

Anne Soronen

SISUSTUSOHJELMIEN KODIT PARANNELLUN TAVALLISUUDEN NÄYTTÄMÖINÄ

¹ Attwood 2005.

² Vrt. Hill 2005, 29.

³ Moseley 2000, 303; Hill 2005, 29.

Kodin muodonmuutokselle rakentuvia sisustusohjelmia määrittävät tavallisiksi ihmisiksi luonnehditut osallistujat, joiden sisustuspulmia käsitellään asiantuntijoiden opastamina. Lähestyn suomalaisia sisustusohjelmia mediateksteinä, joissa yhtäältä tuotetaan kulttuurisamme pitkään hallinnutta kodin sisustamisen ja naisten kytköistä, mutta toisaalta murennetaan sitä esittäen miesten toimijuutta kodin sisustamisen kentällä. Ohjelmissa rakentuva käsitys hyvästä mausta tuottaa hienovireisellä tavalla keskiluokkaisuutta, johon usein sisältyy ajatus tavanomaisista, koristeellisista tai konservatiivisista sisustuksista erottautumisesta.

Sisustusohjelmat ovat 1990-luvulta lähtien nousseet suosituksi television lajityypiksi monissa länsimaissa, erityisesti Britanniassa, Australiassa ja Yhdysvalloissa. Ne on tapana kategorisoida lifestyle-ohjelmiin, joiden keskeisenä suunnannäyttäjänä on pidetty BBC:n tuotantoa. Lifestyle-ohjelmia yhdistää se, että niissä pyritään muuttamaan kotia, puutarhaa, elämäntyyliä tai ulkonäköä jollain tapaa ”paremmaksi”. Sisustusohjelmien kohdalla tämä tarkoittaa sitä, että muuttunutta kotia kuvaillaan kauniiksi, harmoniseksi, rohkeaksi, nykyaikaisemmaksi, toimivaksi tai hienoksi. Kauniista kodista onkin tullut yksi elämäntyylietoksen hallitseman kulutuskulttuurin avainkuvista¹. Sisustusohjelmissa ”tavallisesta” kodista muokataan jotain erilaista, jopa erinomaista². Muuttumisohjelmia (makeover shows) määrittäväksi seikaksi on nostettu muutoksen paljastuksen hetki³. Yhtenä keskeisenä piirteenä on pidetty tavallisiksi ihmisiksi luonnehdittuja osallistujia,

joiden vapaa-ajan intressejä tai tyyliin ja ulkonäköön liittyviä pulmia ratkotaan asiantuntijoiden avustuksella.

Tarkastelen tässä artikkelissa suomalaisissa sisustusohjelmissa *Innossa* (Suomi 2004–) ja *Kodin kääntöpiirissä* (Suomi, 2001–2005) rakentuvia tapoja puhua ihanteellisesta kodin sisustuksesta liittämällä kodin asukas ja sen sisustus kiinteästi yhteen. Kyseiset sisustussarjat olen valinnut juuri siksi, että niissä kotien asukkaat ovat mukana muutoksen toteuttamisessa. Lähestyn valitsemieni ohjelmia mediateksteinä, joissa toisaalta tuotetaan kulttuurissamme pitkään hallintunutta kodin sisustamisen ja naisasukkaiden kytköstä, mutta toisaalta pyritään murentamaan sitä esittäen niin miesasukkaiden kuin kodin ulkopuolisten asiantuntijoiden toimijuutta sisustamisen kentällä. Hahmotan, millä tavoin ohjelmaformaattien asetelma ja niiden tekijät osaltaan tuottavat osallistujista niin kutsuttuja tavallisia ihmisiä. Tarkastelen myös, kuinka osallistujien keskuudessa yhtenä juonteena on tavallisuudesta erottautuminen uuden sisustuksen kautta. Pyrkimyksenäni on tavoittaa tavallisuuteen ja siitä erottautumiseen liittyvää problematiikkaa, joka liittyy sukupuolen, luokan ja seksuaalisuuden kysymyksiin. Monitahoisuudessaan hankalan luokan käsitteen sisällyttäminen aineistoesimerkkien analysointiin on yritykseni osoittaa, että vaikka luokkaa tai luokkaeroja ei sisustusohjelmissa ole tapana käsitteellistää, niin esitettyjen makumieltymysten taustalta on usein hahmotettavissa jonkinlainen luokan idea tai makujen luokkapohjaisuutta implikoiva näkemys. Aineistoni kattaa 11 jaksoa vuoden 2004 tammi-maaliskuussa lähetettyä YLE TV2:n *Kodin kääntöpiiriä*⁴ ja Nelosen *Innoa*. Lisäksi olen tarkastellut kummankin ohjelman nettisivuja ja haastatellut *Kodin kääntöpiirin* tuottajaa Eija Rautavuorta.

Katseen kohteena ”tavalliset” kodit

Usein taviksella tarkoitetaan tavallista ihmistä julkisuuden henkilöiden vastakohtana⁵. Näin ymmärrettynä tavis olisi hyvin laaja-alainen käsite viitaten kehen tahansa henkilöön, jolla ei ole identifioitavaa statusta (media)julkisuudessa. Jutta Högmänder on kiinnittänyt huomiota siihen, kuinka tavikseen julkkiksen vastakohtana sisältyy paradoksi, sillä tavallisen ihmisen astuessa julkisuuden piiriin, tulee hänestä ainakin hetkellisesti julkkis, joka erottuu muista taviksista⁶. Jos taas tavis ymmärretään Kalle Haatosen tapaan tavanomaiseksi ja määreettömäksi ihmiseksi, joka ei erityisesti halua erottautua, eikä kaipaa julkisuuteen, niin on kyseenalaista, täyttävätkö todellisuusviihteen osallistujat tavikseuden kriteerit. Taviksen hahmossa voi myös nähdä passiivisen vastarinnan muodon, jossa tämä kieltäytyy esittämästä itseään mielenkiintoisena jatkuvaa yksilöllisyyttä ja erikoisuutta vaativassa nykyajassa.⁷ Tässä mielessä kaikki sisustusohjelmien osallistujat eivät ”suostu” ohjelmaformaatin heille luomaan taviksen position, koska monilla heistä on tarve erottautua tavanomaisuudesta painottamalla valintojen yksilöllisyyttä. Toisaalta taas jos taviksen vastakohtana rakentuvat julkkisten lisäksi asiantuntijat ja ylipäänsä henkilöt, joilla on jokin erityispiirre, niin sisustusohjelmien osallistujat tulevat representoiduiksi nimenomaan taviksina, koska mitään

⁴ *Kodin kääntöpiirin* kohdalla olen rajannut analyysin pelkästään ohjelman Viikon muutos -osioon jättäen tarkastelun ulkopuolelle Erlaista asumista -osion.

⁵ Eronen 2004.

⁶ Högmänder 2005, 13–14. Vaikka osassa tosi-tv:n formaateista taviksista kehkeytyy näkyviä mediajulkisuuden hahmoja pitkään ohjelmassa pysymisen myötä, niin näin ei ole *Innon* ja *Kodin kääntöpiirin* kaltaisissa ”katkosarjoissa”, joissa kunkin muutoskodin tarina saadaan päätökseen yhden jakson aikana, jolloin osallistujien julkisuudessa olo jää kertaluonteiseksi.

⁷ Haatanen 2005, 26–27.

⁸ Hautakangas 2006.

⁹ Bonner 2003, 99.

¹⁰ Aira Samulinia kuvaillaan kirjoituksessa "erittäin virkistäväksi poikkeukseksi", joka ei hakenut ohjelmaan suhteilla, vaan "aivan tavallisen ilmoittautumisen kautta". Samulinin kodin valinta esitetään siis oikeutettuna myös siksi, että hän toimi kuten ohjelmaan pyrkivät ns. tavallisetkin ihmiset. (Paananen 2006.)

erityispiirteitä tai erityisosaamisen alueita heidän kuvauksessaan ei ole tapana tuoda esiin.

Sisustusohjelmat sisällyttävä lifestyle-ohjelmiston (lifestyle television) käsite on nähty yhtenä todellisuustelevision alakategoriana. Sisustusohjelmien kytkentä laaja-alaisen todellisuustelevision käsitteen alle perustuu pitkälle siihen, että ohjelmien osallistujat on nähty tavallisina ihmisinä, joita kuvataan oikeissa kodeissaan. Mikko Hautakangas on hahmottanut *Big Brother*-formaatin kautta todellisuustelevisioniöille ominaisia piirteitä, joista yhtenä hän tarkastelee tavallisten ihmisten toiminnan ja tunnekokemusten nostamista katseen kohteeksi. Hautakankaan mukaan tämä "vertaistekijä" on yksi todellisuusviihteen menestyksen avaintekijä, koska se luo yleisön ja ruudulla esiintyvien hahmojen välille läheisemmän suhteen kuin esimerkiksi fiktiosarjojen tähtinäyttelijöiden kohdalla. Katsoja voi vertailla näkemäänsä televisio-todellisuutta omaan elämäänsä ja arvioida, miten itse toimisi, jos olisi ruudun toisella puolella.⁸ Tähän sisältyy valta-asema, josta katsoja voi tirkistellä osallistujien ei-käsikirjoitettua toimintaa ja arvioida sen autenttisuutta. Frances Bonner on päätenyt käyttämään termiä 'ordinary television' lifestyle-ohjelmistosta, jossa ihmisten tavallisiksi ja arkisiksi luonnehdittavista kiinnostuksen kohteista tuotetaan tyylin, ulkonäön ja käytöksen oppaita. Bonnerin mukaan "tavallinen televisio" puhuttelee jokapäiväisyyttämme, ikään kuin näyttämällä meidät itsemme (tai vertaisemme) ja osoittamalla tapoja, joilla voimme muuttua paremmiksi. Se luo kuvan tavallisesta, jokapäiväisestä, normaalista.⁹

Sekä *Innossa* että *Kodin kääntöpiirissä* ohjelmaan osallistujat määrittävät taviksiksi julkkisten ja asiantuntijoiden vastakohtana. Tätä alleviivaa *Innon* sisustussuunnittelija Marko Paananen ohjelman nettisivuilta löytyvässä Markon Palstan jutussa, jossa hän perustelee, miksi Aira Samulinin koti oli poikkeuksellisesti valittu yhden jakson muutoskohteeksi. Paananen toteaa julkisuuden henkilöiden kotien karttamisen johtuvan siitä, että heidän "asuntonsa ja esiintymiskyky usein vieraannuttavat ns. tavallista katsojaa". Ilmaus viitanee Hautakankaan esiin nostamaan todellisuusviihteen vertaistekijään eli siihen, että jos ohjelmassa suuntauduttaisiin julkkisten visuaalisesti "erikoisiin" koteihin, niin katsojien ja esiteltävien asukkaiden välille ei voisi syntyä läheistä suhdetta. Toiseksi syyksi Paananen nostaa sen, että *Inno* ei ole sisustuspalvelu, vaan osallistujien on ikään kuin sitouduttava ohjelman yllätysmomenttiin, leikkimielisyyteen ja itsensä peliin laittamiseen. Siis ei riitä, että haluaa kotinsa sisustusta paranneltavan, vaan on hyväksyttävä, että leikkimielisyysvaateen ja yllätysaspektin myötä kontrolli tulevaan sisustukseen on rajallinen.¹⁰ Oletettu osallistujien ja katsojien jakama tavallisuus näyttäytyy areenana, jonka kiinnostavuus taviskatsojan näkökulmasta perustuisi tavisosallistujan ja asiantuntijajulkikkisen väliseen vuorovaikutukseen. Haastatteleman *Kodin kääntöpiirin* tuottaja Eija Rautavuori korostaa myös ohjelman osallistujien tavallisuutta, mutta hän ei käsittele sitä vastakkaisuutena julkisuudessa olemiselle, vaan eräänlaisena keskiluokkaisena "keskivertosuomalaisuutena". Nostaessani esiin, että Pohjois-Suomen koteja ei ohjelmassa näytetty, tuottaja vetoaa ohjelman teon aika- ja budjettirajoitteisiin ja jatkaa:

[...] mietittiin sillain että siis murreasiat oli yks syy miks oli kiva liikkua eri puolilla mutta muuten kyllähän Suomi on sen verran tasa-arvonen, tasavertanen että ei se asuminen, ei se sisustus, on se sitten Utsjoki, Kevo, taikka Hanko, Tammisaari taikka keskellä Hämettä niin kyllä ne kodit, ja meillähän aika paljolti oli tommosta keskiluokkaa tietenkin taikka (naurahtaa) tietenki tavallisia ihmisiä jotka nyt oli kiinnostuneita sisustuksesta niin kyllä ne aika samalla lailla asuu.¹¹

Rautavuoren repliikissä ohjelmasta rakennetaan käsitystä todennukaisena keskiluokkaisen suomalaisuuden kuvaajana siltä pohjalta, että alueellisesti tasa-arvoisessa maassa maantieteellinen sijainti ei tuota eroja asumisessa tai sisustamisessa. Näin esitettyä ei ole merkitystä sillä, että pohjoissuomalaisten koteja ei näytetty, koska ne eivät kuitenkaan olisi eronneet eteläsuomalaisten vastaavista, murretta lukuun ottamatta. Puhe keskiluokkaisuudesta määrittänyt siis ihmisten tavallisuutena ja keskivertoasumisena. Kysymystä siitä, mikä teki *Kodin kääntöpiiristä* sopivan ohjelman Ylälle ja TV2:lle seurasi tuottajan pohdinta:

[...] siis varmaan se että se, kun Kakkonen pyrkii olemaan koko kansan kanava niin ne kodit joissa me oltiin niin on hyvin tavallisia voi olla sun naapuris mun naapurini, et siellä ei niinku mitään ekstriiimiä ei köyhyydessä eikä rikkauudessa etsitty eikä ihmisissä muutenkaan että tietysti persoonallisia ihmiset sai olla jotka esiinty ja sanavalmiita ja muuta.¹²

TV2 representoidaan kaikkien suomalaisten kanavana, minkä myötä otollisiksi määrittävät kodit eivät kuitenkaan ole koteja "laidasta laitaa", vaan ne näyttäytyvät keskituloisina ja keskinkertaisen elämäntavan edustajina. Osallistujien haussa kerrotaan myös välttetyt "äärimmäisyyttä", mikä tuottaa ajatusta taviksista siinä merkityksessä, että heillä ei ole mitään erityistä luonteenpiirrettä tai poikkeamaa normaliteetista¹³, vaikka (hiukan ristiriitaisesti) persoonallisia olisivatkin.

Pääsy *Innossa* ja *Kodin kääntöpiirissä* ei ole kenen tahansa keskiluokkaisen ei-julkiksen kotiin, vaan rajattuun joukkoon toisiaan tietyiltä osin muistuttaviin koteihin. Ohjelmien tuottama kotien tavallisuus perustuu ideaaliin työssäkäyvästä keskiluokkaisesta heteroseksuaalisesta "valtaväestöstä". Vaikka ohjelman tekijöiden taholta kotien tavallisuutta painotetaan, niin tämä esitelty tavallisuus on kuitenkin tarkasti valikoitua. Halukkaita osallistujia esimerkiksi *Kodin kääntöpiiriin* pääsi mukaan vain murto-osa¹⁴.

Ensimmäisellä tuotantokaudellaan keväällä 2004 *Innolla* on kerrottu olleen noin 220.000 katsojaa, joista keskimäärin kaksi naiskatsojaa yhtä mieskatsojaa kohti¹⁵. Ohjelman pääasiallisena kohderyhmänä silloinen tuottaja Lilli Paukkunen on maininnut nuoret aikuiset¹⁶. *Kodin kääntöpiirin* katsojaluvut vaihtelivat tuottaja Eija Rautavuoren mukaan 400.000 katsojan molemmin puolin. Pääasiallinen katsojakunta koostui hänen mukaansa neljänkymmenen vuoden tietämissä olevat naisista painottuen pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuviin¹⁷. Nuoret aikuiset hän nimeää yhdeksi potentiaaliseksi kohderyhmäksi, jota kuitenkin oli vaikea tavoittaa ohjelman alkuillan varhaisen lähetysajan

¹¹ Rautavuoren haastattelu 1.11.2006.

¹² Ibid.

¹³ Ks. Haatanen 2005.

¹⁴ Rautavuoren haastattelu 1.11.2006.

¹⁵ Ks. Aamulehden Allakka, 2004/vko 13–14.

¹⁶ Aamulehti 11.1.2004.

¹⁷ Vanhojen rakennusten kunnostusprojekteihin keskittynyt Erilaista asumista -osio tavoitti Rautavuoren mukaan kuitenkin "aika paljon mieskatsojia".

¹⁸ Jos television prime timen katsotaan alkavan klo 20, niin sekä *Innon* että *Kodin kääntöpiirin* varsinainen lähetyisaika oli sijoitettu arki-iltaan ennen parasta katseluaikaa. *Inno* pyöri keväällä 2004 keskiviikkoisin klo 19.30 ja se muodosti lifestyle-ryppään *Sami kokkaa* -ohjelman kanssa. *Kodin kääntöpiirin* lähetyisaika taas oli torstaisin klo 18.30, mutta sitä ei ohjelmistossa ympäröinyt muita lifestyle-ohjelmia. Kummastakin näytettiin uusinnat viikonloppuisin.

¹⁹ Moseley 2000, 304, 309.

²⁰ Katja Valaskiven (2006, 267–268) mukaan television lajityypijakoihin on sisällytynyt sukupuolittuneisuutta, jossa asia- ja informaatiopainotteiset ohjelmat on tavattu nähdä maskuliinisina, tarpeellisina ja tärkeinä, kun taas fiktio ja viihde on yhdistetty keveyteen ja feminiinisyyteen. Sisustusohjelmat eivät suoranaisesti istu tämän karkean jaottelun kummallekaan puolelle, vaan niissä yhdistetään niin informaatiota ja viihdettä kuin kansalaisen ja kuluttajan puhuttelua, vaikka painopiste on kuitenkin enemmän asian esittämisessä viihteellisin keinoin. Sisustusohjelmia voikin pitää yhtenä esimerkkinä nykytelevisiolle tyypillisistä hybridigenseistä, joiden on osaltaan nähty murtaneen lajityyppien välisiä hierarkioita.

²¹ Jos lifestyle-ohjelmat ovat paljossa velkaa naisten lehdille, niin printtimedian sisällä vaikutteita on otettu naisten lehtien ja asumisen erikoislehtien välillä puolin ja toisin. Naisten lehtien kotiin ja sisustamiseen liittyviä artikkeleita on pidetty huomattavan saman-

vuoksi¹⁸. Kummankin ohjelman tuottajat siis nostavat potentiaalisena kohderyhmänä sekä naiset että miehet aktuaalisen katsojakunnan ollessa kuitenkin naisenemmistöinen. Muuttamisohjelmien onkin tulkittu avaavan feminiiniseksi miellettyä kulutuskuulttuuria miehille nostamalla heidät kohderyhmäksi naisten rinnalle¹⁹.

Kodin muutoksesta minuuden muuttamiseen

Sisustusohjelmien ja laajemmin lifestyle-ohjelmien tausta on liitetty feminiiniseksi miellettyihin lajityyppeihin²⁰. Lifestyle-ohjelmien nousussa merkittäväksi prime timen tv-ohjelmistoksi Annette Hill pitää keskeisenä BBC:n roolia, joka 1990-luvulla kehitti päivällä lähetettyjä (ja tyypillisesti naisille suunnattuja) ohjelmiaan luodakseen parhaaseen katseluaikaan sopivan opetusohjelmien ja harrasteohjelmien piirteitä yhdistelevän lajityypin. Ideoita lainattiin erityisesti naisten lehdistä²¹ ja päiväajan makasiiniohjelmista.²² Feminiiniseksi mielletyn kauneuskulttuurin ja naistenlehtien keskeisenä piirteenä on pidetty ennen ja jälkeen -representaatioille perustuvia muodonmuutostarinoita. Ideana on ollut tuoda julkisten modikas tyyli lähemmäksi ”tavallista” naista niin, että se tuntuu saavutettavissa olevalta.²³ Nykymedia-kulttuuria leimaavan ja edelleen valtaosaltaan naisille suunnattujen muodonmuutuskertomusten voi nähdä rakentavan sellaisia katsoja- ja lukijajositioita, joissa oma minus tai elämä nähdään jollain tapaa puutteellisena. Sen muuttamisessa esitetään tarkoituksenmukaisena seurata ihmissuhteiden, designin tai elämäntyylin asiantuntijoiden neuvoja, joiden pohjalta kulutusikäntöjä muokataan asetettujen tavoitteiden mukaisesti²⁴.

Suomalaisia 2000-luvun alun asumisen erikoislehtiä tutkineen Virve Peterin mukaan miesasukkaan kotia voidaan esitellä tämän sukupuoleen perustuen ”miehen kotina”, kun taas naisen koti vaatii jonkun tarkentavan lisämääreen, joka selittää mikä tekee naisen asuttamasta kodista erityisen. Jos miesten kotien sisustusta lehdissä esitellään, kyseessä on tyypillisesti jollain tapaa asiantuntija: ”Hän voi olla arkkitehti, muotoilija tai suunnittelija, mutta ei yleensä vain tavallinen mies.”²⁵ Tässä mielessä television sisustusohjelmat eroavat sisustuslehdistä, sillä nimenomaan tavallisina esitettyjen miesten (ja naisten) kodit ovat muutoksen kohteita. Yksin asuvien miesten kiinnostusta kodin sisustukseen ei siis kehystetä visuaaliseen suunnitteluun liittyvän asiantuntijuuden, vaan esimerkiksi heidän muuttuneen elämäntilanteensa (avioero, muutto toiseen kaupunkiin) kautta.

Kulttuurissamme 1800-luvun porvarillisesta perheideologiasta lähtien hallinnut tapa ymmärtää koti naiseksi sukupuolitettuna tulee sisustusohjelmissa esiin siinä, millaisena kodin ideaa implisiittisesti tuotetaan (koti mukavuutta ja viihtyisyyttä tarjoavana ”äitinä”), eikä niinkään siinä miten kodin sisustusta merkityksellistetään. Perheen äidin rooli kauniiden puitteiden luomisessa kodin asukkaille kyseenalaistetaan sillä, että pääosa tätä tehtävää luovutetaan perheeseen kuulumattomalle sisustussuunnittelun asiantuntijalle. Ohjelmissa ei ole tapana puhua, kuinka useampi henkisen perheen sisustuksesta tuli perheen äidin näköinen, vaan toteutetun sisustuksen sopivuus

ulotetaan kaikkiin tilan käyttäjiin tai sen esitetään kuvastavan kodin muutoksesta päävastuun kantavaa naista yksilönä, ei äitinä. Kiinnostavasti kuitenkin niissä kodeissa, joissa asuu nainen, hänet esitetään poikkeuksetta aktiivisena osapuolena muutoksen suunnittelussa ja ostosten teossa, eikä esimerkiksi taustalle vetäytyvänä kommentaattorina, mikä *Innossa* on usein naisosallistujien mieskumppaneiden rooli.

Kulutuskulttuuriin yhdistetyt piirteet, kuten estetiikkaan ja maakuun keskittyminen, spektaakkelin ja hedonismien painottaminen, kuluttajätietoisuuden kasvattaminen ja yksilöllisen elämäntyylin kehittäminen ovat vahvasti esillä lifestyle-ohjelmiston agendalla.²⁶ Sisustusohjelmissa juuri muutoksen jälkeistä koti-interiöön kuvausta voi tulkita spektaakkelinä, jossa muuttunutta ulkonäköä uusine materiaaleineen ja esineineen tuodaan korostetusti näytteille ihailtavana ja kulutettavana katseen kohteena²⁷. *Innossa* ennen ja jälkeen -otoksia ryyditetään popahtavalla taustamusiikilla, joka osaltaan tuottaa kuvaa muutoksen dynaamisuudesta, mielihyväkeskeisyydestä ja hauskanpidolle perustuvasta luonteesta²⁸.

Naisille suunnatusta diskurssista näennäisen sukupuolineutraaliin puhutteluun

Sisustusohjelmissa naisten ja miesten puhuttelu tapahtuu usein sekoittamalla ”pehmeäksi” miellettyä sisustussuunnittelua ja maun asioita ”kovempina” assosioituviiin tee-se-itse -taitoihin²⁹. Miesten sfääriksi pitkälle sukupuolittuneeseen talojen rakentamiseen, remontointiin ja nikkarointiin liittyvät tee-se-itse -aktiviteetit ovat yksi tapa tuoda sisustamisen diskurssiin maskuliiniseksi miellettyä sisältöä. *Kodin kääntöpiirissä* tee-se-itse -toimiin ryhtyy tyypillisesti koko perhe tai pariskunnan molemmat osapuolet, mutta tehtävien jaossa on selkeää sukupuolittuneisuutta. Jos miesosallistujien on tapana toteuttaa kodin muutoksen tee-se-itse -maalausta ja -laatoitusta tai poraustöitä, niin heidän naiskumppaniensa ei yleensä tähän toimintaan esitetä osallistuvan muuten kuin vierestä seuraamalla. Sama koskee ohjelmien sisustussuunnittelijoita Leena Carelsea, Anne Karlssonina, Marja Marttilaa ja Pirkko Välikoskea, joista kukin kerrallaan sisustaa yhden jakson kodin. Heillä on siis lähinnä eräänlainen työnvalvojan rooli suhteessa suunnitelman ”remonttipuolen” toteutukseen. Naissuunnittelijat ja -osallistujat taas esitetään aktiivisempina värien ja tekstiilien valinnassa sekä verhojen ompelussa ja ripustamisessa.

Kodin kääntöpiirin studiojuontajana toimii lähimenneisyyden suomalaisen rock-historiaan assosioituvaa toimittajaa ja muusikko Heimo Holopainen. Hän kerronnallistaa muutosprojektia lähes kirjakielisellä ilmaisullaan ja tuo sen muutuskodin yksityisemmästä sfääristä tv-studion tilaan, jonka lavastusta hallitsevat voimakkaat värit ja materiaaleista musta nahka, lasi ja teräs. Jos viikon muutosta muutoin leimaa ihmisten toiminnan ja keskustelun kuvaaminen kodissa ja kauppoissa, niin otokset Holopaisesta ovat staattisempia siinä mielessä, että juontajan kohdistuessa sanottavansa ”suoraan” kameralle huomio kiinnittyy toiminnallisuuden sijaan verbaalisuuteen.

laisina sisustuslehtien juttujen kanssa (Coward 1984/1987, 63).

²² Hill 2005, 29; ks. myös Brunsdon & al. 2001.

²³ Moseley 2000, 304.

²⁴ Gill 2007, 156.

²⁵ Peteri 2006, 161.

²⁶ Attwood 2005, 88–91.

²⁷ 1980-luvun sisustuslehtiä tarkastelleen Rosalind Cowardin (1984/1987, 63) mukaan ihanteellisina esitetyistä kodeista käytetty kieli on rohkaissut naisten ruumiiden ja heidän kotien välistä identifiikaatiota, sillä kuten naisia, asuntoja kuvataan lehdistä tyylikkääksi, eleganteiksi ja kauriiksi. Tämä ihannekodin ja naisasukkaan ruumiin identifiikaatio ei ole näin yksioikoinen nykysisustusohjelmien kuvastoissa, eikä niissä uusiutuneita kohteja ole myöskään tapana kuvata hienostuneisuuteen viittaavilla sanoilla elegantti tai tyylikäs.

²⁸ Musiikin käytöllä voidaan myös korostaa sisustuksen nimettyjä teemoja tai elementtejä. Esimerkiksi 21.1.2004 esitetyssä *Innon* jaksossa Nooran ja Mikan makuuhuoneen sisustuksen lopputulosta kuvattaessa suunnittelijan mainitsemia Mikalle kohdistettuja ”rock n’ roll ja punk-elementtejä” tukeva taustalla soiva poppunk-kitarointi.

²⁹ Brunsdon & al. 2001.

³⁰ Ks. Sederholm 2003, 170–176.

³¹ Rautavuoren haastattelu 1.11.2006.

³² Philips 2005.

³³ Osallistujien esittäminen lopputulokseen tyytyväisinä eroaa merkittävästi esimerkiksi brittiläisestä *Changing Room* -ohjelmasta, jossa toteutettujen muutosten on todettu herättävän osallistujissa usein negatiivisia reaktioita (Palmer 2004/2005, 180). Suomalaisohjelmat eivät myöskään sisällä osallistujien avointa nöyryyttämistä, mitä on pidetty joidenkin brittiläisten lifestyle-ohjelmien keskeisenä piirteenä.



Kodin kääntöpiirin studiojuontaja Heimo Holopainen.
Kuva: Harri Hinkka/YLE.

Holopaisen kommentoinnissa voi tulkita ajoittaisia camp-elementtejä, joiden kautta hän etäännyttää itsensä muutostarinan kulusta, välttää emotionaalista osallistumista ja esittää tietoisien liioittelevia ilmaisuja³⁰. Tuottaja Eija Rautavuori kuvaa Holopaisen roolia ohjelmassa ”miehen silminä”, koska ”sisustus on etupäässä naisten hommaa”. Holopaisen juontajuuden hän kertoo herättäneen ristiriitaisen vastaanoton osan katsojista inhotessa ja osan rakastaessa tämän hahmoa.³¹ Sisustukseen liittyviä sukupuolittuneita stereotyyppioita hyödyntäen Holopaisen hahmoon kiinnitetään näin huumorin ja ironian värittämiä ”miehinen” katse. Vaikka muutostuotien miehet olivat naiskumppaniensa tavoin jaksoissa mukana, niin ilmeisesti heidän näkökulmaansa ei tuotantopuolella mielletty riittävästi ”miesten silmiksi”, koska tätä roolia täyttämään haluttiin entuudestaan tunnettu populaarikulttuurin radioääni ja tv-kasvo.

Deborah Philipsin mukaan television sisustussuunnittelijoita yhdistää 1700-luvun taidemarkkinoiden kulttuurisiin välittäjiin ”taiteellinen” puolihuolimattomuus, mikä ilmenee pukeutumisen rentoutena ja kieltäytymisenä didaktisesta tai saivartelevasta suhtautumisesta sisustukseen.³² Rento ote, välittömyys ja pedanttisuuden vastustaminen pätee myös *Kodin kääntöpiirin* ja *Innon* sisustussuunnittelijoiden toimintatapaan. Heillä ei ole tapana viljellä spesifiä ammattitermistöä tai tutustuttaa osallistujia (ja katsojia) sisustusarkkitehtuurin tyyliin, vaan sisustuksesta puhutaan helposti lähestyttävällä tavalla. Tästä ”asiakaslähtöisyydestä” huolimatta suunnittelijoiden rooli asiantuntijoina ei ohjelmissa yleensä kyseenalaistu ja mahdolliset suunnittelijan ja osallistujien intressien väliset ristiriidat pyritään häivyttämään esittämällä osallistujat poikkeuksetta lopputulokseen tyytyväisinä³³. Jaksojen loppukohtauksissa osallistujat itse vahvistavat positiotaan ei-asiantuntijoina tai ”maallikkosisustajina” kehuessaan suunnittelijan ammattitaitoa tai korostaessaan, etteivät olisi itse pystyneet

vastaavaan.

Innossa remonttiosuoksien kuvaamisen sijaan painottuu tuotteiden materiaalin ja ulkonäön sekä muutoksen lopputuloksen representointi³⁴. Asukkaat eivät osallistu muutoksen toteuttamiseen. Suunnittelijana toimii Marko Paananen, joka ohjelman nettisivuilla tuo esiin kansainvälistä taustaansa Los Angelesissa koulutuksen saaneena ja työskennelleenä sisustusarkkitehtinä³⁵. Mitä pitempään *Innoa* on televisiossa näytetty, sitä vahvemmin se kulminoituu rennon epämuodollisesti ja muodikkaasti pukeutuneen sisustussuunnittelijansa ympärille. Paanasen hahmossa asiantuntijaroolia pehmitetään leikinlaskulla, vitsailulla ja itseironialla. Yhdistettynä esteettisyyden korostamiseen, harkitun oloiseen pukeutumiseen, yksityiskohtien hiontaan ja kosketusaistin painottamiseen häntä voi tulkita dandy-mäisenä hahmona³⁶. Paanasen parina ja ohjelman juontajana toimii vaatesuunnittelija Minna Cheung, joka toimii osallistujien ja suunnittelijan välisenä "tulkkina" ja omalta osaltaan rakentaa ohjelman leikkimielistä ja hauskanpidolle rakentuvaa luonnetta. Jaksojen alussa Cheung esittelee muutoskohteet ja on mukana niin ostoksilla kuin suunnittelijan apuna muutoksen toteuttamisessa. Tapahtumiin osallistuvana juontajana hän jää kuitenkin sisustussuunnittelijan varjoon³⁷.

Jos kotielämää, yksityistä sfääriä ja kuluttajuutta on totuttu merkityksellistämään feminiinisenä, niin lifestyle-televisiion miesosallistujien, -juontajien ja -sisustussuunnittelijoiden on nähty purkavan tätä kytköstä ja tuottavan maskuliinisia positioita, joista käsin miesten kiinnostus kodin sisustamiseen näyttäytyy "luvallisena" tai "luontevana"³⁸. *Kodin kääntöpiirissä* ja *Innossa* hallitsevimpiina miesten positioina näyttäytyvät asiantuntija ja juontaja³⁹ ja osallistujien kohdalla "poikamies", "tee-se-itse -mies" tai vastuullinen perheen isä.



Innon parivaljakko sisustussuunnittelija Marko Paananen ja juontaja Minna Cheung. Kuva: Nelonen.

³⁴ Vrt. Attwood 2005, 90–91.

³⁵ Ks. <http://www.nelonen.fi/inno/jakso105/tekijat.htm>. (Tarkistettu 29.5.2007.)

³⁶ Dandyn olemukseen liitetään usein camp-eleitä, joissa pyritään kultivoimaan kauneuden ideaa omassa persoonassa ja tarkastelemaan maailmaa esteettiseltä kannalta (Sederholm 2003, 170).

³⁷ Monissa jaksossa juontaja konkreettisestikin jää taustahahmoksi, kun suunnittelija keskustelelee osallistujan kanssa tämän sisustustoiveista lähempänä kameraa juontajan selaillessa taaempaa ohjelman yhteistyötahoksi mainittua sisustuslehteä.

³⁸ Ks. Gorman-Murray 2006; Brunson & al. 2001.

³⁹ Marko Paanasen hahmossa asiantuntijan ja juontajan rooli sekoittuvat, koska hän ottaa myös juontajan "paikan" selostaessaan kameralle (ja katsojille) suunnitelmaansa, sisustusmateriaalien eroja tai toteutukseen liittyneitä valintoja. *Kodin kääntöpiirin* sisustussuunnittelijoiden näyttäytyminen (kameraan katsovan) juontajan roolissa on marginaalisempaa ja se tulee esille ainoastaan heidän esitellessään valmista lopputulosta.

⁴⁰ Gorman-Murray 2006, 228.

⁴¹ Attwood 2005, 89–92.

⁴² Sisustusohjelmissa kuvatut kodit ovat jopa saattaneet rapauttaa stereotyyppistä käsitystä suomalaiskodeista modernistisen suunnittelun ja kotimaisen designin tyysijoina, mitä pitkälle yhä tuotetaan sisustuslehden kuvastoissa.

⁴³ Hill 2005, 90.

⁴⁴ Bonner 2003, 107.

⁴⁵ Yksi keskeinen ero ohjelmien osallistujien välillä on juuri asuinpaikka. *Kodin kääntöpiirissä* osallistujat ovat pääkaupunkiseudun ulkopuolella, lähinnä Jyväskylän eteläpuolisen Suomen maaseututaajamissa ja kaupungeissa asuvia, kun taas *Innossa* yksinomaan pääkaupunkiseudulla asuvia.

Usein tavallisen miehen ja kodin sisustamisen kytkentä kiinnitetään näin miehen elämäntilanteeseen, jolloin koti näyttyy yksinolon tai lasten myötä tärkeämpänä tai sitten kiinnostusta kotiin kehystetään maskuliiniseksi mielletyn tee-se-itse -tekemisen kautta.

Ulkomaisen lifestyle-ohjelmiston kohdalla miesten toimijuus on liitetty homomiesten näkyvään representointiin nykyisessä mediakulttuurissa ja sen tavassa tuottaa käsityksiä ihanteellisista elämäntyyleistä. Andrew Gorman-Murrayn mukaan Yhdysvalloissa, Britanniassa ja Australiassa homomiesten ”kotiin liittyvästä sensibilitetistä” on tullut lifestyle-ohjelmiston myötä valtavirran kulttuuria, jossa sekä uusinnetaan että kyseenalaistetaan ymmärrystä kodista heteroseksualisoituna perheen tilana⁴⁰. Feona Attwood on puolestaan todennut brittiläisen *Home Front* -ohjelman analyysin yhteydessä, että kiinnostusta kotiin ja kulutuskulttuuriin tuotetaan miessuunnittelijoiden kautta aiempaa ”arvokkaampana” esittämällä se designin asiana⁴¹. Suomalaisesta näkökulmasta kiinnostus kotiin ei sisustusohjelmien miestoimijoiden myötä välttämättä representoidu aiempaa arvostetumpana ”design-tietoisuutena”, vaan se näyttyy pikemminkin ketä tahansa kuluttajaa koskevana kulutuskulttuurin keskeisenä osa-alueena, jossa muokataan harkitusti, mutta samalla mielihyvää tuottavasti yksilön ja / tai perheen identiteettiä kauniimman kodin kautta⁴².

Halu erottautua, mutta mistä?

Todellisuusteleviointia on yleisesti ottaen arvosteltu siitä, että sen formaateissa ollaan kiinnostuneita enemmän yksilöstä kuin yhteiskunnallisista asioista⁴³. Frances Bonnerin mukaan esimerkiksi lifestyle-ohjelmissa ei puhuta sosiaalisista eroista luokan tai muiden sosiaalisen epätasa-arvoisuuden termein. Niissä myönnettävät erot ovat maun eroja, jotka esitetään yksinkertaistetusti vapaina mieltymyksinä tiettyihin esineisiin ennemmin kuin toisiin, ilman sen kummempia perusteluja.⁴⁴ Tässä mielessä suomalaiset sisustusohjelmat eivät edusta poikkeusta lifestyle-ohjelmien valtavirrassa, koska niissäkin on tapana vaieta sosiaalisista eroista. Sekä *Innossa* että *Kodin kääntöpiirissä* on kuitenkin katsottu tarpeelliseksi mainita osallistujien ammatti. Katsojille suunnatun osallistujien identifioimisen lisäksi se voi olla yksi keino todentaa, että osallistujat eivät edusta visuaalisen suunnittelun alojen ammattilaisia. Ammattinimikkeiden perusteella *Innon* osallistujia voi luonnehtia pääkaupunkiseudulla asuvan urbaanin keskiluokan eri ryhmittymiin kuuluviksi⁴⁵. Työväestöön kuuluvia ei ohjelmassa tarkastelujaksollani ole mukana. Ruudulla vilahtavaan ammattimainintaan ei kuitenkaan missään vaiheessa tartuta, vaan osallistujat esitetään ennen kaikkea mielihyvähakuisina ja laatutietoisina kuluttajina. *Kodin kääntöpiirin* osallistujien joukosta löytyy keskiluokkaan sijoittuvien lisäksi muutama työväestöön kuuluva osallistuja, mutta ohjelmassa painottuvat heteroparisuhde- ja perhekorostus niin ikään häivyttävät luokka-aspektia.

Ammattinimikkeiden pohjalta tehty luokkakategorisointi on kuitenkin ongelmallinen, koska se tuottaa helposti yksilolotteista luokan teoretisointia, joka keskittyy luokkaan paikkana työmarkkinoilla ja

jättää huomiotta luokkien rajojen osittaisen hämärtyksen elämäntyylien moninaistumisen myötä. Luokka tulisikin nähdä Diane Reayn tapaan moniulotteisina sosiaalisina ja psykologisina taipumuksina ja suhtautumistapoina, jotka ovat vuorovaikutuksessa sukupuolen, seksuaalisuuden, rodun ja muiden erojen kanssa. Kyse on rakenteellisten olosuhteiden rajoitteiden ja subjektiivisten tietoisuuden muotojen välisestä dynamisesta suhteesta, joka rakentaa luokkaa arjen käytännöissä.⁴⁶ Tätä ilmentää hyvin Pierre Bourdieun habituksen käsite⁴⁷. Luokan problematisointia Bourdieun tapaan on kuitenkin kyseenalaistettu, koska ranskalaisyhteiskunnan eri luokkaryhmiin kiinnittyvien makujen ja tyylien hierarkian soveltamisen ei nähdä sellaisenaan soveltuvan esimerkiksi Suomen tasa-arvo- ja hyvinvointipolitiikan retoriikalle rakennettuun yhteiskuntaan⁴⁸. On myös todettu, että suomalaisten kulutusta määrittää ennemminkin keskihakuisuus ja vaatimattomuus kuin jatkuva erottautumispyrkimys⁴⁹. Vaikka sisustusohjelmissa jo lähtökohtana on jonkinasteinen erottautuminen uuden sisustuksen kautta, niin arkisella vaatetuksellaan suomalaisosallistujat puolestaan häivyttävät mahdollista ”liiallista” erottautumista. Heidän muodollisuutta tai erikoisuutta välttävää pukeutumistaan voi lukea keinona tuottaa kotia vapaa-ajan ”rentoutumispaikkana”, mutta samalla sen voi nähdä haluna identifioitua tavallisuuteen, johon liittyy vaatteilla keikaroinnin välttäminen.

Sisustusohjelmien ilmisisällöt eivät siis tue ajatusta luokkaperustaisista maun eroista, vaan maku esitetään subjektiivisena niin, että kasvatus, koulutus ja luokka ikään kuin ylitetään minuuden perspektiivistä käsin⁵⁰. Tämä minuuteen kiinnittynyt maku näyttäytyy kuitenkin osassa sisustusohjelmien jaksoja eksplisiittisesti tai implisiittisesti sukupuoleen perustuvana. *Kodin kääntöpiirin* kohdalla tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että naisuunnittelija ja -osallistuja esitetään valinnoissa samoilla linjoilla olevina, kun taas miesosallistujan makumieltymyksiä kuvataan jossain suhteessa eroavaksi. *Innossa* taas muutosta edeltävän sisustuksen luonnehdinnassa voidaan käyttää ilmaisia, joissa esimerkiksi pikkusievyyden tai pikkuesineiden nähdään ilmaisevan naisasukkaalle tyyppillistä makua⁵¹.

Luokkarakenne voidaan bourdieuläisittäin nähdä meissä jokaisessa sisällä olevana, elämäntavassamme sisäistettynä ja erityisesti siinä näkyviin tulevana, mistä emme pidä. J. P. Roos toteaa, että mitä kiteytyneempi luokka-asemamme on, sitä varmempia ovat torjunnan ja inhon kohteemme.⁵² Sisustuksen inhon kohteita esittävät etenkin *Innon* osallistujat eli tässä mielessä he näyttäytyvät luokka-asemansa suhteen selkeämmin identifioituneina kuin *Kodin kääntöpiirin* osallistujat. Sukupuolesta riippumatta useimmin torjuttuina elementteinä mainitaan ”krumeluuri”, röyhelöt, pitsi ja kukkakuviot. Erityisen korostetusti tämä tulee esille kahdessa *Innon* jaksossa⁵³, joissa asukkaana on miessinkku. Tavallisesti olemassa olevan sisustustyylin ei mainita olevan feminiininen tai maskuliininen (ei myöskään *Kodin kääntöpiirin* jaksoissa), mutta näiden miesosallistujien kotien muutoksessa sisustussuunnittelijan tavoitteena on tuoda sisustukseen maskuliinisia elementtejä. Tällaisina esitetään kivi, lehmännahka, lasi tai yksinkertaistettu muoto.

Otan aineistoesimerkiksi *Innon* 10.3.2004 esitetyn jakson, jossa

⁴⁶Ks. Reay 1997, 226–231.

⁴⁷ Habituksella viitataan kasvatuksessa ja koulutuksessa omaksuttuihin ruumiillistuneisiin asennoitumisiin ja tekemisen ja olemisen tapoihin, joissa luokka elää ilman että tulisi välttämättä artikuloitua sellaisenaan.

⁴⁸ Suomalaisen yhteiskunnan luokkaeroja on pidetty vähäisinä ja sen kulttuuria homogeenisena. Tätä on selitetty sillä, että nopeasti teollistuneessa ja kaupungistuneessa maassa keskiluokka syntyi myöhään ja suoraan talonpojista ilman pitkäaikaisia kulttuurisia tai urbaaneja perinteitä. (Ks. Mäkelä 1994.)

⁴⁹ Haatanen 2005, 128–129.

⁵⁰ Palmer 2004/2005, 174–188.

⁵¹ Esimerkiksi 14.1.2004 esitetystä *Innon* jaksossa suunnittelija kuvailee asunnon olemassa olevaa sisustusta sanoilla ”repaleisen oloinen, pientä asiaa, vähän niin kun säliää” ja luonnehtii asukasta pikkusieväksi ja asuntoa sellaiseksi, jossa miehen käden jälki ei näy.

⁵² Roos 1988, 102; ks. myös Bourdieu 1989, 56.

⁵³ 11.2.2004 ja 10.3.2004 lähetetyt *Innon* jaksot.

⁵⁴ Viittaan tällä Judith Butlerin (2006, 251, viite 6) näkemukseen heteroseksuaalisesta matriisista. Sen mukaan pysyväksi ymmärrettyjä biologisia sukupuolia ilmaisevat pysyviksi mielletyt sosiaaliset sukupuolet, jotka nähdään toisilleen vastakkaisina, toisiaan täydentävinä ja toisiaan haluavina. Tässä sukupuolen ymmärtämisessä kaksinaisuusdeksi feminiinisyyttä ilmaisee naispuolisuutta ja maskuliinisuus miespuolisuutta.

⁵⁵ Porvarillisiin sisustuksiin tyyppillisesti kuuluneiden aistimellisten tekstiilien on nähty ilmentäneen naiseutta ja feminiinistä koskettelunhalua (Sarantola-Weiss 2003, 62–68).

⁵⁶ Kalha 1997, 252–253.

⁵⁷ Hanna Lindbergin (2006, 93–94; 173–174) mukaan Carl Larssonin ja Ellen Keyn viitoittamassa kansankodin persoonallisen sisustuksen ideoinnissa pyrittiin luomaan uutta, tasa-arvolle rakentuvaa "aitoa" keskiluokkaista esteetiikkaa ja erottautumaan yläluokan jäljittelylle pohjautuneesta porvarillisesta kopiokulttuurista.

sisustetaan eronneen miehen (35-vuotias myymäläpäällikkö) Espoon Iivisniemessä sijaitsevan kodin takalla varustettua olohuonetta. Jakson alussa juontaja pyytää suunnittelijaa luonnehtimaan asukasta olemassa olevan sisustuksen perusteella ja tämä toteaa: "Toi selkeys puhuu must sen puolesta että tai ne on jotenki musta maskuliinisia piirteitä mutta sitte sohvassa on isot ruusutyyny jotka taas puhuis niinku naisen läsnäolosta". Kuvauksessa asetetaan vastakkain maskuliinisia ja feminiinisiä tulkitut piirteet. Ruusukuvioiset tyynyt merkityksellistetään niin vahvasti feminiiniseksi, että niiden esilläoloa tulkitaan merkinä naisen (tässä tapauksessa ex-vaimon aiemmasta) läsnäolosta. Asunnon tyyli kokonaisuudessaan yhdistetään skandinaaviseen modernismiin ja sen selkeys maskuliinisuuteen. Ruusutyyny näyttävät esineinä, jotka häiritsevät sisustuksen maskuliinisuutta ja muutoksen aikana ne heitetään pois. Maskuliinisenä käsitteellistetty sisustus esitetään rohkeiden, harkittujen ja linjakkuutta osoittavien valintojen tuloksena. Se asettuu makuhierarkiassa ylemmäksi kuin feminiininen sisustus, joka tulkittuna vastakkaiseksi edelliselle edustaa epäyhtenäisyyttä, arkuutta tai irrallista esinekokoelmaa. Kyseisestä miesosallistujasta ei tuoteta jaksossa kuvaa pelkästään hyvän maun omaavana "poikamiehenä", vaan myös heteromiehenä. Hänen olohuoneensa sisustuksessa feminiiniseksi miellettyjen elementtien esillepano näyttää hyvääksyttävänä vasta, jos asuntoon muuttaa naiskumppani, jolloin heteromatriisin mukainen "tarve" sukupuolten toisiaan täydentävyyden esittämiseksi sisustuksen kautta aktualisoituisi⁵⁴. Suunnittelijan tapa korostaa olohuoneinteriöön suoralinjaisuutta ja tyylietoisuutta vie myös huomion pois siitä, kuinka asunto kokonsa ja sisustuselementtensä puolesta kertoo asukkaansa varakkuudesta ja taloudellisesta menestyksestä.

Entä voiko kukkakuvioiden, koristeellisuuden ja krumeluurin inhoa tulkita tapana tuottaa tiettyä luokkahabitusta ja erottautua toisista luokkahabituksista? Haluaako nykyinen urbaani keskiluokka kenties irtisanoutua vanhoillisen porvarilliseksi miellettyistä ja yläluokan jäljittelylle perustuneista runsaista, mukavuutta korostavista ja yksityiskohtien täyttämistä sisustuksista⁵⁵? Sisustuksen porvarillisuuteen on ollut tapana yhdistää niin sentimentaalisuutta, feminiinisyttä ja pikkusievyyttä kuin elementtien raskautta, mahtipontisuutta, konservatiivisuutta tai tylsyyttä. Esimerkiksi 1950-luvun suomalaisen taideteollisuuden modernistisessa diskurssissa vastustettiin sentimentaalista kodikkuutta, porvarillista runsaudenkulttia ja koristeellisuutta, jotka asetettiin aidon taiteen vastakohtaksi⁵⁶. Hanna Lindbergin mukaan Ikea-kuvastojen hyvän maun määritteet ovat puolestaan johdettavissa ruotsalaisen kansakoti-ideologian sisustusihanteista, joissa 1800-luvun lopun runsas ja tummasävyinen koti-interiööri liitettiin asukkaan vanhakantaisuuteen ja pysähtyneisyyteen, kun taas moderni, vaalea ja käytännöllinen sisustus sopuisuutensa huonekaluineen kertoi asukkaan valveutuneisuudesta, itsen kehittämisyhtymyksistä ja hyvästä mausta⁵⁷.

Kiinnostavasti porvarillisuuteen yhdistettävissä oleva koristeellisuus representoidaan sisustusohjelmissa toistuvasti elementtinä, jota halutaan välttää "oikeanlaisen" kodin ilmapiiriin ja aidon kodikkuuden luomisessa. Konservatiivisen pöyhkeyden karttaminen on myös poik-

keuksellisesti esillä *Innon* 4.2.2004 esitettyssä jaksossa. Siinä Helsingin Alppiharjuun vasta muuttaneelle sinkkunaiselle (37-vuotias tuottaja) sohvipäätöksen tekeminen osoittautuu vaikeaksi, koska hän pelkää harkittujen vaihtoehtojen olevan liian ”kookkaita ja korskeita”. Suunnittelijan eri vaihtoehtojen ”synteesinä” esittämän sohvän kohdalla osallistuja pohtii, onko huonekalun vaaleahko vihertävän harmaa väri ”keskiluokkainen ja tylsä”. Muista jaksoista poiketen luonnehdinnassa otetaan käyttöön luokkaa tai luokkapohjaista makua tarkoittava ilmaisu. Kielteiseen sävyyn keskiluokkaisuudella viitataan uskalluksen puutteeseen, mielenkiinnostomuuteen ja vanhakantaisuuteen. Korskeuden välttämiseksi pyrkimyksenä on erottautua asukkaan sosioekonomista asemaa ilmaisevasta ja pönkittävästä sisustuksesta. Tätä voi tulkita ostovoimaisen uuden keskiluokan tapana esittää oma positio sellaisena, jossa kieltäydytään luokitelluksi tulemisesta⁵⁸. Sen voi myös nähdä niin sanotun luovan luokan puherepertuaarina, jossa rakennetaan minuutta moniarvoisuutta, kokeilunhalua ja luovuutta osoittavana yksilöllisenä identiteettinä⁵⁹. Tähän on liitetty avoimuus trendejä sekä vieraista kulttuureista tulevia esteettisiä vaikutteita kohtaan⁶⁰.

Entä onko sisustusohjelmien keskiluokkaisten osallistujien erottautumisen kohteena myös työväenluokkaisuuteen yhdistyvä maku? Työväenluokkaisten koti-interiöorien yhtenä piirteenä on pidetty sitä, että laitetaan näytteille sellaisia esineitä, joihin liittyy mukavia muistoja omasta perheestä ja lomamatkoista tai huonekaluja, joihin on ihastuttu joidenkin muiden kodeissa⁶¹. Työväenluokkaiseksi näin määritetyssä sisustamisessa painottuisi se, että sisustuselementit mielletään yksittäisinä esineinä näteiksi, kivoiksi⁶², perheidenteettiä rakentaviksi tai muiden hyväksi havaitsemaksi. Tämäntyyppistä puhetaapaa osallistujien toiveissa ei yleensä esiinny, joten tässä mielessä niitä voi määrittää ”anti-työväenluokkaisiksi”. Voi myös pohtia, missä määrin ohjelmien osallistujien sisustushokkien ja -toiveiden representoinnissa on kyse Mike Savagen kuvaamasta yksilöllistyneestä luokan idean sisäistämisestä, jossa otetaan etäisyyttä kollektiivisesta luokkatietoisuudesta ja tiettyyn luokkaryhmittymään kuulumisesta. Tämä luokan kieltäminen samalla kutsuu esiin luokan, koska siihen liittyy halu erottautua sekä itsen ”yläpuolelle” asettuvista että itsen ”alapuolelle” mielletyistä ryhmistä. Kyse on myös halusta identifioitua tavallisuuteen ja normaaliuteen, jota määritetään vasten keinotekoisiksi miellettyjä itsen ulkopuolella olevia luokkakategorioita.⁶³

Suomalaisten sisustukseen liittyviä makumieltymyksiä tarkasteltaessa ei sovi myöskään unohtaa niiden historiallista ja kansallista kontekstia, jossa modernista asunosuunnittelusta lähtien on tuotettu käsitystä valoisan, tarkoituksenmukaisen ja käytännöllisen asunnon sopivuudesta kaikille. Vaikka modernin asunnon ihanne esitettiin ”luokattomana”, niin Kirsi Saarikankaan mukaan se kuitenkin pohjautui keskiluokkaisen asumisen ja kotielämän ihanteille. Modernin kodin puhdistaminen luokkaeroista tarkoitti myös sen puhdistamista feminiinisiksi ymmärretyistä piirteistä, kuten koristeellisista ja runsaista sisustuksista. Yksinkertaisuudesta ja avaruudesta tuli kodin esittämisen päämääriä.⁶⁴ Minna Sarantola-Weiss on puolestaan todennut, että on kyseenalaista puhua suomalaiskotien työväenluok-

⁵⁸ Roos & Rahkonen 1988, 75.

⁵⁹ Florida 2002, 77–80.

⁶⁰ Lindberg 2006, 98.

⁶¹ Coward 1984/1987, 69. Lisäksi Coward yhdistää työväenluokkaiseen sisustamiseen sen, että esineiden ensisijainen tarkoitus ei ole ilmentää vaurautta. Tällöin hän tulee sivuuttaneeksi sen, että työväenluokkaisiksi sosioekonomiselta asemaltaan määrittyvien parissa esiintyy myös nousukasmaista halua ilmentää varallisuutta, mutta toinen kysymys sitten on, identifioivatko he itsensä työväenluokkaisiksi.

⁶² Bourdieu (1979/1989, 57–58) mukaan tyylistä tietämätön tai sen huomiotta jättävä työväenluokkien ja joidenkin keskiluokkien osien ’estetiikka’ määrittyy ’kivoina’, ’nätteinä’ ja ’ihanina’ (enemmän kuin ’kauniina’) asioina, jotka on määritelty sellaisiksi esim. kalenterien tai postikorttien ’estetiikassa’.

⁶³ Savage 2000, 113–116.

⁶⁴ Saarikangas 2006.

⁶⁵ Sarantola-Weiss 2003, 370–373.

⁶⁶ Jos asukkaalla ei ole entuudestaan mitään ”rakasta” vanhaa esinettä tai kiinnostavaa sisustuselementtiä joka miellyttäisi *Innon* suunnittelijaa, niin kerroksellisuutta tuovia yksittäisiä hankintoja tehdään vanhojen tavaroiden kaupasta tai osto- ja myyntiliikkeistä.

⁶⁷ Niissä harvoissa jaksossa, joissa uudelta sisustukselta odotetaan jotain muuta kuin selkeyttä ja yksinkertaisuutta, haluttu tyyli yhdistetään ei-suomalaisuuteen, kuten Afrikka-henkisyyteen tai jenkkiytyihin. Esimerkiksi nimeämällä toiveeksi afrikkalaistyylinen sisustus voidaan oikeuttaa hehkuvien ja voimakkaiden värien käyttö (Kodin kääntöpiirin 4.2.2004 lähetetty jakso) tai korostamalla jenkki-lookin mukaista sisustusta kalustuksen ”mahtipontisuudelle” ja ”massiivisuudelle” luodaan hyväksyttävä konteksti (*Innon* 28.1.2004 esitetty jakso). Kulttuuristen vaikutteiden kautta nimetyissä sisustuksissa tuotetaan ajatusta ”perisuomalaisuudesta” erottautumisenä. Tässäkin on siis kyse halusta erottautua tavallisuudesta, mutta se kytetään kansalliseksi määritettyihin makumieltymyksiin, kuten vaaleiden värien ja koivumateriaalien käyttöön.

kaisesta sisustamisesta 1960-luvulta lähtien toteutuneen asumistason parantumisen, huonekalutarjonnan yhdenmukaistumisen ja kulutus-kulttuurin leviämisen myötä. Sisustuksen elementit alkoivat siis olla pitkälle samat niin työväestön kuin keskiluokankin kodeissa, mutta toisaalta luokkapohjaisia eroja on ollut havaittavissa materiaalinnoissa ja ylempään keskiluokan kotien sisustusten suuremmassa kerrostuneisuudessa.⁶⁵ Tässä valossa sisustusohjelmien voi sanoa tuottavan keskenään erilaista merkityksenantoa, sillä *Innossa* painotetaan enemmän tuotteiden materiaaleja ja laadukkuutta, ”rohkeita” yhdistelmiä ja sitä, että vanhasta sisustuksesta jäisi joku elementti uuteen sisustukseen kerroksellisuutta luomaan⁶⁶, kun taas *Kodin kääntöpiirissä* huomio on enemmän värien yhteensopivuudessa ja uusien kalusteiden tarkoituksenmukaisuudessa. Tämä eroavaisuus ei kuitenkaan selity ensisijaisesti osallistujien erilaisten luokkaperustaisten makujen kautta, vaan kyse on ennemminkin ohjelmaformaattien tavoista konstruoida puhuttelussaan erityyppisiä keskiluokaisen kuluttajan positioita. *Innossa* painopiste asettuu uuteen keskiluokkaan yhdistettyyn kokeilunhaluiseen kuluttajuuteen, kun taas *Kodin kääntöpiirissä* puhutellaan ”perinteisen” tai alemman keskiluokan kuluttajuutta korostamalla materiaalien ajattomuutta, käytännöllisyyttä tai mukavuutta.

Osallistujien keskuudessa koti-interiörien halutuimpina piirteinä esitetään toistuvasti yksinkertaisuus ja selkeys⁶⁷. Ne eivät määreinä kerro niinkään siitä, mitä tuotteita koteihin aktuaalisesti valitaan, vaan nämä modernin suunnittelun periaatteisiin kiinnittyvät ilmaisut näyttävät sekä naisille että miehille ”takuuvarmana” keinona esittää oma maku ikään kuin kaikkien jakamalle huonon maun määritelmälle vastakkaisena. Toisaalta kuitenkin osassa jaksoja modernista yksinkertaisuudesta pyritään erottautumaan tuomalla uuteen sisustukseen ”etnisiä” elementtejä, joilla voidaan osoittaa asukkaiden matkusteluaktiivisuutta tai kykyä omaksua kulttuurisia vaikutteita koti-interiöriinsä. Tällöin koriste-esineiden (harkittu) esillepano näyttäytyy oikeutettuna, koska sen kautta pyritään erottautumaan massatuotetuilla ja kenen tahansa helposti saatavilla olevilla tuotteilla sisustamisesta.

Kahvilamaisesta tunnelmasta teurastamovaikutelmaan

Sukupuolen ja luokan rinnakkain tarkastelun mielekkyyttä suomalaisen lifestyle-ohjelmiston kontekstissa pyrin lopuksi osoittamaan lähilukemalla *Kodin kääntöpiirin* jaksoa, joka edustaa selkeää poikkeusta muuhun aineistooni verrattuna. Kyseessä on suurtalouskokiksi opis-kelevan Sannan ja hitsaajana työskentelevän Janin kodin muutoksesta, jonka aikana Jani kyseenalaistaa sisustussuunnittelijan auktoriteettia. Pariskunta on muuttamassa Janin entiseen lapsuudenkotiin (1970-luvun alun nokialaiseen kerrostaloon), jonka keittiön muutokseen kohdistuvia toiveitaan kumpikin osapuoli havainnollistaa näyttämällä lehtikuvaa mieleisestään keittiöinteriööristä. Sanallisesti Jani kuvailee toiveitaan: ”Karvan verran modernimpi (naurahtaa), uudet keittiökoneet saa tulla ja ehdottomasti kaikki”. Jani viittaa modernilla nykyaikaisempaan ja uuteen. Sanna puolestaan kuvailee haluamaansa sisustusta väljemmäksi (kuin Janin ensin esittelemä). Kohtauksesta voi

lukea esiin kohtia, joissa sisustussuunnittelijalla ja osallistujilla ei ikään kuin ole samanlaista kulttuurista kompetenssia ilmaista sitä, minkälaisen tulevan sisutuksen tulisi olla. Suunnittelija hakee ilmaisuja, jotka kuvaisivat sisustuksen tyyliä ("runsaampaa", "moderni", "selkee"), kun taas Janin ja Sannan esittämissä toiveissa on kyse tilaratkaisun käytännöllisyydestä ja toimivuudesta (Jani: "/.../ valot saisi olla melkeen sillain ettei ne paista niinkö suoraan silmiin"; Sanna: "/.../ tää pöytäsystemi että tän se on rullilla et sen saa käännettyä tonne alle että jos tarvii pöytää"). Janin ja Sannan kommentoissa tuotetaan käytännöllisyyden retoriikkaa, joka Bourdieun tarkastelussa määritetään työväenluokkaiseksi rekisteriksi⁶⁸.

Kyseisestä kohtauksesta nettiarkistossa todetaan: "Leena Carelse kuuntelee hämmentyneenä, kun Jani ja Sanna esittelevät täysin vastakkaisia keittiötoiveitaan. Jani kaipaa maalaisromantiikkaa ja ranskalaisen runsasta tyyliä, kun taas Sanna on modernin ja pelkistetyn linjan kannattaja."⁶⁹ Kuvauksessaan Sanna ei käytä sanoja "moderni" (toisin kuin Jani) tai "pelkistetty", eikä Jani puhu "ranskalaisen runsaasta tyylistä", vaan ilmaisut ovat peräisin sisustussuunnittelijalta (ja/tai nettiarkiston toimittajalta). Suunnittelijan Sannan haluamaksi nimeämällä modernilla viitataan moderniin tyyliuuntana. Sanan moderni monimerkityksisyys voi tulla esiin missä tahansa keskustelussa, mutta näkemykseni mukaan suunnittelijan ja osallistujien puhetavoissa on kyse myös asiantuntijan ja maallikon tai keskiluokkaisen ja työväenluokkaisen kielellisen repertuaarin eroavuudesta.

Jakson "draaman kaarta" rakennetaan juontaja Holopaisen kommentoinnissa kuten nettiarkiston kuvauksessakin pariskunnan erilaisiin makumieltymyksiin pohjautuen, vaikka muutoksen kuvauksessa varsinainen jännite syntyy sisustussuunnittelijan kahvilamaiseen tunnelmaan ja pelkistetympään tyyliin tähtäävän suunnitelman ja Janin toteutuksen välille. Otan tästä esiin kohtauksen, jossa sisustussuunnittelija Leena Carelse on astumassa keittiöön Janin viimeistellessä laatoitustyötään⁷⁰. Suunnittelijan ehdotuksen vastaisesti Jani ei ole hankkinut sileitä valkoisia laattoja, vaan ne ovat rosoiset, kuviolliset ja vaalean roosan väriset.

Leena: Oho, oho, onpas sulla

Jani: Morjens

Leena: Pinkkiset laatat, oho, ei nää sit ookaan ihan valkoset (katsoo lattiaan ja koskee etusormellaan nenänpäätänsä)

Jani: Ei nää ihan valkoset oo ei (pyyhkäisee otsaansa vasemmalla kädellä)

Leena: Ne on aika tota

Jani: Mut on ne vaaleet

Jani: Sit tota se (pyyhkii otsaa oikealla kädellään)

Leena: Joo ne on vähän vaan erityyiset mitä noi kaapit tietysti kun tossa on tommonen maalaishenki tossa nytte et jos noi kaapit on sit Sanna-henkiset niin nää on nyt sun henkiset (nauraa), saaks voiks tähän astuu

Jani: Joo mää laitoin ne eilen jo

Leena: Just joo, sulla on aikamoinen kuvio kyllä tässä

Jani: Siinä on vielä noi kaks on laittamatta kun mää en tiedä minkälainen oviaukko siihen tulee tai ovi, kyllähän keittiössä ovi täytyy olla

⁶⁸ Ks. esim. Mäkelä 1994, 251.

⁶⁹ Ks. <http://www.yle.fi/kodinkaantopiiri/vanhaindex.htm>. Sieltä Arkisto > 15.1.04 > Viikon muutos: "Nuoren parin keittiö – tumma ja tunnelmallinen". (Tarkistettu 29.5.2007).

⁷⁰ Kohtauksessa kamera on suunnattu joko alaviistosta oviaukossa seisovaa suunnittelijaa kohti, mikä tarjoaa identifiointumista lattian rajassa työskentelevään Janin hahmoon tai sitten Jania kuvataan sivuprofilissa kokokuva- sa, jolloin katsojaa ikään kuin kutsutaan Janin sivustalle seuraamaan tämän sananvaihtoa suunnittelijan kanssa. Tämä muistuttaa Bethan Benwellin (2002, 162) miehille suunnattuihin lifestyle-lehtiin liittämää konventionaalista kuvaa- mistapaa, jossa katseen kohteena oleva mies esitetään toiminnallisena, aktiivisena ja ei-seksuaalisenä.

Leena: No ei välttämättä.

Aluksi Jani yrittää reippaalla tervehdyksellä sivuuttaa suunnittelijan hämmentyneet kommentit pinkeistä laatoista. Suunnittelijan jatkaessa asian huomauttamisesta Jani myöntää, etteivät ne nyt "ihan valkoiset" ole, "mut on ne vaaleet". Janin väriskaalalla valkoinen ja vaalea (roosa) eivät juuri eroa toisistaan, vaan ne asettuvat ennemminkin tummien värien vastakohdiksi. Suunnittelijan ja Janin eroava näkemys (tai maku) tulee myös esille ajatuksessa siitä, onko "oikea" keittiö ovelinen vai oveton.

Kohtauksen jännitteistä ilmapiiriä voi verrata *Innon* jaksojen lopun yllätysmomenttiin, jossa asukas tuodaan uudelleen sisustettuun huoneeseen silmät suljettuina, mutta tässä se joka yllättyy, onkin suunnittelija, eikä tulkintani mukaan myönteisesti. Jani näyttäytyy tee-se-itse -miehenä, joka on tottunut toimimaan kodin remonttihommissa omin päin, ilman naisten apua. Hienovireistä konfliktia on mahdollista analysoida sisustussuunnittelijan keskiluokkaisuuteen ja Janin työväenluokkaisuuteen kiinnittyvien makujen ristiriitana. Näin tulkittuna keskiluokkaisuus yhdistyisi pelkistettyihin ja tyyllisesti yhtenäisiin toteutuksiin ja työväenluokkaisuus koristeellisempaan ja kivaksi miellettyyn materiaaliin. Toisaalta taas jos työväenluokkaisuus on bourdieuläisittäin ymmärretty passiivisena välttämättömyyksien hankintana⁷¹, niin Janin esille tuoma eri tuotevaihtoehtojen vertailu ja aistimellisena näyttäytyvän materiaalin valinta kylmäksi mielletyn sijaan osoittaisi pikemminkin aktiivista kuluttamiseen liittyvää merkityksenantoa.

Muutososion loppupuolella Sanna ja Jani ottavat (suunnittelijasta poiketen) laatat vielä puheeksi kommentoidessaan lopputulosta uudistuneessa keittiössään.

Sanna: Lattialaatat on varmastikin (naurahtaa) ihan hyvät, ekaks mä ajattelin



Sanna ja Jani keittiössään muutoksen jälkeen. Kuva: Jyrki Lehtonen/YLE.

on vähä sitte hassua kun seinässä on erilaiset laatat kun lattiassa niinku täysin erilaiset mutta ei ne nyt kauheesti toisiaan haittaa

Jani: Niinku oli tarkoitus että sinne laitetaan ihan kirkas valkoinen iso laatta kolkyt kertaa kolkyt ja kaveri, mää olin vähän mielestäni sillain että se on tulee niinku joku kylpyhuone tai semmonen mulle ensimmäisenä mieleen sitte ku kaveri vielä sano että ei siitä mitään teurastamoo tehdä niin tota (Sanna hymyilee) niin sit mää kattelin siinä vähän ympärilleni ja sieltä löyty ne oli laittanu esitteille tämmöstä samanlaista laattaa että siellä se näytti mun mielestä aika kivalta niin

Sannan toteamus laattojen erityyylisyyden hassuudesta tukee suunnittelijan näkemystä siitä, että asia voi näyttäytyä yhtenäisen sisustuksen kannalta puutteena. Toisaalta Sanna esittää alkutotuttelun jälkeen hyväksyneensä Janin valinnan, jolloin hän tulee luovuttaneeksi toteutuksen viimekätisen auktoriteetin Janille sisustussuunnittelijan sijaan. Näin Sanna asettaa niin itsensä kuin suunnittelijan Jania "alemmaksi" toteutuksen viimekätisissä päätöksissä, minkä voi tulkita uusintavan miehiin kohdistuvia kulttuurisia odotuksia päättäväisyydestä ja "perheen päänä" toimimisesta⁷².

Jani puolestaan toteaa epäilleensä alkuperäisen suunnitelman mukaista laattaa, koska se tuo hänen mieleensä keittiön sijasta kylpyhuoneen. Hän vetoaa "kaverin" toteamukseen valkoisten laattojen kuulumisesta teurastamoon, jollaista vaikutelmaa hän halusi välttää ja päätyi siksi toisiin "aika kivalta" näyttäneisiin laattoihin. Tämä huumoriksi tulkittava, mutta samalla brutaalineläinen teurastamokielikuva kyseenalaistaa sisustusasiantuntijan korkeammalle kulttuuriselle pääomalle perustuvaa tyylitietoista makua. Viittaus teurastamoon merkityksellistä valkoisen laatan soveliaaksi paikkaan, jossa perinteisesti miesvaltainen henkilökunta lopettaa eläimiä lihatuotannon tarpeisiin, mikä vie ajatukset melko kauas kodikkuudesta tai kahvilamaisesta tunnelmasta. Sanavalintaa voi myös lukea haluna irtisanoutua tyyliin, muotiin ja sisustamiseen hegemonisen maskuliinisuuden parissa liitettyistä feminiinisuuden ja homomiesten konstruktioista⁷³ – samalla kun parhaillaan toimitaan näiden konstruktioiden värittämällä sisustus- ja mediakulttuurin kentillä. Janin mainintaa "kaverista" tulkitsen viittauksena miespuoliseen myyjään, jonka auktoriteetin hän asettaa naisuunnittelijaa korkeammalle. Tämä näyttäytyy homososiaalisuutta rakentavana kommenttina, jossa miesten välisen yhteisymmärryksen ja kumppanuuden myötä liittoudutaan naisia vastaan⁷⁴. Vaikka Janin jakson lopussa esittämä toteamus tyytyväisyydestään lopputulokseen ja nimenomaan itse tehtyyn on tulkittavissa vastalauseeksi sille, että hänellä kaikenalaista "nysväävänä" tee-se-itse -miehenä ylipäänsä olisi halukkuutta omak-sua kulttuurista pääomaa kasvattavaa ja ylempään luokkapositioon identifioitumisen edellyttämää "oikeanlaista" tietoa, niin laatoituskohtauksessa hänen elekielestään huokuu epävarmuus suunnittelijan reaktioiden edessä. Vaivautuneisuus ja suunnittelijan kommenttien väistely kertonee Janilta puuttuvan keskiluokille ominaisen varmuuden siitä, että ollaan tekemässä "oikein"⁷⁵. Janin työväenluokkaiseen miesmaskuliinisuuteen assosioituva habitus tuottaa jaksossa jännitteen, jota hän siis itse purkaa tukeutumalla homososiaalisuutta

⁷² Ks. esim. Jokinen 2000, 210.

⁷³ Ks. Benwell 2002, 158–159.

⁷⁴ Jokinen 2000, 224–225.

⁷⁵ Beverley Skeggsin mukaan luokkahabituksen rakentumisessa tärkeää on se, mikä on tietämisen tai omistamisen arvoista. Tämä taas perustuu rakenteelliseen eriarvoisuuteen ja pääsyyn "kilpailtuun" tietoon, jota ei kuitenkaan tunnisteta sellaisena. (Skeggs 2004, 141–142.)

tuottavaan argumentointiin. Halutessaanhan Janin hankkimat laatat voisi nähdä rohkeana valintana, jolla halutaan erottautua yksinkertaisesta muotokielestä, luoda ”kiinnostavia” tyyliyhdistelmiä tai tuoda ”miehen keittiöön” feminiinisiä elementtejä, mutta tällaista merkityksenantoa niihin ei jaksossa liitetä. Tulkitsen jakson tekevän näkyväksi sen, kuinka suomalaisessa lifestyle-ohjelmistossa hegemonisoidaan keskiluokkaisia makukäsityksiä, joille keskeistä on tietämys erilaisista kulutustuotteista, niiden sosiaalisesta ja kulttuurisesta arvosta ja siitä, kuinka käyttää niitä tarkoituksenmukaisesti.

Lopuksi

Kotien tavallisuus on *Innon* ja *Kodin kääntöpiirin* lähtökohtana sitä kautta, että osallistujien tulee olla ei-julkikkia ja ei-asiantuntijoita sisustamisen saralla. Yhdellä tasolla ohjelmat tuottavat tavallisuutta heteroseksuaalisuutena, joka näyttäytyy isän, äidin ja lasten muodostamana perheenä, heteroparisuhteena tai jompaankumpaan näistä tähtäävänä asumisen mallina. *Kodin kääntöpiirin* tekijöiden taholta osallistujien tavallisuutta tuotetaan myös keskituloisena ja alueellista tasa-arvoisuutta ilmentävänä keskiluokkaisuutena. *Innossa* osallistujien uuteen sisustukseen kohdistamissa toiveissa on saada yksilöllisiä, jänniä ja laadukkaita kokonaisuuksia, mikä sisältää ajatuksen erottautumisesta tavanomaisista, tylsistä tai huonolaatuisista sisustuksista. Tähän voi implisiittisesti sisältyä pyrkimys erottautua alempien luokkien makumieltymyksistä ja/tai oman keskiluokkaisen viiteryhmän osaryhmittymistä. *Innon* osallistujat pyrkivät murentamaan ohjelmaan heille sisäänrakennettua taviksen positiota osoittamalla, että heidän kulutusvalinnoillaan on distinktioarvoa. *Kodin kääntöpiirin* keskeisenä agendana on taas kodin parantelu tai nykyaikaistaminen itse tehden, mutta asiantuntijan kartoittamin keinoin. Ohjelmarakenteen osallistujille tuottama taviksen positio rakentuu sekä ei-asiantuntijuutena että tee-se-itse -toimijuutena. Erottautumisen kohde ei ole niin selkeä kuin *Innossa*, mutta usein siihen on liitettävissä ajatus eronteosta sisustuksen suhteen paikalleen jämähtäneistä tai uusiutumiskyvyttömistä kodeista. Sisustuksen kerroksellisuus on harvemmin tavoitteena.

Haluan kiittää käsikirjoitukseni kommentoinnista refereen lisäksi Virve Peteriä, Kirsi Saarikangasta ja Kristiina-instituutin tutkijaseminaarilaisia. Samoin kiitokset yhteistyöstä Eija Rautavuorelle.

Televisiosarjat

Inno (Metronome Film & Television) 11 jaksoa, esitetty 7.1.2004–17.3.2004.

Kodin kääntöpiiri (YLE TV2). 11 jaksoa, esitetty 8.1.2004–18.3.2004.

Kirjallisuus

Attwood, Feona (2005), Inside Out. Men on the 'Home Front'. *Journal of Consumer Culture*, Vol 5:1.

Benwell, Bethan (2002), Is there anything "new" about these lads?: The textual and visual construction of masculinity in men's magazines. Teoksessa Litosseliti, Lia & Sunderland, Jane (eds.) *Gender Identity and Discourse Analysis*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 149–174.

- Bonner, Frances (2003), *Ordinary Television. Analyzing Popular TV*. London: Sage.
- Bourdieu, Pierre (1979/1989), *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Englanniksi kääntänyt Richard Nice. London: Routledge.
- Brunsdon, Charlotte, Johnson, Catherine, Moseley, Rachel & Wheatley, Helen (2001), Factual Entertainment on British television. The Midlands TV Research Group's '8-9 Project'. *European Journal of Cultural Studies*, vol. 4:1, 29–62.
- Butler, Judith (2006), *Hankala sukupuoli. Feminismi ja identiteetin kumous*. Suomentaneet Tuija Pulkkinen & Leena-Maija Rossi. Helsinki: Gaudeamus. Alkuteos *Gender Trouble. Feminism, and the Subversion of Identity* (1990).
- Coward, Rosalind (1984/1987), *Female Desire. Women's Sexuality Today*. London: Paladin.
- Florida, Richard (2002), *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Gill, Rosalind (2007), Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, vol 10:2, 147–166.
- Gorman-Murray, Andrew (2006), Queering home or domesticating deviance? Interrogating gay domesticity through lifestyle television. *International Journal of Cultural Studies*, vol. 9:2, 227–247.
- Haatanen, Kalle (2005), *Pitkäveteisyyden filosofiaa*. Jyväskylä: Atena.
- Hautakangas, Mikko (2006), Aktivoitu yleisö Suomen Big Brotherin internet-keskustelupalstalla. *Tiedotustutkimus* 4/2006.
- Hill, Annette (2005), *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge.
- Högmander, Jutta (2005), *Valokeilassa oman elämänsä asiantuntijat. Taviskainalo uutisjournalismin lajiytyypinä*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.
- Jokinen, Arto (2000), *Panssaroitu maskuliinisuus. Mies, väkivalta ja kulttuuri*. Tampere: Tampere University Press.
- Kalha, Harri (1997), *Muotopuolen merenneidon pauloissa. Suomen taideteollisuuden kultakausi: mielikuvat, markkinointi, diskurssit*. Helsinki: Suomen Historiallinen Seura ja Taideteollisuusmuseo.
- Lindberg, Hanna (2006), *Vastakohtien Ikea. Ikean arvot ja mentaliteetti muuttuvassa ajassa ja ympäristössä*. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 89, Jyväskylän yliopisto.
- Moseley, Rachel (2000), Makeover takeover on British Television. *Screen*, vol. 41:3.
- Mäkelä, Johanna (1994), Pierre Bourdieu -erottautumisen teoreetikko. Teoksessa Heiskala, Risto (toim.) *Sosiologisen teorian nykysuuntauksia*. Helsinki: Gaudeamus, 243–269.
- Palmer, Gareth (2004/2005), 'The New You'. Class and transformation in lifestyle television. Teoksessa Holmes, Su & Jermyn, Deborah (eds.) *Understanding Reality Television*. London and New York: Routledge.
- Peteri, Virve (2006), *Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta*. Tampere: Tampere University Press.
- Philips, Deborah (2005), Transformation scenes. The television interior makeover. *International Journal of Cultural Studies*, vol. 8:2, 213–229.
- Reay, Diane (1997), Feminist Theory, Habitus, and Social Class: Disrupting Notions of Classlessness. *Women's Studies International Forum*, vol. 20:2.
- Roos, J.P. (1988), *Elämäntavasta elämäkertaan – Elämäntapaa etsimässä 2*. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Roos, J.P. & Rahkonen, Keijo (1988), Toisin elämisen halu. Uutta keskiluokkaa etsimässä. Teoksessa Roos, J.P. *Elämäntavasta Elämäkertaan – Elämäntapaa etsimässä 2*. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Saarikangas, Kirsi (2006), Displays of the Everyday. Relations between gender and the visibility of domestic work in the modern Finnish kitchen from the 1930s to the 1950s. *Gender, Place and Culture*, vol. 13:2, 161–172.
- Sarantola-Weiss, Minna (2003), *Sohvaryhmän läpimurto. Kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Savage, Mike (2000), *Class Analysis and Social Transformation*. Buckingham: Open University Press.

Sederholm, Helena (2003), "Camp". Linausmerkkien taidetta. Teoksessa Kovala, Urpo & Saresma, Tuija (toim.) *Kulttikirja. Tutkimuksia nykyajan kultti-ilmiöistä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 166–187.

Skeggs, Beverley (2004), *Class, Self, Culture*. London and New York: Routledge.

Valaskivi, Katja (2006), Ajankohtaisviihteen sukupuoli. Teoksessa Mäkelä, Anna, Puustinen, Liina & Ruoho, Iiris (toim.) *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus, 265–281.

Muut lähteet

Eronen, Riitta (2004), Uudet sanat. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen internet-sivut. <http://www.kotus.fi/index.phtml?s=2039>. (Tarkistettu 30.5.2007)

Innon internet-sivut. <http://www.nelonen.fi/inno>. (Tarkistettu 30.5.2007)

Kodin kääntöpiiri internet-sivut. <http://www.yle.fi/kodinkaantopiiri>. (Tarkistettu 30.5.2007)

Litteraatio Eija Rautavuoren 1.11.2006 Ylen Tohlopin tiloissa tehdystä haastattelusta. Aineisto kirjoittajan hallussa.

Luukko, Nina (2004) Kodit muuttuvat ruudussa. *Aamulehti* 11.1.2004.

Paananen, Marko, (2006), Markon palsta: Airan kylpylä. http://www.nelonen.fi/inno/palstat/markon_palsta. (Tarkistettu 29.5.2007)

Rouvinen, Ari (2004), Koti, kukkaro ja trendimaailma. *Aamulehden Allakka*, 2004, viikko 13–14, 27.3.–5.4.2004.