispiirteiden ja eroavaisuuksien tutkimus (Virtanen 1997, 104). Viime vuosina aihetta on tutkinut esimerkiksi Jussi Lehtonen (2016) väitöskirjassaan *Skenaarioita maaseudun palveluista: Kaupat, kirjastot, pankit ja postit historiasta tulevaisuuksiin*. Tutkielmani aihe paikantuu erityisesti kaupungistumisen murrokseen, johon olen saanut heijastetta esimerkiksi Teppo Korhosen (1999) artikkelista ”Maaseudun elämäntavan muutos” ja Ilmar Talven (1979) teoksesta *Suomen Kansankulttuuri*. Talven keskeisiä tutkimuskohteita ovatkin olleet maaseudun muutos, kaupunki ja teollisuustyöväestö (Lehtonen 2005, 22). Kaupunkinäkökulmasta ajallisesti ja teemallisesti tutkielmani kanssa samankaltaisia teemoja käsitellään Eero Sappisen (2000) väitöskirjassa *Arkielämän murros 1960- ja 1970-luvuilla: Tutkimus suomalaisen työväestön elämäntavoista ja niiden paikallisista raumalaisista piirteistä*. Sappinen tutkii väitöskirjassaan raumalaisia työväenperheitä 1960- ja 1970-luvuilla. Aineiston muodostaa Turun yliopiston kansatieteen oppiaineen 1980-luvulla keräämät lomake- ja teemahaastattelut. Sappinen tutkii muun muassa sitä, miten kaupungistuminen, teknologinen kehitys ja muut ajalle kuuluvat piirteet ovat vaikuttaneet raumalaisten elämäntapoihin ja arkielämään.

Etnologiassa keskeinen arkielämän tutkimus keskittyy usein kodin piiriin. Tutkielmassani tarkastelen erityisesti kotitöiden, mutta toisaalta myös kodin ulkopuolisten töiden sukupuolittunutta työnjakoa. Aiheesta etnologista tutkimusta on tehnyt viime vuosina esimerkiksi Lena-Marander Eklund (2014) väitöskirjassaan *Att vara hemma och fru: En studie av kvinnligt liv i 1950-talets Finland*. Aihetta sivuaa



myös Liisa Kurkinen (2020) kansatieteen väitöskirjassaan *Tiskin takana: Kauppiaselämäkerrat maaseudun murroksen kuvaajina*. Maaseudun sukupuolittuneeseen työnjakoon olen saanut heijastetta erityisesti kansatieteilijä Pia Olssonin (2009) artikkelista ”The domesticated woman as an ideal – women’s place in rural Finland”.

Kotia voidaan myös itsessään pitää sukupuolittuneena tilana, joka liittyy sen käyttöön ja merkityksiin. Taidehistorioitsija Kirsi Saarikangas (2002) kirjoittaa sukupuolittuneesta tilasta ja tilan muista merkityksistä teoksessaan *Asunnon muodonmuutoksia: Puhtauden estetiikka ja sukupuoli modernissa arkkitehtuurissa*. Saarikangas käsittelee laajasti asuntopolitiikkaa, asuntojen keskiluokkaistumista sekä asumisen ja kotitöiden rationalisointia. Hän tarkastelee myös asumisen hygienisointia ja sen edesauttamista konkreettisesti puhtaudenpidon korostamisen kautta, mutta myös esteettisessä mielessä. Tämän kaiken voi nähdä liittyvän myös näitä ihanteita edustavaan pyykinpesukoneeseen.

Tutkimusteemoihini liittyvät myös suomalaisen kulutusyhteiskunnan syntyvaiheet ja sen merkitykset. Kuluttajaekonomisti Visa Heinonen (1999) tutkii aihetta väitöskirjassaan *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki: Kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Heinonen tarkastelee modernisoituvaa Suomea, jonka kehittämisessä massakulutusyhteiskunnaksi tärkeässä roolissa olivat kotitalousneuvontaa jakavat naisjärjestöt, jotka edistivät kotityön rationalisoinnin ihannetta esimerkiksi lehtien sivuilla. Sotienjälkeisiä rationalisoinnin ja tehokkuuden ihanteita käsittelee myös kulttuurihistorioitsija Mona Mannevuola (2020) teoksessaan *Ihmiskone työssä: Sotienjälkeinen Suomi tehokkuutta tavoittelemassa*. Teemoihin kytkeytyy myös kulutustutkija Mika Pantzarin (2000) teos *Tulevaisuuden koti: Arjen tarpeita keksimässä*. Pantzar tarkastelee erilaisten kodinkoneiden kotiutumista suomalaisiin talouksiin, ja heijastelee kodinkoneiden hankkimisen tarpeeseen tuon ajan suomalaista yhteiskuntaa ja sen muutoksia.

Historioitsija Minna Sarantola-Weiss (2003) tutkii kulutuksen teemaa konkreettisen esineryhmän kautta väitöskirjassaan *Sohvaryhmän läpimurto: Kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-luvun vaihteessa*. Sarantola-Weissin tutkimuksen keskiössä on sohvakaluston saapuminen suomalaisiin olohuoneisiin, jota hän tarkastelee *Kaunis koti* -lehden sekä sisustus- ja kodinhoito-oppaiden kautta.

Samoihin teemoihin kytkeytyy myös historioitsija Tiina Huokunan (2006) väitöskirja *Vallankumous kotona! Arkielämän visuaalinen murros 1960-luvun lopussa ja 1970-luvun alussa*. Huokunan aineistona ovat muun muassa *Avotakka* -lehti, Anttilan postimyyntikuvastot ja Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran keräämät tekstit, jotka käsittelevät ensimmäiseen kotiin muuttamista. Hänen mukaansa 1960–1970-lukujen vaihteessa kodeissa tapahtui hiljainen vallankumous, joka näkyi niin asenteissa kuin käytänteissäkin. Hän korostaa arkielämän heijastumista myös yhteiskunnallisella tasolla, jolloin kotien toimet ja ihmisten arkielämän ajattelu liittyy esimerkiksi tasa-arvoon ja naisten asemaan liittyviin keskusteluihin.

Pyykinpesukone on kodin teknologinen laite, jolloin sen kotiuttamiseen liittyy omat ominaispiirteensä. Mika Pantzar (1996) käsittelee teknologioiden kotiutumista teoksessaan *Kuinka teknologia kesytetään?* Myöhemmin aihetta tutkii yhteiskuntatieteilijä Noora Talsi (2014) väitöskirjassaan *Kodin koneet – teknologioiden kotouttaminen, käyttö ja vastustus*. Talsi tarkastelee kodeissa käytettäviin teknologioihin liittyviä käytänteitä ja sitä, miten elämänmittainen teknologiasuhde rakentuu. Hänen tutkimuskysymyksensä liittyvät teknologioiden kotouttamiseen, käyttämiseen ja käytön vastustamiseen. Teknologioiden käyttöön liittyy Talsin tutkimuksessa ikä, sukupuoli ja paikka. Nämä sosiaaliset erot vaikuttavat hänen mukaansa siihen, miten teknologioita otetaan haltuun, merkityksellistetään ja arvotetaan sekä lopulta käytetään tai luovutaan niiden käytöstä. Tutkimuksessa hän käyttää syrjäseudulla asuvilta ja iäkkäiltä ihmisiltä sekä teknologiapolitiikan paikallisvaikuttajilta kerättyjä haastatteluja sekä elämäkertakirjoituksia.

Ymmärtääkseni käsittelemääni aikaa ja sille tyypillisiä sukupuolirooleja ja -normeja olen tutustunut sosiologi Elina Haavio-Mannilan vuonna 1968 julkaistuun teokseen *Suomalainen nainen ja mies: Asema ja muuttuvat roolit*. Tutkimuksessa selvitetään naisten ja miesten asemaa ja sen muutosta suomalaisen yhteiskunnan oikeudellisella, taloudellisella, sosiaalisella sekä poliittisellä kentällä. Aineistona Haavio-Mannilalla on tilastoja, Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran arkiston kansanelämäkuvauksia, yhdistysrekisteritietoja, Suomen Teiniliiton arkistoaineistoa, Helsingin yliopiston sosiologian laitoksen harjoituskursseilla koottua havainnointiaineistoa sekä tutkimusta varten kahdeksalla paikkakunnalla suoritetuista haastatteluista.

## 2. Tutkimusaineistot ja -metodit

Tässä luvussa esittelen aineiston, jonka avulla syvennyn teemoihin pyykinpesukoneen ympärillä. Kuvaan myös prosessia aineiston hankinnan taustalla, sekä analyysimenetelmääni ja työni kannalta tärkeimpiä teorioita. Lopuksi pohdin tutkimuseettisiä kysymyksiä, joita tutkielmani kohdalla tulee huomioida.

### 2.1. Postikyselyt muistitietoaineistona

Kansatieteellisen kyselytoiminnan juuret voidaan jäljittää 1800-luvun puoliväliin, jolloin ylioppilaat kiersivät ympäri Suomea keräämässä kansanperinnettä ja -runoutta talteen valmistaen pohjaa suomalaiskansallisen identiteetin rakentamiselle. Myöhemmin kyselytoiminta organisoitui, ja siihen osallistui erilaisia laitoksia, järjestöjä sekä yhteisöjä. Turun yliopistoon perustettiin suomalaisen ja vertailevan kansatieteen oppiaine vuonna 1958 ja samalla aloitettiin laajamittainen postikyselytoiminta. Postikyselyiden tarkoituksena oli kerätä materiaalia uutta kansatieteen oppiainetta ja sen opiskelijoita varten. Kansatieteellisten kyselyiden myötä haluttiin laajentaa kyselyjen aihepiirejä koskemaan muutakin kuin esimerkiksi tiettyjen arkistojen intressejä. Postikyselyt päättyivät järjestäytyneessä muodossaan vuonna 1979, mutta kyselyitä tehtiin myöhemminkin esimerkiksi yksittäisten opinnäytteiden myötä. (Korkiakangas ym. 2016, 8–13.)

Aineistona käyttämäni postikysely on postikyselyiden sarjan numero 47: ”Ennen sotia – sotien jälkeen”. Turun yliopiston kansatieteen laitos laati kyselyn kesäkuussa 1973. Aineistoa säilytetään tutkimuskäyttöä varten Turun yliopiston historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen arkistossa. Kyselyssä on haluttu selvittää, miten sota-aika on vaikuttanut vastaajien elämän eri osa-alueisiin. Keskityn tutkielmassani kyselyn ”työolot” -osion kysymyksiin 1–4, jotka liittyvät olennaisesti tutkimusteemoihini:

1. Tiedetään, että naisten ansiotyössä käynti lisääntyi yleisesti sodan aikana. Miten oli Teidän paikkakunnallanne? Jatkuiko tämä suuntaus myös sotien jälkeen? Minkälaisia aikaisemmin ”miesten töiksi” katsottuja töitä muistatte jääneen sodan jälkeenkin ”naisten töiksi”?
2. Minkälaisia vaikutuksia oli naisten työssäkäynnin lisääntymisestä? Muuttuivatko naisen elämänsenteet työhön menon myötä; tuliko hänestä itsenäisempi, vapaampi? Kiinnostuiko hän yhteiskunnallisista asioista tai politiikasta? Milloin paikkakunnallanne on alettu valita naisia

esim. koulujen vanhempainneuvostoon, kunnan lautakuntiin, kirkon johtoelementtiin jne?

3. Mitä vaikutuksia naisen työssäkäynnillä oli perheen sisällä? Tapahtuiko naisen asemassa muutoksia? Osallistuivatko mies ja lapset esim. enemmän kotitöihin, vai katsotteko, että ansiotyössä käyvän perheenäidin työtaakka lisääntyi suuresti työssäkäynnin johdosta? Hankittiinko kodin koneita? Minkälaisia? Miten yleistä kotiapulaisen pito oli paikkakunnallanne ennen sotia/sotien jälkeen (maanviljelijä-, työläis-, virkamiesperheissä)? Muuttiko työssäkäynti naisten käsityksiä lasten ja nuorten kasvatuksesta? Miten?

4. Lisäsikö naisen työssäkäynti ulkopuolisten palvelujen hyväksikäyttöä perheessä? Miten? Alettiinko esim. ostaa valmiina sellaisia tuotteita, joita ennen valmistettiin kotona, tai käyttää erilaisia palvelulaitoksia (esim. pesulaa)?

Kansatieteellisille kyselyille ominaista etenkin aiemmin on ollut niiden kiinnostus yksityiskohtiin, mikä voi tehdä kysymyksistä johdattelevia ja paljastaa tutkijan esiyymmärryksen aiheesta (Korkiakangas ym. 2016, 15). Huomaan tämän käsittelemieni kysymysten kohdalla ja minun tulee ottaa se huomioon aineiston käsittelyssä. Kysymyksissä on monia tarkentavia ja siten johdattelevia jatkokysymyksiä, joista osa on mielestäni latautuneita. Esimerkiksi toisessa kysymyksessä kysytään, muuttuivatko naisten elämänasenteet työhön menon myötä, ja asiaa tarkennetaan kysymällä tuliko naisista vapaampia tai itsenäisempiä. Tällainen kysymyksenasettelu voi saada vastaajan käsittelemään asiaa automaattisesti vain tästä näkökulmasta, ja kysymyksenasettelu omalta osaltaan esimerkiksi tuottaa sukupuolta (Olsson 2009, 34). Väljempi kysymyksenasettelu olisi saattanut saada aikaan monipuolisempia ja objektiivisempia vastauksia.

Postikyselyiden vastaajat muodostivat vastaajaverkoston, jolle kyselylehtinen lähetettiin. Uusia vastaajia kerättiin myös ilmoittamalla keruusta sanomalehdessä. (Talve 1984, 27–30.) Keruun kannalta tärkeää oli saada mahdollisimman tasaisesti tietoa eri puolilta maata ja eri sukupuolilta tai sukupolvilta. Vastaajien ei tarvinnut maksaa vastaamisesta aiheutuvia kuluja, vaan tilaajalle lähetettiin vastauspaperia ja kuori, jonka lähetykseluista vastasi kyselyiden toteuttajataho. (Leimu 2005, 82–83.) Tästä huolimatta mielestäni kyselyihin vastaavat ihmiset ovat oma ryhmänsä, joka ei kata koko väestöryhmää. Esimerkiksi erilaiset vähemmistöt ovat usein jääneet arkistoissa kuulumattomiin (Kaleva-Hentunen 2019). Vastaajilla on aikaa ja energiaa vastata kansatieteellisiin kyselyihin, ja he kokevat sen tarpeelliseksi tai itselleen mieluisaksi. He ovat yleensä myös tietyn ikäisiä. Tässä tapauksessa vastaajat ovat

syntyneet 1900-luvun alussa, eli ovat pääosin 50–70 ikävuoden väliltä. Pysin kuitenkin loughimaan aineistoa siten, että saisin mahdollisimman erilaisten ihmisten ääniä kuulumaan.

Vastauksia aineistona käyttämäni kyselyyn saapui 230 vastaajalta, joista vastausten tai nimien perusteella miehiä oli 107 ja naisia 123. Vastauksista 22:ssa ei kommentoitu käsittelemiäni aiheita ollenkaan, joten aineistoni käsittää 208 vastausta 113 naiselta ja 95 mieheltä. Suurin osa vastaajista paikantuu maaseudulle. Vastaukset paikantuvat ympäri Suomea ja myös luovutetun Karjalan alueelle. Suurin rykelmä koskee Länsi-Suomen oloja, ja Lapin oloista kerrotaan vain muutamassa vastauksessa. Aivan pohjoisimmasta Lapista ei ole tullut lainkaan vastauksia. Lappi jää siis tutkielmassani vähälle huomiolle, mikä on harmillista, sillä Pohjois-Suomea on tutkittu etnologian piirissä muutenkin melko vähän (Ruotsala 2009, 181–182; 186–187).

Aineistona käyttämäni kyselyvastaukset käsittelevät pääasiassa mennyttä aikaa. Niihin kuitenkin sekoittuu myös vastausaika informanttien käsitellessä muutosta aina sotia edeltävästä ajasta sen hetkiseen aikaan. Muisteltuun aineistoon viitataan etnologiassa termillä *muistitieto* (Korkiakangas 1999, 161). Tietyt tapahtumat ja ajanjaksot jäsentävät muistoja ja antavat niille historiallisen kehyksen. Suomessa viime vuosikymmenien merkittävimpiä historiallisia käännekohtia ovat olleet toinen maailmansota ja sen jälkeiset vuodet, sekä 1960- ja 1970-lukujen suuren muuton aika. Muistoihin saattaa sekoittua piirteitä muiden ihmisten samaa aikaa ja tapahtumia käsittelevistä kertomuksista, joista muodostuu tietynlaista kollektiivista muistiaimesta. Muistelu tapahtuukin usein sekoituksena henkilökohtaisia sekä kollektiivisia tai kulttuurisesti yhteisenä jaettuja muistoja ja tuntemuksia. Muistamiseen liittyy myös muistellun ajanjakson elämäntilanteen vaihe, sillä tietyt tapahtumat voivat muistua hyvin erilaisina riippuen siitä oliko muistelijä kyseiseen aikaan esimerkiksi lapsi vai aikuinen. Lisäksi muistoihin voi liittyä vahvoja tunnekokemuksia, jotka värittävät niitä ja saattavat joko auttaa muistamaan tilanteet paremmin, tai vastaavasti häivyttää niitä mielestä. Erityisesti sota-aikojen kokemuksiin on liittynyt usein kollektiivista unohtamista, jolloin traumaattisia kokemuksia on lähdetty purkamaan yksityisesti ja julkisesti vasta paljon tapahtumia myöhemmin. (Korkiakangas 1996, 33–36; 39.)

Muistitiedon tulkitseminen on usein hienovaraisten ja huomaamattomien, mutta samalla tutkimuksen kannalta olennaisten asioiden etsimistä informantin

kertomuksista. Tärkeintä muistitiedon tulkinnassa on havainnoida sitä, miten asioista kerrotaan ja miksi informantti pitää juuri kertomiaan asioita kertomisen arvoisina. Informantti muistaa tiettyjä asioita tietyllä tavalla, ja tutkijan tehtävä on päätellä siitä merkityksiä. Tutkijan tulee erottaa toisistaan kertojan suhde kertomaansa sekä oma suhteensa tuohon kertomukseen. (Kalela 2006, 75–76.) Tarkastelemalla kertojien kielenkäyttöä yksityiskohtaisesti voi arjen ilmiöistä havainnoida eroja ja yhtenäisyyksiä eri kulttuurien tai ryhmien välillä. Muistitiedon tulkinnan kautta saattaa löytää asioita, joita ei havaittaisi esimerkiksi viranomaisten tuottamien lähteiden perusteella. (Kotilainen 2014, 157).

Kielenkäyttö liittyy myös ajalliseen etäisyyteen. Kertojat ovat käsittäneet ja ilmaisevat omaa todellisuuttaan ajalle sopivalla tavalla, ja on tärkeää erottaa mitä eroa siinä on myöhempien sukupolvien tapaan käsittää samat asiat. (Kalela 2006, 75.) Muistitietoa käsitellessäni minun tuleekin ottaa huomioon materiaalin historiallinen konteksti ja kerroksellisuus. Kyselyaineisto on kirjoitettu ja kerätty 1970-luvun alussa, mutta vastaukset koskevat myös sotia edeltävää ja niiden jälkeistä aikaa, eli parinkymmenen vuoden ajanjaksoa keruuajasta taaksepäin. Aineistojen keruuhetkellä voi olla merkittävä vaikutus aineistoon (Kotilainen 2014, 156), mutta täytyy huomioida myös sen merkitys missä ajassa aineistoa havainnoidaan, eli tutkijan oma ajallinen konteksti. Menneisyyden ajan kokemuksta voidaankin pitää usean ajan yhdistelmänä. Tutkimusaineistoja voidaan tarkastella useissa ajallisissa konteksteissa, mutta ajallinen kerrostuneisuus täytyy huomioida tutkimusasetelman ja -tulosten kannalta. (Knuuttila 2010, 31; 34.) Tutkielmani aiheiden kannalta olennaisia ovat esimerkiksi naisten asemaan liittyvät asenteet, jotka olivat erilaisia tutkielmani aikajänteen alussa ja vastausten keruuajana. Minun täytyykin pyrkiä erottamaan kirjoitusajan ihanteiden ja odotusten vaikutus tekstiin, jotta pääsen käsiksi myös asenteiden muutokseen. (Olsson 2009, 34.)

## **2.2. Lehtimateriaali ja mainosten representaatio**

Kyselyvastauksen lisäksi perehdyn Kansalliskirjaston digitaalisesta arkistosta kokoamaani materiaaliin. Tutustuin järjestelmällisesti materiaaliin, joka löytyi hakukoneen avulla erilaisilla pyykinpesukoneeseen liittyvillä hakusanoilla, kuten esimerkiksi ”pesukone”, ”pyykinpesu” ja ”pyykkäys”. Käytän tutkielmassani

hakutuloksia vuosilta 1946–1973, mutta suurin osa aineistostani keskittyy 1950-luvun alusta 1970-luvun alkuun. Tulokset keskittyvät aikaan, jolloin lehdistö alkoi kirjoittaa pyykinpesukoneista ja niiden markkinointi käynnistyi. Ajanjakson aikana pyykinpesukoneet myös yleistyivät suomalaisissa kodeissa (Pantzar 2000, 42). Aineiston loppuvuosi määrittyy sillä, että lehtiaineiston lisäksi aineistona käsittelemäni kyselyvastaukset on kerätty vuonna 1973, ja halusin keskittää molemmat aineistot samaan ajanjaksoon. Arkistoon on digitoitu lukuisia eri lehtiä, ja omaan aineistooni olen koonnut materiaalia eri puolilla Suomea julkaistuista sanoma- ja aikakauslehdistä, jotka ovat suunnattu eri sukupuolta tai sosiaaliluokkaa edustaville ihmisille. Aineistooni kuuluu myös kaksi televisiossa esitettyä pyykinpesukonemainosta, joista toinen löytyi Finna.fi -hakupalvelun ja toinen Yle Elävän arkiston kautta. Tarkastelen mediamateriaalin avulla keskustelua, jota pyykinpesukoneista on käyty ja kiinnitän huomiota lehtien mainoskuvastoon.

Kuluttajaekonomisti Visa Heinonen ja mainonnan suunnittelija Hannu Konttinen määrittelevät mainonnan muun muassa talouden kulttuuriksi, sosiaalisesti kommunikaatioksi, ajan peiliksi ja osaksi Suomen historiaa. Mainonnan avulla voidaan heidän mukaansa käsitellä esimerkiksi sitä, mistä juontavat juurensa kunkin ajan unelmat ja ideaalit, sukupuoliroolien kuvaaminen tai erilaisten painotusten ja tunnelmien muutokset. (Heinonen & Konttinen 2001, 14–17.) Mainonta ja lehdet ovat osa modernia kulutuskulttuuria, ja ne tuottavat sekä ylläpitävät tuotteisiin liittyviä mielikuvia sekä luovat uusia tarpeita. Tavaramäärän kasvaessa myös niiden symboliset ja kulttuuriset ominaisuudet muodostuvat yhä tärkeämmiksi. (Sarantola-Weiss 2003, 43.)

Käsittelen tutkielmassani mainoksia niiden tuottamien *representaatioiden* kautta. Kulttuurintutkija Stuart Hall määrittelee representaation merkitysten tuottamiseksi, mikä tapahtuu mielessämme olevien käsitteiden avulla. Käsitteet ovat rakentuneet mieliimme kulttuurillisesti ikään kuin kartastoksi, jonka avulla voi tulkita visuaalisen kuvaston ja kielen sisältämiä merkkejä ja merkityksiä. (Hall 1997, 16–18.) Representaation voi nähdä sekä todellisuuden heijastajana että rakentajana. Näkökulman mukaan kuvaa voi siis tulkita sen perusteella, miten se vastaa todellisuutta, mutta myös miten ja millaisen todellisuuden kuva rakentaa. (Seppänen 2005, 78.)

Todellisuuden tuottaminen ja heijastaminen eivät ole toisistaan erillisiä. Esimerkiksi mainonnan tekijät ovat puolustelleet mainosten sukupuolikuvien kritiikkiä väittämällä ainoastaan heijastavansa jo olemassa olevia sukupuolittuneita ilmiöitä. Tosiasiassa mediakuvat ovat valintojen tulos, ja ne pelkän heijastuman sijaan pikemmin jatkavat merkitysprosessiaan. (Rossi 2010b, 267–268.) Visuaalisen viestinnän tutkija Janne Seppänen kuvailee visuaalisen kulttuurin kuvastoja poliittisiksi kuvastoiksi. Hän viittaa esimerkiksi mainoskuviin pohjautuviin valintoihin ja päätöksiin, joihin liittyy tietynlaisia merkityksiä. Samalla valinnat sulkevat joitain muita merkityksiä kuvan ulkopuolelle. Mainoskuvien kohdalla niiden visuaaliseen sisältöön vaikuttaa erityisesti se, että niiden päätarkoitus on myydä tuotetta mahdollisimman hyvin. Mainosten ja muun visuaalisen kulttuurin tuottajat tekevät siis päätöksiä siitä, millaiseksi arjen visuaalinen kulttuuri muodostuu ja millaisia visuaalisia järjestyksiä julkisuuteen rakentuu. (Seppänen 2005, 15.)

Kirjallisuudentutkija Sanna Karkulehdon mukaan länsimaisen media- ja kulutuskulttuurin tuottamat representaatiot välittävät ja tuottavat tietyn näköisiä näkemyksiä maailmasta ja yhteiskunnasta, mutta sen lisäksi muokkaavat toimijuutta ja identiteettejä. Se tapahtuu *intersektionaalisesti*, eli muokkausprosesseissa risteää keskenään erilaisia identiteettitekijöitä, kuten sukupuoli, seksuaalisuus, kansallisuus ja luokka. Risteämiin liittyy erilaisia rajanvetoja, luokitteluja, hierarkioita ja arvottamista. Mainoksia katsoessa ei siis tehdä pelkästään osto- ja kulutuspäätöksiä, vaan myös identiteettityötä, johon mainonnan välittämät identiteettiesitykset osallistuvat. Mediarepresentaatioita tutkimalla voi tarkastella millaisia merkityksiä tai tietoa media tuottaa erilaisista asioista, ilmiöistä, ympäristöistä, ihmisistä, identiteettiasioista ja -positioista, ja millaisia asioita ne mediassa edustavat (Karkulehto 2011, 36–37).

Yhteiskunnan valtarakenteet muotoilevat sen, mitä voidaan tehdä näkyväksi ja mistä tai miten asioista voidaan puhua (Rossi 2010b, 263). Media muuttuu yhteiskunnan ja kulttuurin muuttuessa ja hakee muotoa niiden näköiseksi. Uudet ilmiöt, aatteet, ideat ja arvot saattavat välittyä yleisölle median kautta hyvinkin nopeasti. Sama toisaalta koskee vanhojen arvojen kyseenalaistamista, ja mediassa on mahdollisuus myös tehdä näkyväksi, purkaa ja toimia vastaan vallitsevaa valtaa ja ideologioita. Mediaesitykset perustuvat toistoon, jolloin toistoa voidaan käyttää hyväksi toistamalla kuvattuja kohteita myös toisin. Toisaalta representaatio myös edustaa jotakin asiaa, kuten



ilmiötä, ideologiaa tai identiteettiä. Sen takia representaatio voi yksipuolistaa yleisiä näkemyksiä kohteista, joita ne kuvaavat tai esittävät. Näitä stereotypioita voi olla vaikea huomioda, sillä ne saattavat tulla liian lähelle katsojaa arkipäiväisyydessään. (Karkulehto 2011, 39–47.)

Olennaista aineistoni tulkinnassa on koittaa myös selvittää, miten kuluttajat ovat suhtautuneet mediaesityksiin ja miten se on vaikuttanut pesukoneiden käyttöönottoon. Sosiologi ja kulttuurintutkija Stuart Hall [1997] on teoretisoinut median vastaanottoa 1980-luvulla. Teoretisointi johti kulttuurintutkimuksen käsityksiin siitä, että mediatekstien ja -sisältöjen merkitykset eivät olisi pelkästään niiden tuotannon ja esittämistavan määrittelemiä, vaan mediakuvaston yleisö osallistuu aktiivisesti niiden merkityksellistämiseen ja tulkintojen tekemiseen. Merkityksellistämiseen vaikuttaa katsojan kulttuurinen ja sosiaalinen tausta ja erilaiset identiteettitekijät, kuten sukupuoli, seksuaalinen suuntautuminen, luokka, etninen tausta, ikä, asuinpaikka ja kansallisuus. Toisaalta koska mediateksteihin nähdään kuuluvan aina yhteiskunnallista valtaa, ei yleisö aktiivisena tulkitsijanakaan pysy täysin erossa esimerkiksi sen ideologisilta vaikutteilta. (Karkulehto 2011, 53.)

### **2.3. Kulttuurianalyysi tutkimusmetodina**

Kansatieteellinen esinetutkimus oli pitkään aineistokeskeistä, ja esineitä tutkittiin evolutionistisesta näkökulmasta selvittämällä niiden alkuperää, kehityskulkua sekä levinneisyysalueita (Sammallahti 1985, 110; Kiuru 1999, 222; Kiuru 2001, 65–71). Modernisaation myötä kuitenkin myös esineitä ryhdyttiin tutkimaan uusien näkökulmin. Niiden merkityksiin syvennyttiin esimerkiksi kulttuurianalyysin avulla, jota tutkielmassani käytän. (Lehtinen 2005, 197.) Antropologi Arjun Appadurain mukaan esineiden merkitykset muodostuvat vasta ihmisten käyttäessä niitä. Esineille muodostuu ihmisten luomia ominaisuuksia sen mukaan, mitä niiltä tarvitaan. (Appadurai 1986.) Esineet kertovat niiden ulkoisten tai teknisten ominaisuuksien perusteella ympäröivän kulttuurin arvoista, asenteista ja käytännöistä. Erilaiset materiaalivalinnat ja muodot kertovat esineiden funktioista, niihin liittyvistä esteettisistä ihanteista tai olosuhteista. Lisäksi niihin liittyy tietynlaisia koodeja, jotka paljastavat ihmisten välisiä suhteita, käyttötilanteita ja -yhteyksiä. Siten esineestä voi lukea erilaisia asioita esimerkiksi sukupuolesta, ihmisen toiminnasta ja tarpeista sekä

sosiaalisista asenteista. Ne voivat toimia yksilön eri identiteettitekijöiden esittäjinä ja välittäjinä. (Lehtinen 2005, 185–187; 195; 199.)

Kulttuurianalyysissä pyritään avaamaan ja tulkitsemaan symboliverkostoa, joka on muodostunut jonkin asian tai ilmiön ympärille. Sen kannalta on tärkeää huomioida myös tilanteet ja asiat, joissa ei näennäisesti tapahdu mitään erityistä. Kotityöt jäävät helposti huomioimatta suurempien merkitysten kannalta, sillä ne sisältävät jokapäiväisiä, rutiininomaisia tehtäviä. Toisteisuudessaan ne kuitenkin avaavat mahdollisuuksia monenlaisille tulkinnoille. Tutkielmassani pesukone toimii kiinnekohtana tietyn ajan ja kulttuurin arvojen sekä merkitysten perkaamiseen. (Ehn & Löfgren 2010, 4–5; Lehtinen 2005, 197.) Sen avulla on mahdollista syventyä esimerkiksi kuluttamiseen, jota käsittelen kulttuurisesti rakentuneena ja kulttuuria rakentavana toimintana. Keskeistä tässä on pohtia erilaisten tarpeiden syntymekanismia, sekä millaisia suhteita ja kommunikatiivisia merkityksiä kuluttaja luo tavaroihin. Ne luovat merkitysverkoston, jota voidaan kutsua kulutuskulttuuriksi. (Sarantola-Weiss 2003, 32–33.)

Arkistoa voidaan pitää tutkijan yhdyssiteenä menneisyyteen. Arkistoaineiston kautta voi päästä tutkimaan mikrohistoriallisia ilmiöitä, eli syventyä yksilöiden kokemuksiin ja arkeen sekä heidän suhteeseensa toisiinsa ja yhteiskuntaan ajallisessa kontekstissaan (Jönsson & Nilsson 2017, 12–14). Kulttuuri kuitenkin myös heijastaa yhteiskunnan rakenteita. Etnologi Jonas Frykmanin ja Orvar Löfgrenin mukaan kulttuurianalyysin avulla voidaan saada pilkahduksia menneen ajan ihmisten ajatusmaailmasta, kokemuksista ja tunne-elämästä. Se voi tapahtua myös tavallaan kiertoteitse tutkimalla sitä, miten näitä maailmankuvia on tuotettu, vahvistettu ja muutettu yhteiskunnassa. (Frykman & Löfgren 1979, 15–17.)

Halusin yhdistää aineistossani kyselyvastauksia ja sanoma- sekä aikakauslehtiaineistoa, jotta saan laajemman näkökulman aiheeseen. Kyselyvastauksista saan yksittäisten ihmisten äänen kuuluviin, mutta lehdistä pääsen näkemään, miten pyykinpesukoneista on keskusteltu yleisemmällä tasolla ja miten niitä on markkinoitu kuluttajille. Etnologiassa eri aineistojen ja metodien yhdistämisellä viitataan bricolage-menetelmään (Jönsson & Nilsson 2017, 8). Eri aineistoja yhdistämällä pyritään näkemään arkipäiväiset ilmiöt uusin silmin. Etnologi Billy Ehnin mukaan menetelmän hyötynä on sen joustavuus siirtyä paikasta ja

ajankohdasta toiseen, jotta tutkija saa tarpeellista materiaalia sosiaalisen elämän lähes näkymättömistä teemoista (Ehn 2014, 61–62). Menetelmää käyttäessä tulee kuitenkin huomioida sen haasteet lähdekritiikkiin liittyen, ja huomioida teemoissa tutkijan omat lähtökohdat ja miten aineistonvalintaan liittyvät motiivit voivat vaikuttaa lopputulokseen. Olennaista on myös se, millaisia tulkintoja ja yleistyksiä yksittäisten lausuntojen tai materiaalien perusteella aineistosta voi tehdä. (Ehn 2014, 61–62; Jönsson & Nilsson 2017, 15–16.)

Aineistoni on laaja, ja sen tarkka läpikäyminen vaatisi enemmän aikaa kuin tämän tutkielman kannalta on olennaista. Olen käynyt aineistoa läpi moneen kertaan, mutta jokaisen yksittäisen vastauksen, mediakuvan tai -tekstin tarkan analysoinnin sijaan olen pyrkinyt hahmottamaan kokonaiskuvaa yrittäen kuitenkin välttää edellä mainitun liiallisen yleistämisen. Minun tulee myös huomioida, että vaikka aineistossani on monentyyppisiä lehtiä, eivät nekään kata koko Suomea. Arkistonmuodostukseen liittyy myös valtaa, ja arkistoon kerätään materiaalia sen mukaan, mikä missäkin ajassa koetaan tarpeelliseksi. Se voi kutistaa aineiston monimuotoisuutta, mutta toisaalta se myös luo mahdollisuuden tulkinnoille siitä, mitä asioita aineiston keruuhetkellä on pidetty huomionarvoisina. (Ekström 2017, 24.) Aineistossani huomioni ovat kiinnittäneet tietyt vastaukset tai mediamateriaalit, ja olen kohdistanut niihin tarkempaa käsittelyä. Ne ovat yleensä toimineet eräänlaisina malliesimerkkeinä yleisistä teemoista, jotka ovat muutenkin nousseet aineistosta esiin, tai toisaalta näyttäytyneet tietynlaisina poikkeuksina näissä säännönmukaisuuksissa.

Monentyyppisen aineiston käyttö on ollut myös tutkimusajankohdan sanelemaa. Olen tehnyt tutkielmaani korona-aikana, joten kirjastot ja arkistot ovat olleet suuren osan työskentelyajastani kiinni tai aineisto on ollut haastavammin saatavissa. Siksi olenkin ollut erityisen kiitollinen digiarkistoihin tallennetusta materiaalista, johon olen päässyt käsiksi turvallisesti kotonani.

#### **2.4. Sukupuolen, paikan ja luokan intersektio**

Tutkielmani keskiössä ovat sukupuoli, paikka ja luokka. Haluan selvittää, miten nämä identiteettitekijät vaikuttivat mahdollisuuksiin tai haluun hankkia pesukone, sekä sen merkityksiin osana kotien esinemaailmaa. Lähestyn näitä sosiaalisia erontekoja *intersektionaalisen* näkökulman kautta, jossa eroja tarkastellaan toisiinsa

kietoutuneina yhtymäkohtina. Sen mukaan esimerkiksi sukupuoli on vain yksi identiteettiä määrittelevistä tekijöistä, eikä välttämättä ensisijainen. Muita tekijöitä voivat olla esimerkiksi kansallisuus, luokka, ikä sekä seksuaalisuus, ja nämä tekijät ovat dynaamisessa suhteessa toisiinsa sekä muuttuvaisia eri ajassa ja paikassa. Ne rakentavat ja muokkaavat toisiaan ja siten myös yksilön identiteettiä. Eroihin liittyy valtasuhteita, joita intersektionaalisuuden kautta voidaan tunnistaa ja tuoda näkyviksi. (Collins 1998; Rossi 2010b, 35; Saarikangas 2006, 19–20.)

Olen valinnut syventyä näihin eroihin, sillä aineistoa kootessa ja tutkiessani huomasin aineiston herättävän mielessäni kysymyksiä erityisesti näihin asioihin liittyen. Myös teknologiasuhteita tutkinut yhteiskuntatieteilijä Noora Talsi huomioi tiettyjen sosiaalisten erojen liittyvän siihen, miten teknologioita tulkitaan, merkityksellistetään ja arvotetaan, tai miten teknologioita otetaan käyttöön, käytetään ja mahdollisesti luovutaan käytöstä. Talsin käsittelemiä eroja ovat sukupuoli, ikä ja paikka. (Talsi 2014, 14–15.) Omassa tutkielmassani miellen luokan ikää olennaisemmaksi eroksi, koska tutkin aihetta myös mainostuksen ja kuluttamisen kautta.

Sukupuolta ja seksuaalisuutta voidaan pitää ajassa ja paikassa muuttuvina merkitysprosesseina. Niihin vaikuttavat erilaiset yhteiskunnalliset muutokset, arvot ja asenteet. Tutkielmani kannalta onkin olennaista tarkastella aineistoani sen ajallisesta ja kulttuurisesta lähtökohdasta. Aineistoni käsittelee aikaa, jolloin naisten ja miesten sukupuolinen kategorisointi oli vahvaa, mikä vaikuttaa myös aiheen käsittelyyn. Myös tuon ajan feministinen keskustelu sijoittui feminismiin toiseen aaltoon, jossa painotettiin sukupuolten, eli tuohon aikaan normina pidettyjen kahden sukupuolen keskinäistä eroavaisuutta. (Rossi 2010b, 23–25.) Käsittelemäni aineistoa naisten ja miesten kategorioista, mutta pyrin huomioimaan aineistossani myös mahdollisia toisintekemisiä ja etsimään säröjä kaksijakoisen sukupuolen ja heteronormatiivisen kodin esittämisessä.

Lähestyn sukupuolta sen performatiivisuuden eli sukupuolen tekemisen kautta. Filosofi ja feminismin teoreetikko Judith Butlerin [1990] mukaan sukupuoli rakentuu sosiaalisten käytänteiden ja siihen kulttuurisesti liitettyjen merkitysten ja erontekojen toistamisen myötä. Näkemyksen mukaan ihmisen sukupuolen määrittää tietynlaisen ruumiin sijaan se, miten ruumista käyttää. Tällaisia kulttuurissa vallitseviin sääntöjärjestelmiin liittyviä tekoja voivat olla esimerkiksi erilaiset eleet, pukeutuminen

ja puhetyyli. (Pulkkinen 2000, 52–53.) Keskiössä on erityisesti tekojen jokapäiväinen toisteisuus, mutta näiden toistojen toisintekemisessä piilee kuitenkin myös muutoksen mahdollisuus. (Rossi 2010b, 27.) Performatiivisuuden näkökulma istuu mielestäni hyvin kotitöiden tarkasteluun, sillä ne ovat arjen fyysisiä ja toisteisia toimintoja.

Teknologioissa luokkaeroja voidaan nähdä esimerkiksi niiden suunnittelun, mainostuksen, hinnan tai sen kautta, miten ne otetaan osaksi sosiaalista elämää. (Bell 2006, 55). Luokkaa voidaan käsitellä eri tavoin sen mukaan, millaisesta yhteiskunnasta puhutaan ja missä ajassa. Olennaisia ovat kuitenkin ihmisten muodostamat ryhmät tai heidän luokittelunsa tiettyihin ryhmiin huolimatta siitä valitsevatko he sen itse. Luokitteluun liittyykin usein vallankäyttöä. (Saaristo & Jokinen 2004, 150–151.) Tutkielmani kannalta olennaista on ihmisryhmien välinen sosiaalinen hierarkia. Ihmisryhmien voidaan nähdä jakaantuvan erilaisiin kerroksiin esimerkiksi tulojen, koulutuksen, rodun, uskonnon, iän, sukupuolen tai statuksen perusteella. Puhutaan yhteiskunnan kerrostuneisuudesta eli *sosiaalisesta stratifikaatiosta*. Tiettyyn kerrostumaan kuuluvilla on yleensä samankaltaiset elinolot ja mahdollisuudet, ja sosiaalisen epätasa-arvon muodot ovat usein intersektionaalisesti yhteydessä toisiinsa. Liikkuminen kerrostumasta toiseen on mahdollista, mutta se voi olla vaikeaa. (Saaristo & Jokinen 2004, 155.)

Yhteiskunnan kerrostuneisuutta voidaan tarkastella yhteiskuntaluokkien kautta, joiden perustana pidetään taloudellisia seikkoja. Erot yhteiskuntaluokkien välillä eivät ole välttämättä selkeitä, ja esimerkiksi keskiluokan käsite on kiistanalainen. (Saaristo & Jokinen 2004, 157.) Käsitellen tutkielmassani luokkaa erityisesti sosiologi ja kulttuuriantropologi Pierre Bourdieun [1994] *habituksen* käsitteen kautta. Siihen liittyvät niin yksilön taloudelliset, sosiaaliset kuin kulttuurisetkin seikat. Habitus on ikään kuin järjestelmä, joka koostuu sosiaalisesti periytyneistä kulttuurisista toiminta- ja ajattelumalleista, jotka vaikuttavat yksilön tapoihin havaita asioita ja suhtautua niihin. Bourdieu puhuu *distinktiosta*, joka merkitsee yksilön kykyä osoittaa makua, jonka avulla voidaan samaistua muihin tai erottautua muista. Hyvän maun määrittelevät eniten taloudellista ja kulttuurillista pääomaa omaavat henkilöt, joita muut ryhmät pyrkivät jäljittelemään. Se osoittaa yksilön symbolista pääomaa, ja esimerkiksi kulutuksen kautta voidaan ilmentää omaa luokka-asemaa ja ylläpitää

sosiaalisia eroja. (Saaristo & Jokinen 2004, 175; Jokinen & Saaristo 2006, 170; 172; Sarantola-Weiss 2003, 34.)

Myös sukupuoleen kytkeytyvää toimintaa voi käsitellä habituksen kautta. Osana habitusta voidaan pitää esimerkiksi kotitöiden tekemisen opittuja taitoja, sekä niiden pitämistä luontevana ja ihanteellisina tietylle sukupuolelle. (Jokinen 2005, 50.) Sosiologi Anu-Hanna Anttilan mukaan luokka ja sukupuolijärjestys kytkeytyvät vahvasti toisiinsa myös sen kautta, että eri luokkiin kuuluvilla on erilaisia resursseja neuvotella esimerkiksi sukupuolten välisestä työnjaosta. Esimerkiksi keskiluokalla voidaan nähdä laajemmat mahdollisuudet sukupuolen performoimiseen, kun perinteiset sukupuoli- ja luokkajärjestykset sitovat vahvemmin työväenluokkaisia miehiä ja naisia. (Anttila 2012, 300–301.)

Paikkaa käsittelen tutkielmassani sekä maantieteellisen paikan että kotien sisäisten paikkojen kautta. Sukupuolen performatiivisuus näkyy esineiden käytössä, mikä liittyy koteihin tiloina, niiden käyttöön ja sukupuolittumiseen. Taidehistorioitsija Kirsi Saarikangas lähestyy tilan sukupuolittuneisuutta performatiivisuuden kautta ja määrittelee tässä yhteydessä sukupuolen kiinteän identiteetin sijaan ruumiillis-kulttuurisena prosessina. Siinä sukupuolen tarkastelun kohteena ovat sukupuolen ja sukupuolittuneisuuden paikantuneet, materiaaliset ja erityiset merkitykset. Saarikankaan mukaan tila on vastavuoroisessa suhteessa tilassa toimivaan ihmiseen ja sen kautta sukupuoleen sekä muihin merkityksiin kuten tunteisiin ja aistimuksiin. Tila sekä sukupuolittaa siinä toimijaa että sukupuolittuu toiminnan kautta. Tila ja sukupuoli saavat merkityksensä suhteessa toisiinsa, arjen tilanteissa sekä rutiineissa ja toistoissa (Saarikangas 2006, 15–18.)

Maaseudun ja kaupungin välinen paikantuneisuus on tutkielmassani tärkeää, sillä vielä sotienjälkeisessä Suomessa suurin osa väestöstä asui maaseudulla, ja erottelu maaseudun ja kaupungin välillä oli vahvaa (Korhonen 1999, 136). Etnologiassa kaupunki ja maaseutu määrittyvät kulttuurisesti, mihin vaikuttavat kaupunkilaisten tai maaseudulla asuvien elämäntavat. Elämäntapa muodostuu monenlaisista seikoista, kuten elinkeinosta, sosiaalisesta asemasta ja yhteisöön sopivasta käyttäytymisestä. (Räsänen 1985, 77.) Ihmisten väliset siteet muodostuvat erilaisella tavalla kyläyhteisössä kuin kaupungeissa. Maaseutuyhteisöissä korostuu etenkin yhteisöllisyyden merkitys, kun taas kaupunkioloissa yksilöt ovat itsenäisemmin

vastuussa elämästään. Kaupungistumisen myötä kuitenkin myös maaseudun on nähty muistuttavan sosiaalisilta rooleiltaan enemmän kaupunkilaisia rooleja. (Holmila 2001, 14–15.) Yhteisöllisyys pohjautui esimerkiksi maaseutuelinkeinojen vaatimaan yhteistyöhön, joka väheni maaseudun koneistumisen myötä (Korhonen 1999, 148).

Kaupungin ja maaseudun eroja vertaillen tulee kuitenkin huomioida myös alueiden sisäiset erot ja erot esimerkiksi eri puolella Suomea sijaitsevien kaupunkien tai maaseutualueiden välillä. Vaikka 1950–1970-lukujen maaseutua leimaa sen rakenteellinen yhtenäisyys, voidaan sieltä erottaa monenlaisia ryhmiä ja kerrostumia. Oleellisia ovat myös paikalliset erot, joita voi olla esimerkiksi elinkeinoissa sekä tavoissa ja tottumuksissa, jotka osaltaan vaikuttavat yleisiin arvoihin ja asenteisiin. (Waris 1968, 53–54; Talve 1979, 5.) Yhtä lailla kaupunkien väestörakenne mahdollistaa ja synnyttää monenlaisia elämäntyylyjä (Räsänen 1985, 77).

## **2.5. Tutkimusetiikka**

Ihmisiin liittyvä ja kohdistuva kulttuurintutkimus vaatii tutkijalta tarkastelua itsensä, tieteenalansa ja tutkimuskohteensa välillä. Tutkijan omat ominaisuudet ja henkilöpiirteet, kuten sukupuoli, etninen tausta, ihonväri, sekä toisaalta arvot ja ihanteet vaikuttavat tutkimuskohteen valintaan ja ymmärtämiseen. Toisaalta tutkijan samaistuminen tai samaistumattomuus tutkimuskohteeseen voi toimia myös voimaavarana ja tuottaa ainutlaatuisia tulkintoja. (Gould & Uusihakala 2016, 218.) Tutkijan tuleekin esittää itselleen kysymyksiä esimerkiksi liittyen tutkimuskohteensa valintaan, omiin subjektiivisiin näkökulmiinsa sekä tuottamansa tutkimustiedon merkitykseen ja käyttöön. Tutkijalla on tässä suhteessa sekä valtaa että vastuuta, sillä päätökset vaikuttavat siihen, millaista tietoa tutkimuksella välitetään niin nykyisyyteen kuin tulevaan. (Olsson 2005, 282; 288). Itsereflektiota vaaditaan koko tutkimusprosessin ajan ja erilaisia eettisiä ongelmakohtia joutuu yleensä arvioimaan tilanteen mukaan. Olennaista on esimerkiksi se, millainen toimijuus ja ääni tutkittaville annetaan. (Vakimo 2010, 99; 107.)

Etnografia pohjautuu kenttätyölle, joka tutkielmani tapauksessa tapahtuu arkistoissa. Etenkin arkistoon koottua aineistoa käsitellessä tärkeää on huomioida materiaalin kontekstualisointi, aineistonkeruutilanne sekä aineiston liittäminen sen kulttuuriseen ympäristöön ja historialliseen makrotasoon. (Hämeenaho & Koskinen-Koivisto 2014,

11–12.) Pysin huomioimaan omat lähtötietoni sekä ennakkoluuloni aiheisiini liittyen. Lisäksi prosessin edetessä pohdin mitkä asiat vaikuttavat aineistosta kulloinkin tekemiini tulkintoihin. Esimerkiksi tutkiessani sukupuolen representaatioita minun tulee jossain määrin problematisoida myös omaa sukupuolikokemustani ja sen suhdetta käsittelemäni ajan sukupolven kokemuksiin (Willman 2007, 130).

Aineistooni kuuluu muistitietoaineistoa, joten siihen voi liittyä hyvin henkilökohtaisia ja arkoja teemoja ihmisten henkilökohtaisen kokemusmaailman kautta (Olsson 2005, 282). Minun tulee käsitellä aineistoa siksi erityisellä herkkyydellä, ja sen lisäksi huomioida henkilösuojaan asetamat vaatimukset. Tutkielmani ei saa vahingoittaa tutkittavien, eli tässä tapauksessa postikyselyihin vastanneiden informanttien yksityisyyttä, tai tuoda heille haittaa muulla tavoin. Tutkijan täytyykin suojata informantteja niin, ettei heitä tai heidän kuvauksiaan voi tunnistaa tekstistä. (Olsson 2005, 286.) Suojaan tutkielmassani käyttämieni kyselyvastausten lähettäjiä nimeämällä heidät arkistokoodiensa kautta sekä muuttamalla teksteissä mahdollisesti esiintyvät nimet. Ilmoitan vastaajien sukupuolen, paikkakunnan ja/tai ammatin, mikäli ne ovat käsittelemäni teeman kannalta olennaisia. En ilmoita niitä yhtä aikaa, jos vaikuttaa, että niistä voisi päätellä vastaajan henkilöllisyyden. Pysin valinnoillani säilyttämään vastaajien anonymiteetin häivyttämättä informaatiota, joka on tarpeen tutkimukseni tulosten kannalta.



### **3. Kodit Suomessa 1950–1970**

Suomen sisäpoliittinen tilanne oli vielä 1950-luvun alussa jännittynyt. Talvi- ja jatkosota vaivasivat monia suomalaisia henkisesti sekä taloudellisesti. Raju inflaatio hankaloitti valtiontaloutta, ja Suomella oli maksettavanaan sotakorvauksia, joista viimeiset maksettiin vuonna 1952. (Heinonen & Konttinen 2001, 132). Samaan aikaan kuitenkin koko Länsi-Eurooppaa jälleenrakennettiin, mistä syntyi pian myös Suomea koskettava kasvukausi. Historioitsija Eric Hobsbawn kutsuu vuosia 1950–1970 kultaisiksi vuosiksi, jolloin maailman teollisuustuotanto nelinkertaistui, kansainvälinen kauppa kymmenkertaistui ja läntisten teollisuusmaiden elintaso nousi. Hobsbawnin mukaan huomattavimpia teollisuuden kasvattajia tähän aikaan olivat Suomi ja Espanja. Kultaisina vuosina vauhdittui myös kaupungistuminen ja kansainvälistyminen, joiden lisäksi koulutukseen panostettiin entistä enemmän. (Hobsbawn 1995, 261–264; 293–297).

#### **3.1. Modernin kulutusyhteiskunnan synty**

Suomi siirtyi sodan alkaessa syksyllä 1939 välittömästi kulutustavaroiden säännöstelyyn ja sotatalouteen. Kaupallinen mainonta loppui sotien aikana lähes täysin ja paperipula vaikeutti lehtien toimintaa. Tilanteeseen tuli muutos, kun viimeisetkin kulutustavarat vapautettiin säännöstelystä 1950-luvulla. Parempien aikojen saapumiseen valettiin uskoa viihteen ja uutuuksina Suomeen rantautuneiden tuotteiden avulla. Uudenlaisten tuotteiden kysyntää vauhditti mediakenttään 1950-luvulla saapunut ja seuraavalla vuosikymmenellä yleistynyt televisio, mutta sanomalehti-ilmoittelu oli silti yhä ajan suosituin mainosmuoto. Mainonnasta tuli ammattimaisempaa, ja Suomeen perustettiin uusia mainostoimistoja sekä alan järjestöjä. (Heinonen & Konttinen 2001, 17; 139; 304–305.) Vaikutusten ja uutuuksien leviäminen tapahtui uudennlaisilla keinoilla, jotka tavoittivat entistä laajempia ryhmiä. Kehitys muutti samalla kansankulttuurin leviämisen rytmiä. (Talve 1979, 388.) Suomi alkoi muuttua kulutusyhteiskunnaksi, jonka läpimurto tapahtui seuraavien kahdenkymmenen vuoden aikana (Heinonen 2000).

Modernin kulutusyhteiskunnan määrittelyssä tyypillistä on huomioida tietyt kulutukseen liittyvät prosessit. Niihin kuuluvat kulutuksen kasvu henkilöä kohden,

tehostettu tuotanto ja organisoidut jakelujärjestelmät, työnjaon eriytyminen ja sosiaalisen liikkuvuuden vilkastuminen, yksilöllisyyden korostaminen sekä kiinnostus sellaisia kulutustavaroita kohtaan, joihin liittyy muoti ja mainonta. (Heinonen 2005, 47.) 1950-luvulta alkaneesta jaksosta on puhuttu myös kulutusvallankumouksen kolmantena aaltona. Ensimmäisen kuluttajavallankumouksen on ajateltu sijoittuneen teollisen vallankumouksen yhteyteen 1700-luvulla. Sen toinen aalto, joukkokulutuskulttuuri, saavutti Suomen 1800-luvun lopussa, kun työväestöllä oli entistä paremmat mahdollisuudet hankkia esimerkiksi huonekaluja ja erilaisia taloustavaroita. (Sarantola-Weiss 2003, 35.) 1950-luvulla syntynyt moderni kulutusyhteiskunta poikkesi aiemmista muodoista entistä aggressiivisemmalla massamarkkinoinnilla sekä uudentyyppisillä kulutustavaroilla, joiden näkyvyys ja merkitys arkielämässä kasvoi huomattavasti (Sarantola-Weiss 2003, 32; Heinonen 2005, 47).

Mainosten lisäksi tuotteiden esittelyssä tärkeänä paikkana toimivat erilaiset messut, joilla luotiin mieltä nostattavaa tunnelmaa tarjoamalla uutuustuotteiden ohella kävijöille rutkasti viihdettä. Messutunnelma antoi kansalaisille toivoa paremmasta tulevaisuudesta sotien jälkeen. Suosittuja messuja olivat esimerkiksi vuonna 1950 Helsingissä järjestetyt Suomen Suurmessut yli 370 000 kävijällään sekä vuosina 1948, 1953 ja 1958 järjestetyt Työtehoseuran suurnäyttelyt, jotka keräsivät yli 100 000 kävijää. Messuilla esiteltiin esimerkiksi huonekaluja sekä kodinkoneita ja niiden käyttöä. (Heinonen & Konttinen 2001, 140–141; Pärssinen 2001.)

Lehdistöllä on ollut erityisen tärkeä rooli Suomen uudenaikaistamisessa, ja kulutusyhteiskunnan muutosvoimana ovat osaltaan toimineet esimerkiksi *Suomen Kuvalehden* tai *Kotilieden* kaltaiset lehdet (Pantzar 2000, 41, 134–135). Lehdet ja niissä esiintyneet mainokset levittivät myös teknologian käytön ihannetta. Koneistuminen liittyi laajempaan ideologiaan uudesta naiskäsituksesta sekä perhe-elämän ihanteista, jossa kodin koneistaminen oli moraalisesti velvoitettavaa. Ihanteiden tavoittelu näkyi mainoksissa kuvallisin keinoin, kun onnellisen ja onnettoman perhe-elämän eroja esiteltiin kodin laitteiston ja siisteyden erojen kautta. Kotitalousteknologian ihannetta edistivät myös naisjärjestöjen lehdet, keittokirjat, sekä Työtehoseura. (Lepistö 1994, 220–221; Pantzar 2000, 134–135.)

Teollistuneiden maiden kansalaisia yhdisti talouskasvun myötä kasvanut aineellisen ja henkisen turvallisuuden tunne. Enemmistö suomalaisista oli nyt kaupungissa asuvia palkkatyöläisiä, jotka olivat arkielämässään riippuvaisia kulutustavaramarkkinoista. Toisaalta myös 1940-luvun lopulla alkaneet sosiaalipoliittiset uudistukset, kuten lapsilisät, kansaneläkeuudistus, uudet työeläkelait ja sairausvakuutuslaki tasasivat tuloeroja ja lisäsivät pienituloistenkin kulutusmahdollisuuksia (Heinonen & Konttinen 2001, 133).

Historioitsija Minna Sarantola-Weissin mukaan keskiluokan rajat alkoivat hämärtyä Suomessa 1960-luvulta lähtien, kun tuloerot tasaantuivat ja koulutus lisääntyi. Monien kohdalla tapahtui liikehdintää luokasta toiseen, ja esimerkiksi työväestön lapsilla oli aikaisempia sukupolvia paremmat mahdollisuudet edetä koulutuksen avulla keskiluokkaan. (Sarantola-Weiss 2003, 23–24.) Siinä on nähtävissä merkittävää eroa aiempaan suomalaiseen sääty-yhteiskuntaan, jota leimasi sosiaaliluokkien muuttumattomuus ja josta varsinainen keskikerros puuttui lähes kokonaan (Waris 1968, 35). Vuosikymmenen lopulta lähtien myös työntekijöiden palkat nousivat esimerkiksi yrittäjiä ja toimihenkilöitä nopeammin. Heistä muodostui uutta keskiluokkaa, jolla oli merkittävä rooli kulutuskulttuurin herättäjänä. (Sarantola-Weiss 2003, 23–24.) Uuden keskiluokan yhdyssiteenä toisiinsa on pidetty taloudellisen aseman sijaan enemmänkin kulttuuria, joka liittyy esimerkiksi koulutukseen ja asuinpaikkaan (Jokinen & Saaristo 2006, 171).

Yksityinen kulutus kasvoi kolminkertaisesti vuodesta 1948 1970-luvun lopulle. Kestokulutushyödykkeiden osuus kasvoi samalla kun elintarvikkeiden ja vaatetuksen osuus laski. (Huokuna 2006, 153.) Elintarvikkeiden ja vaatetuksen osuuden lasku toisaalta johtui myös niiden hintojen alenemisesta säännöstelyn jälkeen. Suomalaisista tuli yhä selvemmin kuluttajia, ja heillä oli enemmän valinnanvaraa ostopäätösten tekemisessä. Kehitys näkyi aluksi kaupungeissa, mutta moderniin massakulutukseen päästiin osaksi myös maaseudulla jakeluverkkojen kehittyessä. (Heinonen 1998, 253–254.) Suomalaisen kulutusyhteiskunnan vaurastumisesta kertoo myös arkielämän suunnittelun nouseminen keskusteluun 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa (Huokuna 2006, 44). Kuluttamista kiihdytti myös lisääntynyt vapaa-aika, kun 1960-luvun alussa vuosilomia pidennettiin neljään viikkoon ja vuonna 1965 voimaan tuli laki viisipäiväisestä työviikosta (Heinonen & Konttinen 2001, 135).

### 3.2. Kaupungistuminen ja modernit asunnot

Suomessa asui 1950-luvulla noin neljä miljoonaa ihmistä. Heistä 70 prosenttia asui maaseudulla ja suurin osa suomalaisista sai elantonsa maa- ja metsätaloudesta. Esimerkiksi maaseudun koneistumisen myötä monien työt maaseudulla kuitenkin alkoivat vähitellen vaihtua tehdastyöhön, ja samalla alkoi suuri muuttoaalto maaseudulta kaupunkeihin. (Waris 1968, 20–23; Heinonen 2000.) 1960-luvun kuluessa maaseudun väestöstä kolmasosa muutti kaupunkiin, ja vuonna 1970 kaupunkilaisten määrä oli jo suurempi kuin maaseudulla. Samalla tehdastyöntekijöiden määrä ylitti maa- ja metsätaloustyöllä itsensä elättävien määrän. (Stark 2006, 13.)

Sotia seurasi asuntopula, ja se yhdistettynä sodan aikaiseen niukkuuteen ja ahtaaseen asumiseen herätti toiveet väljemmistä, modernimmista asunnoista (Huokuna 2006, 44–45). Sotien aikainen levottomuus ja kaupungistumiseen liittyvä juurettomuus herätti myös ajatuksia niihin kytkeytyvistä sosiaalisista ongelmista. Ongelmiin haettiin vastauksia kiinnittämällä enemmän huomiota työväen elinoloihin. Apua etsittiin esimerkiksi ruotsalaisista ja yhdysvaltalaisista lähiö- ja kaupunkikortteleiden rakentamisen malleista, joiden ajateltiin poistavan sosiaalisia epäkohtia. Huonojen asuinolojen ajateltiin synnyttävän rikollisuutta ja moraalittomuutta, erilaisia yhteiskunnallisia sairauksia ja lisäävän alkoholismia ja irtolaisuutta. (Mannevuola 2020, 230.)

Uudenlainen moderni asunto levisi koko kansan normaaliasunnoiksi 1940–1950-lukujen jälleenrakentamisen ja 1960–1970-lukujen elementtilähiörakentamisen myötä (Saarikangas 2002, 343; 345–346). Vuosina 1965–1975 Suomeen rakennettiin puoli miljoonaa asuntoa, joista pääosa rakennettiin taajamiin tai niiden liepeille. Perinteisten asemakaava-alueiden ulkopuolelle kohosi kerrostalopainotteisia asumalähiöitä. Vuonna 1950 kaupungissa tai kauppalassa asui vain noin neljä kymmenestä suomalaisesta, mutta vuonna 1975 luku oli jo 65 prosenttia. (Sarantola-Weiss 2003, 23; Waris 1968, 64–65.) Samaan aikaan asuntojen keskikoko nousi 51 neliöstä 65 neliöön ja ahtaasti asuvien määrä laski huomattavasti (Pihkala 1982, 433; 436). Rakentamisen painopisteen siirtämistä maalaiskunnista kaupunkeihin ja kauppaloihin joudutti vuodesta 1949 lähtien myös Arava-järjestelmä, jonka valtion tukema matalakorkoinen laina madalsi kynnystä oman asunnon hankkimiseen (Konttinen & Heinonen 2001, 133; Waris 1968, 63).

Tilan lisääntyminen liittyi muun muassa 1930-luvulla huolta aiheuttaneeseen heikkoon syntyvyyteen, jota haluttiin kohottaa asumisoloja ja etenkin -väljyyttä parantamalla. Asuntosuunnittelun normiksi ja hallitsevaksi malliksi muodostui äidin, isän ja lasten muodostama ydinperhe. Se liittyi suuren muuton synnyttäneisiin kulttuurisiin muutoksiin. Talonpoikaiset, etenkin perhettä ja työtä koskevat arvot joutuivat muutokseen, jota kompensoitiin korostamalla ydinperheen merkitystä. (Saarikangas 2002, 281; 364–365; Jokinen & Saaristo 2006, 147–148.) Asuntoarkkitehdit samanaikaisesti tuottivat ja ylläpitivät tätä ajatusta asukkaista. Funktionalistisessa minimiasunnossa ei ollut muita kuin perheelle suunniteltuja tiloja, ja se toimi perheen äidin työpaikkana ja isän lepopaikkana tuottaen tilanjaollaan sukupuolten välistä eroa. Muitakin asumisen malleja toki oli, ja lehdissä saatettiin tuoda esiin toiveita myös esimerkiksi yksinään asuvien naisten tai miesten, köyhempien perheiden ja lapsettomien parien asunnoista. Ydinperheestä erottautumista pidettiin kuitenkin poikkeuksena, joten tämän kohderyhmän asuntojen suunnitteluun ei kiinnitetty samanlaista huomiota. (Saarikangas 2002, 281; 279.)

Toisaalta eri sosiaaliluokkien rajat asuntosuunnittelussa olivat hieman hälvenneet funktionalismin myötä. Sama asuntojen suunnitteluperiaate sopi kaikille yhteiskuntaluokille. Funktionalistisen asuntosuunnittelun peruseriaatteena oli löytää asumisen perusyksikkö, joka käytännössä vakiintui keittiöksi, olohuoneeksi ja vaihtelevaksi määräksi makuuhuoneita niiden ympärillä. Taidehistorioitsija Kirsi Saarikankaan mukaan funktionalismin radikaalista luonteesta huolimatta suuntaus säilytti kuitenkin perheen yhteiskunnan ja asuntosuunnittelun perustana. Yhdenmukaistunut asuntosuunnittelu ei myöskään hälventänyt hierarkioita, kun suuriin asuntoihin tottuneet porvarit eivät tyytyneet viidenkymmenen neliön kerrostaloasuntoihin. (Saarikangas 2002, 279; 308–311).

Asumisen yhdenmukaistamisen lisäksi moderniin asuntosuunnitteluun kohdistui entistä enemmän kontrollia ja sitä pyrittiin normalisoimaan ja säätelemään. Lisäksi tärkeäksi osaksi muodostui kotityön *rationalisointi*, jonka avulla pyrittiin helpottamaan kotiäitien päivittäistä työtä. (Saarikangas 2002, 311; 345–346.) Rationalisointi on työn järjeistämistä ja toiminnan tehostamista, jossa pyritään mahdollisimman pieneen voimaan, aineen ja ajan käyttöön. Rationalisoitu työ tehdään tutkimusperustaisesti, ja siihen liittyvät aineet ja tuotteet pyritään standardisoimaan. Rationalisoinnin ihanne oli Suomessa sotien jälkeisellä ajalla läsnä niin kodin kuin

kodin ulkopuolisessakin työssä. Tarve rationalisointiin pohjautui pitkälti jälleenrakennusajan tarpeeseen saada teollisuuden ja yhteiskunnan rattaat pyörimään tehokkaasti. Suomessa ensimmäisen rationalisointia edistävä työtehoseura oli vuonna 1924 perustettu Maatalouden työtehoseura, joka muutti nimensä Teollisuuden työtehoseuraksi vuonna 1942. Seuraavana vuonna seuran perustettiin Työtehoseuran kotitalousosasto, jonka tarkoitus oli korostaa sukupuolten yhteiskunnallisia rooleja ja joka antoi naisille ohjeita kotitöiden ja kodin talouden järkipäätämiseksi. (Mannevuori 2020, 48; 60.)

### **3.3. Kotien hygienisointi**

Hygienia ja puhtaus nousivat keskeisiksi asunosuunnittelua määritteleviksi tekijöiksi sekä osaksi arkkitehtuurikeskustelua 1900-luvun kuluessa. Sen lähtökohtana oli lääke- ja populaarilääketieteellinen keskustelu, jossa taisteltiin erityisesti keuhkotauteja vastaan. Tästä terveyttä edistävästä hygienia-ajattelusta muodostui sosiaalihygieniaa, ja sen kautta uudenlainen arkkitehtoninen puhtauden estetiikka ja tilan järjestäminen. Siitä tuli osa arkielämän hallinnan projektia, jossa puhtauden luominen oli etenkin naisten käsissä. Modernin asunnon muotoutumisen yhtenä tärkeänä teemana oli valistukseen liittyvä ajatus, jossa ihmisten elämää voi parantaa heidän elinympäristöään muuttamalla. (Mannevuori 2020, 191; Saarikangas 2002, 33.) Aiemmin talonpoikaisessa kulttuurissa ajatus puhtaudesta oli hygieenisyyden sijaan pikemmin rituaalinen, kun peseytyminen tai kodin siistiminen oli keino siirtyä arjesta pyhään ja juhlaan (Frykman 1987, 188; 190). Asuntoa ryhdyttiin hygienisoimaan eriyttämällä asuintiloja tiettyihin toimintoihin. Esimerkiksi aiemmin myös nukkumiseen tai perheen oleskeluun käytetty keittiö valjastettiin pelkkään ruuanlaittoon ja kodinhoitoon. Se johtui osittain hygieniasyistä, mutta kytkeytyi myös rationalisuuden ihanteeseen tavoitteenaan mahdollisimman tehokkaat ja tarkoituksenmukaiset kodinhoito-tilat. (Saarikangas 2002, 112.)

Kodin siisteyden korostaminen merkitsi sosiaalihygienisten uudistusten avulla konkreettisesti erilaisten tautien torjumista ja kuolleisuuden laskua. Käsitys puhtaudesta ja liasta on kuitenkin kulttuuri- ja sosiaalisidonnaista, joten hygienialla on myös symbolista merkitystä. (Saarikangas 2002, 118–119.) Sosiaali antropologi Mary Douglasin mukaan lian torjumisen taustalla onkin usein bakteerikammon sijaan huoli

systeemistä ja sen järjestyksestä. Douglasin mukaan lika liittyy kulttuuriseen järjestykseen, sen luokitteluihin ja sääntöihin, jolloin lika on ikään kuin näiden sivutuote. Lika on Douglasin mukaan epäjärjestyttä: väärässä paikassa olevaa ainetta. Näin ollen lian välttäminen tai poistaminen on todellisuutta vahvistavaa järjestämistä. (Anttonen & Viljanen 2000, 14.) Douglas viittaa esimerkiksi tietyissä uskonnoissa vallitseviin rituaalisiin puhtauskäytäntöihin. Puhdistautuminen on saattanut säästää uskonnon harjoittajia esimerkiksi kulkutaudeilta, mutta se on ollut pikemmin sivuhyöty eikä puhdistautumisen tarkoitus. (Douglas 1996, 78–79.)

Mary Douglas kirjoittaa meidän käyttävän tietynlaista käsikirjaa järjestäessämme kotejamme. Kaikki järjestyksestä poikkeava hämmentää ja saattaa vaalimamme luokittelut ristiriitaan. Esimerkiksi vaikka ruoka itsessään ei ole likaista, muuttuu se vaatteessa liaksi ja vastaavasti kylpyhuoneen tavaroiden pitäminen olohuoneessa on likaista. (Douglas 1996, 86.) Filosofin Julia Kristeva mukaillee Douglasta näkemyksellään, että puhtauteen liittyy ulossulkemisen ajatus. Lika saa rituaalisen aseman saastana, mikä kytkeytyy sosiaalisen ryhmän tai subjektin identiteettiin. Se työnnetään ryhmän tai yksilön oman tilan ulkopuolelle, jolloin siitä tulee oman identiteetin rajoja uhkaava asia. (Kristeva 1993, 196–197.) Pesukoneet siirrettiin kylpyhuoneisiin, keittiöihin tai erilaisiin kodinhoitohuoneisiin. Muusta asunnosta erillään olevana niitä voisi Kristevan ajatusten mukaan pitää torjuttuna, rajoja ja järjestystä uhkaavina tiloina. Tähän liittyy myös historioitsija Tiina Huokunan huomio siitä, että vaikka *Avotakka* -aikakauslehdessä ryhdyttiin 1970-luvun alussa esittelemään julkisuuden henkilöiden koteja, ei artikkeleissa yleensä esitelty kotien keittiöitä, kylpyhuoneita tai makuuhuoneita (Huokuna 2006, 163–164).

### **3.4. Koti yksityisenä ja julkisena tilana**

Yksi koteja määrittelevistä asioista eri aikakausina on sen paikantuminen ja liikkuminen yksityisen ja julkisen rajalla (Saarikangas 2006, 229). Moderni asunto oli ydinperheelle suunniteltu, yksityinen tila, jonka ulkopuolelle työnteko jäi – kotitöitä lukuun ottamatta. Modernissa asunnossa vietettiin entistä yksityisempää elämää ja kodin merkitys sosiaalisen edustamisen tilana väheni. Kaupungistuminen antoi paremmat mahdollisuudet yksityistää elämää perheen ja lähisuvun piiriin. Sosiaalisen elämän ajateltiin siirtyvän asunnon ulkopuolelle erilaisiin julkisiin tiloihin, kun vapaa-

ajan viettoon oli entistä monipuolisempi tarjonta. (Saarikangas 2002, 280–282; Sappinen 2000, 359.)

Samaan aikaan koti tuli kuitenkin entistä enemmän osaksi julkista keskustelua. Asumiseen ja ihmisten yksityiselämään puututtiin uudenaikaisella normistolla ja siihen kohdistui julkista huolenpitoa ja säätelyä. Puhuttiin hyvästä ja terveellisestä asunnosta, jota pyrittiin hallitsemaan ja järjestämään arkkitehtuurin ja asunosuunnittelun avulla. Käsitteet yhdistyivät ajatuksiin moraalisesti ja terveydellisesti oikeanlaisesta asumisesta, jossa keskeisellä sijalla olivat hygienian, väestönkasvun ja terveyden ongelmat. Asunto loi siteen perheen ja yhteiskunnan välille, ja asunnon sisällä tuotettiin uudenlaista ihmistä ja kansalaisuutta. Erityisaseman tässä sai asunnon, kodin, perheen, äidin ja lasten välinen side. (Saarikangas 2002, 280–282.)

Samaan aikaan koti alkoi näkyä entistä enemmän aikakauslehdissä, kun lehtiin alkoi tulla esimerkiksi erilaisten julkisuuden henkilöiden kotiesittelyjä. Esitellyt kodit olivat kuitenkin tarkasti siistittyjä, ja studiovaloin otetuina valokuvina kodit voitiin esitellä mahdollisimman edustavasti. (Sarantola-Weiss 2003.) Yksittäisten perheiden valokuva-albumeihin koteja ei juurikaan haluttu ainakaan arkipäiväisessä olomuodossaan tallentaa (Huokuna 2006, 163). Kotien esittelyn pelkoon voi vaikuttaa se, että koteja tarkkailemalla voi löytää merkkejä sen asukkaan persoonallisuudesta. Ihmisten päättäessä kodin tavaroita ja hyödykkeitä he samalla vertailevat ja neuvottelevat ajatuksiaan, opittuja tapojaan ja kulttuurisia mallejaan. Se voi olla jännittävää paljastaessaan asioita asukkaan identiteetistä ja taustoista. Kotien ulkomuodosta ja niiden esineistöstä voi tulkita sen asukkaiden vuorovaikutussuhteita, persoonallisuutta ja mielenmaisemaa. (Eleb 2009, 163; 166; 174.)

Keskustelussa kodista yksityisenä ja kodin ulkopuolisesta maailmasta julkisena alueena olennaista on kysymykset identiteetistä, sukupuolesta ja seksuaalisuudesta. Koti kytkeytyy kulttuurisesti naisten ja tarkemmin äitien piiriin kuuluvaksi tilaksi, jossa nainen toteuttaa sukupuoltaan raskaiden ja likaisten kotitöiden kautta. Naisia ja naisellisuutta koskevat asiat on liitetty intiimiin, kodin piiriin, kun miehet ovat toimineet julkisen piirissä. Kotiin liitetään ajatuksia turvasta, yksityisyydestä ja rakkaudesta, jotka samalla nähdään naisellisina ominaisuuksina. Naisen kuuluu kodin järjestelyn ja sisustamisen kautta luoda siitä kodikas tila, jossa mies voi rentoutua ja



unohtaa ulkomaailmaan kuuluvat huolensa. (Julkunen 1995, 204; Löfgren 1987, 134; Saarikangas 2006, 224.)

Yhteiskuntatieteiden tohtori Raija Julkunen pitää julkista ja yksityistä tietynlaisena tila- ja järjestysmetaforana, jossa julkisen piiriä pidetään yhteiskunnallisesti merkittävämpänä kuin yksityistä. Toisaalta julkisen ja yksityisen raja on kulttuuri- ja aikasidonnaista. Rajoja voi myös määritellä uudestaan, ja yksityiseen liitettyjä asioita onkin politisoitu yhteisiksi, julkisiksi asioiksi. (Julkunen 1995, 204.) Esimerkiksi kulttuurintutkija bell hooks [1990] on kirjoittanut kodin poliittisesta asemasta yhdysvaltalaisessa vapaustaistelussa, ja sen kautta liittänyt kodin sukupuolisiin merkityksiin luokkaan ja rotuun liittyviä kysymyksiä. Olennaista on hänen huomionsa kodin pitämisestä itsestäänselvyytenä, vaikka tosiasiaa koti on jo itsessään monille kamppailun tulosta. Naisilla oli hooksin mukaan mustien yhteisössä merkittävä rooli luodessaan kodeista turvallisia huolenpidon tiloja, joissa oli samalla mahdollista edistää vastarintaa. Siten kodin yksityisinä ja intiimeinä pidetyillä asioilla on potentiaalia muuttaa asioita myös julkisen alueella. (Saarikangas 2006, 231.)

## **4. Pesukoneiden suunnittelu ja markkinointi**

Pyykinpesu on ollut yksi raskaimmista kotitöistä, ja sen helpottamiseen on jo ennen pesukoneen kehittelyä käytetty erilaisia apuvälineitä, kuten pyykkilautoja ja käsin pyöritettäviä puisia pyykkisäiliöitä. (Pantzar 2000, 43–44.) Erityisesti pyykinpesuun tarvittavan veden kantaminen kaivolta tai rannasta pesupisteelle on ollut työlästä ja aikaa vievää (Ranta 2012, 96–99). Kotitalouksilla lienee ollut valtava tarve pyykinpesun keventämiseen, ja vastauksena markkinoille tulivat sähköiset pesukoneet. Tässä kappaleessa selvitän, millaisia ensimmäiset pyykinpesukoneet olivat ja miten sekä keille niitä Suomessa markkinoitiin.

### **4.1. Ensimmäiset pesukoneet ja kodin edellytykset niille**

Ensimmäinen sähköinen pyykinpesukone esiteltiin suomalaisille vuonna 1948 Työtehoseuran suurnäyttelyssä. Kyseiset mallit olivat pulsaattoripesukoneita, jotka saapuivat laajemmin Suomen markkinoille 1950-luvulla tuontisäännöstelyn ja sotakorvausten jälkeen. (Pantzar 2000, 43–44; Pärssinen 2001.) Kehittyneempi automaattinen pyykinpesukone tuli markkinoille vuonna 1957, mutta yleistyi 1960-luvulla (Pantzar 2000, 42; Sappinen 2000, 233). Käsittlemälläni 1950–1970-lukujen ajanjaksolla koteihin hankittiin ja kodeissa käytettiin siis sekä pulsaattori- että automaattipesukoneita. Aineistoni kyselyvastauksissa ja monissa lehtiartikkeleissa pesukoneesta kirjoitetaankin ilman että niistä selviää tarkemmin, millaisesta laitteesta on kyse. Olennaista tutkielmani kannalta onkin näiden laitteiden sähkökäyttöisyys, mikä on tuonut paljon muutosta pyykinpesun menetelmiin.

Pulsaattorikoneet vaativat vielä jonkin verran käyttäjän apua. Pesuvesi täytyi kantaa erikseen, ja pyykit tuli puristella käsivoimin, ellei omistanut samoihin aikoihin markkinoille saapunutta linkoa. Joissain pulsaattorikoneissa oli kumitelat, joiden välissä kangas voitiin puristaa mankelin tavoin kuivemmaksi. Sitä voitiin kuitenkin käyttää lähinnä lakanapyykin kuivaamiseen, sillä esimerkiksi napilliset vaatteet eivät kestäneet telojen välissä. (Moilanen 2017, 142.) Automaattikoneet helpottivat pyykinpesua ennestään, kun pesuun ja linkoukseen ei ainakaan näennäisesti tarvinnut muuta kuin napin painallus. Automaattikoneissa oli myös uudenlaisia vaihtoehtoisia

pesuohjelmia. Automaattikoneiden modernimpi tekniikka kuitenkin vaati tietynlaisia olosuhteita sen käytön mahdollistamiseksi.

Sähköisten pesukoneiden toiminta vaati tiettyjä edellytyksiä. Pesukoneiden saapuessa markkinoille ei kaikissa talouksissa ollut vielä sähköverkkoa. Esimerkiksi vuonna 1947 maaseudun talouksista vasta puolet oli sähköistetty, mutta vuonna 1958 luku oli jo 80 prosenttia (Lehto 1958, 547). Sähköverkon puutetta muistellaan myös kyselyvastauksissa, mutta vastauksista päätellen kodinkoneita ryhdyttiin hankkimaan melko rivakasti sähköistyksen jälkeen. Eräs naisvastaaja kertoo maaseudun sähköistämisen olleen tärkeä vaihe, ja että pyykinpesukoneita alkoi ilmestymään maaseudulle vasta sähköistyksen jälkeen 1960-luvulla.<sup>2</sup>

Osaan koneista vaadittiin myös vesijohtoa, mutta vielä vuonna 1960 vesi tuli vasta alle neljännekseen suomalaisista asunnoista (Pihkala 1982, 433). Vesihuoltoa eli puhtaan veden kantamista sisään ja likavesien kantamista ulos pidettiin naisille kuuluvana tehtävänä niin pitkään, kun talouksiin saatiin vesijohtoja ja viemäreitä. Vesi tuotiin sisälle kaivosta tai muusta vesilähteestä, ja talouden käyttöveteen tarvittiin lukuisia vedenhakureissuja pitkin päivää. Vesihuollon helpottamiseen kehiteltiin erilaisia välineitä, esimerkiksi kantamista helpottavia apuvälineitä sekä puisia pumppuja ja vesiputkia johdattamaan vettä lähemmäksi taloustiloja. (Ranta 2012, 99–101.) Tilanne kohentui kunnolla vasta ajan myötä, kun koteihin saatiin vesijohto ja viemäri. Vuonna 1975 lämmin vesi tuli melkein 70 prosenttiin asunnoista (Pihkala 1982, 436).

Sähkö- ja vesijohtoverkon sekä sen myötä varustetason paranemisessa on ollut nähtävissä selvä ero maaseudun ja kaupunkien välillä. Kaupunkien kerrostaloissa varustetaso on ollut selkeästi maaseutua parempi ja edustanut yleensä aikakautensa kehityksen kärkeä. Lisäksi viemärin, vesijohdon, lämpimän veden ja kylpyhuoneen yleisyyteen vaikutti vielä 1960-luvun puolivälissä sosiaalinen asema, ja kaikkein suurimmat erot sosiaalisten kerrostumien välillä koskivat peseytymistiloja (Suviranta 1967, 73). Siinä missä maaseudulla monissa talouksissa pesukoneen hankkiminen sai odottaa sähköverkon ja vesijohdon jälkeiseen aikaan, oli maaseudulla kuitenkin muita etuja pyykinpesua varten. Maaseudun talot olivat keskimäärin kaupunkilaisasuntoja

---

<sup>2</sup> TYKL/kys/47: informantti 62.

suurempia, joten pesukoneen säilytystilat sekä esimerkiksi pyykin kuivatukseen sopivat tilat olivat väljemmät tai pyykit sai vietyä ulos kuivumaan.<sup>3</sup>

Kaupungissa oli myös enemmän palveluita kuin maaseudulla, mutta jotkin kaupungeissa sijaitsevat kodinkoneliikkeet huomioivat myös maaseudun ostovoimaa. Esimerkiksi helsinkiläinen Tv- ja Konemyynti Oy mainostaa vuonna 1966 erilaisia kodinkoneita ja tarjoaa niille ilmaisen kuljetuksen ja kotiesittelyn myös maaseudulle (Kansan Uutiset 338/1966, 13).

#### **4.2. Mainosten kuvasto ja kohderyhmä**

Kotien teollistamisen ja rationalisoinnin malli omaksuttiin kulutustutkija Mika Pantzarin mukaan Suomeen suoraan Yhdysvalloista (Pantzar 2000, 141). Lehdissä vilahtaakin mainoksia amerikkalaisista kodinkoneista tai ”amerikkalaisnaisten hyväksymistä kodinkoneista” (esim. Uusi Suomi 127/1967, 5). Amerikkalaisnaisten kodinhoidon järkipäisyyttä korostettiin myös lehtiartikkeleissa. Vuoden 1949 *Uusi Suomi* -lehdessä jokaisella amerikkalaisperheellä kerrottiin olevan pesukone, jolla viikon pyykit saa puhtaaksi puolessa tunnissa. Ajan säästöä ja kodin työstä vapautumista korostettiin kertomalla ”emäntien voivan huoletonna istua jossain naisklubissaan, jollaisille amerikkalaisilta naisilta riittää aina aikaa – jopa käsittämättömän paljonkin”. (Uusi Suomi 169/1949, 7.) Samoihin arvoihin viitattiin jo kolme vuotta aiemmin *Hopeapeilin* artikkelissa, jossa kodinhoitamisen järkipäistämisen kerrotaan jättäneen naisille aikaa sivuharrastuksille, joilla ylläpitää yleissivistystä sekä ruumiillista ja henkistä pirteyttä (Hopeapeili 5–6/1946, 15). Mainosten ja artikkelien mukaan pesukoneen avulla oli mahdollista saavuttaa ihanteellisena näyttäytyvä amerikkalainen elämäntyyli.

Kuten edellä huomaa, oli pesukonemainosten kohderyhmänä pääasiassa perheet ja tarkemmin perheenäidit. Etenkin jälkimmäisiin monissa mainosteksteissä viitataan suoraan, tai he esiintyvät mainoksissa yksin työn touhussa. Mainosten kieli on usein lukijaa puhuttelevaa, jolla lukija pyritään saamaan samaistumaan mainoksessa esiintyvään äitiin. Tällaisten personoitujen mainosten juuret ovat niin ikään toisen maailmansodan jälkeisen ajan Yhdysvalloissa, josta otettiin vaikutteita myös Suomeen. Suuntaviivoja mainoksiin saatiin psykologisesta motivaatiotutkimuksesta ja

---

<sup>3</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 7.

mainosten tavoitteena oli luoda tuotteen ja käyttäjän persoonallisuuden välinen suora suhde. Siksi mainoksissa vilisi käyttäjälausuntoja ja kuvauksia tuotteiden vaikutuksista. Tuotteeseen liitettiin samanlaisia tunteita kuin ihmisiin ja esine esiintyi osana sosiaalista toimintaa. (Heinonen & Konttinen 2001, 200; Leiss, Kline & Jhally 2005, 155–158; Uusitalo 1990, 28.)

Mainonnan kielestä välittyy kuva vapautuksesta, jonka kotitaloudet ja etenkin perheenäidit pesukoneen kautta saavat. Erään pesukoneen nimikin on Liberator (suom. vapauttaja; Uusi Suomi 36/1965, 13). 1960-luvulla muutenkin mainonnassa korostunut vapautuksen teema liittyy toisaalta jälleenrakennusaikaan. Sodasta ja pulasta oli vähitellen päästy yli, ja mainonnan avulla haluttiin tehdä irtiottoa niiden aiheuttamalle ahdistukselle. Kulutustavaramarkkinat olivat vapautuneet sääntelystä, ja koko yhteiskunnallinen ilmapiiri suosi vapauden retoriikkaa. (Heinonen & Konttinen 2001, 203; 306.)

Kodinhoito ja siihen liittyen yksityinen kulutus ja kodinsisustus on rakentunut pitkälti naisten tehtäväksi, mikä selittää hyvin myös mainosten kohdistumisen heille. Naiset onkin nähty pääkohderyhmänä kodinhoitoon, taloudenpitoon ja kuluttamiseen liittyvässä valistuksessa, johon mainokset osaltaan osallistuivat. (Sarantola-Weiss 2003, 38.) Toisaalta joissain mainoksissa vedotaan suoraan myös miehiin. Esimerkiksi vuoden 1948 *Suomen Kuvalehdessä* julkaistussa pesukonemainoksessa pyykinpesua mainostetaan ”aviomiehelle sopivana joutohetken puuhana” (Pantzar 2000, 43; Suomen Kuvalehti 48/1948, 26). Tämä ei kuitenkaan mielestäni viittaa siihen, että miestä pidettäisiin pyykinpesussa aktiivisena toimijana, vaan pikemmin oletetaan osallistuvan siihen halutessaan.

Pyykinpesukoneet ovat teknologisia laitteita, joilla on yleensä sukupuolittunut leima (Kaarlenkaski 2018, 81). Teknologian sukupuolittuneisuutta tutkinut Cynthia Cockburn huomioi, että kodin taloudenhoitoon ei usein ajatella edes kuuluvan teknologiaa, sillä kodinkoneita ei pidetä teknologioina. Kodinkoneista puuttuu tietty glamour, joka yleensä näkyy keskustelussa vapaa-aikaan liittyvistä laitteista ja hyödykkeistä. Teknologiaan liittyy hänen mielestään myös ajatus yksityisestä ja julkisesta, missä teknologia käsityksenä kiinnittyy julkiseen. Osin sen takia kodin, eli naisten piiriin liittyvä teknologia jää helposti huomaamattomaksi. (Cockburn 1997, 361; 363.)

Pantzarin mukaan kodinkoneista käyty keskustelu ei tue stereotyyppistä ajatusta siitä, että naiseen vetoaisi mainonnassa tunteet ja mieheen järki. Hänen mukaansa kodinkoneita markkinoidaan naisille nimenomaan järkiperäisin perusteluin, kun taas miehille suunnattu tekniikka on hedonistisempaa ja myös mainonta sen mukaista. (Pantzar 2000, 129–130.) Pyykinpesukonemainoksissa on omien havaintojenikin mukaan jo ensimmäisistä mainoksista lähtien korostettu laitteiden teknisiä puolia ja vedottu niiden käytännöllisyyteen. Toisaalta joissain Upo-pesukoneen mainoksissa on ollut erillinen ”perheenisän palsta”, johon on koottu laitteen erilaisia teknisiä ominaisuuksia (Maaseudun Tulevaisuus 109/1955, 1). On huomionarvoista, että näissä mainoksissa teknisten ominaisuuksien oletetaan kiinnostavan erityisesti miehiä, kun samoja tietoja esitettiin mainoksissa jo ennen erillistä miehille suunnattua palstaa. Philips-pesukoneen mainoksessa on kerrottu erikseen ”äidille tärkeitä käyttöetuja” ja ”isälle Philips-tekniikkaa”. Osioissa kirjoitetaan pitkälti samoista asioista, mutta ensimmäisessä asiaa kerrotaan sanoin, seuraavassa luvuin. Mainos näyttää naista aliarvioivalta, ja äitien osuudessa lisäksi kerrotaan koneen suojatun rakenteen estävän erehdykset. (Uusi Suomi 50/1969, 11.)

Sosiologi M. Carme Alemany Gomez on tutkinut pyykinpesukoneteollisuutta 1990-luvun Espanjassa. Gomezin mukaan pesukoneiden suunnittelusta ja kehityksestä vastaavien tuotesuunnittelijoiden ryhmät koostuivat miehistä, vaikka niiden pääasiallisia käyttäjiä olivat naiset, joille myös markkinointi kohdistettiin. Tämän takia pesukoneen kehittämisessä ei kyetty keskittymään sen käyttökokemuksen parantamiseen, vaan laitteen parannukset kohdistuivat sen tuotannollisen puolen edistämiseen. Silloinkin kun naiset pyrittiin huomioimaan suunnittelussa, saivat he leiman kömpelöinä ja taitamattomina tekniikan parissa. Esimerkiksi pesukoneen oven aukaisu saatettiin mitoitaa sille kohdalle, josta nainen ei vahingossa aukaisisi sitä kesken pesuohjelman. (Gomez 1994, 131–133.)

Samaa aihetta kritisoi muotoilija Victor Papanek jo 1970-luvulla muotoilun uraa uurtaneessa teoksessaan *Turhaa vai tarpeellista* (1973). Papanekin mukaan teollisilta muotoilijoilta puuttuu ajatus tuotteen käyttäjästä. Teollinen muotoilu luotiin hänen mukaansa 1930-luvulla vähentämään teollisuuden kustannuksia ja parantamaan tuotteiden ulkomuotoa. Alalla vaikuttavat Yhdysvalloissa pääasiassa samat alan luoneet henkilöt, jotka ovat kaikki keski-ikäisiä tai vanhempia miehiä. He suunnittelevat tuotteita, joita saattaa käyttää täysin erilaiset ja eri lähtökohdista tulevat

henkilöt, joiden ruumiilla ja sen toiminnalla on erilaiset tarpeet kuin suunnittelijoilla. Myös kulutus- ja markkinatutkimusta tehdään Papanekin mukaan yleensä valkoisen, miehisen keskiluokan ehdoilla. (Papanek 1973, 117–119.)

Visa Heinosen ja Hannu Konttisen mukaan perinteiset sukupuoliroolit alkoivat karista mainoksista 1960-luvulla, jolloin myös miehiä alettiin kuvata kotitöiden äärellä (Heinonen & Konttinen 2001, 204). Tämä ei kuitenkaan omassa aineistossani välity kovinkaan vahvasti. Vaikka perheenisät olisivatkin välillä mainoksissa läsnä, on mainostekstin perusteella äiti pesukoneen pääasiallinen käyttäjä, kuten Upon vuoden 1956 pesukonemainoksessa:

Tähänkin kotiin hankittiin UPO. Vaivattomasti UPO selviää suurestakin pyykistä käden käänteessä; ja niin varma on UPO:n moottori, sitähän voi pyörittää vaikka jatkuvasti, koska se on kuulalaaakeroitu. Äiti ehtii päivän mittaan paljon enemmän, koska UPO antaa hänelle aikaa.

Mainoksen piirroskuvassa pyykinpesukoneen äärellä on äiti, isä ja lapsi. Äidillä on päällään esiliina ja mekko ja isällä siistit housut, kauluspaita ja kravatti. (Kuva 1; Suomen Kuvalehti 9/1956, 9.) Mainostekstin kuvauksen lisäksi äiti näyttäytyy kodinkoneen käyttäjänä esiintyessään kotiapulaisen asua muistuttavissa vaatteissaan. Toki pyykinpesu saattaa olla koneen avulla niin vaivatonta ja siistiä, että jopa isä voi sitä tehdä toimistoasussaan, mutta tämä ei mainoksesta muuta kautta välity.



Kuva 1: Upo-pyykinpesukoneen mainos. Suomen Kuvalehti 9/1956, 9.

Saman tyyppinen asetelma on myöhemmin vuoden 1969 Constructa-pesukoneen mainoksessa, jossa esiintyy mies ja nainen. Tällä kertaa mainoksen hahmot ovat molemmat siisteissä asuissa, kun naisellakin on päällään mekko ja korkokengät ilman kodinhoitoon liittyviä asusteita. Mainostettava pesukone on nyt automaattinen, joten esiliinan puuttuminen saattaa viitata sen sotkuttomampaan käyttöön. Esiliinattomuus vähentää hiukan kuvan naisen roolia kodinhoitajana, mutta toisaalta hahmojen positiot viestivät yhä vahvasti

sukupuolirooleista. Mainoksen nainen on kyykistynyt lattialle käyttämään pesukonetta, kun mies seisoo hänen vieressään nojaten yläruumistaan vain hiukan alaspäin. (Uusi Suomi 220/1967, 13.)

Huomattavaa mainoksissa on niiden kohdistuminen perheille ja nimenomaan keskiluokkaisille, valkoisille ydinperheille, joissa on äiti, isä ja pari lasta. Tämä ei kuvannut täysin sen ajan suomalaista todellisuutta, vaikka Suomea onkin pidetty yhtenäiskulttuurin maana, jonka luokkarakenteesta puuttuvat jyrkät vastakohdat. Keskustelua yhtenäiskulttuurista voidaankin pitää hegemonisena puhetapana, joka tuottaa ja ylläpitää kuvaamaansa asiaa. Esimerkiksi monikulttuurisuus on näkynyt Suomessa etenkin 1990-luvulta lähtien, mutta ollut läsnä suomalaisessa kulttuurissa jo ennen sitä. Sotien jälkeisellä ajalla suurimmat vähemmistöryhmät Suomessa olivat saamelaiset, romanit ja juutalaiset. Ruotsinkielisiä oli noin kymmenesosa väestöstä. (Jokinen & Saaristo 2006, 61–62; 64–65; 85.) Vähemmistöryhmät eivät tule millään tavalla esiin materiaalissani, mikä on valitettavaa aiheen monipuolisen käsittelyn kannalta. Lisäksi esimerkiksi romanikulttuurille tyypillinen sosiaaliseen ja moraaliseen normistoon liittyvä puhtaus olisi ollut mielenkiintoinen näkökulma pyykinpesun kannalta (Viljanen, Hagert & Blomerus 2007).

Sukupuolella on merkittävä rooli kansakunnan kuvitellun yhteisön rakennuksessa ja muokkaamisessa. Miehiin ja naisiin yhdistetään tietynlaisia piirteitä ja kielikuvia, joiden avulla kerrotaan heille ihanteellisista ominaisuuksista. Samalla heidät yhdistetään tiettyihin paikkoihin ja tehtäviin yhteiskunnassa. Äitiyden ja hoivan korostaminen nostaa naiset kansakunnan kuvaksi ja symboliksi. (Urponen 2010, 299–300.) Samalla näiden piirteiden korostaminen määrittää sen, ketkä jäävät ihanteiden ulkopuolelle. Sosiologi Beverley Skeggsin [2004] mukaan esimerkiksi työväenluokkainen naiseus peilautuu ja vertautuu jatkuvasti tiettyyn idealisoituun naiseuteen. Tietynlainen kunniallisuus yhdistyy naiseen esimerkiksi maun välityksellä ja kasvattaa sekä näyttäytyy naisen kulttuurisena pääomana. (Rossi 2010b, 36.)

Varsinkin ensimmäisistä pesukonemainoksista välittyy niiden kohdentuminen keskiluokkaisille kotiäideille, jotka voivat pesukoneen ajansäästön myötä keskittyä paremmin esimerkiksi lapsiinsa tai muihin kodin sisällä tapahtuviin asioihin (esim. Suomen Kuvalehti 9/1956, 9.) Kansatieteilijät Eerika Koskinen-Koivisto ja Lena Marander-Eklund kuitenkin huomauttavat, että vaikka 1950-luvun mainoskuvien



perheenäideistä välittyä usein kuva heistä kaupunkilaisina ja keskiluokkaisina kotirouvina, täytyy muistaa, että kotona olevia perheenemäntiä oli jokaisessa sosiaaliluokassa. (Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2013, 163.)

Visa Heinosen ja Hannu Konttisen mukaan televisiomainoksissa 1960-luvulla näkyntä yhteiskunnallinen muutos uudisti mainoksissa esiintyvää naistyyppiä. Huolehtivasta kotiäidistä kuoriutui rohkeampi, vetovoimastaan tietoinen, urbaani ja itsenäinen nainen. Mainoksissa alettiin myös korostaa huumoria, jonka yhteydessä vanhat sukupuoliroolit asetettiin naurunalaisiksi. (Heinonen & Konttinen 2001, 186; 307.) Tämäkään ei kuitenkaan tule esiin omaan aineistooni kuuluvissa pesukonemainoksissa. Ehkä naisen roolit laajenivat esimerkiksi vapaa-aikaa koskevassa mainonnassa, mutta kodinhoitoon liittyvässä mainonnassa naisen rooli kodin pääasiallisena hoitajana vaikuttaisi pitäneen pintansa. Ehkä pyykinpesu on niin vahvasti juurtunut rooleihin, että sitä olisi ollut hankala esittää uusilla tavoin. Kirjallisuudentutkija Sanna Karkulehdon mukaan mediarepresentaatioiden tuottamaa edustamista on sitä vaikeampi huomata, mitä tutummasta asetelmasta siinä on kyse. Hän viittaa pyykinpesuainemainoksiin, jotka arkisuudessaan saattavat hämätä katsojaa siten, ettei hän osaa huomioida tai kyseenalaistaa sen kuvastoa, jonka voi nähdä edustavan jonkinlaista oikeata ja hyvää äitiyttä. (Karkulehto 2011, 39.)

Miesten rooli mainoksissa on perinteisten sukupuoliroolien tapaan olla korkeintaan pyykinpesun apulaisena. Homoseksuaalisuuden historiaa tutkinut yhteiskuntatieteilijä Tuula Juvonen on huomionnut, että sota-ajan poikkeustilanteissa sovinnaisesta poikkeavaan sukupuolen ja seksuaalisuuden ilmentämiseen annettiin normaalioloja enemmän vapauksia kansan keskuudessa. Asenteet kuitenkin asetettiin uudelleen neuvoteltaviksi jälleenrakennuksen aikana. Palatakseen normaalioloihin ryhdyttiin korostamaan ydinperhettä ja sen kautta myös heteroseksuaalisuutta. Homoseksuaalisuutta käsiteltiin mediassa uhkaavana ja poikkeavana puhumalla siitä esimerkiksi sairauden tai rikollisuuden kontekstissa. Norminmukaista seksuaalisuutta säänneltiin myös epäsuorasti esittämällä entistä aggressiivisemmin heteroseksuaaliseen elämään sopivaa kuvastoa. Homoseksuaalisia miehiä käsiteltiin mediakuvastossa asettamalla heidät naurunalaiseksi ja liittämällä heihin naismaisia piirteitä. Se on johtanut miesten korostuneisiin rooleihin ja voi olla yksi syy sille, mikseivät miehet näyttäytyä aineistossani aktiivisina toimijoina kodinhoidon parissa.

Samalla kotiäitien roolia korostamalla saatettiin pyrkiä häivyttämään naisista mahdollisia homoseksuaalisia piirteitä. (Juvonen 2015, 157–158.)

Toisaalta 1960-luvun aikana mainoksista alkaa hävitä kokonaan pesukoneen käyttäjä, ja pesukoneita kuvataan suurin osin kuvaamalla pelkkä laite ja sen toimintaa. Mainokset koskevat pääasiassa automaattipesukoneita, ja niiden teknisistä ominaisuuksista ja varusteluista kerrotaan yksityiskohtaisesti. Pesukoneiden automaattisuutta korostetaan esimerkiksi kirjoittamalla niistä ”huippuautomaattisina” (Etelä-Suomen Sanomat 234/1968, 5) ja esimerkiksi Candy-pesukoneen iskulauseeksi tuli ”pesee puolestanne” (Etelä-Suomen Sanomat 258/1967, 12). Pesukoneet esitetään itsenäisinä toimijoina robottien tapaan, vaikka tosiasiansa niiden käyttöön tarvittiin yhä ihmistä. Ehkä pesukoneet olivat tähän aikaan jo tarpeeksi vakiintuneita koteihin, jolloin niitä ei tarvinnut enää asetella sinne erilaisin mielikuvin. Toisaalta pesukoneita mainostivat valmistajien sijaan entistä enemmän kodinkoneliikkeet, jolloin tuotteen ominaisuudet koettiin ehkä mielikuvamarkkinointia olennaisempina.

### **4.3. Puhtaampaa arkea**

Etenkin pyykinpesukoneiden ja pesuaineiden yhteismainoksissa korostettiin puhtauden merkitystä. Esimerkiksi Omo-pesuaineen ja Rosenlew-pesukoneen mainoksessa puhtautta korostetaan pyykin valkoisuudella, johon pesuaine ja kone yhdessä luovat optimaaliset olosuhteet. Mainoksessa esiintyy mustapukuinen nainen, jolle valkoiseen takkiin pukeutunut mies ojentaa pesuainepakettia. Naisen vieressä istuu mies selailemassa lehteä tai mahdollisesti pesukoneen ohjetta. (Apu 16/1964, 114.) Miehet esiintyvät mainoksessa asiantuntijoiden tapaan, mikä näyttää olleen apulaisena toimimisen ohella toinen sallittu rooli miehille kodinkoneiden mainoksissa (Uusitalo 1990, 22). Kirsi Saarikankaan mukaan tämän ajan keskustelussa kodin puhdistuksesta korostui miesten näkymättömyys. Puhtauden vaaliminen määriteltiin naisten alueeksi ja moraaliseksi velvollisuudeksi, ja se kytkeytyi perheenemännän hallintakykyyn ja auktoriteettiin. Puhtaus merkitsi konkreettisen siivoamisen ohella myös arvoja. Äideillä oli tärkeä rooli lasten kasvattajina, ja kasvatuksessa pyrittiin korostamaan puhtaita ja terveitä elintapoja. (Saarikangas 2002, 122–123.) Se välittyi

esimerkiksi Omo-pesuaineen ja Indesit-pesukoneen mainoksesta, jossa äiti suorittaa pyykinpesua kahden lapsensa kanssa (Kuva 2; Suomen Kuvalehti 38/1963, 59).



Kuva 2: Pyykinpesua lasten kanssa. Suomen Kuvalehti 38/1963, 59.

saastaisuusnäkemystä tulkiten on luonnollista, että mainoksissa korostetaan näin vahvasti pyykin tehokasta puhdistumista. Erilaiset tekstiilit altistuvat tälle ”saastalle” hyvinkin läheisesti ollessaan kosketuksissa ihmisruumiin kanssa, mutta puhdistuksen avulla saadaan palautettua järjestys. Koneellisen pesun kautta myös käsien kosketus erilaisiin eritteisiin vähenee.

Puhtauden korostaminen teemana viestii ajalle tyypillisistä arvoista. Mary Douglasin likanäkemyksen mukaan siivottua ja puhdasta kotia voidaan pitää merkinä yhteisön sääntöjen noudattamisesta, jolloin likainen tai sotkuinen koti on osoitus sääntöjen laiminlyönnistä joko tahallaan tai kykenemättömyyden takia. Sitä voidaan pitää merkinä asukkaan sosiaalisesta tai psyykkisestä poikkeavuudesta, johon yhteiskunnan järjestyksenpitäjät pitävät oikeutenaan puuttua. (Anttonen & Viljanen 2000, 15.) Jollain tapaa yhteiskunnan ulkopuolisia tai muuten epäilyttäviä henkilöitä on kautta aikain kuvailtu likaisiksi tai vastenmielisiksi. Likaisen leiman saattaa saada myös käyttäytyessään jotenkin yleisiä säännönmukaisuuksia vastaan. (Frykman 1987, 164–165.) Puhtausnormi liitettiin naisten kautta myös lapsiin ehkä siksi, että sen rikkomisen ajateltiin kostautuvan erityisesti heille sairauksina tai yhteisön hyljeksintänä (ks. Keinänen 2006, 240).

Filosofi Julia Kristeva mukailee Mary Douglasin likateoretisointia kirjoittamalla, että järjestystä uhkaavat saastuttavat asiat liittyvät aina ruumiinaukkoihin tai ruumiiseen liittyviin asioihin. Hän ottaa esimerkeiksi ulosteen ja kuukautisveren, joista ensimmäiseen hän yhdistää myös sen ”vastineet” eli erilaiset sairaudet, tartunnat, kuoleman ja mädäntymisen. Uloste vastineineen edustaa Kristevan mukaan identiteetin ulkopuolelta tulevaa vaaraa ja kuukautisveri vaaraa, joka tulee sosiaalisen tai seksuaalisen identiteetin sisältä. (Kristeva 1993, 202.) Kristevan

Mainostajille on ollut hyödyllistä korostaa puhtauden teemaa pesukonemainonnassa, sillä puhtaus on edustanut terveyttä ja hyvinvointia, johon ihmiset ovat varmasti mielellään halunneet samaistua. Likaista olemusta ei pidetty sopivana oikeanlaiselle yhteiskunnan jäsenelle. Vastuu puhtaudenpidosta keskittyi pääasiassa perheenäideille, joiden tuli osoittaa kunniakkuutta ja huolenpitoa pitämällä huolta kodin taloudenpidosta, järjestyksestä, puhtaudesta ja siisteydestä. Samalla puhtauden korostaminen onkin saattanut luoda sosiaalista painetta pesukoneen hankkimiseen etenkin niiden kohdalla, jotka elävät jo valmiiksi jollain tapaa marginaalissa. Puhtauden sekoittuminen kunniallisuuteen aiheuttikin perusteetonta moraalista arvostelua, eikä kaikilla ollut samanlaisia resursseja panostaa kodin siisteyteen ja kauneuteen (Mannevuori 2020, 194; 197).

#### **4.4. Pesukone valintana ja investointina**

Kun markkinoille alkoi tulla enemmän erilaisia pyykinpesukoneita, oli niiden valitseminenkin entistä hankalampaa. Avuksi tähän tuli esimerkiksi Työtehoseura, jonka asiantuntijat testasivat ja vertailivat laitteita ja raportoivat tuloksistaan. Seuran tutkimus-, kokeilu- ja kehittämistyön tehtävänä oli erityisesti maaseutuväestön elinehtojen parantaminen. (Maaseudun Tulevaisuus 100/1967, 12.) Työtehoseura vastasi pitkälti kotitalouksien standardisoinnista, mutta sen painotteisuus maatalouden suurkeittiöihin herätti myös kritiikkiä standardisointielimien sisällä, sillä kaupunkitalouksien tilat ja olosuhteet erosivat huomattavasti maaseudusta (Pantzar 1999, 208).

Valinnan tueksi julkaistiin myös artikkeleita sanoma- ja aikakauslehdissä. Esimerkiksi *Länsi-Savo* -lehdessä julkaistiin vuonna 1967 teksti, jossa kerrotaan mitä toimintoja täysautomaattipesukoneessa on hyvä olla. (*Länsi-Savo* 40/1967, 4.) Laitteita esiteltiin myös kodinkoneliikkeissä, ja esittelypäivistä ilmoitettiin yleensä lehdissä etukäteen. Esimerkiksi Stockmann-tavaratalolla oli 1960-luvulla Toivekeittiönä mainostettu erikoisosasto, jossa sai tutustua sen aikaiseen ihannekeittiöön kuuluviin kalusteisiin ja laitteisiin. Osastolla esiteltiin myös pesukoneiden toimintaa. (Uusi Suomi 36/1965, 13; Uusi Suomi 92/1966, 6.) Valintaan sai apua myös radion puolelta kymmenminuuttisesta ohjelmasta, jossa talousopettaja Leena Rukko ja toimittaja Seija Wallius valitsivat pesukoneita (*Etelä-Suomen Sanomat* 10/1966, 13).

Pyykinpesukone on ollut aikanaan kallis sijoitus. Esimerkiksi 1960-luvulla pesukoneiden hinnat vaihtelivat 895–1350 markan välillä, mikä vastaa Tilastokeskuksen mukaan nykyrahassa 1574–2375 euroa. Keskipalkka 1960-luvulla oli 3405 markkaa kuukaudessa, eli keskipalkkaa ansaitsevallakin pesukoneeseen on voinut kulua kuukausituloista liki puolet tai enemmänkin. (Uusi Suomi 83/1965, 31; Uusi Suomi 36/1965, 13; Tilastokeskus: Rahanarvonmuunnin; Lehtinen 2012.)

Kyselyvastausten perusteella kodinkoneiden hankkiminen on lähtenyt usein perheenäitien aloituksesta. Naisten ansiotyön lisääntyminen toi tuloja taloon, jolloin pystyttiin hankkimaan nimenomaan heidän työtänsä helpottavia välineitä. Eräs vastaaja kertoo: ”Kyllähän se kodinkoneitten hankinta on ollut vähän yleisempää kun pyykin pesijä on ollut ollut työssä, ja kun hänellä on ollut n s omaa rahaa niin on ollut painavampi sana näistä asioista neuvotellessa.”<sup>4</sup> Osassa kyselyvastauksista pesukoneen hankkimisesta puhutaan yhteisenä ostoksena tai passiivimuodossa, mutta monesta vastauksesta voi olettaa, että pesukoneen rahoitti perheenäiti omilla ansioillaan: ”Kihloihin menon aikoihin hankin täysautomaattimpelukoneen ja pölynimurin, sekä pesukoneen, jonka nyt jo olen vaihtanut täysautomaattipesukoneeseen.”<sup>5</sup>

Vuonna 1950 naisten osuus tulonsaajista oli 21,2 prosenttia, kun vuonna 1963 luku oli lähes kaksinkertaistunut 41,5 prosenttiin. Naisten keskitulot olivat kuitenkin vain noin 60 prosenttia miesten keskituloista. Keski-ikäiset ansaitsivat yleensä eniten, mutta ikä vaikutti miesten tuloihin enemmän kuin naisten. Palkkaerot olivat ammattialakohtaisia, mutta tulot olivat silti yleisesti vähäisemmät huolimatta esimerkiksi siitä, oliko nainen opiskellut saman verran kuin vastaavassa työssä toimiva mies. Osa palkkaeroista on toisaalta selitettävissä sillä, että naiset tekivät tietyillä aloilla töitä miehiä vähemmän. (Haavio-Mannila 1968, 55.) On huomionarvoista, että monessa taloudessa perheenäidit ottivat päävastuun pesukoneen hankkimisesta, vaikka heidän tulonsa olivat miehiään pienemmät ja vaikka kodinkoneet vaikuttivat koko perheen arkeen. Erään miespuolisen vastaajan kertomuksessa pesukoneeseen sijoittaminen lähti perheenisän ajatuksesta, mutta vasta hänen ymmärtäessään työn raskauden: ”Miesten ja lasten osallistuminen kotitaloustöihin oli nähdäkseni kovin kovin vaikeata. Kun he kuitenkin ajanmittaan tajusivat osallistumisensa

---

<sup>4</sup> TYKL/kys/47: informantti 15.

<sup>5</sup> TYKL/kys/47: informantti 33.

tarpeellisuuden, alkoi erilaisten kotitaloudessa tarpeellisten koneiden hankinta, jonka miehet ja nimenomaan miehet aiemmin olivat halunneet eliminoida – jos niin koneita olikaan?”<sup>6</sup>

Kodin hankinnoissa on jouduttu joissain talouksissa tekemään kompromisseja: ”Taloustyötä helpottavien koneiden ja laitteiden hankkiminen on myös ollut yksilöllistä, riippuen kunkin ansiotasosta, siitä miten paljon perheessä on tarvittu rahaa viinaan ja missä määrin esim. henkilöauto on katsottu tarpeellisemmaksi kuin kodinkoneet.”<sup>7</sup> Työtehoseurassa vaikuttanut kotitalousopettaja Maiju Gebhard huomioi tämän aikanaan kritisoidulla kotien aineellisen kehityksen tärkeysjärjestystä. Hänen pienviljelijätalouksissa tekemiensä huomioiden mukaan tulot sijoitetaan usein hänen mielestään vähemmän tärkeisiin asioihin, kuten huonekaluihin tai mattoihin, kun saman rahan voisi käyttää perheenäitien työtä helpottaviin laitteisiin. (Gebhard 1954, 713–714.) Etnologi Outi Fingerroos on huomionut, että maaseudun sähköistyessä laitteiden avulla keskityttiin tehostamaan ennemmin maanviljelyä ja karjanhoitoa kuin kodinhoitoa. Se liittyi talonpoikaiseen elämäntapaan, johon uudenlaiset ihanteet omaksuttiin kaupunkiympäristöä hitaammin. (Fingerroos 2000, 188.)

Ideaali kodinhoidon rationalisoinnista oli yhteinen eri sosiaaliluokissa, mutta mahdollisuudet siihen olivat erilaiset (Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2013, 169). Eräs miesvastaaja kertoo kodinkoneiden olevan paikkakunnallaan Kannonkoskella melko harvinaisia vielä vastausaikanaan johtuen rahan puutteesta, mutta toisaalta myös paikkakunnan ”vanhanaikaisuudesta”.<sup>8</sup> Pesukoneen korkea hinta nostetaan esiin erilaisissa pyykinpesukoneista kirjoitetuissa lehtiartikkeleissa. Uutta pyykinpesukonetta esittelevien Työtehomessujen avaamisesta kertovassa ilmoituksessa kerrotaan pesukoneen hankkimisen olevan rahakysymys (Työkansan Sanomat 261/1948, 1). Uusien kodinhoidon ihanteiden voi nähdä luoneen myös paineita vähävaraisille talouksille. *Vapaa Sana* -lehdessä julkaistiin vuonna 1949 mielipidekirjoitus, jossa parjataan sen aikaisia ohjeistuksia, joita perheenäideille on jaettu kodinhoitoon liittyen ja viihtyvyyden lisäämiseksi. Kirjoittaja kertoo perheenäitien kyllä osaavan luoda toimivan ja viihtyisän kodin ”mikäli varat ja voimat

---

<sup>6</sup> TYKL/kys/47: informantti 3.

<sup>7</sup> TYKL/kys/47: informantti 5.

<sup>8</sup> TYKL/kys/47: informantti 68.

siihen riittävät”. Hän kertoo esimerkiksi pesukoneen olevan kuitenkin kaukainen ajatus sellaiselle ihmiselle, jolla ei ole edes kotia, jossa pyykkiä pestä. (Vapaa Sana 265/1949, 5.)

Myös Victor Papanek on kritisoinut 1970-luvulla muotoilua siitä, että pienituloisten ryhmille ei lähtökohtaisesti suunnitella mitään, vaan ongelma huonoista mahdollisuuksista hankkia tavaroita käännetään heidän omaksi syykseen. Syyllistys viittaa siihen, että pienituloiset eivät joko ansaitsisi tiettyjä tavaroita tai hyödykkeitä, tai he olisivat liian vastuuttomia niiden käyttämiseen, jos eivät onnistu tienamaan niihin rahojakaan. (Papanek 1973, 121–123.)

Pesukoneen hankkimista pyrittiin kuitenkin helpottamaan eri keinoin ja eri tahoilla. Monet valmistajat tarjosivat joustavia vaihtoehtoja sen maksamiseen. Vuonna 1958 Upo-pesukoneita sai ostettua 4500 markan käsirahalla, ja maksuajaksi sai valittua kolmen, kuuden, yhdeksän tai kahdentoista kuukauden maksuajan. Mainoksessa kerrotaan: ”Ajatelkaa kuinka helposti pääsette käsiksi vaivattoman Upo-pesun päiviin. Lompakko ei aseta enää esteitä. Käsiraha riittää pesukoneen saantiin heti käyttöönne.” (Maaseudun Tulevaisuus 130/1958, 6.) Tv- ja konemyynti Oy mainostaa vuonna 1966 joulutarjousta, jossa pesukoneen käsirahaksi saa vaihdettua vanhan pyykkilautansa. Yritys mainostaa myös joustavia maksuehtoja, ja koneen voi maksaa seuraavan vuoden puolella. (Kansan Uutiset 338/1966, 13).

*Suomen Sosialidemokraatti* -lehdessä kerrotaan, että Suomen Sosialidemokraattisen Työläisnaisliiton kautta jäsenten olisi mahdollista tilata pesukone ”suhteellisen huokeaan hintaan” (Suomen Sosialidemokraatti 261/1948, 2). Sosialidemokraattiset naiset järjestivät myös monenlaista muuta apua heikommin toimeen tuleville perheille. Tätä jo sotien aikaan aloitettua toimintaa kutsuttiin huoltoemäntätyöksi, jossa vapaaehtoiset jäsenet esimerkiksi esittelivät kotityötä helpottavia välineitä tai antoivat huolto- ja emäntäkursseja. (Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2013, 170–171.)

Sanoma- ja aikakauslehdissä julkaistiin myös kilpailuja ja arvontoja, joiden pääpalkintoina usein oli jokin kodinkone. Niiden avulla kenen tahansa oli mahdollista nykyaikaistaa kodinhoitoaan. Palkintostatuksessaan kodinkoneet olivat tuotteita, joita pidettiin tavoiteltavan arvoisina ja joista arkisuudestaan huolimatta haaveiltiin. (Pantzar 2000, 36; Pantzar 1999, 208–209.)

Eräs miesvastaaja kertoo kodinkoneisiin liittyen siitä, miten huonosta rahatilanteesta huolimatta juuri pyykinpesukone oli se, joka pyrittiin talouteen saamaan. Hän kertoo maaseudulla olleen rahat tiukassa, ja hän joutui ottamaan rahat koneeseen säästöistään.<sup>9</sup> Kodinkoneilla olikin osuutensa myös yhteiskunnallisessa säästämiskeskustelussa. Kulutus hidastui ja osin estyi sotien aikana, mutta suomalaisten taloudellinen tilanne alkoi vähitellen kohentua sotien jälkeisellä ajalla. Sen seurauksena talouspoliittinen eliitti ja sivistyneistö huolestuivat kansan ryhtyvän holtittomaan kulutukseen sekä liian suuriin palkkavaatimuksiin, joita talous ei kestäisi. Pesukoneen kaltaiset kestopulutushyödykkeet toimivat tärkeinä välineinä hillitsemään kansan impulsiivisuutta ja opettamaan säästämistä 1950-luvun Suomessa. Kasvutalous vaatii kulutusta, johon tarvittiin aluksi pääoman kasautumista. Kodinkoneet olivat hyvä keino kanavoida rahavirtoja ensin säästöiksi ja sen jälkeen tuotannollisiin investointeihin. Samalla voitiin tukea ja elvyttää kotimaista tuotantoa, sillä sotakorvaustuotannosta käynnistynyt metalliteollisuus oli ryhtynyt valmistamaan myös kodinkoneita. (Pantzar 2000, 66–67, 139; Uusitalo 1990, 21.)

Säästämiskeskustelu oli olennaista etenkin naisten näkökulmasta, sillä sen kautta saatiin houkutelua myös naisia uusiksi pankkiasiakkaisiksi (Pantzar 2000, 67). Ajatusta kodinkoneisiin säästämisestä hyödynnettiin pankkimainoksissa, joissa käytettiin neuvovaa ja syyllistävääkin puhetapaa. Säästäväinen perheenäiti toimi koko perheen hyväksi ja oppi samalla panostamaan ajan hengen mukaisesti määrän sijaan laadukkaampiin tuotteisiin. (Pantzar 2000, 76–77.) Säästämisaate oli osa laajempaa rationalisointi- ja kansanvalistuskeskustelua, johon kodinkoneet liittyivät mutkattomasti. Kodinkoneita markkinoitiin arvokkaina säästämiskohteina ja sijoituksina, sillä vaikka ne kuluvat käytössä, niiden kerrottiin ”kasvavan korkoa emännän hyvinvoinnille ja pirteydelle”. Säästämisestä muodostui keino henkilökohtaisten toiveiden toteuttamiseen, ja pankit ryhtyivät esittelemään uudenlaisia tilimuotoja ja rahansiirtotapoja. (Pantzar 2000, 69.)

Uudet hyödykkeet omaksutaan yleensä ensimmäisenä ylimpien sosiaaliluokkien keskuudessa ja alueellisesti pääkaupunkiseudulla, josta uutuudet vähitellen valuvat muualle maahan (Pantzar 1996, 20). Kodinkoneet toimivat 1950-luvulla statussymboleina, sillä ne olivat vasta hiukan aiemmin vapautuneet säännöstelystä

---

<sup>9</sup> TYKL/kys/47: informantti 2.



(Heinonen & Konttinen 2001, 202). Yleistyessään ne kuitenkin muuttuivat arkisiksi laitteiksi. Tiina Huokunan mukaan pyykinpesukone putosi varsin nopeasti ylellisyydesineestä tavalliseksi kulutustuotteeksi, jolloin ylellisyyttä tuli hakea arkeen muilla esineillä ja keinoilla. Samoin oli käynyt myös muille laitteille kuten televisiolle, jääkaapille ja pakastimelle sekä monille huonekaluille (Huokuna 2006, 143). Kodinkoneiden hinnat myös laskivat massatuotannon myötä 1960- ja 1970-lukujen aikana, mikä vähensi niiden arvoa ylellisyyksinä (Gomez 1994, 130).

Kulutus siis tavallaan demokratisoitui, mutta toisaalta pesukoneiden yleistymisestä ja hinnan laskusta huolimatta oli vielä paljon ihmisiä, joille pesukone oli saavuttamattomissa joko hinnan tai esimerkiksi asuinolojen takia. Joukkokulutuksen kasvuvaiheessa tietyn kulutustason saavuttamisesta tai tiettyjen hyödykkeiden omistamisesta tuli tulojakin tärkeämmän sosiaalisen vertailun kohde (Uusitalo 1990, 23), jolloin jo yleistyneiden kodinkoneiden omistamattomuus saattoikin näkyä vielä entistä suurempana luokkaerona.

Kun kulutustavaran määrä kasvoi, olivat tuotteiden erot eri valmistajien ja myyjien välillä pienempiä. Mainonnan tehtävänä olikin luoda mielikuvien kautta eroa kilpailijoihin. Mainonta alkoi kuvata ihmisten toiveita ja unelmia ja esitteli tuotteita ratkaisuna niiden tavoitteluun. (Heinonen & Konttinen 2001, 201.) Kuluttajia ohjattiin kuluttamaan enemmän myös tarjoamalla erilaisia lisävälineitä. Pyykinpesuun alettiin markkinoida esimerkiksi mankeleita ja muita pyykin jälkikäsitteilyyn tarkoitettuja välineitä, joille luotiin tarvetta mainoskielen avulla. Esimerkiksi Rosenlewin Electrohelius-silitysmankelin mainoksessa kerrotaan, että ”pesukoneenne tarvitsee täydennykseksi tämän uutuuden pyykin jälkikäsitteilyä varten” (Uusi Suomi 326/1965, 11).

1960-luvun puolivälissä pesukonemainokset koskivat pääasiassa täysautomaattikoneita. Samalla mainoksissa yleistyi maininta, että ostaessa uuden pesukoneen saa vaihdossa hyvityksen edellistä koneestaan (esim. Länsi-Savo 303/1966, 3). Tällä pyrittiin todennäköisesti madaltamaan ostajan kynnystä maksaa uudesta koneesta. Toisaalta kohderyhmänä tässä ovat ne, joilla koneeseen on jo ennestään ollut varaa, joten sillä on pikemmin luotu tarvetta kuluttaa lisää päivittämällä parempaan versioon tutusta hyödykkeestä. Esimerkiksi Lahden Pyörä ja Kone mainostaa vuonna 1967 Siemensin Siwamat-pesukonetta, jonka rinnalla muiden

pesukoneiden kerrottiin olevan vanhanaikaisia. Sen kerrotaan olevan ainoa täysautomaattikone, joka on mitoitettu kotiin sopivaksi. (Etelä-Suomen Sanomat 62/1967, 7.) Tällä pesukoneella oli sama päämäärä kuin vanhemmilla malleilla: auttaa käyttäjää pyykinpesussa. Kuitenkin korostamalla uuden mallin nykyaikaisuutta tai asuntoon sopivampia mittoja voitiin tarjota kuluttajille mahdollisuus erottautua kulutusvalinnallaan.

Historioitsija Minna Sarantola-Weiss kirjoittaa tavaroiden kulumisesta, joka voi tapahtua sekä fyysisesti että kulttuurisesti. Kulttuurinen kuluminen on tapahtunut 1950-luvulta lähtien tavarapaljouden lisääntymisen myötä entistä nopeammin. Sarantola-Weiss viittaa etnologi Orvar Löfgrenin [1990] ajatuksiin tavaroiden tyhmentämisprosesseista (töntifering), jossa aiemmin arvossa pidettyä esinettä aletaankin pitää vanhanaikaisena tai huvittavana. (Sarantola-Weiss 2003, 383.) Pulsaattoripesukoneet näyttävät päätyneen mainosten perusteella osaksi tällaista tyhmentämisprosessia, kun niitä kehoitettiin tuomaan liikkeisiin uudenaikaisten automaattipesukoneiden tieltä.

Tuotteita myydään välittämällä voimakkaita tunteita mediakuvien kautta. Samalla kuvasto tuottaa ihmisille ihannekuvia ja -identiteettejä ja toisaalta myös identiteettejä, joita ei haluta korostaa. Tuotteiden ja palveluiden ohella myydään siis myös uskomuksia, aatteita, ihanteita ja ideologioita. (Karkulehto 2011, 28–29.) Mainosten kuvastossa aletaan 1960-luvun puolella korostaa erilaisia arvoja, kuten kotimaisuutta. Esimerkiksi vuoden 1966 Avainlippu-mainoksessa esiintyvä rouva Pirkko Joulas kertoo tukevansa mielellään suomalaista tuotantoa ostopäätöksissään, ja seuraavana ostoksena hänellä onkin suomalainen pesukone. Mainoksessa huomioidaan suomalaisten kyky valmistaa laadukkaita ja trendikkäitä tuotteita, varaosien helpompi saatavuus, mutta myös sen vaikutus Suomen talouteen: ”Jos syventyy asiaan, ymmärtää kyllä, että suomalaisen tuotteen ostamisesta koituva etu ikään kuin peilautuu takaisin yksilöön itseensä”. (Suomen Sosialidemokraatti 114/1966, 10).

Pesukoneiden tai muiden kulutushyödykkeiden ostaminen ei ollut enää vain oman arjen helpottamista, vaan sen kautta pystyi viestimään arvoistaan, siirtää kodinkoneet osaksi sisustusta ja näillä keinoin erottautua muista. Etenkin keskiluokalla on nähty pyrkimystä erottautua ainakin alemmasta sosiaaliluokasta. Tähän tarpeeseen mainoksilla on kenties pyritty tarttumaan. Kulutusvalinnat ilmaisevat kuluttajan

ansaintakykyä ja kulutusosaamista, mikä nostaa hänen yhteiskunnallista pätevyyttään. (Pantzar 1996, 67.) Pierre Bourdieun kuvaamaa hyvää makua ja sen kautta omaa luokkaa pystyttiin osoittamaan tekemällä kulutusvalintoja esimerkiksi ihanteena olevan modernin rationaalisuuden ja siihen liittyvien arvojen näkökulmasta. Maku ilmeni hygieniassa, toimivuudessa ja kodikkuudessa. (Sarantola-Weiss 2003, 41.)

Kyselyvastauksista on luettavissa myös kuluskritiikkiä. Eräs ähtäriläinen naisvastaaja luettelee uusia kodinkoneita ja kertoo ihmisten tyytyneen ennen sotia vähempään ja tehneen enemmän töitä. Hän huomauttaa: ”Ihmisen kiihotus nykyaikana on hirveä ja päättyy ennen tai myöhemmin tuhoon!”<sup>10</sup> Mainonta ja sen myötä kuluskulttuuri kohtasivatkin myös kritiikkiä 1960-luvulla. Se johtui etenkin televisiomainoksista, jotka muuttivat kotien äänimaailmaa ja joiden vaikutuksilta oli entistä hankalampi pysyä erossa, kun mainos keskeytti katsottavan ohjelman. Samaan aikaan Suomessa elettiin niin sanotun tiedostavan kulttuuriradikalismien aikaa, jolloin teollisuutta, kauppaa ja liike-elämää mainonta-aloineen kritisoiitiin. Ilmassa oli myös amerikkalaisvastaisuutta, johon amerikkalaista kulttuuria edustaneet mainokset eivät sopineet. (Heinonen & Konttinen 2001, 187.)

---

<sup>10</sup> TYKL/kys/47: informantti 101.

## 5. Kotien työnjako ja sukupuoliroolit

Kotityöt ovat vahvasti sukupuolittuneita, ja pyykinpesua on pidetty erityisesti naisille kuuluvana työnä (esim. Mohun 2003; Ranta 2012, 99–10). Ensimmäisten pyykinpesukoneiden markkinointiin liittyy kuitenkin keskustelua kotitöistä vapautumisesta tai ainakin niiden helpottumisesta. Tässä kappaleessa taustoitan kotien työnjakoa ja sukupuoliroolien jakaantumista 1950–1970-lukujen aikana, sekä miten ne ovat mahdollisesti muuttuneet ja mitkä asiat muutokseen ovat vaikuttaneet.

### 5.1. Sota-ajan vaikutus

Kun nainen sota-aikana joutui tekemään ns. miesten töitä, huomasi hän, etteivät ne niin kaksisia ja erikoislaatuisia olleetkaan.<sup>11</sup>

Sota-ajat usein pakottavat kyseenalaistamaan vakiintuneita sukupuolten välisiä työn- ja vastuunjakoja. Kun parhaassa työiässä olevat miehet ovat rintamalla, on puuttuva työvoima korvattava. Maatalous ja teollisuus menettivät molemmat suuren osan työvoimastaan sotien aikaan. Naiset eivät olleet täysin uudella alueella työntekijöinä, sillä monet heistä olivat jo tottuneet tekemään töitä esimerkiksi teollisuuden aloilla. (Satka 1993, 63–64). Lisäksi maaseudulla on ollut yleistä, että miehet ovat olleet pitkiäkin aikoja poissa kotoa metsätöissä tai tilapäisissä töissä, jolloin naiset ovat hoitaneet yksin kodin ja tilan työt (Holmila 2001, 61). Kiireisimpinä työkausina naisilta on odotettu joustoa tarvittaessa kaikkiin töihin. Elinkumppanit olivat myös riippuvaisia toistensa työpanoksesta, mikä omalta osaltaan heikensi miehen patriarkaalista valtaa. (Korhonen 1999, 144.)

Sotien aikaan naisille kuitenkin avautui pääsy myös parempipalkkaisiin ja arvostetumpiin miesvaltaisiin työtehtäviin, kuten sotatarviketeollisuuteen ja raskaaseen metalliteollisuuteen. Naiset menestyivät hyvin näissä tehtävissä, ja samaa oli nähtävissä maan- ja karjanhoidon parissa. Se kasvatti naisten ammatillista itsetuntoa, laajensi ajatusta heidän yhteiskunnallisesta paikastaan ja vaikutti yleiseen käsitykseen naisten kyvyistä työelämässä. (Satka 1993, 63–64.) Työkokemus ja alalle soveltuvuuden todistaminen helpotti naisten työnsaantia monilla aloilla myös sotienjälkeisellä ajalla (Kurkinen 2020, 76). Vastaavasti etenkin maaseudun

---

<sup>11</sup> TYKL/kys/47: informantti 5.

pienituloilla miehet osallistuivat entistä enemmän esimerkiksi lypsämiseen tai muihin ennen naisten töinä pidettyihin töihin, sillä tilojen koneistuksessa myös tuotanto oli suurempaa ja vaati lisää työvoimaa (Kaarlenkaski 2018, 83–84).

Sosiaalityön tutkija Mirja Satkan mukaan sota-aika ei täysin muuttanut yleisiä käsityksiä mies- ja naiskansalaisuudesta, mutta käynnisti keskustelun uusien ja vanhojen käsitysten sekä miesten ja naisten näkemysten välillä. Pinnalle nousivat naisten näkemykset naisten omasta paikasta ja yhteiskunnallisista velvollisuuksista. Toisaalta nämä olivat kuitenkin ristiriidassa yhä vallalla olevan perhekeskeisen ilmapiirin kanssa, jota myös sodan aikaan vahvistettiin korostamalla kotirintaman merkitystä. Vaikka kysymys nuorten naisten ammattikoulutuksesta nousi esiin, olivat naisille suunnatut kodin- ja lastenhoitoon sekä kotiteollisuuteen liittyvät koulutusalaehdotukset perinteisen sukupuolten välisen työnjaon mukaisia. Lisäksi sodasta palaaville miehille oli hyödyllistä säilyttää sukupuolten väliset jaot, sillä siten he pääsivät jatkamaan esimerkiksi sotaa edeltävissä työpaikoissaan. (Satka 1993, 58; 68–71.) Myös kyselyvastauksissa huomioidaan, että mies yleensä ”peri työnsä” takaisin sodan jälkeen.<sup>12</sup> Naisten jääminen työelämään sodanjälkeisellä ajalla on Satkan mukaan enemmänkin olosuhteiden kuin valinnan tulosta. (Satka 1993, 71.) Monet ammattityöt myös muuttuivat entistä enemmän mies- tai naisvaltaisiksi (Ranta, 2012, 202).

Miesten paluun alkuperäisiin töihinsä voidaan nähdä myös helpottaneen naisten työtaakkaa erityisesti maaseudulla, sillä miehet ottivat haltuunsa fyysisesti raskaita töitä ja naisilla oli yhä suurin osa kotitaloustöistä kontollaan. Toisaalta kaikki sodasta palanneet miehet eivät kyenneet jatkamaan töissä joko fyysisten tai henkisten vammojen takia, jolloin naisten työtaakka pysyi suurena. (Nevala-Nurmi 2013, 200–202.) Kyselyvastausten perusteella sota-aikojen aiheuttama muutos kodin töissä tapahtui ainakin maaseudulla ruuanlaittoa ja siivousta enemmän esimerkiksi karjanhoidossa, josta miehet ottivat entistä enemmän vastuuta.<sup>13</sup> Kuitenkaan joka taloudessa ei näkynyt minkäänlaista muutosta, ja esimerkiksi eräs lahtelainen nainen kertoo miesten ja lasten auttaneen kotitöissä enemmän sotia edeltäneellä ajalla.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 3.

<sup>13</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 151; TYKL/kys/47: informantti 153.

<sup>14</sup> TYKL/kys/47: informantti 65.

## 5.2. Naiset töissä kotona ja kodin ulkopuolella

Naiset siirtyivät kodeista työelämään suuremmissa määrin 1880-luvulta alkaen. He muuttivat töiden perässä pääasiassa kaupunkeihin, joista muodostuikin 1900-luvun alussa hyvin naisvoittoisia. (Ranta 2012, 70.) Erityisesti teollisuustuotannon nopea kasvu houkutteli naisia töihin teollisuuden pariin (Suoranta 2001, 149). Samoihin aikoihin naisille avautui myös uusia mahdollisuuksia kouluttautua, mikä näkyi erityisesti naimattomien naisten hakeutumisena ammattioppiin ja siten työelämään. Kuitenkin vielä 1950-luvulle tultaessa suurin osa nuorista kävi vain kansakoulun ja tyttöjä koulutettiin pääosin perheenemänniksi sekä kotityön ja käsityön aloille. Naisia kannustettiin esimerkiksi aikakauslehdissä sellaisille aloille, joista olisi hyötyä ansiotyön lisäksi myös kodissa, ja se näkyi myös naisten suosimissa koulutusaloissa. Ammattikoulutuksessa suosituimpia naispainotteisia aloja oli kaupan ala, teollisuus, hoitotyö, kotitalous-, ravintola-, kodinhoito-, puutarha- ja käsityöalat sekä karjatalous ja meijeriala. Kouluttamattomat tytöt lähtivät yleensä kotoaan sellaiseen työhön, jota sattui olemaan tarjolla tai johon he olivat kotoaan saaneet hyvät opit. Tällaisia töitä olivat esimerkiksi piian, karjanhoitajan, ompelijan ja pitokokin työt. Myöhemmin hoiva- ja sosiaalipalveluiden lisääntyessä naiset hakeutuivat hoiva-aloille. (Ranta 2012, 70; 72–73; 203.)

Naimattomat naiset saivat tuloa naimisissa olevia naisia useammin, kun miehillä tilanne oli toisinpäin. Erityisesti naimissa olevien naisten tulonsaanti kasvoi vuodesta 1950 lähtien. Kodin ulkopuolella ansiotyössä käyvät ”ansioäidit” olivatkin nousseet puheenaiheeksi jo 1930-luvun alussa. Aluksi heidän työssäkäyntiään arvosteltiin, koska heidän ajateltiin vievän työt itsensä elättäviltä naisilta tai tunkeutuvan miesten työsaralle. Lisäksi kotien pelättiin rappeutuvan, kun naiset hakeutuisivat myös kodin ulkopuolisiin tehtäviin. Toisaalta monet etenkin työläisperheiden ja pienviljelijästyöläisten äidit olivat tehneet jo pitkään tilapäisiä töitä kodin ulkopuolella, joten ilmiö ei ollut uusi. (Ranta 2012, 58; 68; 72.)

Vuonna 1960 noin puolet suomalaisista naisista kävi ansiotyössä. Maaseudun työssäkävivistä naisista yli puolet oli naimisissa ja kaupunkilaisista hiukan harvempi. Heistä noin kolmanneksen työllisti maa- ja metsätalous, toisen kolmanneksen liikenne ja palveluala, teollisuudessa työskenteli neljännes ja loput naisista työskenteli kaupan alalla. Naisista tuli enemmistö monella alalla, joista kuitenkin samalla kehittyi matalapalkka-aloja. Yhä useampi nainen hakeutui ansiotöihin, koska perheen tulot

eivät muuten riittäisi elämiskustannuksiin. Toisaalta rahan hankintaan ja sen kautta elintason nostamiseen kannustivat myös markkinoille tulleet uudenlaiset tuotteet ja hyödykkeet. (Ranta 2012, 73; 203.) Tämä näkyy myös joissain kyselyvastauksissa. Joissain talouksissa naisten työssäkäynti oli välttämätöntä, kun miehen palkka ei enää riittänyt korkeamman elintason ylläpitoon. Elintasoon kohdistui uudenlaisia vaatimuksia, kun perheisiin hankittiin esimerkiksi autoja ja muita uusia hyödykkeitä.<sup>15</sup>

Kodinkoneiden hankkiminen liitettiin joissain vastauksissa naisten työssäkäyntiin. Siitä kerrottiin naisten tienaan palkan kautta, jota saatettiin kohdentaa kodinkoneisiin.<sup>16</sup> Toisaalta sillä saatettiin koittaa helpottaa niitä kotitöitä, jotka naisten työssäkäynnistä huolimatta kuuluivat pääasiassa naisille: ”Oli vallan selvää että siitä perheestä mistä ainakin nainen lähti ansiotyöhön sinne ostettiin kodinkoneita – pesukone oli ensimmäinen hankinta yleisesti.”<sup>17</sup>

### **5.3. Ulkopuolinen apu**

Kotiapulaisten määrä alkoi vähetä huomattavasti sotien jälkeen. Kotiapulaisia oli vuonna 1950 vielä 40 000, mutta seuraavalla vuosikymmenellä määrä väheni kuuteen tuhanteen. (Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2013, 168.) Esimerkiksi eräs naisvastaaja kertoo kotiapulaisen pidon olleen ennen sotia paikkakunnallaan Alajärvellä yhtä yleistä niin maanviljelystalouksissa kuin virkamies- ja liikemiesperheissä. Hänen mukaansa pienemmissäkin taloissa saattoi olla kaksi tai kolmekin piikaa.<sup>18</sup> Joissain vastauksissa mainitaan erikseen pyykkärit, jotka kulkivat talosta taloon tienaten ansionsa pyykinpesulla.<sup>19</sup> Toisaalta kotiapulaiset osin siirtyivät maaseudulta kaupunkiin, sillä kotiapulaisena toimiminen oli nuorille naisille helpoin keino saada kaupungista asunto (Uljas 2013, 216). Sonkajärvellä kauppiana toiminut nainen kertoo maaseudun nuorten naisten itsenäistyneen sodan aikana ja muuttaneen kaupunkiin kevyempien töiden perässä. Heidän työnsä jäivät siten maaseudulla muiden hoidettaviksi, jolloin miesten täytyi osallistua aiempaa enemmän esimerkiksi karjanhoitoon ja navettatöihin, joita perinteisesti pidettiin naisille

---

<sup>15</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 58.

<sup>16</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 12.

<sup>17</sup> TYKL/kys/47: informantti 30.

<sup>18</sup> TYKL/kys/47: informantti 18.

<sup>19</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 136.

kuuluvina töinä.<sup>20</sup> Maaseudulla kotiapulaisena toimiminen vaikuttaa kohdanneen myös tietynlaista asennemuutosta. Pomarkkulainen naisvastaaja kertoo, että nuoria saatetaan pitää jopa ”heikkomielisinä”, mikäli osallistuvat karjanhoitoon.<sup>21</sup>

Avulle olisi kuitenkin ollut tarvetta monissa talouksissa naisten siirtyessä yhä enenevässä määrin työelämään, ja jotkut vastaajat kertovatkin apulaisten olleen sotienkin jälkeen yleisiä perheissä, joissa nainen kävi ansiotöissä. Se liittyi esimerkiksi lasten päivähoitopaikkojen vähyyteen. Kuitenkaan ansiotöissä käyvien äitien talouksissakaan kaikilla ei ollut mahdollisuutta erilliseen apuun, ja kotiapulaiset olivat yleisempiä virkamiesperheissä kuin työläisperheissä.<sup>22</sup> Työssäkäyvien naisten lapsia saattoivat hoitaa myös kotirouvat.<sup>23</sup> Kysymykseen kotiapulaisista liittyy vastauksissa monenlaisia asenteita. Eräs miesvastaaja valittelee kotiapulaispulaa ikäväksi seuraukseksi naisten työssäkäynnistä. Hän kertoo, että työssäkäyviä naisia kyllä löytyy, mutta ei ”kotihengettäriä”.<sup>24</sup> Kotiapulaisia haettiin lehtien ilmoituspalstoilla, ja kodinkoneiden yleistyessä ilmoituksissa mainittiin, mikäli taloudessa oli automaattipesukone tai muita kodinhoitajan työtä helpottavia välineitä (esim. Maaseudun Tulevaisuus 113/1966, 11).

Kotiapulaisten väheneminen kuitenkin johti joissain talouksissa kotitöiden uudelleenjakoon perheen kesken, ja perheenjäsenet ryhtyivät auttamaan äitiä kotitöissä ”kykyjensä mukaan”.<sup>25</sup> Toisaalta kotiapulaisten tarvetta ja perheen työtaakkaa vähensi ulkopuolisten palvelujen lisääntyminen. Tällaisina palveluina vastauksissa mainitaan valmiit vaatteet, valmisruuat ja -leivonnaiset sekä pesula.<sup>26</sup> Toisaalta kaikkien vastaajien paikkakunnilla ja erityisesti maaseudulla ei tällaisia mahdollisuuksia ollut.<sup>27</sup>

#### **5.4. Leikki on lasten työtä**

Lapset oppivat sosiaalisia ja kulttuurisia käytänteitä pitkälti kotiensa fyysisistä ja hiljaisista toiminnoista sekä käytänteistä (Löfgren 1987, 136). Kodin työt ovat perinteisesti periytyneet sukupuolen mukaan sukupolvelta toiselle (Korkiakangas

---

<sup>20</sup> TYKL/kys/47: informantti 62.

<sup>21</sup> TYKL/kys/47: informantti 72.

<sup>22</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 67.

<sup>23</sup> TYKL/kys/47: informantti 68.

<sup>24</sup> TYKL/kys/47: informantti 43.

<sup>25</sup> TYKL/kys/47: informantti 4.

<sup>26</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 214; TYKL/kys/47: informantti 3; TYKL/kys/47: informantti 54.

<sup>27</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 191.



1996, 154). Kansatieteilijä Ilmar Talven mukaan talonpoikauskulttuurissa lapset alkoivat osallistua kevyesti kotitöihin viiden vuoden iässä, ja kymmenen vuoden ikäisinä töissä alettiin tehdä eroa sukupuolen mukaan. Lapsilta ei kuitenkaan vaadittu täyttä työpanosta ennen ripillepääsyä 15–16-vuotiaana. (Talve 1979, 201.)

Kansatieteilijä Pia Olsson on tutkinut muistitietoaineiston avulla maaseudun miesten ja naisten paikkoja sotienjälkeisen ajan Suomessa. Hän huomioi sukupuoliroolien ja paikantuneisuuden syntyvän jo lapsuudessa. Vaikka tytöt ja pojat osallistuivat jo lapsina vanhempiensa mukana erilaisiin taloustöihin, oli erona erilainen liikkuvuuden vapaus. Pojat lähtivät miesten mukana erilaisiin ulkotöihin, kun tytöt jäivät auttamaan kodin sisällä tapahtuvissa töissä. Ulkotyöt jättivät illat vapaiksi, mutta kotien sisällä oli yleensä erilaisia työtehtäviä aamusta iltaan. Siten pojilla oli jo töiden puolesta laajempi liikkumatila, jonka lisäksi heille jäi enemmän vapaata aikaa mennä ja kulkea. Tyttöjen ja nuorten naisten pienempi liikkumavapaus voidaan nähdä esimerkiksi keinona hallita heidän seksuaalisuuttaan, sillä nuorten naisten neitseellisyttä pidettiin tärkeässä arvossa agraariyhteisöissä. (Olsson 2009, 36–37.)

Lapset ja lasten hyvinvointi saivat yhä enemmän huomiota yleisessä keskustelussa 1950-luvulla etenkin kaupungeissa. Asiantuntijat antoivat kommentteja lasten kasvuun ja kehitysympäristöihin liittyvissä kysymyksissä, ja myös vanhemmat alkoivat kiinnittää huomiota lapsipsykologisiin oppeihin. Sotien jälkeisinä vuosina edistyi kehityopsykologinen tutkimus, jonka myötä ymmärrettiin paremmin lasten erilaisia ikä- ja kehitysvaiheita. Lasten tarve leikkiä nostettiin tärkeäksi aiheeksi, sillä sen ajateltiin edistävän lapsen fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista kehitystä. Asuntojen ahtaus ja siihen usein liittyvä huono ilmanlaatu ja kosteus ajateltiin ongelmaksi myös lapsen kehityksen kannalta. Se loi stressiä heikommassa asemassa oleville perheille, joilla ei ollut varaa tilavampiin ja perheystävällisempiin asuntoihin. Perheitä kuitenkin tuettiin kasvatustyössä esimerkiksi lasten päivähoidon sekä kunnallisten leikkikenttien kehittämisen avulla. (Malinen 2013, 31; 37; 39–40.)

Keskustelu lasten hyvinvoinnista näkyi kaupunkien ohella myös maaseudulla, jossa aihe täytyi huomioida etenkin sotien jälkeisen syntyvyyden valtavan nousun takia. Suurten ikäluokkien lapsista valtaosa syntyi maaseudulla, jossa tavanomaisesti heidän lapsuudenkodikseen muodostui pienviljelystila. (Nevala-Nurmi 2013, 203–204.) Kyselyvastauksissa näkyvät uudenlaiset kasvatukselliset aatteet, mutta niiden

toteuttaminen vaikuttaa vaikealta monissa talouksissa. Esimerkiksi eräs maaseudulla asunut nainen kertoo naisten työssäkäynnin heikentäneen perheoloja, kun töissä käyvät äidit olivat väsyneitä töiden jälkeen ja heidän oli vaikeampi keskittyä lasten kasvatukseen ja ongelmiin.<sup>28</sup>

Vaikka pyykinpesukonemainoksissa pääroolin saavat naiset, esiintyy niissä satunnaisten miesten ohella myös lapsia. Lasten avulla mainoksissa viestitään usein etenkin pyykinpesun helppoudesta ja toisaalta hauskuudestakin, mikä linkittyy ajalle tyypilliseen keskusteluun leikin tärkeydestä (esim. Etelä-Suomen Sanomat 243/1967, 9). Samalla mainoksista kuitenkin välittyy etenkin tyttöjen rooli perinteisesti naisille pidettyjen kotitöiden omaksumisessa. Vuonna 1969 *Suomen Kuvalehdessä* julkaistussa Rosenlewin pyykinpesukonemainoksessa käsitellään pyykinpesua leikin kautta. Mainoksessa esiintyy vienosti hymyilevä tyttölapsi, joka pitää nukkea sylissään. Lapsen vieressä on teksti: ”Nyt mulla on paljon, paljon aikaa nukkevauvalle. Meille tuli nääs uusi hieno pesukone, ja sillä saa niin puhdasta niin pian! Nyt voi pyykkipäivänäkin hoitaa vauvaa ja tehdä muuta kivaa..”. (Suomen Kuvalehti 5/1969, 3.) Mainoksen tyyli on kepeä, ja lukija tuskin ajattelee lapsen raatavan pyykkien parissa yksin. Mainos kuitenkin paljastaa aikansa sukupuolirooleista ja niiden periytymisestä naissukupolvelta toiselle. Nukkeä hoitamalla tyttö ikään kuin harjoittelee tulevaa naiseuttaan. Tytön ja hänen kauttansa naisen ja perheenäidin katsotaan säästävän pesukoneen avulla aikaa hoivatyöhön, eli muihin naisille tyypillisinä pidettyihin tehtäviin. Toisaalta mainoksessa nukken hoitaminen rinnastetaan mukavien asioiden tekemiseen, jolloin nukken hoitaminen olisi vain yksi leikki muiden joukossa, johon kotitöiden rationalisointi tuo lisää aikaa.

Talonpoikaista kasvatusta tutkineen kansatieteilijä Markku Aukian mukaan talonpoikaiskulttuurissa lapsille ei yleensä opetettu pyykinpesua, sillä märkä pyykki oli liian raskasta heidän käsiteltäväkseen. Lapset saattoivat kuitenkin auttaa kevyemmissä pyykkäämiseen liittyvissä toiminnoissa, kuten likaisen tai pestyn pyykin kuljettamisessa pesupaikalle tai kuivan pyykin muussa käsittelyssä. (Aukia 2010, 147.) Tämä huomioiden pesukone voisi edesauttaa myös lasten osallistumista pyykinpesuun, kun pyykin voisi kuivata jo koneella tai erillisellä lingolla. Käsittelyssäni kyselyvastauksissa ei kuitenkaan ole mainintoja siitä, että lapset

---

<sup>28</sup> TYKL/kys/47: informantti 69.

olisivat alkaneet auttaa nimenomaan pyykinpesussa pesukoneiden tullessa talouksiin. Sen sijaan vuoden 1956 Upo-pesukoneen mainoksessa hyödynnetään tätä näkökulmaa. Siinä lukijaa kehoitetaan olemaan ”nykyaikainen äiti”, joka säästää voimiaan pesemällä pyykit pesukoneessa. Mainoksessa suositellaan opastamaan pyykinpesukoneen käyttöä myös lapsille, jolloin ”hekin oppivat antamaan koneille raskaimmat työt”. (Suomen Kuvalehti 36/1956, 2.)

Kyselyvastauksissa on mainintoja siitä, että lapset ryhtyivät auttamaan kodin askareissa sotien jälkeisellä ajalla. Apu on kuitenkin heidänkin mukaansa saattanut tapahtua leikin kautta, ja lapset ovat vältäneet raskaimmat työt.<sup>29</sup> Toisaalta vastauksissa on myös mainintoja, että ennen lapset osallistuivat kaikenlaisiin töihin sekä ulkona että sisällä, ja myös kurinpito oli ankarampaa.<sup>30</sup> Vastauksissa puhutaankin myös ”vapaan kasvatuksen” yleistymisestä, jolloin kurinpito on vähentynyt.<sup>31</sup> Sosiaalisihteerinä ja lasinpuhaltajana toiminut miesvastaaja kertoo muuttuneesta tilanteesta tällä tavoin:

Kyllä ansiotyössä käyvän perheenäidin työtaakka yleensä lisääntyi työssäkäynnin johdosta, joskin poikkeuksiakin tietenkin on. Perheenäidin rooli on ilmeisesti useimmille miehille melkoista ”hebreaa”. Joissakin tapauksissa saattavat miehet auttaa perheen äitiä kotiaskareissa, mutta että lapset – ei tule kysymykseenkään. Heidänhän tulee saada elää vapaana kaikista huolista ja velvollisuuksista koska he voivat saada ”komplekseja” ja heistä voi tulla ”kieroon kasvaneita” y.m.s.<sup>32</sup>

Toisaalta lasten vähentyneeseen avustamiseen kodinhoidossa on vaikuttanut vastausten mukaan esimerkiksi oppikoulu, jossa lapset viettivät monta tuntia päivistään.<sup>33</sup> Lasten avustamien kotitöiden mahdollinen sukupuolittuneisuus ei välity vastauksista. Asia on saattanut olla vastaajille niin itsestään selvää, etteivät he ole sitä tarkemmin avanneet.

## 5.5. Asenteiden uudelleen neuvottelua

Naisten työssäkäynti aiheutti huomattavia muutoksia perheen kotielämässä, lasten perinteellisessä kasvatuksessa ja miesten osuudessa kodin työpanokseen. Aluksi nämä muutokset aiheuttivat jopa hankaluksiakin, oli totuttava uuteen

<sup>29</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 5.

<sup>30</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 68.

<sup>31</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 67; TYKL/kys/47: informantti 68.

<sup>32</sup> TYKL/kys/47: informantti 154.

<sup>33</sup> TYKL/kys/47: informantti 72.

elämänmuotoon, moniin hankaluuksiin, joita esim. perheenemännän työssäkäynti aiheutti. Monessa perheessä uusi elämäntapa aloitti perhe-elämässä uuden aikakauden. Naisesta ja varsinkin perheenäidistä tuli ansionainen, joka ei voinut laittaa ruokaa entisiin totuttuihin ateriointiaikoihin. Ei ehtinyt perusteellisesti ja tarkasti siivota ja puhdistaa kotia, ei holhota lapsia entiseen totuttuun tapaan eikä olla perheensä palvelija siinä mielessä kuin oli ennen ollut. Nyt oli aviomiehen ja lasten autettava kotitöissä, jotta perheenäidin työtaakka ei olisi lisääntynyt ylettömästi. Monissa perheissä Limingassa ja Temmeksellä miehet rupesivat lypsämään lehmät, hoitamaan siat ja lampaat, puhdistamaan karjasuojat, muutamat jopa pesivät pyykkiäkin ja siivosivat asuinhuoneita.<sup>34</sup>

Kyselyvastauksissa näkyy jonkin verran muutosta perinteisessä työnjaossa, johon näyttää vaikuttaneen etenkin naisten ansiotöiden yleistyminen. Monessa vastauksessa naisten työssäkäynnin kerrotaan vaikuttaneen ”asenteisiin” siitä, mitä nainen voi tehdä. Naisista voidaan nähdä tulleen vapaampia pelkämästä perheroolistaan, ja asenteet naisten yhteiskunnallista toimintaa kohtaan paranivat entisestä. Monet kertovat naisista tulleen itsenäisempiä ja kuvailevat naisten itsetunnon kohentumista. Esimerkiksi Tampereen Lielahdessa asunut miesvastaaja kertoo tienatun rahan lisänneen naisten omanarvontuntoa ja tasavertaisuutta mieheensä. Hänen mukaansa samaan aikaan yleistyi naisten osallistuminen ammattiyhdistysliikkeeseen, jonka hän ajattelee vaikuttaneen naisten kiinnostukseen politiikkaa kohtaan.<sup>35</sup> Naisten aktiivisuus erilaisissa järjestöissä ja toimielimissä kasvoikin sotien jälkeisellä ajalla. Historioitsija Päivi Uljaksen mukaan ammattiyhdistysliike ja nuoriso- sekä naisyhdistykset kiinnostivat maaseudulla etenkin vasemmistolaisissa sekä pientilallisten perheissä kasvaneita. Niiden avulla luotiin uusia ystävyys-suhteita ja moni löysi yhdistyksistä myös puolison itselleen. (Uljaks 2013, 218.)

Yhteiskuntatieteilijä Raija Julkunen pitää 1960-lukua käännteentekevänä aikana naisten aseman muuttumisessa ja uuden sukupuolisopimuksen synnyssä. Hän korostaa vasemmistolaisen kulttuuriradikalismien vaikutusta, joka modernisoi Suomea henkisesti ja sosiaalisesti samalla kun valtakulttuuri keskittyi perinteisiin arvoihin. Samaan aikaan syntyi uuden feminismien aalto, jota edusti esimerkiksi vuonna 1966 perustettu naisasialiike Yhdistys 9. Se oli suosittu erityisesti yhteiskuntatieteiden opiskelijoiden keskuudessa, jotka mielellään yhdistivät liikkeen teemoihin esimerkiksi sosiologian oppeja. Liikkeessä vaadittiin naisroolin ohella myös miesroolin uudistamista, jonka argumentoitii hyödyttävän molempia osapuolia. Se oli ajalle

---

<sup>34</sup> TYKL/kys/47: informantti 73.

<sup>35</sup> TYKL/kys/47: informantti 71.

uutta, ja keskiöön nostettiinkin halu modernisoida sukupuolirooleja. Kotityön koneistus ja rationalisointi oli yksi teemoista, joita Yhdistys 9 -liike halusi edistää. Sitä ajateltiin naisemansipoivana asiana, joka murtaisi kotitalouksien sukupuolittunutta työnjakoa. (Julkunen 1994, 186–188, 191.)

Sosiologi Elina Haavio-Mannilan mukaan naisten yhteiskunnallinen aktivoituminen johti kuitenkin ainakin toistaiseksi siihen, että naiset olivat eräänlaisia perhe-elämän ja täyden yhteiskunnallisen osallistumisen välillä liikkuvia marginaali-ihmisiä, ja integroituminen yhteiskuntaan tapahtui pääasiassa perheen välityksellä. (Haavio-Mannila 1968, 21.) Asenneilmapiirin muutos ei ole muutenkaan täysin yleistettävissä. Esimerkiksi eräs kannonkoskelainen miesvastaaja kertoo, että naisia valittiin erilaisiin lautakuntiin ja koulujen johtokuntiin jo viisikymmenluvulla, mutta kirkkovaltuustoon vasta 1970-luvulla eikä kunnanvaltuustoon vielä silloinkaan. Syyksi hän mainitsee naisten kateuden toisiaan kohtaan ja miesten pelon siitä, että naiset ”hyppisivät nokalle”.<sup>36</sup> Huittislainen emäntä kertoo kunnanvaltuustossa olleen vähän naisedustajia siihen nähden, miten he ovat edustajistoon pyrkineet.<sup>37</sup> Kyselyvastauksissa näkyy myös maaseudun ja kaupungin välistä erottelua, ja vastaajat saattavat tehdä tällaisella kielenkäytöllä eroa toisiinsa ja maaseudulla tai kaupungissa vallitseviin arvoihin. Eräs pertteliläinen mies moittii vastauksessaan aikansa naisasialiikkeen vaatimuksia, mutta huomauttaa ”naisasiainoilijoiden” vaikuttavan pääasiassa kaupungeissa.<sup>38</sup>

Asenneilmapiirin muutos ei myöskään välttämättä näkynyt käytännössä. Kansakoulunopettaja kertoo:

Omassa perheessäni koen sellaisen ristiriitaisen tilanteen, että vaikka mieheni ylpeys hyvin sallii sen, että perheen talous pyörii vaimon kodin ulkopuolelta hankkimilla tuloilla, niin eipä oikeudenmukaisuus kuitenkaan velvoita häntä jakamaan kodinhoidon vastuuta, vaan hän ottaa vapauden olla täysin valmiilla ja mistään huolehtimatta kuten ”isät” aikoina, jolloin miehen osa oli hankkia perheen elatus ja toisenlainen tilanne soti miehistä ylpeyttä vastaan, naisen tehtävänä taas kaikesta kodinhoidosta huolehtiminen.<sup>39</sup>

Vastaaja viittaa asenteiden ja toimintojen periytymiseen, ja vaikuttaa harmistuneen siihen, että miehet takertuvat tietyissä asioissa perinteisiin.

---

<sup>36</sup> TYKL/kys/47: informantti 68.

<sup>37</sup> TYKL/kys/47: informantti 4.

<sup>38</sup> TYKL/kys/47: informantti 5.

<sup>39</sup> TYKL/kys/47: informantti 33.

Kansakoulunopettajan vastauksessa mainitaan miehen ”ylpeys”, joka toistuu joissain vastauksissa, kun ylpeys joko sallii tai ei salli vaimojen ansaita rahaa itsenäisesti. Samantyyppistä puhetta on vastauksissa, joissa nousee esiin miesten häpeä perinteisesti naisille oletettujen kotitöiden tekemistä kohtaan. Eräskin miesvastaaja kuvailee miesten ruuanlaiton ja tiskauksen olleen vielä 1910- ja 1920-luvuilla ”harvinaista ja salailtavaa”, mutta kertoo siitä tulleen yleisempää naisten työssäkäynnin lisääntymisen myötä.<sup>40</sup> Eräs miesvastaaja kertoo varsin ovelin sanakääntein siitä, miten kotitöiden sukupuoliroolit muuttuivat sotien jälkeen:

Naiset hankkivat ajokortteja ja ostivat ensimmäisellä tilillään miehilleen perunankuorintaveitsen. Työtä jota mies ei kertakaikkiaan saanut tehdä ennen sotia. Jos teki oli vähintään akka jollei suorastaan eunukki.<sup>41</sup>

Vastaaja kuvaa naisten ikään kuin näpötyksenä hankkineen miehilleen välineitä, jotka ovat ennen perinteisesti kuuluneet naisten käsiin – kuin naiset olisivat valmiita muutokseen, jota kohti myös miehiä kevyesti tönivät.

Kotitaloustöihin osallistuminen on saattanut tuntua miehistä vaikealta aiemmilta sukupolvilta ja ympäristöstä opittujen arvojen takia. Maaltamuuttoa lähiöihin tutkinut sosiologi Matti Kortteinen kirjoittaa kaupungistumisen ja suuren muuton olleen etenkin kulttuurinen muutos, jossa paineen alle joutuivat talonpoikaiset perusarvot. Maaseudulla naiset ja miehet olivat riippuvaisia toistensa työpanoksesta, ja työnjako oli selkeä mutta samalla joustava. Työn itsenäisyys kyseenalaistettiin, kun kaupungeissa miehet joutuivatkin palkollisiksi ja noudattamaan ylhäältä tulevia määräyksiä. Myöskään patriarkaalinen perherakenne ei ollut enää itsestänselvyys naisten osallistuessa yhä enemmän perheen toimeentulon takaamiseen. Lisääntynyt vapaa-aika ja sen eriytyminen työnteosta aiheutti kuitenkin ongelmia patriarkaalisen normiston sisäistäneille miehille. Miehet saattoivat kokea tekemisen puutetta, mutta sisäistetyt arvot estivät heitä auttamasta naisia kotitöissä. (Kortteinen 1982, 132; 146–147; 156; 181–184.) Miehet olivat eräänlaisessa ristitulella, jossa täytyi sopeutua modernin yhteiskunnan muutoksiin, mutta samalla pitää kiinni opituista arvoistaan (Jokinen & Saaristo 2006, 175).

Toisaalta miesten häpeä tiettyjä kotitöitä kohtaan on saattanut hiukan karista kotien yksityistymisen myötä. Etnologi Orvar Löfgren kirjoittaa, että kotien yksityistyessä

---

<sup>40</sup> TYKL/kys/47: informantti 7.

<sup>41</sup> TYKL/kys/47: informantti 3.

niistä eristyi paikkoja, joissa mies kykeni käyttäytymään tavalla, jota hänelle ei ennen suotu. Miehen oli nyt turvallisempaa toteuttaa kulttuurillisesti naisellisina pidettyjä piirteitään, kuten osoittaa sellaisia tunteita, joita pidettiin tabuina kodin ulkopuolella. (Löfgren 1987, 135.)

Miesten osallistumisessa kotitöihin näkyy myös kaupungin ja maaseudun välinen ero. Etenkin maaseudun oloista kertovat vastaajat kertovat huomanneensa yleisesti miesten osallistuvan enemmän kotitöihin, mutta että maaseudulla se on vielä harvinaista.<sup>42</sup> Elina Haavio-Mannilan mukaan miesten osallistumiseen kodinhoidossa vaikuttikin vahvasti asuinpaikka vaimon töissä käynnin lisäksi. Maaseudulla joka kymmenes mies osallistui kodinhoitoon ja kaupungissa joka viides. Kaupunkien tai maalaiskuntien sisällä tässä ei ollut juurikaan eroavaisuuksia. Myös sosiaalinen kerrostuma vaikutti omalta osaltaan kodinhoidon rooleihin. Alempien kerrostumien miehet osallistuivat ylempiluokkaisia miehiä useammin kodinhoitoon, sillä ylemmissä kerrostumissa oli paremmat mahdollisuudet palkata ulkopuolista apua kotitöihin. Ylimmissä kerrostumissa oli myös eniten kotirouvia, mutta kotirouvien miehet auttoivat vaimojaan eniten keskikerrostumissa. (Haavio-Mannila 1968, 176–177.)

Vaikka kyselyvastauksissa yleinen mielipide on se, että naisten asema yhteiskunnassa on parantunut ja on havaittavissa myös muutosta miesten osallistumisessa kodinhoitoon, ei monienkaan vastausten perusteella naisten työmäärä suinkaan vähentynyt. Mikäli perheenäiti halusi tai hänen tarvitsi käydä ansiotyössä, merkitsi se monelle tuplatyötä kodinhoidon jäädessä yhä äitien harteille. Monet vastaajat kertoivat naisten työssäkäynnin lisänneen naisten työtaakkaa, kun nainen alkoi tienata rahaa perheeseen, mutta kotityöt eivät vastaavasti vähentyneet.<sup>43</sup> Työssäkäyvät naiset saattoivat kuluttaa iltojaan ja pyhäpäiviä pyykinpesuun.<sup>44</sup> Suomusjärveläinen nainen kertoo:

Tietysti nainen työnsä ohella nykyisinkin saa tehdä suurimman osan kotitöistä (useimmiten kaikki) tavallisissakin perheissä, joissa molemmat käyvät ansiotyössä. Kyllä tämä paikkakunta niissä asioissa on vieläkin kehitysalueita, muutamaa harvaa poikkeusta lukuunottamatta. Se on ikään kuin iskostunut miehen paksuun kalloon, että ei se taloustyö, ruuanlaitto, tiskaus, siivous ja muu turhanpäiväinen ole mitään

---

<sup>42</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 8.

<sup>43</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 202.

<sup>44</sup> TYKL/kys/47: informantti 14.

työtäkään, kun nainen sitä tekee. Ehkä se sitten olisikin oikeata työtä, jos mies sitä tekisi.<sup>45</sup>

Yhteiskuntatieteilijä Raija Julkunen kirjoittaa, että historioitsija Yvonne Hirdmanin [1990] mukaan 1950- ja 60-luvut olivat Ruotsissa siirtymäaikaa, jolloin erilaiset yhteiskunnalliset muutokset ja uudistukset lisäsivät perheenäitien osallistumista kodin ulkopuolisiin asioihin ja naisten ansiotöiden teko lisääntyi. Naisten identiteetti oli kuitenkin yhä ensisijaisesti kodissa perheenäitinä. Saman ajan Suomessa tilanne oli melko samankaltainen ja sukupuolikeskustelu oli hyvin varovaista. Kaupungistuminen, keskiluokkaistuminen, koulutuksen lisääntyminen ja ansiotyön yleistyminen tarjosivat naisille uusia mahdollisuuksia, jotka kuitenkin jäivät ruohonjuuritasolle. Ideologisesti naisen paikka oli yhä kotona lasten parissa. Poikkeuksena sallittiin äidit, joille työssäkäynti oli taloudellisesti välttämätöntä sekä uraäidit, joilla oli varaa palkata ulkopuolista apua kodin ja lasten hoitoon. (Julkunen 1994, 184–185.)

---

<sup>45</sup> TYKL/kys/47: informantti 160.



## 6. Pesukone osana modernin kodin arkea

Teknologioiden kotoutuminen ei ole vain yksisuuntainen prosessi, jossa esimerkiksi kodinkone saapuu kotitalouteen ja sitä aletaan vaivatta käyttämään. Se on jatkuvaa neuvottelua sekä teknologioiden että perheenjäsenten kanssa. Kotien työnjako on usein sukupuolittunutta, jolloin myös kotiin saapuvat teknologiat asettavat sukupuolen ja työnjaon uudelleen neuvoteltavaksi. (Talsi 2014, 63.) Tässä kappaleessa tarkastelen, miten pesukone on vastaanotettu kodeissa ja miten se on vaikuttanut kotien arkeen.

### 6.1. Pesukoneiden vastaanotto kodeissa

Uusia innovaatioita kehittäessä niille täytyy luoda markkinat. Kuluttajan luonnolliset tarpeet eivät ole uuden tekniikan kehityksen taustalla, vaan tuotteiden välttämättömyys nähdään yleensä vasta tuotteen menestyksen ja käytön kautta. Tuotekehityksen tai käytön alussa voidaan nähdä esimerkiksi jännityksen kaipuuta, mielihyvän tavoittelua, halua olla muodinmukainen tai erottua muista. Se voi olla järkipäinen hankinta tai siihen voi liittyä intohimoa tai riskinottoa. Pyykinpesukoneen kohdalla välttämättömyysajattelu oli läsnä jo heti alussa. Vaikka koneet olivat hyvin harvinaisia 1950-luvun alussa, piti yli 90 prosenttia suomalaisista perheenäideistä niitä jo silloin välttämättömyyksiä. (Pantzar 2000, 134–135.)

Kyselyvastauksissakin korostuu pyykinpesukoneen tärkeys kodinhoidossa. Monet kertovat sen olleen uudenaikaisista kodinkoneista tärkein<sup>46</sup> tai ensimmäinen hankinta: ”Kodin koneita alkoivat hankkia sitä mukaan kun niitä alkoi olla. Ja varojensa mukaan kukin. Pyykki kone se ensimmäinen kone.”<sup>47</sup> Pyykinpesukone mainitaan suuressa osassa vastauksia jollain tavoin, vaikkei niissä aina syvennyttäisiinkään sen merkityksiin tarkemmin. Erään miesvastaajan mukaan suomalaiset ovat jopa liian innokkaita ostamaan kodinkoneita koteihinsa.<sup>48</sup> Toisaalta on myös vastauksia, joissa kerrotaan perheiden hankkineen naisten töitä helpottavia koneita vasta sen jälkeen, kun ensin oli hankittu esimerkiksi auto miehen iloksi.<sup>49</sup>

---

<sup>46</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 223; TYKL/kys/47: informantti 125.

<sup>47</sup> TYKL/kys/47: informantti 14.

<sup>48</sup> TYKL/kys/47: informantti 140.

<sup>49</sup> TYKL/kys/47: informantti 160.

Välttämättömyysajattelu näkyy myös lehti- ja mainosmateriaalissa. Esimerkiksi vuoden 1954 mainosjulisteessa listataan kodinkoneuutuuksien tärkeysjärjestystä, joka on ”pesukone, ompelukone, jääkaappi, pölynimuri ja yleiskeittiökone” (Marander-Eklund 2014, 100–101). Sama näkyy yli kymmenen vuoden päästä *Tekniikan maailmassa* julkaistussa tekstissä. Siinä kirjoitetaan mehulingoista, joita verrataan sivulauseessa pesukoneeseen. Mehunlingon hyödyllisyyttä pidetään tekstissä talouskohtaisena, kun pesukoneen oletetaan olevan kaikille tarpeellinen. (Tekniikan maailma 12/1967, 49.)

Pesukoneiden markkinoinnissa oli kuitenkin myös haasteita. Omin käsin töiden tekemiseen tottuneille oli selitettävä, miksi kone on hyödyllinen ja jopa parempi vaihtoehto. Konekäyttöinen pyykinpesu synnytti epäilyksiä ympäri Suomea. Esimerkiksi eräs oriveteläinen miesvastaaja kertoo kodinkoneiden herättäneen aluksi huolta sähkönkäytöstä, ja koneet epäilyttivät häntä erityisesti pyykinpesussa: ”Ei niitä otettu täydestä todesta alkuun pyykithän ne repivät kuuli sanottavan ja vielä että käsin hierottua pyykkiä ei mikään kone pysty jäljittelemään.”<sup>50</sup> Sama näkyy pyykinpesukoneista kertovissa lehtiartikkeleissa, joissa kysymyksiä nousi esimerkiksi sähkön ja veden kulutukseen liittyen. Kiinnostusta herätti myös se, kuluttaako pesukone tekstiilejä ja saako sillä yhtä tehokasta jälkeä kuin käsin.

Kohderyhmää tulikin mainoksissa vakuutella pesukoneiden hyödyllisyydestä ja paremmuudesta aikaisempiin välineisiin verraten. Rosenlewin Mainio-pesukoneen vuoden 1960 mainoksessa pesun kerrottiin olevan ”entistä hellävaraisempaa ja samalla tehokkaampaa”, mitä perusteltiin luettelemalla koneen teknisiä ominaisuuksia (Suomen Kuvalehti 35/1960, 6). Seuraavana vuonna niin ikään Rosenlew-pesukoneen mainosfilmissä vakuutellaan perheen epäileväistä isoäitiä pyykinpesukoneen hyödyllisyydestä ja hellävaraisuudesta (Yle Elävä arkisto: Yllätyslahja 1961). Kodinkoneliikkeet myös mainostivat mahdollisuutta kokeilla koneita paikan päällä liikkeissä. Asiakas sai ottaa mukaan omaa likapyykkiään ja pestä sen liikkeen koneella ja pesuaineella. (Länsi-Savo 88/1965, 3.) Mikkiläinen Huonekalu ja Kone -liike tarjosi Candy-automaattikoneen jopa ilmaiseen kahden viikon kokeiluun kotiin (Länsi-Savo 305/1968, 7).

---

<sup>50</sup> TYKL/kys/47: informantti 58.

Mika Pantzarin mukaan lähes jokainen arkinen käyttöesineemme on kohdannut epäilyksiä ilmestymisaikanaan. Lisääntyvän tavaratuotannon ja vapaa-ajan on ajateltu johtavan ihmisten laiskistumiseen ja moraalien rappeutumiseen. (Pantzar 1996, 10–11.) Ihmisiä saattaa pelottaa teknologia, joka edustaa heille nopeutta, uutuutta ja muutosta (Bell 2006, 55–56). Tavat ottaa teknologia vastaan ovat kulttuurisidonnaisia. (Pantzar 1996, 10–11.)

Uutuuksien vastaanotossa on nähtävissä eroa myös eri sosiaaliluokkien tai asuinpaikan välillä, mikä johtuu usein heidän erilaisista todellisuuksistaan. Esimerkiksi 1900-luvun alkuvuosikymmenien modernisaatiossa kansallisella eliitillä ja agraariväestöllä oli erilaisia käsityksiä uutuushyödykkeisiin tai koulutukseen liittyvistä tulevaisuuden ihanteista, sillä heidän arkielämänsä toimi erilaisista lähtökohdista. Maaseudulla uutuuksia vastustettiin enemmän, koska niiden pelättiin sekoittavan vakiintuneita toimintatapoja ja muuttavan suhteita yhteisön jäsenien välillä. Siellä oli myös totuttu tekemään fyysistä työtä, jota pidettiin siten korkeassa arvossa. Ahkeruutta pidettiin nimenomaan maaseudun ihmisille kuuluvana hyveenä. Fyysistä työtä helpottavia laitteita saatettiin vastustaa ajattelemalla niiden laiskistuttavan ihmisiä, joka taas liitettiin herraskaisuuteen, josta haluttiin erottautua. (Mikkola 2006, 197–198; 202; Korhonen 1999, 143; Kurkinen 2020, 156.) Maaseudulla innovaatioista on omaksuttu yleensä vain sellaiset uutuudet, jotka edistävät paikallisen, totutun elämäntavan kehittymistä. Sotien jälkeen kuitenkin maaseudullakin jouduttiin sopeutumaan nopeasti teollistuvaan, teknistyvään ja kaupungistuvaan yhteiskuntaan, jonka muutokset vaikuttivat koko elämänalueeseen. (Korhonen 1999, 136.)

Pesukoneen vastaanottoa maaseudulla voi verrata Helen Meintjesin tutkimuksiin Etelä-Afrikan Sowelossa, jossa hän tutki pienituloisten talouksia 1990-luvun lopulla. Meintjesin huomioiden mukaan kodeissa oli valtavasti teknologiaa, mutta siitä vain pieni osa oli kotityötä helpottavia laitteita, kuten pesukoneita, imureita tai astianpesukoneita. 59 taloudesta vain kahdeksassa oli pyykinpesukone. Haastateltavat naiset epäilivät pyykinpesukoneen vahingoittavan tekstiilejä, tai ettei sillä saa aikaan yhtä puhdasta tulosta kuin käsin. Keskiössä kuitenkin oli myös käsitys pesukoneesta naisia laiskistuttavana välineenä, kun paikallisen kulttuurin mukaan nainen haluttiin nähdä työteliäänä kotityön suorittajana. Näin ollen pesukone ei istunut yhteisössä vallitsevaan ihanteeseen sukupuolirooleista ja -identiteetistä. Miehelle pesukone taloudessa olisi merkinnyt sitä, että hän hyväksyy naisen laiskottelun, mikä olisi

kyseenalaistanut hänen maskuliinisuutensa. Toisaalta niille naisille, jotka pesukoneen asenteista huolimatta omistivat, se näyttäytyi ylellisyysesineenä, joka viestitti varakkuudesta ja modernista elämäntyylistä. (Meintjes 347; 349–351; 353–354.)

Mainosten ohella myös erilaiset kotitalousjärjestöt kuten Työtehoseura ja Marttaliitto pyrkivät riisumaan epäilyksiä kodinkoneista sekä edistämään kodinhoidon rationalisointia. Koulutus- ja tutkimusorganisaationa toimiva Työtehoseura perustettiin kehittämään suomalaista maataloutta, mutta sen toiminta laajeni huomioimaan myös kotitaloustyötä. Kodinhoitoa haluttiin kehittää ja ammattimaistaa tieteellisen tutkimuksen avulla. Kotitalousjärjestöt tekivät esimerkiksi erilaisia tutkimuksia ja vertailuja kodinhoitoon ja kodinkoneisiin liittyen ja esittelivät tuloksia esitteissä, julkaisuissa ja näyttelyissä. (Heinonen 1998, 160; Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2013, 165.)

Erytisesti Työtehoseuran osastopäällikkönä toimineella kotitalousopettaja Maiju Gebhardilla oli vaikutusvaltaa uusien kodinkoneiden puolustajana ja teknologian popularisoijana. Hänen kirjoituksensa ja suosituksensa tulivat tutuiksi esimerkiksi *Kotilieden* lukijoille. Pyykinpesukoneiden hyödyllisyyttä puolsivat Gebhardin [1943] laatimat ajankäyttötutkimukset, joissa vertailtiin pyykinpesua käsin ja koneella. Yhtä vaatekiloa kohti käytettiin aikaa käsin pestynä 30 minuuttia ja koneella vain 2 minuuttia. (Pantzar 2000, 149). Ajankäytön vertailu oli yleistä myös mainoksissa: Mainio 60 -pesukoneen mainoksessa lukijalta tiedustellaan, kuinka kauan hänellä kestää erilaisten pyykkimäärien pesemisessä, ja kyseiseltä koneelta näistä jokaisen kerrotaan onnistuvan neljässä minuutissa (Suomen Kuvalehti 44/1957, 5).

Teknologioihin liittyvät pelot yleensä karisevat teknologian *kotouttamisen* myötä. (Bell 2006, 56). Kotouttaminen on prosessi, jossa uutta teknologiaa kokeillaan, otetaan käyttöön ja sovitetaan osaksi arkea. Käytetyksi tullessaan teknologia haastaa ja muokkaa käyttäjiään sekä heidän sosiaalisia käytäntöjään. Teknologiasta saatetaan myös kieltäytyä, tai sen käytöstä saatetaan luopua myöhemmin. Yhteiskuntatieteilijä Noora Talsin mukaan teknologian käyttäjät muodostavat kotouttamisen myötä pysyviä *teknologiasuhteita*, jotka ohjaavat heidän tapaansa suhtautua erilaisiin teknologioihin, niiden käyttöön ja teknologioissa tapahtuviin muutoksiin. (Talsi 2014, 14–15.)

Mika Pantzar kuvailee teknologian kotouttamista sen *kesyttämiseksi*. Luontometaforan avulla hän viittaa siihen, että kotieläinten tavoin myös modernit esineet vaativat

kesyttämistä, jotta ne saadaan kytkettyä osaksi inhimillistä toimintaa. Hänen mukaansa uusien tuotteiden käyttöönotossa kesyyntyminen on erotettavissa teknologisena, sosiaalisena ja tarvedynaamisena toimintana. Niissä on kyse siitä, miten tuote muuttuu sen elinkaaren myötä, miten uutuudet leviävät ihmisten sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, sekä millä tavalla tuotteiden vakiintuessa myös yksilön valinnan motiivit muuttuvat. Kun hyödyke yleistyy, vakiintuvat myös siihen liittyvät valintamotiivit ja sen käytöstä tulee osa arjen rutiinia. (Pantzar 1996, 11; 53.)

Vaikka pyykinpesukoneet yleistyivät Suomessa hyvin nopeasti, ei tilanne ollut näin kaikkien sen aikaisten kodinkoneuutuuksien kohdalla. Esimerkiksi astianpesukonetta voisi pitää yhtä hyödyllisenä hankintana kuin pyykinpesukonetta, mutta sen kohdalla tarpeen rakentaminen ja oikeuttaminen oli mutkikkaampaa. Sen yleistyminen vaati paljon enemmän perusteluita ja aikaa. Pantzar epäilee yhdeksi syyksi pyykinpesukoneen pienempiä vaiheittaisia muutoksia arkeen. Sen kehitysvaiheet olivat hienovaraisempia kuin astianpesukoneen, joka muutti rutiinin heti. Ensimmäiset pyykinpesukoneet vaativat vielä jonkin verran koneen käyttäjän omaa mekaanista työtä, kun esimerkiksi veden kantaminen ja lämmittäminen tai pyykin puristaminen täytyi suorittaa itse. Uusien tuotteiden aiheuttamien muutosten tuleekin olla tarpeeksi pieniä, jotta ne kotiutuvat ihmisten mieliin ja käytäntöihin. (Pantzar 2000, 47–48.)

Kuten aiemmin totesin, pyykinpesukonetta markkinoitiin pääasiassa naisille, ja pääasiassa naisten käyttöön ne ainakin kyselyvastausten perusteella myös päätyivät. On joitain vastauksia, joiden mukaan pesukoneen tullessa kotiin myös miehet ryhtyivät käyttämään sitä,<sup>51</sup> mutta tällaiset vastaukset ovat harvassa. Kiinnostavana vertailukohtana voidaan pitää sotien jälkeen maaseudulla yleistyneitä lypsykoneita. Perinteentutkija Taija Kaarlenkasken mukaan lypsäminen sulautui osaksi miehille kuuluvia töitä sen koneistumisen myötä, jolloin työtä pidettiin ”miehekkäämpänä”. Syynä miesten yleistyneessä osallistumisessa lypsämiseen saattoi olla myös sen avulla vähentynyt fyysinen kontakti eläimeen. Kaarlenkasken käsittelemässä kyselyvastauksissa osa naisista kertoi, että joutui myöhemminkin olemaan yhä apuna lypsämisen vaiheissa, joissa lehmän kanssa oltiin kontaktissa, kuten utareiden pyyhkimisessä tai käsin suoritettavassa jälkilypsyssä. (Kaarlenkaski 2018, 85–87.)

---

<sup>51</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 66; TYKL/kys/47: informantti 202.

Tämä huomioiden, pyykinpesukone ei ehkä eliminoinut vielä tarpeeksi esimerkiksi eritteiden kanssa toimimista, jotta miehet tarttuisivat toimeen hanakammin.

Mainokset keskittyivät kuvaamaan pesukoneen käyttäjinä lähinnä ydinperheen jäseniä ja kotirouvia. Pyykinpesun tarvetta on kuitenkin ollut myös näihin ryhmiin kuulumattomilla. Sodan jäljiltä monesta perheestä puuttui isä, ja oli lukuisia ihmisiä, jotka asuivat yksin tai ydinperheestä poiketen. (Saarikangas 2002, 372.) Miten yksin asuvat, yksinhuoltajat ja muut mainosten representaatioiden ulkopuolelle jääneet sitten hoitivat pyykinpesun? Koska ydinperhe oli tähän aikaan asuntosuunnittelun normina, pienimmille talouksille oli usein tarjolla vain ahtaampia asuntoja, joissa ei välttämättä ollut mahdollisuuksia kaikkiin modernille perheelle jo tutuksi tulleen kodinhuollon toimintoihin (Saarikangas 2002, 279). Kyselyvastauksissa on joidenkin yksin asuvien vastauksia, mutta niistä ei selviä mitään heidän pyykinpesutavoistaan. Yhdessä kyselyvastauksessa kuitenkin epäillään, että itselliset naiset vievät pyykkinsä pesulaan.<sup>52</sup> Lisäksi monet ovat saattaneet käyttää ”vanhanaikaisia” menetelmiä eli pesseet pyykin käsin. Todennäköisesti kaupungeissa yksi keino on ollut myös taloyhtiöiden pesutuvat. Toisaalta esimerkiksi itsellisillä naisilla voidaan nähdä olleen tässä ajassa taloudellisesti parempi ja vapaampi tilanne kuin naimisissa olevilla perheenäideillä, sillä he ovat saaneet päättää menoistaan muista riippumatta (Ranta 2012, 200). Näin ollen he ovat saattaneet hyvinkin omistaa myös pyykinpesukoneita.

## **6.2. Keittiöön vai kylpyhuoneeseen**

Arjen visualisointumista tutkineen Tiina Huokunan mukaan arkielämän uudenlainen visuaalisuus syntyi sotien jälkeen suurin osin kodinkoneiden kautta, joko suoraan tai välillisesti. Hän kirjoittaa 1960-luvun lopusta ja 1970-luvun alusta arkielämän radikalismien aikana, jolloin arki muuttui sekä ulkonäöllisesti että sisällöltään toisenlaiseksi. Kodinkoneiden saapuminen markkinoille ajoittui samaan aikaan, kun monissa talouksissa alettiin muutenkin panostamaan kodin viihtyvyyteen, sillä kotitalouksilla oli yhä enemmän varaa muihinkin kuin välttämättömiin hyödykkeisiin. Kodinkoneet edustivat arjen toiminnallista visuaalisuutta. (Huokuna 2006, 18; 46; 153). Kotia pyrittiin kehittämään myös esteettisesti ajan yleisiin ihanteisiin sopivaan suuntaan eli keskittymällä valoisuuteen, puhtauteen ja käytännöllisyyteen. Ihanteet

---

<sup>52</sup> TYKL/kys/47: informantti 33.

näkyivät myös uuden esinetuotannon muotokielessä, kun sisustuksessa haluttiin yhdistää käytännöllisyys ja kauneus toisiinsa. (Sarantola-Weiss 2003, 104–105.)

Ajatus kauniimmasta arjesta ja 1960- ja 1970-lukujen iloinen värimaailma näkyy hiukan myös pesukonemainonnassa. Pesukoneiden ulkomuoto nostetaan ensimmäistä kertaa aineistossani esiin vuonna 1956 mainostettaessa ensimmäistä värillistä Huvipesukonetta. Sen sinisen ulkomuodon kerrotaan tuovan ”väri-iloa keittiön valkoiseen puhtauteen” (Suomen Sosialidemokraatti 311/1956, 7). Kyseisessä mainoksessa pyykinpesukoneen paikaksi määritellään keittiö, mutta seuraavana vuonna mainostettujen Upo-pesukoneiden neljä eri väriä on mainoksen mukaan valittu sopimaan keittiön ja kylpyhuoneen kalusteisiin. Neljän uuden värin luvataan tuovan ”nelinverroin iloisempia pyykkipäiviä”. (Kuva 3; Suomen Kuvalehti 5/1957, 9.)



Kuva 3: Upon neljässä eri värisessä edustavat pulsaattorikoneet. Suomen Kuvalehti 5/1957, 9.

Kulutushyödykkeiden esteettisyyden korostaminen liittyy niiden vakiintumiseen ja symbolisen kulutustyön merkitykseen. Kulutuksen kasvaessa kuluttajat kaipaavat tuotteiden funktionaalisten ominaisuuksien ohella myös muita merkityksiä. Kauppatieteilijä Liisa Uusitalon mukaan esimerkiksi tavarapulaa poteneissa Itä-Euroopan maissa osa kuluttajien turhautumisesta on koskenutkin hyödykkeiden esteettistä ja tyyllistä yksipuolisuutta. Tällaiset hyödykkeet on koettu merkityksistä köyhiksi ja ilottomiksi, eivätkä ne anna mahdollisuuksia identifiointiin tai kulttuuristen tyylien muodostamiseen. (Uusitalo 1990, 24–25.)

Vuoden 1969 *Uusi Suomi* -lehden artikkelissa värillisten kodinkoneiden kerrotaan poistavan modernin keittiön ”laboratoriotunnelmaa” (Uusi Suomi 89/1969, 11). Asuntojen ja kotityön rationalisoinnin yhteydessä olikin puhuttu laboratoriokeittiöstä. Käsitteeseen tiivistyi ajan hygieenisyyden ja rationalisointiin liittyvät ihanteet, joita

haluttiin ylläpitää ja kehittää tieteellisin keinoin. (Saarikangas 2002, 115.) Artikkelissa ajan kerrotaan olevan vasta nyt kypsä värillisille pesukoneille, vaikka koneita tuli markkinoille jo kymmenen vuotta aiemmin.

Pyykinpesukoneen ulkonäköä kommentoidaan myös Candy -pesukonemainoksessa. Mainoksessa esiintyy tyttölapsi, joka sanoo mainoksen lopuksi: ”Candy on kaikista kaunein” (Finna.fi: Candy pesukone 1963). Huomionarvoista on pesukoneelle annettu naisellinen nimi Candy. Irrottaessaan lauseen asiayhteydestään saattaisi ajatella tytön kommentoivan jonkin naisen ulkonäköä. Myös Ignis-merkkisiä kodinkoneita mainostettiin viittaamalla niiden ulkonäköön: ”Kaunis ja sirolinjainen Ignis tuo uuden aikakauden talouteenne.” Ulkonäön ohella kommentoidaan niiden helppokäyttöisyyttä ja nopeutta, sekä kodinhoidon keventymistä laitteiden avulla. Uudella aikakaudella kuitenkin viitataan osittain myös esteettisemmän arjen aikakauteen, sillä kauniiden laitteiden kerrotaan tekevän keittiöstä viihtyisämmän. Mainoksessa esiintyy nainen, joka näyttäisi esittelevän pyykinpesukonetta nuorelle tytölle. (Etelä-Suomen Sanomat 67/1966, 6.) Pyykinpesukoneiden ulkonäköön viittaavissa mainoksissa esiintyy pelkästään naisia ja tyttöjä. Vastuu kotiympäristön viihtyisyydestä olikin naisilla, joiden oletettiin panostavan siihen kodinsisustuksen avulla (Saarikangas 2002, 119). Esimerkiksi Ignis-kodinkoneiden mainoksissa yhdistyykin ajatus sekä tiettyjen kotitöiden että esteettisten arvojen vaalimisen siirtymisestä naissukupolvektoiselle.

Kun arkea pyrittiin rationalisoimaan kodinkoneiden saapumisen myötä, keskittyivät arjen toiminnot uusiin tiloihin, ja se muutti myös kodin visuaalista ilmettä. Suuri muutos kodeissa olivat kylpyhuoneet ja kodinhoitotilat, jotka kuitenkin yleistyivät Suomessa varsin hitaasti. Siihen vaikuttivat niiden rakentamisen kustannukset sekä saunojen yleisyys ja vakiintuneisuus suomalaisissa talouksissa. Esimerkiksi kansatieteilijä Eero Sappisen haastatteluaineiston mukaan Raumalla päivittäinen perushygienia oli totuttu suorittamaan monissa talouksissa keittiössä pesuvadissa, ja tarkempi peseytyminen tapahtui viikoittain saunassa. (Sappinen 2000, 125.) Kylpyhuoneesta tuli uusiin asuntoihin sääntömääräinen vasta 1970-luvulla (Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2013, 167).

Pesukoneen paikka riippui myös käytettävästä koneesta. Pulaattorikoneen pystyi sijoittamaan viileäänkin tilaan, mutta automaattikoneet vaativat kuivemman ja lämpimämmän paikan. Myös vesijohdon ja viemärin sijainti sekä koneen mitat



vaikuttivat sijoituspaikkaan. (Etelä-Suomen Sanomat 84/1969, 9.) Mainosten kuvastoissa pesukoneen sijoituspaikka vaihtelee pääasiassa keittiön ja kylpyhuoneen välillä, ja kumpaakin sijoituspaikkaa perustellaan yleensä pesukoneen tähän tiettyyn tilaan sopivilla mitoilla. Esimerkiksi Candy Misura-pesukoneen mainoksessa vedotaan lukijaan kertomalla koneen sopivan hyvin keittiöön, jossa on yleensä kylpyhuonetta enemmän tilaa (Suomen Kuvalehti 46/1967, 50). AEG Novamatin mainostetaan sopivan pienten mittojensa vuoksi erityisesti kerrostaloasuntoihin (Uusi Suomi 226/1972, 7).

Kodinhoitotiloja pyrittiin kuitenkin myös eriyttämään muista kodin tiloista aktiivisella valistuksella. Työtehoseuran Kotitalousosasto julkaisi vuonna 1979 oppaan *Kodin pesutilat*. Oppaassa esitellään pesutilojen sopivaa varustusta ja ohjeistetaan hyvinkin tarkasti esimerkiksi tilojen ja niiden kalustuksen ihanteellisesta mitoituksesta sekä energiatehokkaista valinnoista. Sen mukaan pyykinpesu olisi hyvä suorittaa erillään peseytymistiloista, esimerkiksi ”keittiön aputiloissa” tai ”tekstiilienhoituhuoneessa”. Syyksi peseytymis- ja kodinhoitotilojen eriyttämiselle annetaan pesutilojen viihtyisyyden ja helppohoitoisuuden lisääminen. Siinä toisaalta painotetaan myös kylpyhuoneiden hygieenisyyttä. Pyykinpesu vaikutti olleen liian likainen toimi tilaan, jossa hoidetaan henkilökohtaista hygieniaa. Se on mielenkiintoista, sillä ihmisruumiissa on pitkälti samaa likaa mitä pyykeissäkin. Tekstissä toisaalta huomioidaan, että erilliset tilat kodinhoitoon eivät ole kaikille mahdollisia, mutta neuvotaan miten siinä tapauksessa ne voi yhdistää pesutiloihin. (Janhonen ym. 1979, 5.)

Pyykinpesukoneen sijoittaminen tulee puheeksi myös erilaisissa artikkeleissa 1960-luvulla asuntosuunnittelun kannalta. Esimerkiksi *Suomen Kuvalehden* artikkeleissa harmiteltiin liian pieniä kylpyhuoneita: ”Mutta me valitamme harvoin sitä, että huone, jossa me kylvemme ja ”asioimme”, pesemme kädet ja koiran, hoidamme vauvaa, kiillotamme kengät, pesemme ja kuivaamme viikkopyykin ja suoritamme useimmat likaiset työt - lyhyesti sanottuna: kylpyhuoneemme - on useimmiten vain 2.8 neliömetrin suuruinen!” Kylpyhuone haluttiin eriyttää ”virkistyshuoneeksi”, josta kodinhoito tulisi siirtää apukeittiöön tai muuhun erilliseen tilaan. Myös näissä teksteissä henkilökohtainen hygienia halutaan erottaa muusta pesuhuollosta. (Suomen Kuvalehti 21/1966, 10; Suomen Kuvalehti 42/1966, 8.) Ihanteellisimpana pidetään kokonaan erillistä pyykkihuollon tilaa, jossa pyykki voidaan myös kuivattaa asunnon

rakenteita säästään ja keskittäen peseytyminen ja ruuanlaitto kokonaan omiin tiloihin (Uusi Suomi 67/1966, 11).

Tilanteeseen näyttää olleen käynnissä myös muutosta. 1960-luvun lopulla uutisoitiin VTT:n rakennustalouden laboratorion tutkimuksesta, jossa selvitetään asuntojen varustetasoja ja ennakoidaan sekä suunnitellaan niiden tarpeita kehittämistyötä varten. Varustetasolla viitataan esimerkiksi keskuslämmitykseen, viemärointiin, lämpimään veteen sekä WC- ja kylpyhuonetiloihin. Kaupunkien ja maaseudun varustetasossa on tekstin mukaan huomattavat erot. Tulevaisuuden varustetasossa huomioidaan erityisesti pyykkihuollon ja astianpesukoneen vaatimat tilat. (Uusi Suomi 92/1969, 11.)

Kyselyvastauksissa ei kommentoida pesukoneen paikkaa millään tavalla, mutta toisaalta kysymysten asettelukaan ei johdatellut kertomaan tämän tyyppisiä asioita. On kuitenkin huomionarvoista, että kukaan ei esimerkiksi kommentoinut jättäneensä pesukonetta tai muita kodinkoneita hankkimatta tilan puutteen takia, vaikka tilojen ahtaus nostetaan esiin mainoksissa ja lehtiartikkeleissa. Myöskään pesukoneiden ulkomuotoa ei kommentoida lainkaan. Toisaalta kodin sisustaminen tulee esille kyselypohjan myöhemmissä kysymyksissä, joissa kysyttiin esimerkiksi kodin uusista huonekaluista, joten kodinkoneiden sisustuksellista puolta ei ehkä osattu ottaa esiin vastauksissa tässä yhteydessä.

### **6.3. Pesukone arjen helpottajana?**

Taloustieteilijä Ha Joon-Chang väittää pyykinpesukoneen muuttaneen maailmaa enemmän kuin internet. Chang kyseenalaistaa mielestään yleistä ajatusta siitä, että uusien teknologia olisi merkittävintä arjen toimivuuden kannalta. Hän korostaa pesukoneen merkitystä etenkin naisten näkökulmasta, sillä sen tarjoama ajan ja voimien säästö on vapauttanut heitä kotitöistä, tehnyt lopun kotiapulaisen ammatille ja edesauttanut naisten siirtymistä kodeista työmarkkinoille. (Chang 2010, 51.) Chang kirjoittaa aiheesta provokatiiviseen ja populaariin sävyyn, mutta tekstissä on yhtymäkohtia esimerkiksi yhteiskuntatieteilijä Noora Talsin tutkimukseen kodin teknologioista. Talsi huomioi, että kodinkoneet ja maatalouskoneet ovat aiheuttaneet tutkittavillaan merkittävämpiä teknologiakokemuksia kuin esimerkiksi uudemmat tieto- ja viestintäteknologiat (Talsi 2014, 12).

Changin väitteet ovat yhteydessä pesukonemainosten välittämään kuvaan pesukoneista arjen helpottajina. Pyykinpesun raskaus on käännetty pesukonemainoksissa toisin päin. Mainoksissa esitellään pyykinpesun helppoutta koneen avulla, ja sitä korostetaan kielikuvilla, jossa pyykinpesun kerrotaan sujuvan kuin leikiten. Pesukoneiden nimissä on ollut tätä symboliikkaa, kuten esimerkiksi ”Mainio” ja ”Lysti” -merkkisistä koneista voi huomata (Pantzar 2000, 60). ”Huvi” -nimisen pesukoneen tunnuslausekin oli ”Pesu Huviksi” (Uusi Suomi 236/1955, 9). Kulttuurintutkija David Bellin mukaan kodin teknologiaa voidaan jakaa kahteen kategoriaan sen mukaan, onko se osa kotitaloustyötä vai kodin vapaa-aikaa. Jotkin laitteet, kuten nykyään esimerkiksi tietokone saattaa käytön mukaan myös muuttaa paikkaa näiden kategorioiden välillä. (Bell 2006, 51.) Tällaiset mainokset vaikuttavat siltä, että pesukonetta pyrittiisiin siirtämään vapaa-ajan kategoriaan. Kyselyvastauksissa mainitaan kyllä pesukoneiden helpottaneen työtä, ja eräässä sen kerrotaan olevan ”kuin leikkiä” aiempaan pesulaudan avulla tehtyyn pesuun verrattuna. Sillä viitataan kuitenkin pikemmin työn helpottumiseen kuin hauskuuteen, sillä vastaaja jatkaa kertomalla entisaikojen pyykinpesun työläydestä.<sup>53</sup>

Pyykinpesukonemainokset lupasivat lisää aikaa kotiäideille, mutta toteutuivatko lupaukset ja mihin säästynyttä aikaa käytettiin? Mainosten mukaan aikaa säästyisi pääasiassa perheelle (esim. Maaseudun Tulevaisuus 119/1958, 5; ks. Heinonen & Konttinen 2001, 201), mikä oli tyypillistä kielenkäyttöä ajan perhekeskeisyydessä. Toisaalta myös vapaa-ajan toiminnot huomioitiin mainoksissa ja lehtiartikkeleissa. Eräässä UPO:n televisiomainoksessa kerrotaan saman merkin kodinkoneiden säästäneen vapaa-aikaa, jolle mainostettava televisio tuo ohjelmaa (Tekniikan maailma 15/1967, 75). Televisio yleistyikin melko nopeasti, ja ylipäänsä vapaa-aikaan kului vuonna 1971 kotitalouksien tuloista jo neljännes, kun vielä vuonna 1955 sen osuus oli alle kymmenen prosenttia. Uusiksi tavoiksi viettää vapaa-aikaa tuli ulkona syöminen ja matkustaminen. Uusi yleinen menoerä koski myös yksityisautoilua. (Jokinen & Saaristo 2006, 148, Toivonen 1996.)

Mainosten kieli oli myös tässä suhteessa hyvin keskiluokkaista, ja pesukoneen hankkiminen loi tarvetta ostaa välineitä, joihin säästetty vapaa-aika voitaisiin käyttää. Vapaa-aika ei myöskään ollut erillään moraalisesta sääntelystä, johon keskustelu

---

<sup>53</sup> TYKL/kys/47: informantti 151.

kodinkoneista osallistui. Sosiologi Anu-Hanna Anttilan mukaan vapaa-ajan tuoma vapaus määrittyy eri tavalla eri luokille ja sosiaalisille ryhmille. Hän viittaa Orvar Löfgrenin [1984, 122–124; 1999, 68] ajatuksiin loman luokkasidonnaisuudesta, jossa porvaristolle loma antaa vapautta esimerkiksi itsensä toteuttamiseen ja muuhun aktiiviseen toimintaan, kun työväestölle se on vapautta irtisanoutua monotonisesta työstä ja siihen liitetystä vaatimuksista. Television mainostamisella pyritään ehkä vetoamaan työväestön toiveisiin vapaa-ajan vietosta, mutta porvarillista lomaa on pidetty yleisesti ihanteena. (Anttila 2005, 71–72.) Esimerkiksi amerikkalaisnaisten kotitöiden järkipäistämistä kirjoittaessa kerrottiin aikaa säästävän ”naisklubeihin” (Uusi Suomi 169/1949, 7). Klubien tarkoitusta ei tarkemmin avattu, mutta sillä viitattaneen naisten keskinäiseen vapaa-ajan viettoon ja harrastamiseen. Tosiasiassa naisten ollessa yhä hyvin työllistettyjä kotitöiden parissa, lienee mahdollisuus kodin ulkopuolisiin toimiin ollut lähinnä hyvätuloisten ja kotitöissä apua muilta perheenjäseniltä tai kotiapulaisilta saavien ylellisyys.

Monissa mainoksissa korostetaan pyykinpesukoneen helppoutta ja nopeutta, kun pesu tapahtuu vain napin painalluksella. Koneiden ja laitteiden mukana tuli kuitenkin myös uusia tehtäviä, kuten niiden huolto ja puhdistus. Osa laitteista täytyi koota käyttövalmiiksi ennen niiden käyttöä. Pyykkiä pestessä täytyy tuntee pestävien kankaiden materiaalia esimerkiksi lämmönkeston ja siliämisominaisuuksien sekä värien käyttäytymisen osalta. Pulaattoripesukoneiden kohdalla saattoi olla tarpeen myös liotus, esipesu ja huuhtelu. (Aulanko 2006, 53–54; Ranta 2012, 125.)

Pesukoneen kehitys täysautomaattikoneeksi helpotti hiukan tehtäviä, mutta siitäkin huolimatta pyykinpesuun kuuluu monenlaista suunnittelu- ja valmistelutyötä, joka ei tekniikan kehittyessä vähene. Siihen kuuluu myös muita huoltotoimenpiteitä, kuten pyykin kuivatus, silytys ja viikkaus. Lisäksi tulee olla tietoinen oikeanlaisista pesuaineista (Aulanko 2006, 52–53; Cowan 1983, 12; Ranta 2012, 125). Markkinoille saapui myös uudenlaisista materiaaleista valmistettuja vaatteita, joiden oikeanlainen pesu vaati opettelua. Pesukoneen käytön avuksi lehdissä julkaistiin tekstejä pyykinhuoltoon liittyen sekä selostettiin tekstiilien pesumerkkejä (Länsi-Savo 94/1966, 4). Myös vaate- sekä peruukkimainoksissa näkyy mainintoja mahdollisuudesta pestä niitä pesukoneessa (Suomen Sosialidemokraatti 90/1965, 5; Uusi Suomi 239/1969, 18). Kotiaskareisiin liittyy myös hiljaista tietoa, jota oppii näkemällä ja kokemalla. Pyykinpesuun liittyvä tieto on jaettu yleensä naisten

välityksellä sukupolvelta toiselle (Mohun 2003, 154). Rooleihin kasvaminen usein lujittaa niitä niin, että rooleista on vaikeampi poiketa tai muuttaa niitä (Sappinen 2000, 361).

Lisäksi pyykinpesun käytännöt muuttuvat huomaamattomasti sosiaalisten ja kulttuuristen muutosten myötä. Hygieniatason korostuminen on tihentänyt vaatteiden pesuväliä, jonka takia pyykinpesukone on saattanut pyöriä monta kertaa viikossa. (Aulanko 2006, 54.) Aiemmin talonpoikaistalouksissa oli tapana pestä suurpyykki kesällä sekä syksyllä ja pienempiä pyykkejä tarpeen mukaan. Lisäksi pestiin joulu- ja juhannuspyykki, jonka taustalla lienee ollut hygienian sijaan rituaalinen ajatus siirtyä siivouksen avulla arjesta juhlaan. Pyykinpesu huuhteluineen ja ripustamisineen vei yleensä kerralla koko päivän, mutta se tapahtui paljon harvemmin kuin pesukoneen aikana. (Frykman 1987, 188; 190; Ranta 2012, 119.) Näin ollen pyykinpesukone kevensi pyykinpesun yksittäistä suoritusta, mutta ei niinkään säästänyt työhön käytettävää aikaa pidemmällä aikavälillä. (Aulanko 2006, 54.) Pintansa piti myös sen rituaalinen olemus, mikäli kotitöiden rituaaliseen luonteeseen yhdistetään niiden toisteisuus, kuten esimerkiksi siivoamista tutkinut antropologi Jorun Solheim [2001, 46] määrittelyssään tekee (Keinänen 2006, 233). Rituaalisuus on vain muokkaantunut sopimaan paremmin modernin yhteiskunnan ihanteisiin ja arvoihin.

Pyykinpesun työläys modernimmillakin menetelmillä tulee esiin myös kyselyvastauksissa. Esimerkiksi eräs savonlinnalainen vastaaja kertoo, että hänen kerrostalossaan on pyykinpesukone ja vaikka enemmistö kaupunkilaisnaisista kerrostalojen koneita käyttävätkin, on hän itse pessyt pyykkinsä aina pesulassa. Vastaaja haluaa pyykkinsä ”täysin valmiina”, ja vaikka hänellä olisi nykyään aikaa pyykinpesuun, ei hänellä kuitenkaan ole sanojensa mukaan halua eikä voimia siihen.<sup>54</sup>

#### **6.4. Pyykinpesun käytänteiden muutos**

Pyykinpesun luonne muuttui koneistuksen myötä. Ennen harvemmin ja suurella joukolla tehtävästä työstä tuli arjen lähes jokapäiväinen tehtävä, jota hoidettiin enää kodin yksityisyydessä (esim. Kortteinen 1982, 162). Pia Olssonin käsittelemässä muistitietoaineistossa maaseudun naiset kirjoittavat, että vaikka kotityöt liimasivat heitä kodin piiriin, niin tietyt tehtävät mahdollistivat myös sosiaalista toimintaa kylän

---

<sup>54</sup> TYKL/kys/47: informantti 70.

naisten välillä. Aineistossa on kuvaus pyykkipäivästä hyvin ihanteellisena päivänä. Se näyttäytyy kylän naisten ja lasten välisenä, mukavana kesäisenä retkipäivänä rannalle, jonka ohessa hoidettiin talouksien pyykit. Naisten sosiaalinen toiminta tapahtuikin ainakin maaseudulla pääasiassa kotitöiden kautta. (Olsson 2009, 39–40.)

Toisaalta naisten sosiaaliset ympyrät muuttuivat erilaisiksi esimerkiksi työssäkäynnin lisääntymisen myötä, jolloin ehkä tämän tyyppiset kohtaamiset ovat keskittyneet työpaikoille vapaa-ajan muuttuessa perhekeskeisemmäksi (Kortteinen 1982, 162). Joillain paikkakunnilla saattoi myös olla yhteisiä pesutupia, joissa kotitöitä pystyi yhä hoitamaan kollektiivisesti, mutta tehokkaammin (Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2013, 169). Vaikka lehdissä oli kirjoituksia kalliin pesukoneen ongelman ratkaisevista yhteiskäyttökoneista, ei kyselyvastauksissa mainittu niitä kertaakaan. Jotkut vastaajista kuitenkin kertoivat ryhtyneensä käyttämään pesulaa apuna pyykinpesussa sotien jälkeisellä ajalla.<sup>55</sup> Pääasiassa muutos pyykinpesun käytänteissä tapahtui kotien yksityisten pesukoneiden myötä, vaikka sama hyöty olisi saatu aikaan pesuloiden tai taloyhtiökohtaisten pesukoneiden avulla. Tarvetta ohjailikin julkinen keskustelu, johon vaikutti yleinen rationalisoinnin ja familismin ihanne, sekä esimerkiksi pankkien tarve uusiin säästäjäasiakkaisiin, jotka samalla edesauttoivat koko yhteiskunnan jälleenrakennusta. (Pantzar 1999, 226.)

---

<sup>55</sup> Esim. TYKL/kys/47: informantti 71.

## 7. Pesukoneen merkitys modernissa suomalaisessa kodissa

Olen perehtynyt tutkielmassani merkityksiin, joita liittyy pyykinpesukoneeseen ja sen kotiutumiseen suomalaisissa kotitalouksissa. Pesukoneet olivat olennainen osa modernin kulutusyhteiskunnan syntyä ja kehittymistä. Ne edustivat tehokkaampaa, vapaampaa ja puhtaampaa elämää, jota koneiden ja kulutuksen avulla voi hankkia. Samalla perhekeskeisyyttä korostavat pesukonemainokset, muu media, ja erilaiset seurat sekä järjestöt kuitenkin vahvistivat ja ylläpitivät erityisesti perheenäitien ihanteellista asemaa kodinhoidon ja kodin viihtyvyyden järjestämisessä. Kodinkoneisiin satsaava nainen osasi pitää huolta perheestään ja taloudestaan modernilla tavalla. Hän teki järkiperaisiiä valintoja, jotka hyödyttivät paitsi hänen perhettään, myös koko suomalaisen yhteiskunnan jälleenrakennusta.

Pesukoneita ja muita kodinkoneita markkinoitiin ahkerasti eri tahoilla. Pyykinpesukoneet yleistyivätkin rivakasti, mikä näkyi tilastojen ohella aineistossanikin. Toisaalta esimerkiksi kyselyyn vastanneiden joukossa oli myös niitä, jotka eivät vielä vastausaikanaan omistaneet pesukonetta, ja aluksi pesukone teknologisenä laitteena aiheutti epäilystä ja vastustusta etenkin maaseudulla.

Mahdollisuuksiin hankkia pesukone vaikutti rahatilanne, sillä pesukone oli varsinkin sen alkuaikoina kallis hankinta. Rationalisoidun kodinhoidon yleistyessä ja normalisoituessa se loikin vielä vahvempaa kuilua uuden keskiluokan ja niiden välille, joille uutuudet olivat vielä saavuttamattomissa. Uudet ihanteet näyttäytyivät moraalisenä sääntelynä, jolloin kodinkoneetonta elämää viettävät saatiin näyttämään vanhanaikaisilta ja yhteiskuntaan sopimattomilta. Monissa talouksissa naisten oletettiin niiden käyttäjinä myös hankkivan sen, vaikka ansiotöissä käyvien naisten palkat olivat yleisesti miesten palkkoja pienemmät. Lisäksi etenkin maaseudulla asuinolot olivat monin paikoin yleisestä kehityksestä jäljessä, eikä koteihin ollut mahdollista sijoittaa pesukoneen kaltaisia moderneja laitteita vesijohdon tai sähköverkon puuttumisen takia. Kaupungeissa ongelmia aiheuttivat ahtaat asunnot.

Hintojen laskiessa kulutuskulttuuri alkoi olla ainakin osittain kaikkien ulottuvilla, mutta etenkin varakkaammille se toimi myös eronteon keinona. Pesukoneiden kehittyessä voitiin panostaa uudenaikaiseen tekniikkaan, apuvälineisiin ja liittää se osaksi kodin sisustusta. Kodinkoneiden mainostettiin mahdollistavan perheenäideille

esimerkiksi vapaa-aikaa. Lopulta suurimman hyödyn koneista saivat kuitenkin ne, joilla oli muutenkin ylimääräistä apua kodeissaan, kuten kotiapulaisia, jotka olivat vähentyessään muodostuneet monille ylellisyydeksi.

Pyykinpesukone teknologisenä uutuutena ei aineistoni perusteella yleisesti juurikaan vaikuttanut kotien työnjakoon, vaikka yksittäisissä perheissä miehet ja lapsetkin saattoivat osallistua sen myötä entistä vahvemmin kodinhoitoon. Miesten osallistuminen kodinhoitoon oli myös yleisempää kaupungeissa kuin maaseudulla. Aikaan kuuluva hygienian korostamisen ihanne pikemmin kasvatti kodin siivouksen ja pyykinhuollon määrää. Se kasaantui entiseen tapaan pääasiassa naisille, jotka välittivät roolia lähinnä samaa sukupuolta edustaville lapsille. Lisäksi työmäärää kasvatti naisten ansiotyön yleistyminen, ja ihanteellinen nainen lieneekin ollut sellainen, joka jaksaa raataa sekä kotona että töissä.

Naiset eivät olleet tyytyväisiä suureen työmääräänsä ja kokivat kodeissaan arvostuksen puutetta. Asenteisiin lienee vaikuttanut aikaan kuulunut naisten yhteiskunnallinen herääminen, joka sai ainakin osan naisista kyseenalaistamaan silloista sukupuolijärjestystä. Asennemuutos ei kuitenkaan tehnyt miestenkään asemasta helppoa. Uudenlaisten asenteiden myötä heiltä kaivattiin tiettyjä muutoksia, mutta tilanne saattoi hämmentää niitä miehiä, jotka olivat kasvaneet täysin erilaisiin perinteisiin ja asenteisiin. Tilanteeseen vaikutti myös sotien jäljiltä jäänyt epävakaa ilmapiiri, jota pyrittiin tasaamaan korostamalla perinteisiä arvoja, kuten perheen merkitystä ja sukupuolirooleja.

Tutkielmassani yhdistyvät erilaiset aineistot, ja sain mielestäni aikaan keskustelua niiden välillä. Muistitiedon tulkitseminen valmiin aineiston pohjalta oli kuitenkin joiltain osin turhauttavaa. Olin laatinut tutkimuskysymykseni tutustuessani aineistoihini ensimmäisiä kertoja, mutta jouduin hiukan muokkaamaan niitä syventyessäni aineistoihini tarkemmin. Kyselyn kysymykset eivät suoraan liittyneet omiin tutkimuskysymyksiini, ja etsinkin kaipaamiani vastauksia usein rivien välistä, tai asioista, joita vastaajat jättivät kertomatta. Toisinaan teki mieli päästä aikakoneella 1970-luvulle muokkaamaan kyselyä enemmän omia tutkimuskysymyksiäni hyödyttäväksi tai lähettämään tarkentavia kysymyksiä vastaajille. Olisin toki voinut etsiä informantteja ja kerätä aineistoa haastattelemalla tai keräämällä heiltä vastauksia laatimiini kysymyksiin. Siinä tapauksessa en olisi todennäköisesti saanut näin laajaa



aineistoa käsiini, ja informanteilla olisi ollut joltain osin erilainen näkökulma aiheeseen, kun aineisto olisi kerätty 2020-luvulla 1970-luvun sijaan. Käyttämäni aineiston yksi tärkeimmistä seikoista minulle olikin se, että se oli kerätty aikana, jolloin pesukoneen kotouttamisprosessi oli monilla hyvässä muistissa tai vielä käynnissä.

Aiemmin kerättyyn aineistoon liittyy myös ennakoimattomuutta ja yllätyksellisyyttä, jotka luovat mahdollisuuksia niiden uudelleentulkintaan (Korkiakangas ym. 2016, 16). Muistitiedon avulla voi selvittää kiinnostavia arkielämän yksityiskohtia myös ikään kuin vahingossa. Kertoja saattaa eksyä vastauksissaan sivuraiteille, joka paljastaakin merkittäviä asioita, joita häneltä ei ole osattu kysyäkään ja joista ei muuten saisi tietoa. (Kotilainen 2014, 169) Vastauksista nousikin esiin asioita, joita en välttämättä olisi huomannut itse kysyä tai asioita, jotka yllättäen liittyvätkin omiin tutkimusintresseihin, vaikkei sitä päältä päin olisi arvannut.

Tavoitteenani oli tarkastella pesukoneiden kotiutumista myös heidän näkökulmastaan, jotka jäävät mainosten kuvastojen ja yleisen diskurssin ulkopuolelle. Vastaajien sosiaalinen asema ja varallisuus ei yleensä näkynyt vastauksissa suoraan, vaan tulkintoja täytyi tehdä mikroanalyttisesti. Suurin osa vastaajista oli perheellisiä ihmisiä, mutta eroja näkyi erityisesti varallisuudessa ja asuinpaikoissa. Kuitenkin esimerkiksi yksin asuvat ja erilaisiin vähemmistöihin kuuluvat henkilöt jäivät katveeseen, mutta toisaalta kaikki eivät välttämättä haluakaan nostaa asemaansa esiin vastauksissaan. Laajempaa näkökulmaa antoivat etenkin lehtiartikkelit ja välillä kyselyvastauksetkin, mutta olisin halunnut syventyä aiheeseen vielä tarkemmin. Tähän esimerkiksi itse laadittu kysely tai haastattelut olisivat todennäköisesti tuoneet oleellisempia vastauksia. Pyykinpesukoneeseen ja kodin teknologiaan yleisemmin liittyy yllättävän paljon teemoja, joihin lisätutkimuksella pääsisi yhä syvemmin käsiksi.

## LÄHTEET

### **Tutkimusaineisto**

#### Audiovisuaalinen aineisto

Yle Elävä arkisto 2016: *Yllätyslahja* (1961). Käsikirjoitus: Kaarlo Nuorvala & Felix Forsman. Ohjaus ja kuvaus: Vilho Pitkämäki. Tuotantojohto: Felix Forsman.

Valmistamo: Fennada-Filmi Junior, Suomi. Saatavissa: <https://areena.yle.fi/1-1543466#autoplay=true>. Viitattu 1.4.2021.

Finna.fi: *Candy pesukone* (1963). Elokuva, lyhyt mainos. Levittäjä: Helkama Oy.

Tuotanto: Veikko Laihanen Oy, Suomi. Saatavissa:

[https://finna.fi/Record/kavi.elonet\\_elookuva\\_645807](https://finna.fi/Record/kavi.elonet_elookuva_645807). Viitattu 1.4.2021.

#### Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen arkisto, Turun yliopisto, TYKL-kokoelma

Painettu postikysely:

TYKL/kys/47. Ennen sotia – sotien jälkeen.

Informantit 2–5; 7–8; 12; 14–15; 18; 30; 33; 43; 54; 58; 62; 65–73; 101; 125; 136; 140; 151; 153–154; 160; 191; 202; 214; 223.

#### Kansalliskirjaston digitaaliset aineistot

<https://digi.kansalliskirjasto.fi>

*Apu*

16/1964, 114. ”...että Omoa voi lämpimästi suositella myös tähän Rosenlew pesukoneeseen”

*Etelä-Suomen Sanomat*

10/1966, 13. Radio ja televisio.

67/1966, 6. Kaunis ja kestävä Ignis pesuautomaatti.

62/1967, 7. Siemens Siwamat on järkevin kodinkoneostos tänä vuonna.

243/1967, 9. Kääntäkää vain yhdestä kytkimestä!

258/1967, 12. Candy pesee puolestanne.

234/1968, 5. Philips huippuautomaattinen pesukone pesee ja linkoaa tehokkaammin.

84/1969, 9. Pyykinpesu ja jälkikäsitteily.

### *Hopeapeili*

5–6/1946, 15. Amerikan järkiperaistettyä taloudenhoitoa.

### *Kansan Uutiset*

338/1966, 13. Hankkikaa nyt lahja jonka arvo säilyy ja josta on Teille hyötyä vuosiksi eteenpäin.

### *Länsi-Savo*

88/1965, 3. Hoover viikko.

94/1966, 4. Hoida tekstiilisi oikein.

303/1966, 3. Täysautomaattiset Zanussi-pyykinpesukoneet nyt meillä.

40/1967, 4. Perusteltua tietoa pesukonevalintaan.

305/1968, 7. Marraskuun tarjouksia.

### *Maaseudun tulevaisuus*

109/1955, 1. UPO nyt eniten myyty pesukone.

119/1958, 5. ”Tuhannet suloiset tuokiot säästyvät perheelleni!”

130/1958, 6. Tehkää elämänne mukavaksi – hankkikaa UPO-pesukone nyt!

113/1966, 11. Kotiapulainen saa paikan lapsiperheessä.

100/1967, 12. Rajamäen tutkimus- ja opetuskeskus Työtehovaltuuskunnan retkeilykohteena.

### *Suomen Kuvalehti*

9/1956, 9. UPO antaa nopeasti puhdasta pyykkikoriin.

36/1956, 2. Olkaa nykyaikainen äiti.

5/1957, 5. Upon sateenkaari sarja on nyt valmis.

44/1957, 5. Uusi Mainio 60 pesukone pesee 6 lakanaa 4 minuutissa.

35/1960, 6. Rosenlew-kotitalouskoneita joka kotiin.

38/1963, 59. ”Hei, äiti – täällä sinun Indesit pesukoneesi sisällä on paketti Omo pesujauhetta!”

21/1966, 10. Näytä kylpyhuoneesi niin kerron, millainen olet!

42/1966, 8. Puhumme kylpyhuoneesta eli ”millaiseksi sen haluamme?”

46/1967, 50. Uusi kotiin mitoitettu täysautomaattinen pesukone.

### *Suomen Sosialidemokraatti*

261/1948, 1–2. Uudenmaan sos. dem. naisten reipas syystoiminnan alku.

311/1956, 7. Huvi-pesukone. Ensimmäinen värillinen pesukone Suomessa.

90/1965, 5. Diolen Loft.

114/1966, 5. ”Päädyn suomalaiseen...”

### *Tekniikan maailma*

12/1967, 49. Tuoremehulingot.

15/1967, 75. Kaikki tähänastiset UPO tuotteet...

*Työkansan sanomat*

261/1948, 1. Työtehomessut avataan tänään.

*Uusi Suomi*

169/1949, 7. Sähköistettyä keittiötä.

236/1955, 9. Toiveenne täytetty..

36/1965, 13. Kiitos Liberatorin sujuu pesunne helposti; ”Toivekeittiö” viidennessä kerroksessa.

83/1965, 31. Euroopan suurimman pesuautomaattitehtaan suuri uutuus, suuri hintayllätys.

326/1965, 11. Rosenlew Electrohelios – Uusi silitysmankeli.

67/1966, 11. Vaatehuoltohuone avotakan asemesta.

92/1966, 6. Esittelyjä.

127/1967, 5. Tutustukaa amerikkalaisiin kodinkoneisiin aivan Helsingin keskustassa.

220/1967, 13. 4 kilon aito Constructa pesuautomaatti – ja hinta ainoastaan 1280 mk.

50/1969, 11. Tekö eilen ”keskustelitte” uuden pesukoneen hankinnasta?

89/1969, 11. Värillisiä jääkaappeja kodinkonemarkkinoille.

92/1969, 11. Asuntojen varustetasosta käynnissä laaja tutkimus.

239/1969, 18. Nyt Suomessakin Dynel-Fiber-taskuperuukki.

226/1972, 7. Ensimmäinen täysikasvuinen pienten tilojen pesukone.

*Vapaa Sana*

265/1949, 5. Kodin viikko.

### **Painamattomat lähteet**

Adolfsen, Veera 2020: *Naisparien kotityönjako ja sen koettu reiluus*. Sosiologian pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, Helsinki. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:hulib-202005282501>.

Aukia, Markku 2010: *Lapset olkoot ihmisiksi: Suomen talonpoikaiskotien hiljainen kasvatus*. Kansatieteen väitöskirja. Turun yliopisto, Turku. Saatavissa: <https://www.utupub.fi/handle/10024/52564>.

Luukinen, Susanna Kaarina 2017: *Näkymätön näkyväksi – metakotityön sisältö ja jakamisen tavat*. Sosiologian pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, Helsinki. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:hulib-201710315604>.

Talsi, Noora 2014: *Kodin koneet: Teknologioiden kotouttaminen, käyttö ja vastustus*. Sosiologian väitöskirja. Itä-Suomen yliopisto, Joensuu. Saatavissa: <https://erepo.uef.fi/handle/123456789/13470>.

### **Painetut lähteet**

Anttila, Anu-Hanna 2005: *Loma tehtaan varjossa: Teollisuustyöväestön loma- ja vapaa-ajan moraalisaattely Suomessa 1930–1960-luvuilla*. *Biblioteca Historica* 93. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Anttila, Anu-Hanna 2012: Sukupuolitettu kotityönjako ja sosiokulttuuriset rakenteet. *Sociologia* 49(4), 291–306. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:ELE-1583839>.

Anttonen, Veikko & Viljanen, Anna Maria: Mary Douglas ja ajattelun yhteisöllisyys. Teoksessa Douglas, Mary 1966: *Puhtaus ja vaara – Ritualistisen rajanvedon analyysi*, 7–25. Vastapaino, Jyväskylä.

Appadurai, Arjun 1986: Introduction: Commodities and the politics of value. Teoksessa Arjun Appadurai (edit.): *The Social Life of Things*, 3–63. Cambridge University Press, New York.

Attila, Henna & Pietiläinen, Marjut & Keski-Petäjä, Miina & Hokka Päivi & Nieminen Markku 2018: *Tasa-arvobarometri 2017*. Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriön julkaisu 8/2018.

- Aulanko, Marja 2006: Kotitalousteknologia naisten työn takana ja tukena. *Tekniikan Waiheita* 24(1).
- Bell, David 2006: Thinking About Technology and Culture. Teoksessa David Bell: *Technology, Science and Culture*, 39-58. Open University Press, Berkshire.
- Chang, Ha-Joon 2010: *23 tosiasiata kapitalismista*. Into Kustannus Oy, Helsinki.
- Cockburn, Cynthia 1997: Domestic Technologies: Cinderella and the Engineers. *Women's Studies International Forum* 20(3), 361-371. Saatavissa: [https://doi.org/10.1016/S0277-5395\(97\)00020-4](https://doi.org/10.1016/S0277-5395(97)00020-4).
- Collins, Patricia Hill 1998: It's All in the Family: Intersections of Gender, Race, and Nation. *Hypatia* 13(3), 62–82. Saatavissa: <https://doi.org/10.1177/0959353599009004014>.
- Cowan, Ruth Schwartz 1983: *More Work for Mother. The Ironies of Household Technology from the Open Hearth to the Microwave*. Basic Book, New York.
- Douglas, Mary 1966: *Puhtaus ja vaara – Ritualistisen rajanvedon analyysi*. Vastapaino, Jyväskylä.
- Douglas, Mary & Isherwood, Baron 1979: The uses of goods. Teoksessa Mary Douglas & Baron Isherwood: *The World of Goods*, 36–47. Routledge, New York.
- Ehn, Billy & Löfgren, Orvar 2010: *The Secret World of Doing Nothing*. University of California Press, Berkeley.
- Ehn, Billy 2014: Arjen yllätyksiä – Huomaamattoman etnografia ja kulttuurianalyysi. Teoksessa Pilvi Hämeenaho & Eerika Koskinen-Koivisto (toim.): *Moniulotteinen etnografia*, 59–75. Ethnos ry, Helsinki.
- Ekström, Simon 2017: Långt borta och förunderligt nära - Den arkivaliska serien som kulturvetenskaplig metod och historisk källa. Teoksessa Lars-Eric Jönsson & Fredrik Nilsson (red.): *Kulturhistoria – En etnologisk metodbok*, 23–40. Lund Studies in Arts and Cultural Sciences: Vol. 13. Lunds universitet, Lund.
- Eleb, Monique 2009: The couple's romance and its spatial setting. Teoksessa Hanna Johansson & Kirsi Saarikangas (edit.): *Homes in Transformation – Dwelling*,

*Moving, Belonging*, 162–183. *Studia Historica* 76. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Fingerroos, Outi 2000: Sähkö ja valon aika – näkökulma maaseudun moderniin muutokseen ennen 1960-lukua. *Sananjalka* 42(1), 181–208. Saatavissa: <https://doi.org/10.30673/sja.86622>.

Frykman, Jonas & Löfgren, Orvar 1979: *Den kultiverade människan*. LiberFörlag, Lund.

Frykman, Jonas 1987: Peasant Views of Purity and Dirt. Teoksessa Jonas Frykman & Orvar Löfgren: *Culture Builders – A Historical Anthropology of Middle-class Life*, 174–220. Rutgers University Press, New Brunswick & London.

Frykman, Jonas 1987: The Cultural Basis of Physical Aversion. Teoksessa Jonas Frykman & Orvar Löfgren: *Culture Builders – A Historical Anthropology of Middle-class Life*, 157–173. Rutgers University Press, New Brunswick & London

Gebhard, Maiju 1943: *Toimenpiteistä vaatteiden pesutyön järkipäätämiseksi*. Työtehoseuran vuosikirja 1943, 47–50. Työtehoseuran julkaisussa N:o 31. Tyrvään kirjapaino Oy, Vammala.

Gebhard, Maiju 1954: Väsymyksen syistä ja ehkäisytoimenpiteistä. *Teho* 12/1954, 713–715.

Gomez, M. Carme Alemany 1994: Bodies, machines and male power. Teoksessa Cynthia Cockburn & Ruža Fürst-Dilić (eds.): *Bringing Technology Home – Gender and Technology in a Changing Europe*, 129–146. Open University Press, Buckingham & Philadelphia.

Gould, Jeremy & Uusihakala, Katja 2016: Jälkisanat: Refleksiivisyys ja tiedon laatu. Teoksessa Jeremy Gould & Katja Uusihakala (toim.): *Tutkija peilin edessä: Reflektiivisyys ja etnografinen tieto*, 218–244. Gaudeamus, Tallinna.

Haavio-Mannila, Elina 1986: *Suomalainen nainen ja mies: Asema ja muuttuvat roolit*. WSOY, Porvoo.

Hall, Stuart 1997: The work of representation. Teoksessa Stuart Hall (edit.): *Representation – Cultural Representations and Signifying Practices*, 13–64. SAGE Publications, London.



Heinonen, Visa 2005: Kulutusyhteiskunnan ja kulutuksen yhteiskunnallisen sääntelyn muotoutuminen Suomessa. Teoksessa Visa Heinonen, Anu Raijas, Kaarina Hyvönen, Johanna Leskinen, Marjukka Litmala, Mika Pantzar, Tarja Römer-Paakkanen & Päivi Timonen: *Kuluttajaekonomia – kotitalous ja kulutus*, 47–68. WSOY, Helsinki.

Heinonen, Visa & Konttinen, Hannu 2001: *Nyt uutta Suomessa! – Suomalaisen mainonnan historia*. Mainostajien Liitto, Helsinki.

Heinonen, Visa 2000: Nälkämaasta moderniksi kulutusyhteiskunnaksi. *Tieteessä tapahtuu* 18(6). Saatavissa: <https://journal.fi/tt/issue/view/4119>.

Heinonen, Visa 1998: *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki. Kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Bibliotheca historica 33. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Holmila, Marja 2001: *Kylä kaupungistuvassa yhteiskunnassa - Yhteisöelämän muutos ja jatkuvuus*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 850. Stakes & Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Hämeenaho, Pilvi & Koskinen-Koivisto, Eerika, 2014: Etnografian ulottuvuudet ja mahdollisuudet. Teoksessa Pilvi Hämeenaho & Eerika Koskinen-Koivisto (toim.): *Moniulotteinen etnografia*, 7–31. Ethnos-toimite 17. Ethnos ry, Helsinki.

Janhonen, Hilikka & Luoma-Juntunen, Pirkko & Sillanpää, Marja-Liisa & Uski, Raija & Wartiovaara, Liisa (toim.) 1979: *Kodin pesutilat*. Työtehoseuran julkaisuja 217. Työtehoseura ry Kotitalousosasto, Forssa.

Jokinen, Eeva 2005: *Aikuisten arki*. Gaudeamus, Helsinki.

Jokinen, Kimmo & Saaristo, Kimmo 2006: *Suomalainen yhteiskunta*. WSOY, Helsinki & Jyväskylä.

Julkunen, Raija 1994: Suomalainen sukupuolimalli – 1960-luku käänteenä. Teoksessa Anneli Anttonen, Lea Henriksson & Ritva Nätkin (toim.): *Naisten hyvinvointivaltio*, 179–201. Vastapaino, Jyväskylä.

Julkunen, Raija 1995: Yksityinen ja julkinen hyvinvointivaltiossa. Teoksessa Leena Eräsaari, Raija Julkunen & Harriet Silius (toim.): *Naiset yksityisen ja julkisen rajalla*, 203–213. Vastapaino, Tampere.

Juvonen, Tuula 2015: *Varjoelämää ja julkisia salaisuuksia*. Vastapaino, Tampere.

Jönsson, Lars-Eric & Nilsson, Fredrik 2017: Om etnologi och kulturhistoriska metoder. Teoksessa Lars-Eric Jönsson & Fredrik Nilsson (toim.): *Kulturhistoria : En etnologisk metodbok*, 7–22. Lunds universitet, Lund.

Kaarlenkaski, Taija 2018: “Machine Milking is More Manly than Hand Milking”: Multispecies Agencies and Gendered Practices in Finnish Cattle Tending from the 1950s to the 1970s. *Animal studies journal* 7 (2), 76-102. Saatavissa: <https://erepo.uef.fi/handle/123456789/7481>.

Kalela, Jorma 2006: Muistitiedon näkökulma historiaan. Teoksessa Outi Fingerroos, Riina Haanpää, Anne Heimo & Ulla-Maija Peltonen (toim.): *Muistitietotutkimus – Metodologisia kysymyksiä*, 67–92. Tietolipas 214. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Karkulehto, Sanna 2011: *Seksin mediamarkkinat*. Gaudeamus, Helsinki.

Keinänen, Marja-Liisa 2006: ”Pese pöytä, laiat muista, jalkoja elä unoha!” – Naisten rituaalistetut kotityöt. Teoksessa Tarja Kupiainen & Sinikka Vakimo (toim.): *Välmatkoilla : kirjoituksia etnisyydestä, kulttuurista ja sukupuolesta*, 233–249. Kultaneito VII. Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura, Vaasa.

Kiuru, Elina 2001: Itsestänselvyyksiä ja umpisolmuja – kansatieteellisestä esinetutkimuksesta Suomessa. Teoksessa Ilmari Vesterinen & Bo Lönnqvist (toim.): *Pandoran lipas – Virvatulia esineiden maailmasta*, 63–74. Tietolipas 179. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Knuuttila, Seppo 2010: Tutkimusaineistojen muodostaminen. Teoksessa Jyrki Pöysä, Helmi Järviluoma & Sinikka Vakimo (toim.): *Vaeltavat metodi*, 19–42. Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura, Joensuu.

Korhonen, Teppo 1999: Maaseudun elämäntavan muutos. Teoksessa Markku Löytönen & Laura Kolbe: *Suomi – Maa, kansa, kulttuurit*, 136–155. Suomalaisen

Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 753. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Jyväskylä.

Korkiakangas, Pirjo & Olsson, Pia & Ruotsala, Helena & Åström, Anna-Mari 2016: Kirjoittamalla kerrottua. Teoksessa Pirjo Korkiakangas, Pia Olsson, Helena Ruotsala, & Anna-Mari Åström (toim.): *Kirjoittamalla kerrotut : kansatieteelliset kyselyt tiedon lähteenä*, 7–39. Ethnos-toimite, 19. Ethnos ry, Helsinki.

Korkiakangas, Pirjo 1996: *Muistoista rakentuva lapsuus: Agraarinen perintö lapsuuden työnteon ja leikkien muistelussa*. Kansatieteellinen arkisto 42. Suomen muinaismuistoyhdistys, Helsinki.

Korkiakangas, Pirjo 1999: Muisti, muistelu ja perinne. Teoksessa Bo Lönnqvist, Elina Kiuru & Eeva Uusitalo (toim.): *Kulttuurin muuttuvat kasvot*, 155–176. Tietolipas 155. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Kortteinen, Matti 1982: *Lähiö. Tutkimus elämäntapojen muutoksesta*. Otava, Helsinki.

Koskinen-Koivisto, Eerika & Marander-Eklund, Leena 2013: Kotirouva – rankka ja vastuullinen ammatti. Teoksessa Kirsi-Maria Hytönen & Keijo Rantanen (toim.): *Onnen aika? Valoja ja varjoja 1950-luvulla*, 163–171. Atena, Jyväskylä.

Kotilainen, Sofia 2014: Monikerroksisten muistelu- ja tallennusprosessien vaikutus muistitiedon tulkintaan etnografisessa historiantutkimuksessa. Teoksessa Pilvi Hämeenaho & Eerika Koskinen-Koivisto (toim.): *Moniulotteinen etnografia*, 153–181. Ethnos-toimite 17. Ethnos ry, Helsinki.

Kristeva, Julia 1993: Likaisuus muuttuu saastaksi. Teoksessa Pia Sivenius (toim.): *Puhuva subjekti*, 187–222. Gaudeamus, Helsinki.

Kurkinen, Liisa 2020: *Tiskin takana: Kauppiaselämäkerrat maaseudun murroksen kuvaajina*. Suomen Muinaismuistoyhdistys, Helsinki.

Lehtinen, Ildikó 2005: Seikkailua esinetutkimuksessa. Teoksessa Pirjo Korkiakangas, Pia Olsson & Helena Ruotsala (toim.): *Polkuja etnologian menetelmiin*, 184–205. Ethnos-toimite 11. Ethnos ry, Helsinki.

- Lehtinen, Ilkka 2012: Pääkaupunkiseudulla asumisen elintaso on pysynyt ennallaan kolme sukupolvea. *Hyvinvointikatsaus* 2012(1). Saatavissa: [https://www.stat.fi/artikkelit/2012/art\\_2012-03-12\\_004.html](https://www.stat.fi/artikkelit/2012/art_2012-03-12_004.html).
- Lehto, T. A. 1958: *Maaseudun taloudet sähköistyvät – tehostuvat*. Teho 12/1958. Työtehoseura. Maalaiskuntien Liiton Kirjapaino, Helsinki.
- Lehtonen, Juhani U. E. 2005: Kansatieteen tutkimushistoria. Teoksessa Pirjo Korhokangas, Pia Olsson & Helena Ruotsala (toim.): *Polkuja etnologian menetelmiin*, 11–24. Ethnos-toimite 11. Ethnos ry, Helsinki.
- Lehtonen, Jussi 2016: *Skenaarioita maaseudun palveluista. Kaupat, kirjastot, pankit ja postit historiasta tulevaisuuksiin*. Turun yliopiston julkaisuja, Sarja C, Scripta lingua Fennica edita. Turun yliopisto, Turku.
- Leimu, Pekka 2005: Kyselyt. Teoksessa Pirjo Korhokangas, Pia Olsson & Helena Ruotsala (toim.): *Polkuja etnologian menetelmiin*, 77–88. Ethnos-toimite 11. Ethnos ry, Helsinki.
- Leiss, William & Kline, Stephen & Jhally, Sut & Botterill, Jackie 2005: *Social Communication in Advertising : Consumption in the Mediated Marketplace*. Routledge, London.
- Lepistö, Vuokko 1994: *Joko Teillä on primuskeitin? : Kotitalousteknologian saatavuus ja tarjonta Helsingissä 1800-luvun puolivälistä 1910-luvun lopulle*. Historiallisia tutkimuksia 91. Suomen historiallinen seura, Helsinki.
- Löfgren, Orvar 1987: The Home Builders. Teoksessa Jonas Frykman & Orvar Löfgren: *Culture Builders – A Historical Anthropology of Middle-class Life*, 88–153. Rutgers University Press, New Brunswick & London.
- Malinen, Antti 2013: “Ei tilaa edes leikille”. Teoksessa Kirsi-Maria Hytönen & Keijo Rantanen (toim.): *Onnen aika? Valoja ja varjoja 1950-luvulla*, 31–41. Atena, Jyväskylä.
- Mannevuori, Mona 2020: *Ihmiskone töissä: Sotienjälkeinen Suomi tehokkuutta tavoittelemassa*. Gaudeamus, Helsinki.
- Marander-Eklund Lena 2014: *Att vara hemma och fru : En studie av kvinnligt liv I 1950-talets Finland*. Svenska Litteratursällskapet I Finland, Helsingfors.

- Meintjes, Helen 2001: "Washing machines make lazy women". *Domestic Appliances and the Negotiation of Women's Propriety in Soweto*. – *Journal of Material Culture*, 6 (3), 345-360. Saatavissa: <https://doi-org.ezproxy.utu.fi/10.1177/135918350100600304>.
- Mikkola, Kati 2006: Modernisaation vastavirrassa – Uutuuksien vastustuksen syitä ja keinoja modernisoituvassa Suomessa. Teoksessa Hilikka Helsti, Laura Stark & Saara Tuomaala (toim.): *Modernisaatio ja kansan kokemus Suomessa 1860–1960*, 169–212. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1101. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Mohun, Arwen P. 2003: *Industrial Genders: Home/Factory*. Teoksessa Nina E. Lerman & Ruth Oldenziel & Arwen P. Mohun (toim.): *Gender & Technology. A Reader*, 153-176. The Johns Hopkins University Press, Baltimore & London.
- Moilanen, Aino 2017: *Elämää ennen 60-lukua*. Reuna Oy, Kouvola.
- Nevala-Nurmi, Seija-Leena 2013: Traktoreita ja lypsykoneita. Teoksessa Kirsi-Maria Hytönen & Keijo Rantanen (toim.): *Onnen aika? Valoja ja varjoja 1950-luvulla*, 199–209. Atena, Jyväskylä.
- Olsson, Pia 2005: Tutkijan vastuu ja velvollisuus – Tutkimuksen eettisiä kysymyksiä. Teoksessa Pirjo Korhokangas, Pia Olsson & Helena Ruotsala (toim.): *Polkuja etnologian menetelmiin*, 281–290. Ethnos-toimite 11. Ethnos ry, Helsinki.
- Olsson, Pia 2009: The domesticated woman as an ideal – women's place in rural Finland. Teoksessa Pia Olsson & Helena Ruotsala (edit.): *Gendered rural spaces*, 33–50. Studia Fennica. Ethnologica 12. Finnish Literature Society, Helsinki.
- Pantzar, Mika 1999: Katsaus kodinkoneiden kotiutumisen lähihistoriaan. Teoksessa Minna Sarantola-Weiss (toim.): *Yhteiset olohuoneet: Näkökulmia suomalaiseen sisustusarkkitehtuuriin 1949–1999*, 207–231. Kustannusosakeyhtiö Otava, Helsinki.
- Pantzar, Mika 2000: *Tulevaisuuden koti - Arjen tarpeita keksimässä*. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu.
- Papanek, Victor 1973: *Turhaa vai tarpeellista?* Kirjayhtymä, Helsinki.

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

Pihkala Erkki 1982: Rakennustoiminta ja asuminen. Teoksessa Jorma Ahvenainen: *Suomen taloushistoria 2, Teollistuva Suomi*. Tammi, Helsinki.

Pulkkinen, Tuija 2000: Judith Butler – Sukupuolen suorittamisen teoreetikko. Teoksessa Anneli Anttonen, Kirsi Lempiäinen & Marianne Liljeström (toim.): *Feministejä – Aikamme ajattelijoita*, 43–60. Vastapaino, Tampere.

Ranta, Sirkka-Liisa 2012: *Naisten työt – Pitkiä päiviä, arkisia askareita*. Karisto, Hämeenlinna.

Roivainen, Päivi 2017: *Puettu lapsuus. Löytöretkiä lastenvaatteiden saarille*. Kansatieteellinen arkisto 56. Suomen muinaismuistoyhdistys, Helsinki.

Rossi, Leena-Maija 2010a: Esityksiä, edustamista ja eroja: Representaatio on politiikkaa. Teoksessa Tarja Knuuttila & Aki Petteri Lehtinen (toim.): *Representaatio – Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi*, 261–275. Gaudeamus Helsinki University Press, Helsinki.

Rossi, Leena-Maija 2010b: Sukupuoli ja seksuaalisuus, erosta eroihin. Teoksessa Tuija Saresma, Leena-Maija Rossi & Tuula Juvonen (toim.): *Käsikirja sukupuoleen*, 21–38. Vastapaino, Tampere.

Ruotsala, Helena 2009: Kovan leivän alue vai viinitie? Kulttuurialueita konstruoivasta kansatieteestä eurooppalaiseksi etnologiaksi. Teoksessa Maria Lähteenmäki (toim.): *Maa, seutu, kulmakunta. Näkökulmia aluehistorialliseen tutkimukseen*. Historiallinen arkisto 129. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Räsänen, Matti 1985: Kaupungit ja paikallisyhteisöt. Teoksessa Jukka Pennanen, Leena Samallahti & Helena Haapalainen-Tiainen: *Teoriaa, aihepiirejä ja näkökulmia kansatieteellisessä tutkimuksessa*, 75–100. Ethnos-julkaisuja 1. Ethnos ry, Lappeenranta.

Saarikangas, Kirsi 2002: *Asunnon muodonmuutoksia. Puhtauden estetiikka ja sukupuoli modernissa arkkitehtuurissa*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 860. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

- Saarikangas, Kirsi 2006: *Eletyt tilat ja sukupuoli: Aukkaiden ja ympäristön kulttuurisia kohtaamisia*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1099. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Saaristo, Kimmo & Jokinen, Kimmo 2004: *Sosiologia*. WSOY, Helsinki.
- Sammallahti, Leena 1985: Esinetutkimuksen ongelmia. Teoksessa Jukka Pennanen, Leena Sammallahti & Helena Haapalainen-Tiainen: *Teoriaa, aihepiirejä ja näkökulmia kansatieteellisessä tutkimuksessa*, 110–116. Ethnos-julkaisuja 1. Ethnos ry, Lappeenranta.
- Sappinen, Eero 2000: *Arkielämän murros 1960- ja 1970-luvulla – Tutkimus suomalaisen työväestön elämäntavoista ja niiden paikallisista raumalaisista piirteistä*. Kansatieteellinen arkisto 46. Suomen Muinaismuistoyhdistys, Helsinki.
- Sarantola-Weiss, Minna 2003: *Sohvaryhmän läpimurto – Kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 912. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Satka, Mirja 1993: Sota-aika perhekäsitysten ja sukupuolten suhteiden murroksena. Teoksessa Pertti Haapala (toim.): *Hyvinvointivaltio ja historian oikut*, 57–73. Väki voimakas 6. Työväen historian ja perinteen tutkimuksen seura, Tampere.
- Stark, Laura 2006: Johdanto – Pitkospuita modernisaation suolle. Teoksessa Hilikka Helsti, Laura Stark & Saara Tuomaala (toim.): *Modernisaatio ja kansan kokemus Suomessa 1860–1960*, 9–46. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1101. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki
- Suoranta, Anu 2001: Lama iski – naiset töihin! Teoksessa Marjatta Rahikainen & Tarja Räisänen (toim.): *”Työllä ei oo kukkaan rikastunna” – Naisten töitä ja toimeentulokeinoja 1800- ja 1900-luvulla*, 146–160. Tietolipas 176. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Suviranta, Annikki 1967: *Nuorten perheiden asumistaso*. Valtion painatuskeskus, Helsinki.
- Talve, Ilmar 1979: *Suomen kansankulttuuri*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 514. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Vantaa.

- Talve, Ilmar 1984: *Turun yliopiston kansatieteen laitoksen julkaisuja* 1958–1983. Scripta ethnologica 34. Turun yliopiston kansatieteen laitoksen julkaisuja, Turku.
- Toivonen, Timo 1996: Luokat ja kulutus: Episodi massakulutuksen läpimurrosta 1955–1971. *Sosiologia* 33(1), 35–48.
- Uljas, Päivi 2013: ”Terve maalaiskodin tyttö saa paikan”. Teoksessa Kirsi-Maria Hytönen & Keijo Rantanen (toim.): *Onnen aika? Valoja ja varjoja 1950-luvulla*, 211–223. Atena, Jyväskylä.
- Urponen, Maija 2010: Kansalaisuus, kansallisuus ja sukupuoli. Teoksessa Tuija Saresma, Leena-Maija Rossi & Tuula Juvonen (toim.): *Käsikirja sukupuoleen*, 292–304. Vastapaino, Tampere.
- Uusitalo, Liisa 1990: Mitä modernin kulutuksen jälkeen? Teoksessa Virpi Salin (toim.): *Maailman merkkejä*, 13–35. Markkinointi Viherjuuri, Helsinki.
- Vakimo, Sinikka 2010: Periaatteista eettiseen toimijuuteen – tutkimusetiikka kulttuurintutkimuksessa. Teoksessa Jyrki Pöysä, Helmi Järviluoma & Sinikka Vakimo (toim.): *Vaeltavat metodit*, 79–113. Kultaneito VIII. Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura, Joensuu.
- Viljanen, Anna Maria & Hagert, Terno & Blomerus, Satu 2007: Romanit suomalaisessa terveydenhuollossa: tasa-arvon ansat. *Lääketieteen aikakauskirja Duodecim* 123(4), 458–66. Saatavissa: <https://www.duodecimlehti.fi/duo96300>.
- Virtanen, Timo J. 1997: Kirjoitetut kaupunkikuvat. Teoksessa Teppo Korhonen & Pekka Leimu (toim.): *Näkökulmia kulttuurin tutkimukseen*, 97–128. Turun yliopiston aikuiskoulutuskeskus, Turku.
- Waris, Heikki 1968: *Muuttuva suomalainen yhteiskunta*. Universitas 6. WSOY, Porvoo.
- Willman, Terhi 2007: Sukupolvesta sukupuoleen – naisten kohtaamisen haasteet etnologisessa tulkinnassa. Teoksessa Pia Olsson & Terhi Willman (toim.): *Sukupuolen kohtaaminen etnologiassa*, 130–150. Ethnos-toimite 13. Ethnos ry, Vaasa.



## Verkkolähteet

Kaleva-Hentunen, Karoliina 2019: Arkistot, yhteiskunta ja aktivismi. *Hiiskuttua: Turun yliopiston humanistisen tiedekunnan verkkojulkaisu* [blogi]. Saatavissa: <https://sites.utu.fi/hiiskuttua/arkistot-yhteiskunta-ja-aktivismi>. Viitattu: 5.4.2021.

Tilastokeskus: Rahanarvonmuunnin [online]. Saatavissa: <https://www.stat.fi/tup/laskurit/rahanarvonmuunnin.html>. Viitattu: 20.4.2020.

Pärssinen, Kyösti 2011: Pesukone pelasti naiset raadannasta [online]. *Kodin kuvalehti*, 8.9.2011. Saatavissa: [https://www.kodinkuvalehti.fi/artikkeli/pesukone\\_pelasti\\_naiset\\_raadannasta](https://www.kodinkuvalehti.fi/artikkeli/pesukone_pelasti_naiset_raadannasta). Viitattu: 5.12.2019.