

LÄHIKUVA

2/2007



TAVIKSET

Parannettua
tavallisuutta
sisustusohjelmassa

Hauskat kotivideot

Elämäntyyli-
muutosohjelmat
ja omannäköisyyden
paradoksi

LÄHIKUVA

2/2007 • 20. vuosikerta

LÄHIKUVA on audiovisuaaliseen kulttuuriin keskittyvä, neljästi vuodessa ilmestyvä aikakauslehti. Se on avoin kirjoitusfoorumi kaikille asiasta kiinnostuneille.

JULKAISIJAT

Lähikuva-yhdistys ry.
Suomen Elokuvatutkimuksen Seura ry.
Turun elokuvakerho ry.
Turun yliopiston Mediatutkimus
Varsinais-Suomen elokuvakeskus ry.
Viestinnän koulutusohjelma, Laurea

TOIMITUS

Päätoimittaja
Kaarina Nikunen
kaarina.nikunen@uta.fi
GSM 045-636 3458

Toimitussihteeri

Sanna Harakkamäki
sanna.harakkamaki@gmail.com
GSM 045-6395 330

Numeron 2/07 vastaava toimittaja:
Kaarina Nikunen

Toimituskunta

Sari Elfving sari.elfving@uta.fi
Ilona Hongisto anilho@utu.fi
Martti Lahti martti.lahti@laurea.fi
Anneli Lehtisalo p.anneli.lehtisalo@uta.fi
Susanna Paasonen supaason@cc.jyu.fi
Mari Pajala marpaja@utu.fi
Antti Pönni antti.ponni@stadia.fi
Laura Saarenmaa laura.saarenmaa@uta.fi
Jaakko Seppälä jiseppal@mappi.helsinki.fi
Tanja Sihvonen tansih@utu.fi

Tilaukset, osoitteenmuutokset

Päivi Valotie paivi.valotie@utu.fi

Ulkoasu

Hanna Kangasniemi
Kannen kuva: Nelonen

TOIMITUKSEN OSOITE

Lähikuva, c/o Varsinais-Suomen
elokuvakeskus, Uudenmaankatu 1,
20500 Turku, Finland

Irtonumero 6,90 €
Vuosikerta 2007 22 €, ulkomaille 25 €.
LÄHIKUVAN irtonumeroita myyvät Aka-
teemiset kirjakaupat, Tiedekirja, Turun
Kirjakauppa.

ISSN 0782-3053

PAINO CityOffset, Tampere 2007
Lähikuva is indexed in
the International Index to
Film/Television Periodicals

Sisältö

Pääkirjoitus

Kaarina Nikunen
Se tavallinen tarina 3

Artikkelit

Anne Soronen
Sisustusohjelmien kodit parannellun
tavallisuuden näyttämöinä 8

Kaarina Nikunen
Kompuroivat perheet hajoilevissa taloissaan
eli tavallisuuden representaatiot
Hauskoissa kotivideoissa 27

Susanna Paasonen
Tavikset tapetilla: elämäntyyli-muutosohjelmat ja
omannäköisyyden paradoksi 46

Katsaukset

Laura Saarenmaa
Kesän käsityö on neule! Tavishistorian näkökulma
radikaaliin 1960-lukuun 68

Kirja-arviot

Jukka Annala (2006), *Toopelivisio*.
(Heidi Keinonen) 76

Mikael Saarinen (2006), *Leffaterapiaa. Tunneälyä
ja itsetuntemusta kotisohvalta* ja Katja Kallio (2007),
Elokuvamuisti. (Laura Saarenmaa) 78

Abstraktit 82

SE TAVALLINEN TARINA

Robert Redfordin ohjaama elokuva *Tavallisia ihmisiä* (*Ordinary People*, USA 1980) kertoo varakkaasta perheestä kriisissä. Nimestään huolimatta perhe ei ole kovin tavallinen: vauraus ja perhettä kohdannut kuolemantapaus erottavat heidät keskivertoperheistä. Toisaalta kuten niin monet perheet, tämäkin perhe on kyvytön ratkaisemaan ongelmiin. Mykkyys ja epätoivo hallitsevat arkea. Tavallisuutta elokuvassa ilmentää ennen kaikkea elokuvan estetiikka: hiljaisuus, lakonisuus, rytmi ja ruskeat eri sävyt. Draamallisuus rakentuu vaikenemisestä ja vähäeleisyydestä.

Jos 1970-luvun elokuvassa tavallisuuden merkinä oli koruttomuus, tänä päivänä tavallisuutta mediateksteissä, etenkin televisiossa, markkeeraa banaaluis. Tavallisuus on tullut osaksi televisiokerrontaa aivan uudella voimalla 1990-luvulta lähtien. Tosi-tv roolittaa ns. tavallisia ihmisiä kisaamaan, muuttumaan, sisustamaan, pelleilemään ja rakastumaan. Teknologisen kehityksen myötä tavisten on entistä helpompi päästä ohjelmien sisällöntuottajiksi: tästä on osoituksena tapahtumapaikoille sattuneiden tavisten tallentamien kuvien lisääntynyt käyttö uutisissa. Kun kuvaaminen kodeissa on tavallistunut, se on vaikuttanut myös kuvaustekniikkaan: amatöörikuvaajat rakentavat entistä kunnianhimoisempia tv-tarinoita, kuten Subtv:n *Sinä*-ohjelma tai Euroviisuja kommentoinut Markku from Finland -hahmo ovat osoittaneet.

Mutta mitä tavallisuus itse asiassa tarkoittaa? Tavallisuus käsitteenä viittaa tuttuun ja tunnistettavaan. Se viittaa myös toistuvaan, useasti tavattavaan. Englanninkielen sana *ordinary* muodostuu sanasta *ordo* eli järjestyks, mikä oivallisesti kuvaakin tavallisuuden rakentumista. Se muotoutuu sosiaalisissa ja kulttuurisissa järjestyksissä. Tavallisuus ei vain ole, vaan sitä järjestetään. Englannin kielessä sanaan *ordinary* liittyy myös negatiivinen lataus – se on jotain, mikä on huonolaatuinen, ei primaa vaan sekundaaria. Tähän viittaa myös sanan englanninkielinen synonyymi *common*. Vastaavia synonyymejä ei suomen kielessä ole, mutta määritelmät ovat tunnistettavia tavallisuuden termissä. Hannu Salaman romaani *Se tavallinen tarina* (1961) on tässä suhteessa kuvaava. Se kertoo romanssista: kun tyttö tapaa pojan. Tarinassa on kuitenkin alavireinen sävy. Tavallinen tarina ei ole onnellinen; se

¹ Warner 1999, 53.

² Emt., 53–61.

³ Burkitt 2004, 213–214.

⁴ Berlant & Warner 1998, 554.

⁵ Thornton 1997/1995.

merkitsee yllätysraskautta, yksinäisyyttä, taloudellisia vaikeuksia, eroa ja alkoholio Ongelmia. Tavallisuus on siis monin tavoin apeaa, mutta tunnistettavaa – ja perin heteroseksuaalista.

Toisaalta tavallisuus on houkuttelevaa ja tavoiteltavaa. Joukkoon sulautuminen voi olla sosiaalisesti ja yhteiskunnallisesti palkitsevaa. Kun tekee kuten muutkin, institutionaaliset ja yhteiskunnalliset rakenteet toimivat ja loksahtavat kohdalleen. Automarketin kassajonossa voi todeta elävänsä tavallista elämää – oikeanlaista elämää? Tämä loksahdus tai sen kaipuu ilmentää tavallisuuden normatiivista ulottuvuutta. Tavallisuus liittyykin siihen, mikä mielletään normaaliksi. Kuten Michael Warner¹ toteaa, miltei kaikki haluavat olla normaaleja – se on ymmärrettävää, jos vaihtoehtona on leimautuminen epänormaaliksi tai poikkeavaksi. Ihmiset voivat haluta olla yksilöllisiä, mutta heidän yksilöllisyytensä täytyy olla normaalia. Normaalitua tuotetaan erityisesti numeroilla, tilastoilla, kyselytutkimuksilla ja gallupeilla. Normaaliuden tuottamiseen kuuluvat myös julkiset kuvastot arjesta ja elämänmuodoista. Jos normaalius on niin tavallista, niin miksi ihmeessä kukaan haluaisi olla normaali? Warnerin mukaan normaalius on eräänlainen lohtu ja peite häpeälle. On helpompaa, kun kukaan ei näe omaa outoa erityisyyttä. Näin ollen haluun olla normaali, liittyy vahvasti ajatus olla hyväksyty, testin läpäissyt.² Ongelmana tässä normaaliuteen pyrkimisessä on kuitenkin se, että samalla tullaan tuottaneeksi ja vahvistaneeksi normaaliuden rajoja.

Tätä tavallisuuden normalisointi- ja sääntelytyötä tekevät erilaiset valtiolliset instituutiot: lakeja säätelemällä asetetaan selkeitä rajoja laillisen ja laittoman välille, mutta sääntelyä tapahtuu myös erilaisten vakiintuneiden käytäntöjen kautta. Ian Burkitt³ puhuu virallisista ja epävirallisista arjen määrittäjistä. Epävirallisuus tässä merkitsee jokapäiväisen elämän suhteiden ja toiminnan (perhe, ystävät, harrastukset) tuottamaa kudelmaa, joka koetaan kenties vähemmän systemaattisena. Näitä suhteita määrittävät säännöt voivat olla implisiittisiä ja tuntua avoimilta ja joustavilta. Epävirallinen ja virallinen eivät kuitenkaan ole erillisiä: esimerkiksi perhettä säätelevät vahvasti niin viralliset kuin epävirallisetkin määreet siitä, mitä se on ja voi olla.

Yhteiskunnallinen järjestys ja käsitykset yhteisöstä nojaavat vahvasti tiettyyn ymmärrykseen yksityisyydestä, kuten Lauren Berlant ja Michael Warner⁴ toteavat. Tähän yksityisyyteen kuvitellaan parinmuodostus ja perheen perustaminen. Näkyviksi nämä käsitykset ja normit tulevat silloin kuin arki jollain tavalla poikkeaa niistä. Tätä kuvaa Lauren Berlant ja Michael Warnerin termi normaalin julmuus. Berlant ja Warner korostavat normaalin tuottamisen ja heteronormatiivisuuden liitosta. Esimerkiksi silloin kun ei elä heteroliitossa eikä hanki lapsia, voi huomata olevansa institutionaalisesti ja yhteiskunnallisesti väärässä paikassa – vailla pääsyä kunnan kansalaisuuteen.

Tavallisuus on kuitenkin siitä kiinnostava, että se sisältää kahdensuuntaisen liikkeen sitä kohti ja siitä pois. Liikettä pois päin ohjaa halu erottautua, halu irtisanoutua automarketin tuulipukukansasta. Tätä liikettä kuvaa Sarah Thorntonin⁵ ajatus alakulttuurisen pääoman kartuttamisesta, vahvasta eronteon tarpeesta. Kokemuksellisesti on merkittävää, onko kyseessä pakko vai valinta. Onko itse päättänyt olla erilainen, vai onko muiden toimesta tuomittu marginaaliin? Voi-

si olettaa, että edellä mainittu erottautumisen halu on myös varsin etuoikeutettu halu – se edellyttää usein jo hyväksytyä, saavutettua asemaa.

Tavallisuus rinnastuu myös arjen käsitteeseen, joka niin ikään pitää sisällään ajatuksen rutiineista ja toistosta. Arki ei ehkä käsitteenä ole kuitenkaan yhtä normittava kuin tavallisuus. Arki on kaikilla omanlaisensa: arki viittaa elämässä muotoutuneisiin rutiineihin, usein työn ulkopuolisiin kodin rutiineihin. Toki näitäkin rutiineja säätelevät erilaiset rakenteet ja niiden tuottamat järjestykset. Eeva Jokisen⁶ tutkimus Aikuisten arki valottaa ihmisten tapaa määritellä arki: arjella on varsin positiivinen kaiku, kun sillä viitataan suvantoon oravanpyörässä. Arki merkitsee rutiinien tuottamia lepoetkiä elämässä. Elämä on hallinnassa silloin, kun pääsee elämään tavallista arkea. Arjen lepoa kaivataan etenkin suurten mullistusten ja muutosten keskellä. Ben Highmore⁷ onkin todennut, että rutiineja rakennetaan, jotta elämässä olisi ennustettavuutta ja rytmi. Rutiinit merkitsevät kontrollia ja hallintaa, mutta myös rajoituksia. Silloin kun rutiinit muodostuvat liian vahvoiksi ja sääteleviksi, ne kaappaavat ajan: rutiininomainen työ on tästä yksi esimerkki.

Arki on nähty myös entistä vahvemmin esittämisen alueena. Arjesta tuotetaan erilaisia performansseja esimerkiksi internetiin. Näin tuotetaan uutta, kenties moninaisempaa kuvastoa yksityisyydestä. Tietoisuus arjen dokumentoinnista voi myös muokata arkea: tekemisen tavoissa voi olla läsnä ajatus arjesta esityksenä. Kääntöpuolena arjen dokumentoinnille on näkemys arjesta entistä kontrolloidumpana: arkea kuvataan, seurataan ja kirjataan ylös. Vapaa-ajasta on tulossa työpaikan kaltainen tila, missä esiinnyttäen muille, jota rekisteröidään ja jonka kautta hankitaan esimerkiksi rahoitusta omalle sivustolle⁸. Arjen katselu, esimerkiksi juuri internetin webcamien tai *Big Brotherin* aamuyön hetkien seuraaminen voi olla äärettömän tylsää. Tapahutumattomuudessa on oma viehätöksensä: näemme tyhjiä huoneita, sijatun pedin tai taulun seinällä. Tavallisuuden tirkistely on pitkälti odotuksen täyttämää. Paradoksi onkin siinä, että kaikki mikä tapahtuu, tapahtuu kameran ulottumattomissa.

Webbikameroiden kaltaisia oman arjen kuvauksia on selitetty mm. huomiotalouden käsitteellä. Itseen kohdistuva julkisuus olisi näin uutta pääomaa. Muiden huomion kautta omasta tavallisesta arjesta voi saada jotain irti. Ilmiötä on pohdittu myös kontrolliyhteiskunnan näkökulmasta: yksityisyyden dokumentointi, tallentaminen ja jäljentäminen ovat hallinnan muotoja. Mahdollisuus esitellä omaa arkea voi näyttäytyä myös voimauttavana. Kulutusteknologiat antavat mahdollisuuden kerronnallistaa omaa elämää ja tuottaa uusia elämisen tekniikoita. Samalla ne kuitenkin asettavat arjen voimakkaan määrittelyn kohteeksi.⁹

Näin ollen arjen julkisuus näyttäisi toimivan ainakin kahteen suuntaan. Yhtäältä julkisuus lisää yksityisyyden kuvastoja ja parhaimmillaan moninaistaa käsityksiä siitä, mitä tavallinen, normaali arki voi olla. Toisaalta julkisuus asettaa arjen katseiden alle, pakottaen määrittelemään yksityisyyttä eikä välttämättä tarjoa arjesta kovin monimuotoista kuvastoa – saati haasta yksityisyyteen liitettyjä kulttuurisia arvostuksia.

⁶ Jokinen 2005.

⁷ Highmore 2004, 307.

⁸ Wise 2004, 430.

⁹ Emt., 431.

Tässä numerossa tutustumme tarkemmin television vallanneisiin taviksiin. Millaisena tavallisuus televisioruudussa näyttäytyy? Television tavis liittyy vahvasti työnväenluokkaisuuteen ja on usein matkalla kohti seuraavaa, korkeampaa, tasoa. Tavikset tuntuvatkin olevan kovasti liikkeessä – he muokkaavat kotejaan, itseään, autojaan jne. Näissä television tavisten representaatioissa suhde todellisuuteen on keskeinen. Television tuoreimmat tavikset eivät ole perhesarjojen tai tilannekomedioiden näytteleviä taviksia vaan aivan oikeita taviksia, esittävän taiteen amatöörejä. Näistä ns. aidoista taviksista kertovien ohjelmien estetiikka on myös omiaan korostamaan todellisuuden läsnäoloa: todentuntua ilmentää usein käsivarakuvaus, tunnustuksellisuus (päiväkirjapuhe kameralle) ja yllätyksellisyys. Nämä elementit ovat omiaan korostamaan tosi-tv:n spontaaniutta ohi käsikirjoituksen – joka kuitenkin on keskeinen tekijä taviksista kertovissa ohjelmissa.

Tavikset ovat myös huomiota herättävän ruumiillisia: ylipainoisia, huonokuntoisia, kehoaan heikosti hallitsevia. Tarvittaessa he syövät koppakuoriasia, ryömivät mudassa tai esittelevät vatsamakkaroitaa. He ovat usein myös heikosti valaistuja, arkivaatteissaan esiintyviä ja stailaamattomia. Heidän ruumiinsa asettuvat armottoman kotiraadin katseen alle. Taviksen viehätys nojaa Mikko Hautakankaan¹⁰ sanoin vertaisefektissä: taviksen ja katsojan välimatka ei ole välttämättä kovin pitkä – siksi vertailu on helpompaa ja kenties herkullisempaa kuin suhteessa Hollywood-tähtiin.

Esiintymisen amatööreinä tavikset ovat myös television riskiä kansaa. Tavikset suuttuvat, huutavat, riitelevät ja nauravat. Ehkä tuottajien kannalta juuri tämä julkisuudenhallinnan puute tai vähäinen kokemus on houkuttelevaa. Se tuo ruutuun potentiaalisia skandaalien ja kohujen aiheita. Kuten tiedämme, juuri tosi-tv:n formaatit ovat omiaan tuottamaan lööppejä ja näkyvyyttä tv-ohjelmille.

Kodin sisustuksessa tavallisista kodeista tehdään tavallista parempia. Oleellista on kuitenkin pitäytyminen tunnistettavissa ja vakuuttavissa sukupuolirooleissa: tavallista naiseutta ja mieheyttä ei mennä liiaksi sotkemaan, kuten Anne Sorosen artikkelista saamme lukea. Oma artikkelini tarkastelee *Hauskoja kotivideoita* tavallisuuden rakentajana. Ohjelmassa tavallisuuden rakentumisen kannalta kiinnostavaksi muodostuu se, mille nauretaan ja mistä vaietaan. Hauskuus rakentaa normaaliuden rajoja samalla kun se näennäisesti horjuttaa niitä. Susanna Paasosen artikkeli tarkastelee puolestaan television muutosohjelmia ja niiden tuottamaa pakkoyksilöllisyyttä. Kuten Paasosen artikkeli tässä numerossa osoittaa, sosiaalisen hierarkian portailla kohotaan näennäisesti omin voimin – ja kymmenien asiantuntijoiden avustuksella.

Tämän numeron myötä esittäytyy myös Lähikuva-lehden uusi toimituskunta. Toivotamme kaikille antoisia lukuhetkiä tavallisten tarinoiden parissa!

Tampereella 18.6. 2007
Kaarina Nikunen

Kirjallisuus

Berlant Laurent & Warner Michael (1998), Sex in Public. *Critical Studies* 24 (Winter): 547–566.

Burkitt Ian (2004), The time and space of Everyday Life. *Cultural Studies* 18(2-3): 211–227.

Hautakangas Mikko (2004), *Juuri oikeenlaista kemiaa: romantiikka ja parisuhdeihanteet vertaismelodraamoissa Unelmien poikamies ja Escort*. Mediakulttuurin pro gradu tutkielma. Tampereen yliopisto. Elektroninen dokumentti: <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu00321.pdf>.

Highmore Ben (2004), Homework: Routine, social aesthetics and the ambiguity of everyday life. *Cultural Studies* 18(2-3):306–327.

Thornton Sarah (1997/1995), The Social Logic of Subcultural Capital. Teoksessa Sarah Thornton (toim.), *The Subcultures Reader*. London: Routledge, 200–209.

Wise Macgregor J. (2004), An Immense and Unexpected Field of Action. Webcams, surveillance and everyday life. *Cultural Studies* 18(2-3): 424–442.

Warner Michael (1999), *The Trouble with Normal: Sex, Politics, and the Ethics of Queer Life*. Cambridge: Harvard UP.

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 kulttuurissamme pitkään hallinnutta kodin sisustamisen ja naisten kytköstä, 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 hallintutta 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 limittyy 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 makumielymysten 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 Haatasen 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 positioon, 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 muutuskodin 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 todellisuustelevisionoilmiölle 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-käsitteellistettyä toimintaa ja arvioida sen autenttisuutta. Frances Bonner on päättänyt käyttämään termiä 'ordinary television' lifestyle-ohjelmistosta, jossa ihmisten tavalliseksi ja arkiseksi 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 (nau-rahtaa) tietenki tavallisia ihmisiä jotka nyt oli kiinnostuneita sisustuksesta niin kyllä ne aika samalla lailla asuu.¹¹

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 Erialaista asumista -osio tavoitti Rautavuoren mukaan kuitenkin "aika paljon mieskatsojia".

Rautavuoren repliikissä ohjelmasta rakennetaan käsitystä todemukaisena 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 Ylelle 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 ekstriimiä 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-julkkiksen 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

¹⁸ Jos television prime timen katsotaan alkavan klo 20, niin sekä *Innon* että *Kodin kääntöpiirin* varsinainen lähetysaika 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* lähetysaika 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 lajityyppijakoihin 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 tyyppisistä hybridigenreistä, 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. Muuttumisohjelmien onkin tulkittu avaavan feminiiniseksi miellettyä kulutuskulttuuria miehille nostamalla heidät kohderyhmäksi naisten rinnalle¹⁹.

Kodin muutoksesta minuuden muuttamiseen

Sisustusohjelmien ja laajemmin lifestyle-ohjelmien tausta on liitetty feminiiniseksi miellettyihin lajityyppisiin²⁰. Lifestyle-ohjelmien nousussa merkittäväksi prime timen tv-ohjelmistoksi Annette Hill pitää keskeisenä BBC:n roolia, joka 1990-luvulla kehitti päivällä lähetettyjä (ja tyyppillisesti 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 lukijajäsityksiä, joissa oma minuus 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 tyyppillisesti 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 ”aitinä”), 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 maun keskittyminen, speaktaakkelin ja hedonismin painottaminen, kuluttajatietoisuuden kasvattaminen ja yksilöllisen elämäntyylin kehittäminen ovat vahvasti esillä lifestyle-ohjelmiston agendalla.²⁶ Sisustusohjelmissa juuri muutoksen jälkeistä koti-interiööriin kuvausta voi tulkita speaktaakkelina, jossa muuttunutta ulkonäköä uusine materiaaleineen ja esineineen tuodaan korostetusti näytteille ihailevana ja kulutettavana katseen kohteena²⁷. *Innossa* ennen ja jälkeen -otoksia ryyditetään populaarilla taustamusikilla, joka osaltaan tuottaa kuvaa muutoksen dynaamisuudesta, mielihyväkeskeisyydestä ja hauskanpidolle perustuvasta luonteesta²⁸.

Naisille suunnatusta diskurssista näennäisen sukupuolineutraaliin puhutteluun

Sisustusohjelmissa naisten ja miesten puhuttelu tapahtuu usein sekoitamalla ”pehmeäksi” miellettyä sisustussuunnittelua ja maun asioita ”kovempina” assosioituviin 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 assosioituva toimittaja 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 kohdistaessa sanottavansa ”suoraan” kameralle huomio kiinnittyy toiminnallisuuden sijaan verbaalisuuteen.

laisina sisustuslehden 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 identifikaatiota, sillä kuten naisia, asuntoja kuvataan lehdissä tyylikkäiksi, eleganteiksi ja kauriiksi. Tämä ihannekodin ja naisasukkaan ruumiin identifikaatio ei ole näin yksioikoinen 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” tukevat 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 tietoisin 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 värjittämä ”miehinen” katse. Vaikka muutostien 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 tyyleihin, 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 positioitaan 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* hallitsevimpina 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 jaksoissa juontaja konkreettisestikin jää taustahahmoksi, kun suunnittelija keskusteleo 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 kääntöpiiriin* 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 näyttäytyy 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 näyttää 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 dynaamisesta 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 ilmisissä 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 maku mieltymyksiä kuvataan jossain suhteessa eroavaksi. *Innossa* taas muutosta edeltävän sisustuksen luonnehdinnassa voidaan käyttää ilmaisia, joissa esimerkiksi pikkusievyyden tai pikkusineiden 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 rutiimeihin 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 sälää” 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 Viitaan tällä Judith Butlerin (2006, 251, viite 6) näkemukseen heteroseksuaalisesta matriisista. Sen mukaan pysyviksi 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 tyypillisesti 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 estetiikkaa ja erottautumaan yläluokan jäljittelylle pohjautuneesta porvarillisesta kokiokulttuurista.

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 ruusutyynyt jotka taas puhuis niinku naisen läsnäolosta”. Kuvauksessa asetetaan vastakkain maskuliinisina ja feminiinisinä 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. Ruusutyynyt näyttävät esineinä, jotka häiritsevät sisustuksen maskuliinisuutta ja muutoksen aikana ne heitetään pois. Maskuliinisena 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 esinekokoa. Kyseisestä miesosallistujasta ei tuoteta jaksossa kuvaa pelkästään hyvän maun omaavana ”poikamiehenä”, vaan myös heteromiehenä. Hänen olohuoneensa sisustuksessa feminiiniseksi miellettyjen elementtien esillepano näyttää hyväksyttävänä 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, feminiinisyyttä 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 sisustushanteista, joissa 1800-luvun lopun runsas ja tummasävyinen koti-interiööri liitettiin asukkaan vanhakantaisuuteen ja pysähtyneisyyteen, kun taas moderni, vaalea ja käytännöllinen sisustus sopusuhtaisine huonekaluineen kertoi asukkaan valveutuneisuudesta, itsen kehittämisyrittämisestä ja hyvästä mausta⁵⁷.

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

keuksellisesti esillä *Innon* 4.2.2004 esitetystä jaksossa. Siinä Helsingin Alppiharjuun vasta muuttaneelle sinkkunaiselle (37-vuotias tuottaja) sohvapäätöksen tekeminen osoittautuu vaikeaksi, koska hän pelkää harkittujen vaihtoehtojen olevan liian ”kookkaita ja korskeita”. Suunnittelijan eri vaihtoehtojen ”synteesinä” esittämän sohvankohdalla osallistujat 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 kieltäytytään luokitelluksi tulemisesta⁵⁸. Sen voi myös nähdä niin sanotun 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-interiöörien 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, perheidentiteettiä rakentaviksi tai muiden hyväksi havaitsemaksi. Tämänäyttävyydestä puhetta osallistujien toiveissa ei yleensä esiinny, joten tässä mielessä niitä voi määrittää ”anti-työväenluokkaiseksi”. Voi myös pohtia, missä määrin ohjelmien osallistujien sisustusinhokkien 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” miellettyistä 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 asutosuunnittelusta 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 työväenluokkaiseksi sosioekonomiselta asemaltaan määrittävien parissa esiintyy myös nousukasmaista halua ilmentää varallisuutta, mutta toinen kysymys sitten on, identifioivatko he itsensä työväenluokkaiseksi.

⁶² Bourdieu (1979/1989, 57–58) mukaan tyylistä tietämätön tai sen huomiotta jättävä työväenluokkien ja joidenkin keskiluokkien osien ’estetiikka’ määrittyy ’kivoina’, ’nätteinä’ ja ’ihanina’ (ennen 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 jaks) tai korostamalla jenkki-lookin mukaista sisustusta kalustuksen ”mahtipontisuudelle” ja ”massiivisuudelle” luodaan hyväksyttävä konteksti (*Innon* 28.1.2004 esitetty jaks). Kulttuuristen vaikutteiden kautta nimetyissä sisustuksissa tuotetaan ajatusta ”perisuomalaisuudesta” erottautumisenä. Tässäkin on siis kyse halusta erottautua tavallisuudesta, mutta se kytketään kansalliseksi määritettyihin makumieltyksiin, 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 materiaali- ja välinnoissa ja ylempään keskiluokan kotien sisustusten suuremmissa 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 keskiluokkaisen kuluttajan positiioita. *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-interiööriinsä. Tällöin koriste-esineiden (harkittu) esillepano näyttävät 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 keittiöinteriöistä. 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 ilmaisia, jotka kuvaisivat sisutuksen 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 puhetoiveissa 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 laatoitustyötä⁷⁰. 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 erityyyliset 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 identifiitumista lattian rajassa työskentelevään Janin hahmoo tai sitten Jania kuvataan sivuprofiilissa kokokuvaissa, 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-seksuaalisena.

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 erityylisyyden hassuudesta tukee suunnittelijan näkemystä siitä, että asia voi näyttäytyä yhtenäisen sisustuksen kannalta puutteena. Toisaalta Sanna esittää alkutututtelun 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 brutaalinoloinen teurastamokielikuva kyseenalaistaa sisustusasiantuntijan korkeammalle kulttuuriselle pääomalle perustuvaa tyylytietoista makua. Viittaus teurastamoon merkityksellistää 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" tulkitseen 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 luokkaposition 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 assosioitua 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 tunnusteta 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-julkkkisia ja ei-asiantuntijoita sisustamisen saralla. Yhdellä tasolla ohjelmat tuottavat tavallisuutta heteroseksuaalisuutena, joka näyttäytyy isän, äidin ja lasten muodostamana perheenä, heteroparisuhteena tai jompaankumpaan näistä tähtävänä 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 käänttänyt 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.
- Högmänder, Jutta (2005), *Valokeilassa oman elämänsä asiantuntijat. Taviskainalo uutisjournalismin lajiyyypinä*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.
- Jokinen, Arto (2000), *Panssaroitu maskuliinisuus. Mies, väkivalta ja kulttuuri*. Tampere: Tampere University Press.
- Kalha, Harri (1997), *Muotupuolen 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. Kulutuskuulttuurin 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". Lainausmerkkien 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), Ajankohtaisvihteen 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 kääntöpiiriin 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.

Kaarina Nikunen

KOMPUROIVAT PERHEET HAJOLEVISSA TALOISSAAN ELI TAVALLISUUDEN REPRESENTAATIO HAUSKOISSA KOTIVIDEOISSA

Tavalliset ihmiset ja ennen kaikkea heidän itse ottamansa kuvamateriaali on yhä useammin esillä eri ohjelmatyypeissä aina uutisista viihteeseen. Kotivideoiden tallentama kuvasto kertoo milloin katastrofeista ja onnettomuuksista, milloin kommelluksista, milloin laihdutuksesta tai kouluttautumisesta eri videopäiväkirjojen muodossa. Viihteen piirissä kotivideot kertovat odottamattomista, mutta suhteellisen harmittomista tapahtumista, joille voidaan hyvän tahtoisesti naureskella. Naurun takeena on usein juuri se, ettei kuvasto liiemmin järkytä. Se on tarpeeksi turvallista, tuttua ja tavallista.

Tässä artikkelissa tarkastelen tavallisuuden rakentumista *Hauskoissa kotivideoissa* erityisesti perheen, ruumiin ja valkoisuuden näkökulmista. Pohdin myös sitä, mistä *Hauskoissa kotivideoissa* vaietaan ja mikä ei mahdu kotivideoiden kuvastoon. Tutkimusaineistoni koostuu syksyllä 2006 esitetyistä *Hauskojen kotivideoiden* jaksoista ja nettivideoista. Yksityiskohtaisemman analyysin kohteena on perjantaina 3.11.2006 esitetty jakso.

Koti- tai amatöörivideokuvauksen lisääntynyt käyttö televisiossa on seurausta paitsi teknologian kehityksestä ja kotikameroiden yleistymisestä myös lisääntyneestä ohjelma-ajasta. Tosi-tv:n on nähty tarjoavan suhteellisen edullista ohjelmistoa¹. Digitalisoituminen on mahdollistanut entistä laadukkaamman amatöörivideokuvien käytön esimerkiksi uutismateriaalina. Kuuluisimpiin amatöörivideoihin kuuluu vuonna

¹ Vrt. Paasonen tässä numerossa; Hautakangas 2004, 28.

² Esimerkiksi toukokuussa 2007 uutisoitiin tapaus, jossa koululainen oli kuvannut koulunsa rehtoria ja vienyt otoksen You Tube -sivustolle katseltavaksi. Tapaus on johtanut kunnianloukkauksyytteeseen.

³ Caldwell 2002.

⁴ Peteri 2006, 359.

⁵ Piilokameran ensimmäiset jaksot nähtiin televisiossa Yhdysvalloissa vuonna 1948. Tätä oli edeltänyt radiossa kuultu *Candid Microphone*. Piilokamerasta on tehty lukuisia versioita eri maissa ja mm. *Candid Camera* -niminen eroottissävyyteinen sarja *Playboyille*.

1991 sattunut Rodney Kingin tapaus Yhdysvalloissa. Amatöörikuvaaja George Holliday onnistui tallentamaan kun poliisit ylinopeuspidätyksen yhteydessä pahoinpitelivät afrikkalaisamerikkalaisen taksin kuljettajan Rodney Kingin. Videokuva levisi uutisten mukana maailmalle ja synnytti kipinän kansalaisten vastavalvontaan. Tapaus toimi esimerkkinä videokuvauksen poliittisesta merkityksestä. Tsunamin iskeytyessä Thaimaan lomakohteeseen 2005, tapahtumasta nähtiin jo lukuisia lomailijoiden kuvaamia videoita uutislähetyksissä. Sittemmin salaa kuvattu video tai kamerakännyköin salaa napatut kuvat ovat yleistyvää materiaalia, jota käytetään niin uutisten kuin viihteenkin materiaalina. Salaa kuvatut otokset haastavat myös entistä enemmän yksityisen ja julkisen rajaa sekä sitä koskevaa lainsäädäntöä.²

Kotivideoestetiikan kulttuurisen vakiintuneisuuden merkinä voisi pitää videomateriaalimaisen rosoisen estetiikan hyödyntämistä esimerkiksi elokuvakerronnassa (*The Blair Witch Project*, USA 1999). John Caldwell³ muistuttaa kuitenkin, että tällaisia todellisuusotoksia (docu-stunts, docu-reals) on ollut viihdeohjelmissa, etenkin tilannekomedioissa, aina 1950-luvulta lähtien. Ne ovat monimutkaistaneet televisiokerrontaa sekoittamalla lajityyppejä ja nostamalla diskursiivisuuden, kerronnan muodon, etualalle. Todellisuutta representoi rosoinen, heiluva ja rakeinen kuva, joka ikään kuin tekee nauhoituksen näkyväksi. Tosi-tv:n yhtenä vaikutuksena lienee sekin, että teknologia paitsi muokkaa arkea myös omaa katsettamme arkeen.⁴ Samalla tosi-tv:n suosio on muokannut katsettamme kotivideoihin – tavallisuus ei enää näyttäydy harvinaisena, outona ja banaalina vaan asettuu osaksi tv-genrejä.

Vino katse Amerikkaan

Hauskat kotivideot on Nelosella vuodesta 2005 esitetty tunnin mittainen tv-ohjelma, jota juontaa myös kanavaäänänenä kuultu Sampo Marjomaa. *Hauskat kotivideot* on rakennettu vuodesta 1990 pyörineen *Americas Funniest Homevideos* ohjelman pohjalta, jonka periaatteena on esittää ihmisten kotivideoilleen tallentamia kömmähdyksiä. Nelosen nykyisiä *Hauskoja kotivideoita* edelsi niinkikään *America's Funniest Home Videos* -ohjelman pohjalta tuotettu *Naurun paikka* (TV2), jota Markus Kajo juonsi lakoniseen tyyliinsä. *Hauskojen kotivideoiden* tapaan tätäkin ohjelmaa laajennettiin kotimaisilla videoilla. Vielä varhaisempi versio oli MTV3:ssa vuonna 1992 nähty *Tee-se-itse-TV* jossa Lasse Norres ja Arja Koriseva katselivat kotivideopätkiä.

Hauskojen kotivideoiden idea on lähellä *Piilokameraa* (*Candid Camera*)⁵, joka perustuu tavallisten ihmisten harhautuksille vitsailumielessä. *Piilokamera* rakentuu kuitenkin tuotantoryhmän valmiiksi suunnittelemillemme lavastuksille, kun taas kotivideot perustuvat ihmisten itse ottamiin tallenteisiin, jotka sisältävät useimmiten spoontaanin kömmähdyksen. *Piilokameran* eri versioita on muun muassa tällä hetkellä Subtv:llä esitettävä kanadalainen *Pilanpäiten* (*Just for laughs gags*). Hauskuutustarkoituksessa käytettyä videomateriaalia on myös ollut mukana ohjelmissa, joissa arvuutellaan asioita lasten puheen perustella (esim. Bill Cosbyn juontama *Kids say the Darntest Things* 1998–2000). Suomessa

samantyyppinen ohjelma, *Kullanmurut* juontajanaan imitaattori Juha Laitila, nähtiin TV2:lla vuosina 1995–1996. Jonkinlaisina sisartuotteina voidaan pitää tv-sarjoja, joissa seurataan tavallisten ihmisten juhlahetkiä (*Kesähäät*) tai todellisissa ammateissa työskentelvien arkea, kuten *Lain nimessä* (*Cops*) ja *Lentokenttä* (*Airport*)⁶.

Hauskoilla kotivideoilla ja tavallisuuden esittämisellä on yhteys myös television perhekomedioihin. Ne ovat pitkään kuvanneet perhe-elämää huumorin kautta. Tilannekomedioissa tavallinen perhe merkitsee usein keskiluokkaisuutta (*Happy days*, *Family Ties*, *Bill Cosby Show*), mutta esimerkiksi *Roseannen* tapauksessa sarja kertoo nimenomaan työväenluokkaisesta perheestä.

Valtaosa *Hauskojen kotivideoiden* materiaalista on siis amerikkalaisen ohjelman sisältöä ja monet meillä esitetyt videot voivat olla yli kymmenen vuotta vanhaa materiaalia. Näin ohjelman kuvasto ei kytkeydy tähän hetkeen samalla tavalla kuin monissa tosi-tv:n sarjoissa. Kuvasto on tavallaan historiatonta, etäällä kohteestaan niin ajallisesti kuin paikallisestikin. Juuri tästä etäisyydestä ja historiattomuudesta johtuen *Hauskat kotivideot* tuottaakin kuvaamastaan arjesta ajatonta ja pysyvää: sen tunnistettavuus kestää vuosikausia. *Hauskojen kotivideoiden* vanha materiaali johtuu tuotannollisesta viiveestä eli siitä, että ohjelmaa on ostettu Yhdysvalloista jo vuosia. Vasta viimeisimmät meillä esitettävät jaksot sisältävät tuoreempaa materiaalia. Myös Yhdysvalloista lähetettävä materiaali sisältää vuosia vanhoja videoita, sillä kaikki tuottajille tullut materiaali ei ole suinkaan uusinta uutta vaan osa on kaivettu vanhoista perhearkistoista ja lähetetty ohjelmantekijöille vuosia kuvaamisen jälkeen. Käytännössä Nelonen ostaa ohjelman jaksot sellaisenaan, mutta yhtiöllä on oikeus editoida materiaali omaan lokalisoituun versioon sopivaksi. Samoja videopätkiä voidaan myös kierrättää useissa eri jaksoissa. Ohjelman tuottajan mukaan⁸ alkuperäisistä jaksoista karsitaan usein materiaalia pois ja tehdään tilaa kotimaisille videoille. *Hauskat kotivideot* on Nelosen ohjelmistossa varsin suosittu. Keväällä 2007 se saavutti keskimäärin 295 000 katsojaa.

Hauskojen kotivideoiden videoaineiston ytimenä ovat ihmisten komellukset ja törmäilyt. Kotivideot toteuttavat tosi-tv:n tapaa koetella hyvän maun rajoja⁹ esittelemällä triviaaliksi miellettyä (syömistä, tiskausta, kävelyä) tai erityisen ruumiillista (oleskelua alusasussa, vessassa istuskelta, yökkäystä ötököitä syödessä, hikoilua) kuvastoa. Näin ne poikkeavat esimerkiksi vahvasti estetisoiduista muodin, urheilun ja taiteen ruumiin kuvista.

Suomalainen ohjelma koostuu Sampo Marjomaan studiojuonnoista ja videokoosteista, joita Marjomaa selostaa osin amerikkalaista selostusta jäljitellen. Marjomaan juontojen välillä nähdään joukko videoita, joita voi yhdistää jokin seikka tyyliin 'vauvat', 'kissat', 'uima-allas' tai 'häät'. Toisinaan esitetään valmis muusikin rytmittämä potpuri tietystä aiheesta. Hauskuutta rakennetaan kumulatiivisesti toistojen kautta: yksittäinen törmäys ei vielä välttämättä naurata, mutta törmäyksien rytmittäminen peräjälkeen voi tuottaa jo naurunpyrskähdyksiä. Usein hauskuus kytkeytyy esityksen sortumiseen.

⁶ Ks. Hautakangas 2004, 28; Paasonen 1999, 86–91; Paasonen tässä numerossa.

⁷ *Hauskojen kotivideoiden* rinnalle luotiin syksyllä 2006 myös parodiahenkinen venäläisversio *Venäjän villit videot*. Ohjelmaa juonsi Viktor Drevitski suomea venäläisittäin murtaen. Murtavan puheen ja videoiden yhdistelmä tuottaa parodiaa, joka ammentaa etnisistä ja kulttuurisista stereotyypioista. Videomateriaali on varsin toisenlaista kuin amerikkalaisissa kotivideoissa. Kuvauksen kohteena on useimmiten jokin suuri tapahtuma, vaarallinen ennätystehtailu tai suuronnottomuus – mihin viittaa jo sarjan nimikin. Toisin sanoen kuvien kohteena on lähtökohtaisesti julkiset, eivät kotoiset tapahtumat. Suuren huomion saavat vaarallisissa tehtävissä toimivat (ja epäonnistuvat) palomiehet ja sotilaat. *Venäjän villejä videoita* voikin lukea järjestelmän parodiana. VVV hyödyntää myös Neuvosto-nostalgiaa punaiseen kirjaan viittavassa logossaan. Kesällä 2007 puolestaan käynnistyi suomalaisen materiaaliin perustuva rinnakkaisarja *Hauskat lomavideot*.

⁸ Puhelinkeskustelu tuottaja Meira Ruonavaaran kanssa 22.5.2007.

⁹ Hautakangas 2006, 27.

¹⁰ Keskustelua muun muassa Suomi24 -sivuston tosi-tv-osiossa sekä Lumitykki.net -sivustolla aiheena ärsyttävien juontaja televisiossa.

¹¹ Sederholm 2003; Sontag 1966.

¹² Moran 1998, 14.



Hauskat kotivideot -ohjelman juontaja Sampo Marjomaa. Kuva: Nelonen.

Marjomaan juontajahahmo on varsin ristiriitainen: Marjomaan monisanaiset, koukeroiset juonnot, lainehtiva vesikampausta ja jatkuva virne luovat tiettyä ironista kulmaa ohjelmaan. Marjomaa esittelee esimerkiksi pyöräilevää ja tupakoivaa apinaa kuvaavan videon sanoin 'erään suurvallan presidentti reippailemassa' ja kommentoi videon jälkeen, että 'yrjöllä taisi olla vapaapäivä siitä valkeasta rakennuksesta'. Näin Marjomaan juonnot konstruoivat videoille merkityksiä, jotka ovat etäällä niiden kuvaamasta kohteesta. Juonnot synnyttävät usein ristiriitaisen puhuttelun: kuvamateriaali rakentuu suoraviivaisille vitseille, mutta niiden juonto on luonteeltaan monipolvista ja koukeroista.

Marjomaa leikittelee eri tyyleillä vaihtaen vaatetusta mainoskatkoilla T-paidasta pukuun ja törmäilee itse studion pylväisiin. Mainoskatkon jälkeen Marjomaa saattaa toivottaa katsojat 'takaisin kotivideocharterille' ja pyytää 'kiinnittämään turvavyölaukut'. Muovisen vesiliukumäen alle jääneyttä lasta kuvaavan videon Marjomaa selostaa sanoin 'ensi tiistaina 4D: ihmissyöjäliukumäet' viitaten nelosen kummallisuuksia kuvaavaan dokumenttisarjaan. Leikittely luo Marjomaan nauruun etäisyyttä ja ironista vivahdetta, mikä ei suinkaan kaikkia katsojia ilahduta. Internetin keskustelupalstoilla Marjomaata kuvataan ärsyttäväksi ja typeräksi. Marjomaan innokas juontotyyli näyttäytyy vaikeasti avautuvana kirjoittajille, jotka muuten toteavat pitävänsä tai ymmärtävänsä kotivideoita.¹⁰ Marjomaan juonto kielee alakulttuurisesta lukutavasta, jota voisi kuvata camp-asenteelle tyypillisenä poseerauksena. Camp-asenne on tyylin ja teeskentelyn näkökulma, joka pyrkii kyseenalaistamaan hyvän maun kriteerit¹¹. Näin Marjomaan camp juhlii kotivideoita – samalla tietoisena niiden banaaliudesta. Campin parodioivan luonteen ytimenä on juuri tapa nauraa valtakulttuurin makukriteereille. Toisaalta Marjomaan juonnot ovat niin vahvasti artikuloituja, että ne pikemminkin jäljittelevät ja esittävät campia kuin kääntyvät siksi. Toisin sanoen Marjomaa on liian camp-tietoinen ollakseen camp.

Televisioformaatteja tutkinut Albert Moran¹² luonnehtii *Funniest*

Home Videos -ohjelmaa antologiaksi, joka notkistuu moneen suuntaan. Kotivideoiden vitsikkyyks perustuu tilanteisiin ja toimintaan, harvemmin kieleen. Näin ollen ne on helppo kuljettaa muihin kulttuureihin sellaisenaan. *America's Funnies Home Videos* -materiaali onkin eri puolille maailmaa leivinnyttä tv-salaattia, jota tarjoillaan erilaisina koosteina eri maissa. Kansainvälisiä tv-formaatteja tutkinut Hanne Bruun¹³ korostaa, että globaalin formaatin onnistuminen riippuu pitkälti siitä, kuinka hyvin 'kotouttamisessa' otetaan huomioon lokaali konteksti, arvot ja odotukset.¹⁴ Onnistuneessa formaatin lokalisoinnissa elementit on muokattu sellaisiksi, että ohjelma koetaan läheiseksi. *Hauskojen kotivideoiden* osalta juontaja on keskeisessä roolissa. Sampo Marjomaan tyyli yhtäältä rakentaa vieraan katsetta kotivideoihin, mutta toisaalta nauraa meidän törmäilyillemme.

Suomalainen versio amerikkalaisista kotivideoista ei pyri peittämään videoiden alkuperää vaan hyödyntää amerikkalaisuutta kehystyksessä. Ohjelman tunnusmusiikin kantrissävy viittaa lännen-Amerikka -stereotypiaan ja Amerikka-kuvastoa ilmentäneen myös neonvaloina loistava ohjelmalogo. Alkutunnuksen aikana neonvaloista rakentunut polkupyörä kaatuu *Hauskat kotivideot* tekstin takana viitaten mitä ilmeisimmin lukuisiin ohjelmassa nähtyihin pöyräilyvideoihin. Marjomaan juonnot ja ohjelman suomalainen kehystys luovat ilmeisen ironisen katseen ohjelmassa esitettäviin videoihin toisina, toisaalla. Ohjelmaa koskevista keskusteluissa kansalliset vertailut ovatkin toistuvia kun suomalaisten tuotoksia arvioidaan suhteessa amerikkalaisiin videoihin.

Hauskoja kotivideoita on laajennettu kotimaisella osuudella, jossa esitellään suomalaisten lähettämiä videoita. Televisiosarjassa niiden osuus on kuitenkin varsin pieni, noin kolme videota jaksoa kohti, joista arvotaan voittaja. Kotimaisten videoiden varsinainen esittelyaika on kuitenkin internetissä, missä pyörii televisioversion rinnakkaistuote, *Hauskat nettivideot*. Nettiversiossa, "B-studiolla", on nähtävissä videoiden lisäksi Sampon juonnot tunnusmusiikkineen. Sivustoilla on mahdollista kommentoida kilpailuvideoita ja katsoa arkistoa. Kotivideot on lajilteltu aiheen mukaisiin ryhmiin: lapset, eläimet, kaatuilu, parodiat ja jotain ihan muuta. Ryhmäjako kuvastaa hyvin myös amerikkalaisen materiaalin sisältöjä.

Suomalaisten videoiden joukossa on huomattava osuus rakennettuja, suunniteltuja esityksiä, kuten "Menevä matkaaja", jossa "Pertti" joutuu "Eulaalian" stailattavaksi. Kahden nuoren tytön tekemä ja esittämä video parodioi television muutosohjelmia ja vaikka video on ilmeisen kömpelö, se on vaatinut tekijöiltään jonkin verran editointi- ja kuvankäsittelytaitoa. Suomalaisten keskuudessa tällaiset itse tehdyt parodiset videot ovat ilmeisen suosittuja, sillä ne tapaavat menestyä niin Sampon valinnoissa kuin nettiiänestyksissäkin. Toisin sanoen kotimaisissa nettivideoissa spontaani tapahtuma ei ole välttämättä se, mikä katsojia viihdyttää. Nähdäkseni tämä kertoo niin spontaaneja tapahtumia kuvaavien videoiden mahdollisesta laimeudesta (tyyliin kissa leikkii), katsojien kuvanlukukompetenssin kasvusta kuin myös siitä tavasta, jolla kotivideoita kotimaisessa versiossa käsitellään. Suomalaisparodiat kielivät laajittyypitietoisuudesta ja halusta parodioida tv-kulttuuria. Tähän kytkeytyy myös tietoinen kökkö amatöörieste-

¹³ Bruun 2004.

¹⁴ Toisaalta kansainvälisen formaatin ristiriita lokaalin odotushorisontin kanssa voi tehdä ohjelmasta puhutun ja kiistellyn (esimerkiksi *Miljonääri Jussi*, Nelonen 2004).

¹⁵ Fore 1993.

¹⁶ Paasonen 1999, 96.

tiikka ja sen juhlinta. Näiden kotimaisten amatööriparodioiden kasvu on mitä ilmeisimmin yhteydessä You Tuben kaltaisten sivustojen ja fanituotannon suosioon. Kotimaisia menestystarinoita näistä lienevät You Tubessa pöyrinyt Kola-Olli -video sekä huomiota valtajulkisuudessaakin saanut *Star Trek* -parodiaelokuva *Starwreck*. Vuoden 2007 Euroviisujen yhteydessä on niin ikään innostuttu tuottamaan Suomi-videoita camp-hengessä, joista esimerkkinä televisiossakin esitetty Markun Suomi-esittely 'Welcome Eurovision 2007'.

Perhe kuvassa

Hauskojen kotivideoiden tavallisuus rakentuu niin estetiikan kuin kohteensakin kautta. Kotivideot ovat amatöörien kuvaamia ja tässä mielessä ne poikkeavat estetiikaltaan professionaalista kuvauksesta. Kotivideoiden kavalta ei odoteta ammattimaista laatua. Kuvat voivat olla rakeisia ja rosoisia. Usein kuva onkin epätarkkaa ja toisinaan ali- tai ylivalottunutta. Kamera kaatuu, heiluu ja hakee kohdettaan. Selostuksen yhtenä tehtävänä onkin avata rakeisen ja heikkolaatuisen kuvan vitsiä. Toisinaan kuva esitetään uusintana hidastettuna, jotta vitsi menisi perille. Kotivideoiden autenttisuus rakentuu juuri tämän estetiikan varaan. Siinä missä ammattilaiskuvauksen uskottavuus nojaa tiettyyn taitoon, tyyliin ja tarkkuuteen, videokuvien uskottavuus perustuu niiden epätarkkuuteen ja rosoisuuteen. Se kertoo, että ne ovat todella kotivideomateriaalia ja kenen tahansa kuvaamia. Kotivideointi mielletään henkilökohtaisen ja kulttuurisen ilmaisun väyläksi eikä sitä sido professionaalisen kuvantuotannon säännöt. *America's Funniest Home Videos* -ohjelmaa tarkastellut Steve Fore¹⁵ toteaaakin, että kotivideointi pyrkii murtamaan, sekoittamaan ja ohittamaan rajaa amatööri- ja ammattituotannon välillä. Foren mukaan ohjelma ilmentää tätä rajankäyntiä ja näin osallistuu kamppailuun siitä, kuka saa määritellä arjen kuvastoja.

Kuten Susanna Paasonen¹⁶ kirjoittaa, yksityisen piirin tapahtumia tallentavan amatöörikuvauksen diskurssit on arkielämän, kuluttajien, populaarien opaslehtien ja laitevalmistajien epävakaa vuorovaikutuksen tulosta – kuvauksen käytännöt ja kaavat ovat tämän diskurssin tuotosta.

Kotivideoestetiikka onkin omiaan korostamaan kohteensa tavallisuutta: videokuvan laatu tuottaa väistämättä kuvattavat kodit hieman nuhruisina ja sameina. Näin ne poikkeavat vahvasti televisiosarjojen ja kodinsistusohjelmien hyvin valaistuista ja stailatuista kodeista. Kotivideoissa olohuoneet ovat alivalottuneita ja rakeisia; henkilöiden kasvoille ja vartaloon osuva kova valo paljastaa enemmän kuin peittää. Heiluva kuva näyttää kohteensa osittaisena ja hätäisenä, ei harkitun rauhallisena ja asetelmallisena. Kuten todettua, Suomessa nähtävä materiaali voi olla yli kymmenen vuoden takaa, jolloin se väistämättä näyttäytyy vanhentuneena korostaen asujen ja sisustusten epämuodikkautta.

Hauskojen kotivideoiden tavallisuus ei kuitenkaan rakennu vain videoestetiikan varaan. Se kytkeytyy myös toiminnan tasolle – siihen, mitä kuvataan ja mitä kuvissa tapahtuu.

Hauskojen kotivideoiden kodit näyttävät pääsääntöisesti keskiluokaisilta amerikkalaisilta kodeilta. Lattioita peittävät kokolattiamatot, olohuoneissa on nahkapäällysteisiä tai kukallisia sohvia, keittiössä muovisia lastenistuimia. Kaikki kodit eivät ole välttämättä ydinperheiden asuttamia, mutta lapsiperheiden osuus on kuvastossa suuri johtuen mitä ilmeisimmin lasten kömmähdyksivideoiden suosioista ohjelmassa. Kotivideokavalkadeissa näkyy harvinaisen vähän avaria luksuskoteja. Pikemminkin kuvastoissa toistuvat pienet olohuoneet ja nurkkaukset. Kuvamateriaalin luonteesta johtuen kotivideot sisältävät myös paljon hajoavia huonekaluja, kaappeja ja ovia. Tämä tuottaa kuvastoa heikkolaatuisista, halvalla rakennetuista kodeista. Huteruutta korostavat myös kotivideoiden remonttikuvat: niissä korjataan ja paikataan asuntoja onnettomuuksien ja kompuroinnin säästyksellä.

Kotivideot ovat alun perin tarkoitettu yksityiseen käyttöön ja niillä tallennetaan arjen kulttuuria ja yksityiselämää. Kotivideoissa esiintyjän ei siis tarvitse olla tähti, vaan kohteena voi olla kuka tahansa. Kuvattavaksi kelpaavat isoäidit, kissat, koirat, tädit ja lapset. Valtaosa kotivideoiden materiaalista kertookin perhetapahtumista: syntymäpäivistä, juhlista, lomavietosta. Tietenkään emme varmuudella voi tietää kotivideoissa esiintyvien perhesuhteista, mutta niiden tulkinta perhekuvina perustuukin kulttuuriseen tunnistamiseen ja tiettyyn tapojen toistoon. Kun pihanurmelle on kokoontunut lapsia ja aikuisia juhlavissa vaatteissa, oletuksena on, että vietetään jonkinlaista perhejuhlaa. Mutta millainen perheen kokoonpano on, sitä emme lopultakaan voi tietää. Toistuvat kavalkadit häistä ja lapsista asemoivat katsetta vahvasti ydinperhekontekstiin. Kuvamateriaali runsaudessaan ja irrallisuudessaan antaa kuitenkin mahdollisuuksia tulkita perheitä toisin, katsoa kuvia tarkkaan ja lukea niitä vastakarvaan¹⁷. Esimerkiksi kahden naisen pallopelejä pihanurmella voisi tulkita yhtä lailla kahden rakastavaisen kuin sisaruksen tai sukulaisen vapaa-ajanvietoksi. Lukuisat kaatuilut ja kömmähdykset häivideoissa puolestaan voi lukea heteronormatiivisuutta nakertavina, romanssin rituaalia parodioivina esityksinä.

Pierre Bourdieu¹⁸ on todennut työläisperheiden kuvia tutkiessaan, että yksityisen kuvan merkitys ja arvo on olemassa nimenomaan sille ryhmälle, joka kuvassa on tai joka on sen ottanut. Perhekuvat ovat selkeä itserepresentoinnin väline. Niiden avulla perhe kertoo itsestään muille. Bourdieun sanoin kuvien kautta yhtenäisyyttä tiivistetään, mutta samalla tehdään eroja. Bourdieun mukaan valokuvauksen rituaalinen merkitys rakentuu niistä hetkistä, joiden todisteena kuvaus toimii. Valokuvan ja kotivideon tehtävänä on tallentaa tapahtumat, jotka vahvistavat ja juurruttavat osallistujien sosiaaliset roolit. Seremoniaaliset valokuvat ovat mahdollisia, koska ne vangitsevat sosiaalisesti hyväksytyt ja sosiaalisesti säädellyn ja määritellyn käytöksen.

Perhealbumeja tutkinut Christopher Musello¹⁹ on todennut, että perhekuvat kerivät kokoon perheen narratiivia ja identiteettiä ryhmänä. Perhettä rakennetaan erilaisilla rajauksilla ja valinnoilla. Näin kuvat tuottavat sosiaalista muistia ja samalla ne piirtävät rajaa siitä, mitä voimme kertoa muille ja mitä emme²⁰. Perhekuvat kertovat rituaalien voimasta, sillä ne tapaavat keskittyä tiettyihin tilanteisiin ja

¹⁷ Rossi 2003, 29.

¹⁸ Bourdieu 1990, 19, 21.

¹⁹ 1980, 36–37 Foren mukaan.

²⁰ Paasonen 1999, 94.

²¹ 1980, 37 Foren mukaan.

²² Paasonen 1999, 94; Kuhn 1995; Pacey 1989; Williamson 1986, 116–119.

²³ Williamson 1986, 119.

²⁴ Pacey 1989.

asetelmiin. Nämä tilanteet tunnistaen voi tuntea kuuluvansa joukkoon, olevansa osa sosiaalista ryhmää. Julkisina yksityisyyden kuvauksina kotivideotkin tuottavat käsityksiä siitä, miten perhe-elämään vieteetään, miltä se näyttää ja millaisia käytäntöjä siihen sisältyy. Musellon²¹ mukaan perhekuvaus keskittyy erityisiin, ei niinkään arkisiin tapahtumiin. Päämääränä on tallentaa rituaaliset vapaa-ajan aktiviteetit, jotka kietoutuvat yhteen unelmahäiden, syntymäpäivien ja lomamatkojen kanssa. Kyse on kodin piirin juhlistamisesta ja taktisesta perhe-elämään kuuluvien traumojen ja tragedioiden ohittamisesta. Perheen kielteiset puolet,kipu, kuolema, viha ja suru, jäävät näkemättä. Myös työ, koulu ja tavanomaiset askareet, kuten siivous, syöminen, televisionkatseleminen, pukeutuminen, eivät näy. Perhekuva esittää vahvasti valikoidun ja poissulkevan kokoelman perhe-elämää.

Perhekuvat ovat eri tavoin julkisia. Itse otetut arkikuvat poikkeavat ammattikuvaajilla otetuista perhepotreiteista, joita asetellaan kirjahyllyyn ja lähetetään sukulaisille. Ne ovat perheen näyteikkunoita ja edustavat 'soveliaita' kohtauksia perheestä.²² *Hauskojen kotivideoiden* kummellukset selkeästi rikkovat tätä soveliaisuuden kuvastoa: monet videoista on otettu salaa. Ne kertovat sotkuisista lapsista, ruoan heittelystä, putoilevista housuista ja hameista, rikkoutuvista ovista jne. Ne näyttävät kohteensa banaaleina ja groteskeina. Kotivideoiden lähtökohtana saattaa olla perhealbumeiden kaltainen juhlahetkien tallennus, mutta kummellusten ja kepposten vuoksi *Hauskat kotivideot* päätyvät esittämään epäsoveliaita kuvia perheestä.

Kotivideot haastavat siis soveliaita perhekuvaustoja, mutta vain tiettyyn rajaan asti. Kotivideoiden hauskuus rakentuu juuri siinä, että tapahtuu jotain odottamatonta, yllätyksellistä ja ristiriitaista. Näin ollen kotivideot kertovat hetkistä, jolloin ideaalin rakentuminen hetkellisesti nyrjähtää paikaltaan. *Hauskojen kotivideoiden* hauskuutta voisi pitää yhtenä perhekuva diskurssin variaationa – nämä satunnaiset nyrjähdykset perheidyllissä toimivat idylliä vahvistaen, naurun toimiessa sen autenttisuuden takeena. Tavanomaisen ja toisteisen rituaalin rikkoo kompurointi, joka paljastaa esityksen, mutta jonka nauru palauttaa paikalleen. Kompurointi on tarpeeksi vaatimaton, ettei se järkytä perhejärjestystä vaan pikemminkin todentaa sen.

Hauskoja kotivideoita ilmentää hyvin Williamsonin kuvaama²³ perhekuva yhdistävä hauskuuden imperatiivi. Kotivideoidenkin perusvire on hyväntuulisuus. Videoissa nauretaan ja huudahdellaan paljon. *Hauskojen kotivideoihin* sopii myös Pacey²⁴ ajatus perhekuvista rauhoittavina peileinä – ne kuvaavat perhettä parhaimmillaan, silloin kun kaikki on hyvin ja naurulle, kummelluksille ja kepposille löytyy sijaa. Kun kamera otetaan esille, ollaan yleensä jo valmiiksi hyvällä tuulella. Kuvattavassa hetkessä on jotain, joka tuntuu ikuistamisen arvoiselta: sisko on tullut kylään, lapset leikkivät pihalla tai isoäiti laulaa. Vaikka *Hauskojen kotivideoiden* videot edustavat epäsoveliaista perhekuvaustoja, tämä epäsoveliaisuus pikemminkin vahvistaa kuin purkaa perhekuvien funktiota rauhoittavina peileinä.

Kotien ja juhlahuoneiden ohella kotivideoita kuvataan pihamaalla, yleensä korkean uima-altaan tai trampoliinin koristamalla nurmella. Perhekuvia tutkinut Don Slater²⁵ kuvaa kuvastojen pihaa sentimentalisoinnin tilana, sillä se kertoo vapaa-ajasta, ja on paikka jonka pitäisi osoittaa elämän merkityksellisyys. Pihalla ollaan vapaita toteuttamaan omia unelmia. *Hauskoissa kotivideoissa* pihat näkyvät juuri tällaisia kokeilujen, leikkien ja lepohetkien sijoina. Videoissa loikoillaan altaan äärellä, hypitään trampoliinilla, keinutaan, pelataan ja kisaillaan yleensä aikuisten ja lasten kesken. Kisailu päättyy useimmiten jonkin sortin haaveriin. Videoiden uima-altaat ovat harvoin pihaan kaivettuja, kaakeloituja altaita. Ne ovat yleisemmin lasten altaita tai tilapäisiä, korkeareunaisia muovirakennelmia, jotka on tuotu pihalle tietyn ajaksi. Altaiden rakenne ja tilapäisyys viittaa kotipihojen tee-se-itsehenkeen – mitä myös altaiden sortuminen osaltaan korostaa. Eräässä videossa keski-ikäinen nainen loikoilee t-paita ja farkut yllään isossa muovisessa uima-altaassa. Kuvauksen ideana on ilmeisesti tallentaa näkymä sukulaisnaisesta, joka on rojhennut altaaseen vaatteet yllään. Videon juoni muuttuu kuitenkin pian, sillä uima-altaan reunat ovat sen verran taipuisat, että naisen nojatessa vesi alkaa valua reunan yli, eikä nainen saa pysäytettyä vyöryä, vaan alkaa itsekin liukua reunan yli. Valkoinen paita venyy veden voimasta paljastaen rintaliivit ja osan vatsaa. Tapahtumaa säestää muiden kiljahtelu ja yltyvä nauru. Näin naisen lennokas idea kylpeä vaatteet päällä saa nolon lopun.

Toisinaan videoiden vitsiksi muodostuu uimaanpyrkijän kömpelyys tai liiallinen vauhti, minkä vuoksi hän satuttaa itsensä altaan laitaan (tyypillinen tapahtumaketju myös trampoliinivideoissa). Videot ilmentävät liiallisten odotusten tyssähtämistä todellisuuden raameihin: vauhti on liian kova tai taidot eivät riitä.

Videoiden materiaalisissa on koko joukko erikoisia kokeiluja, joilla otetaan käyttöön uusi laite tai innovaatio huonoin seurauksin. Eräässä videossa kokeilun kohteena on melonta omalla pihamaalla. Kanoottia kantava vesi on varastoituna altaaseen, ja meloja, keski-ikäinen mies, odottaa veden vapauttamista kanootissaan ruohikolla altaan vieressä. Veden vapauttaminen ei suju kuitenkaan kovin sulavasti, vaan altaan reunaa on hakattava kunnes vesi vapautuu – liian voimallisesti. Vesi vyöryy odottamattoman nopeasti ja uimaliiviin sonnustautunut viiksekäs meloja vyöryy holtittomasti kohti pihaa reunustavaa metsää. Vesi ehtyy yhtä nopeasti ja meloja jää kököttämään typeryneenä puiden väliin mela kädessään ennen seuraavaa pyrskähdystä, joka kaataa hänet vaarallisen näköisesti päin puuta. Tämä video, kuten lukuisat muutkin, kertovat paitsi vapaa-ajanvietosta myös epäonnistumisista, heikoista välineistä ja surkeista korvikkeista, joilla pyritään paikkaamaan aidon kokemuksen puutetta. Pihamaat näyttäytyvät paikkoina, joilta ponnistellaan kohti keskiluokkaa. Pihoja täytetään erilaisin harraste- ja vapaa-ajanviettovehkeihin, jotka ilmentävät bourdieulaisittain ajateltuna kulttuurista pääomaa ja sosiaalista statusta. Kanoottien ja uima-altaiden avulla on mahdollista kivuta luokka-asteikolla eteenpäin. Tavoite ei kuitenkaan koskaan tunnu täyttyvän, vaan se kilpistyy halpoihin ja huonokuntoisiin varusteisiin. Tätä ilmentävät

myös lukuisat remonttivideot, joissa rakennustelineet pettävät ja ovet ja seinät sortuvat. Kuvamateriaalin luonteesta johtuen videot tulevatkin tuottaneeksi kuvastoa laadukkaan elämän vastakohtaisesta, repaleisesta arjesta.

Liialliset ruumiit

Häät ovat kotivideoiden yksi suosituimmista aiheista. Tarkastelemani jakso alkaakin kolmen häävideon potpurilla, joista jokaisessa hääseremonia asettuu hieman eri tavoin parodian kohteeksi. Käsittelen näitä erikseen siten, että ensin tarkastelen ensimmäistä häävideota suhteessa muihin saman jakson samantyyppisiin videoihin ja myöhemmin käyn läpi potpurin kaksi muuta videota.

Ensimmäisessä jouluisessa häävideossa tukevahko morsiuspari on lähikuvassa, syöttämässä hääkakkua toisilleen. Sulhasella on cowboytyylinen puku ja stetsoni, morsiamella valkoinen morsiuspuku ja kukkakoristeinen huntu. Sekä morsian että sulhanen yrittävät levittää kakkua myös toistensa kasvoille. Sulhasen näin tehdessä hän sattuu tuuppaamaan morsianta taaksepäin, jolloin tämä kaatuu kiljahdusten saattelemana takana olevan joulukuusen päälle.

Videossa rituaali sortuu morsiamen pyllähtäessä päin joulukuusta. Romanttinen tunnelma kääntyy naurunremakaksi. Morsiamen heikeä olemus paljastuu kömpelöksi ja groteskiksi. Samankaltaisia pyllähdyksiä sisältäviä häävideoita voi pitää karnevalistisina²⁶ sikäli, että ne romahduttavat muodollisen hienostelevan rituaalin, nyrjäyttävät ylhäisen alhaiseksi ja kääntävät valtasuhteen nurin: ihaillusta morsiusparista tulee huvittava ja naurunalainen. Karnevalistinen nauru on kuitenkin sydämellistä, kaiken mukaansa sulkevaa, mitä kotivideoiden tapauksessa ilmentäisi juuri morsiamen (ja muiden törmäilijöiden) yhtyminen nauruun.

Karnevalistista ruumiinkuvaa on luonnehdittu groteskiksi, ja tällaisiksi varsin monet *Hauskojen kotivideoiden* ruumiit paljastuvatkin. Morsian joulukuusessa -videoon rinnastuu samaisessa jaksossa esitetty toinen jouluvideo. Video kuvaa perhettä avaamassa lahjoja joulukuusen ympärillä. Ilmeisesti perheen isoäiti asettuu mahdollisesti perheen lapsen lahjaksi saaman pienen kolmipyörän päälle lähteäkseen polkemaan. Naisen takana on sohva, jossa istuu kaksi naista, vasemmalla puolella näkyy joulukuusi. Naisen asettuessa pyörän päälle Sampo Marjomaa selostaa: ”Kymmistä vetoa, ettei mummo pääsee joulukuusen ohi.” Samassa ’mummo’ alkaa hitaasti kallistua kohti kuusta ja mätkähtää lopulta maahan. Kuva seuraa kaatunutta, joka nauraa selällään maassa ja muut nauravat hänen ympärillään. Kuvassa näkyvät hänen vaaleiden paksujen sukkahousujen peittämät jalat, pyöreä vatsa ja naurusta punottavat kasvot suuren pehmonallen sylissä. Video tallentaa hetken, jolloin ruumiin kontrolli pettää ja ruumis tulee näkyväksi hallitun juhla-asun takaa. Nämä ruumiilliset romahdukset ovat toisteista kuvastoa kotivideoissa erityisesti naisten kohdalla. Ei ihme, että vitsikkyys kohdistuu nimenomaan naisen ruumiiseen, joka on erityisen voimakkaan kulttuurisen muokkauksen ja säätelyn kohteena. Näin erilaiset repsahdukset voivat näyttäytyä transgressiivisina naurua

ja nautintoa tuottavina hetkinä.

Perhekuivissa naisten osuus korostuu myös siksi, että varsin usein kameran takana ovat perheiden miespuoliset jäsenet. Kotivideot sisältävät kuitenkin myös koko joukon kuvastoa romahtavista miesruumiista. Siinä missä naisten törmäily kytkeytyy usein keimailuun, miesten kompurointi liittyy erilaisiin pelitilanteisiin ja uhkarohkeisiin temppeihin. Maskuliinisuuden todistelu päättyy nolosti pallon osuessa haaraväliin tai miehen suistuessa pyörällä päin puuta, järveä tai seinää. Mies asettuu naurettavaksi kun ruumis ei riitä, naisella sitä tuntuu olevan liikaa.

Perjantaina 3.11.2006 esitetystä jaksossa on naisten kaatuilusta rakennettu kokonainen potpuri kappaleen *New Age Girl* (Mary Moon) säestyksellä. Potpuri sisältää kaatuilua rullaluistimilla, pyörällä, kameilin selästä, auton konepelliltä, laskua liukumäestä, törmäilyä oviin ja pylväisiin. Yhteistä näille videoille on naisen arvokkuuden menetys. Useissa videoissa naiset esiintyvät tietoisesti kameralle ja samalla törmäivät esimerkiksi lasioveen tai liukastuvat yllättäen. Näin keimailu saa irvokkaan lopun ja hienosteleva ruumis läjähtää maahan.

Oma ryhmänsä ovat ylipainoa osoittelevat videot, esimerkiksi naisen lasku liukumäkeä alas, jossa nainen juuri ja juuri mahtuu lasten liukumäkeen. Samoin kameilin selästä alas mätkähtävän naisen ylipaino korostuu, kun hän ei pysty hallitsemaan vartaloaan. Putoamishetkellä myös hänen t-paitansa nousee ja paljastaa alastoman ja runsaan vatsan. Nämä videot ilmentävät lihavuuteen liitettyä epäsovpuutta: lihavuus vie liian paljon tilaa (ei mahdu liukumäkeen tai pääse kameilin selkään), eikä ruumis pysy kurissa. Videot toistavat kulttuurista näkökulmaa lihavista naisista naurun kohteena ²⁷.

Toisaalta videoiden naiset näyttävät häpeämätöminä, groteskeina, liiallisina ja kurittomina ruumiina, jotka vahingoittavat ruumiillaan ääneen lausumatonta feminiinistä lakia olla tekemättä itsestään spektaakkelia²⁸. He näyttävät Rowen määrittelemänä kurittomina naisina, jotka voivat uhata sosiaalista järjestystä sotkemalla rajoja ja kumoamalla hierarkioita. Julkisina esityksinä nauravat ja kompuroivat naisruumiit haastavat naiseuteen liitettyä kurinalaisuuden vaatimuksia. He asettavat häpeämättä ruumiinsa liikkeeseen, esille ja paikkoihin, joihin liittyy riskejä. Kotivideoiden representaatiot voivat olla vapauttavia asettaessaan katseen kohteeksi hoikan sijasta tukevan naisen. Samalla ne voivat tehdä näkyväksi sukupuolen esittämiseen liittyviä rajoja ja konventioita²⁹. Kotivideoiden naiset eroavat kuitenkin television kurittomina pidetyistä, Roseannen kaltaisista naisesiintyjistä siinä, etteivät he ole aina itse valinneet tulla kuvatuiksi tietyissä tilanteissa, vaan heidän naurettavuutensa on toisten, usein miesten, ikuistamaa ja määrittelemää. Päätyessään kotivideoihin naiset kuitenkin ovat esillä, isoina, punottavina, hyväntuulisina ja itselleen nauravina. Näin ainakin osa kotivideoiden ruumiinkuvastosta on feminiinisuuden rakenteita ja säätelyä haastavaa, olkoonkin että kuvat toimivat parodian logiikan mukaan myös toiseen suuntaan, lihaville naisille nauraan.

Beverly Skeggsin³⁰ mukaan lihavuus voidaan nähdä sosiaalisena paikalleen pysähtymisenä. Esimerkiksi työväenluokkainen ylipainoinen ruumis Skeggsin haastattelututkimuksessa miellettiin sellaisena,

²⁷ Rowe 199; Hole 2003; ks. myös Kyrölä 2006.

²⁸ Rowe 1997; ks. myös Bahtin 1984; Sederholm 1996.

²⁹ Kyrölä 2005.

³⁰ Skeggs 1997, 83.

³¹ Rowe 2002.

³² Skeggs 1997, 82.

³³ Ibid., 83.

³⁴ Sennett 1976, 206.

³⁵ Lönnqvist 2000, 147–159.

³⁶ Kyrölä 2006, 126.

joka on jo luovuttanut pyrkimyksen parempaan, kohoamisen sosiaalisilla portailla. Näin ollen kuvastot groteskeista lihavista naisista eivät haastaisi vallitsevaa ruumiin säätelyn vaatimuksia vaan osoittaisivat naisruumiit paikalleen juuttuneiksi, tavallisuuteen asettuneiksi, sosiaalisessa asemassaan köllötteleviksi. Tätä ilmentää myös Kathleen Rowen³¹ näkemys siitä, että ruumiin kurinalaisuuteen liittyy paitsi esteettisiä myös moraalisia ulottuvuuksia: kun esitämme arvostelmia ylipainosta, arvioimme samalla kykyä itsekuriin ja korkeaan moraaliiin. Skeggs³² on korostanut, kuinka ruumis ja ruumiin asettelu kantaa sosiaalisen luokan merkkiä. Ruumiit ovat niitä fyysisiä paikkoja, joissa luokka, sukupuoli, rotu, seksuaalisuus ja ikä ilmentyvät. Säädyllyinen ruumis on valkoinen, epäseksuaalinen, heterofemiininen ja yleensä keskiluokkainen. Säädyllyisyyden saavuttaminen vaatii jatkuvaa säätelyä. Säädyllyisestä ruumiista pidetään huolta ja se näkyy ulospäin. Skeggsin³³ tutkimuksessa naiset panostivat ruumiin muokkaukseen yhtenä kulttuurisen pääoman alueena. Sen kautta he voivat kertoa muille keitä ovat. Luokkaa osoitetaan eleganssilla ja hienostuneisuudella. Länsimaisessa kulttuurissa itsehillintä on ilmentänyt juuri luokkaa. Esimerkiksi Richard Sennett³⁴ kuvaa, kuinka 1800-luvulla teatteriyleisön käytös muuttui äänekkäästä, spontaanin reagoivasta hillityksi kuvastaen nimenomaan luokkaeroa. Hillityllä käytöksellä porvaristo halusi erottautua rahvaasta. Bo Lönnqvist³⁵ on puolestaan kuvannut ruumiin kontrollia kamppailuna villiintymistä vastaan. Näin ollen kotivideoiden huolettomat, kotiasuissa ja risoissa t-paidoissa kaatuilevat ruumiit poikkeavat Skeggsin kuvaamista säädyllyisistä huolletuista, säntillisistä ruumiista.

Ruumiin sosiaalisia eroja ilmentää hiukan toisella tavalla naispotpurin viimeinen video, jossa kaksi jakkupukuista ja hoikkaa noin nelikymppistä naista pelaa palloa pihanurmikolla. Naisilla on juhlat vaatteet, mikä viittaisi jonkin merkkipäivän viettoon ystävien tai sukulaisten kesken. Toisen naisen tavoittellessa palloa hän kompastuu takana olevaan uima-altaaseen, lentää selälleen niin, että hänestä näkyvät tummien sukkahousujen peittämät sääret, juhlaengät ja reunan yli kohottautuva pää. Kaatumista siivittävät kaatujan itsensä sekä muiden, myös kuvassa näkymättömien ihmisten kiljahdukset ja nauru. Toisin kuin ylipainoisten naisten kohdalla tässä tapauksessa vitsikkyys perustuu elegantin olemuksen romahdukseen. Pilkka osuu hienostuneisuuden rakennelmaan, joka paljastuu sortuessaan. Pilkan kohteena ei ole itse ruumis ja sen liiallisuus vaan hienosteleva ruumis, jonka uima-altaan reuna tylästi palauttaa ideaalin tavoittelusta todellisuuteen.

Hauskojen kotivideoiden ruumiinkuvissa keskeistä on yhtäältä arvokkuuden menettäminen tai toisaalta sen tietoinen uhmaaminen. Näin Katariina Kyrölä³⁶ mukaillen voisi todeta, että ruumiinkuvissaan kotivideot osallistuvat hyväksytyyn ja poikkeavan erottelun uudelleen tuottamiseen monin eri tavoin ja samalla ne voivat tehdä näkyväksi feminiinisyyden rakennusaineet, oletukset ja vaatimukset.

Kotien valkoisuus

Silmiinpistävä seikka kotivideoissa on niiden valkoisuus. Lähes poikkeuksetta kuvissa esiintyvät ihmiset ovat valkoihaisia. Ehkä tämä kertoo kotivideoiden katsojakunnasta, kuluttajista ja tuotantoprosessista. Videoiden valkoisuus selittyy yksinkertaisesti sillä, että mitä ilmeisimmin suurin osa ohjelmaan lähetetyistä videoista tulee valkoisilta perheiltä. Ilmeisesti tuotantoprosessissa kuvastoa ei ole pyritty muuttamaan tai puhuttelua kohdentamaan muiden katsojakuntien suuntaan. Tämä rakenne tulee tuottaneeksi normia siitä, mikä on se koti ja perhe, jolle voi vapautuneesti nauraa. Näin ollen *Hauskojen kotivideoiden* valta perustuu juuri Richard Dyerin³⁷ kuvaamaan normaaliuteen naamioitumiseen: *Hauskat kotivideot* kätkevät erityisluonteensa ja näyttäytyvät tavallisina, kaikkia koskettavina, vaikka ovatkin erityisen valkoisia.

Olisiko katsojien vaikeampi nauraa silminnähdyn³⁸ erilaisille, iholtaan toisen värisille ihmisille? Muuttuuko videoiden nauru jos kaatuileva ja kompuroiva hahmo on tummaihoisen? Valkoisuus tuntuu paljastavan sisäänrakentuneen normiajattelun: emme naura rodulle vaan ihmiselle, olettaen, että valkoinen on normi. Näin esitys ja sen tulkinta ovat sidoksissa etnistä ja sosiaalista asemaa koskeviin valtarakenteisiin. Ehkä valkoinen työväenluokkainen tai keskiluokkainen perhe edustaa vakiintuneen valta-aseman saavuttanutta luokkaa, jolle voi vapautuneesti naureskella ilman pelkoa toiseuttavasta katseesta.

Dyer³⁹ on tarkastellut elokuvien tuottamaa valkoisuuden representaatiota huomioiden, kuinka valkoisuus yhdistyy usein järjestykseen, rationaalisuuteen ja jäykkyyteen. *Hauskojen kotivideoiden* voi nähdä rakentuvan vastaavan käsityksen varaan, sillä miksi muuten jäykkyydestä ja rationaalisuudesta poikkeaminen kotivideoiden tavalla olisi hauskaa. Eikö hauskuus rakennu juuri tästä normista poikkeamisesta? Toisaalta voisi ajatella, että kotivideot ilmentävät ja luonnollistavat valkoiseen keskiluokkaan liitettyä banaaliutta ja makukriteerien mataluutta. Kotivideoiden valkoisuus kertoo myös jaetuista kulttuurisista arvoista ja niiden tunnistamisesta. Valkoisen keskiluokan kodit ja pihaleikit ovat laajasti tunnistettavaa julkisesti esillä olevaa kulttuuria, jonka oletetaan kotoutuvan kevyesti eri puolille maailmaa.

Videoiden valkoisuus tulee erityisen näkyväksi silloin harvoin, kun kuvan kohteena on ei-valkoinen. Joulun alla 8.12.2006 esitettyssä jaksossa videon aiheena on lavastus: makuuhuoneessa yhden hengen sängyllä nukkuu afrikanamerikkalainen mies, yllään harmaa t-paita, jossa lukee tummin kirjaimin ARMY antaen viitteitä siitä, että video on kuvattu armeijan kasarmilla. Nukkuvan miehen käteen on pursotettu valkoista kermavaahtoa ja sängyn pätyyn kyyristynyt nuori valkoihoisen mies (ilmeisesti armeijakaveri) kutittaa nukkuvan kasvoja, jolloin tämä vaistomaisesti laittaa kermavaahtoisensa käden naamalleen. Näin hänen kasvonsa muuttuvat vaahdosta valkoisiksi. Havahtuaan ja huomattessaan kepposen hän rynnistää kohti sängyn päädyssä nauravaa miestä huutaen vihaisena: 'mitä sinä luulet tekeväsi!'. Video hämmentää osin siksi, että kepposeen sisältyy kasvojen muuttaminen mustasta valkoiseksi, mikä yhdysvaltalaisessa kontekstissa on

³⁷ Dyer 2002, 177.

³⁸ Rastas 2002.

³⁹ Dyer 2002, 183.

⁴⁰ Ks. Rossi 2003, 198.

⁴¹ Ibid., 199–202.

historiallisesti ja poliittisesti kaikkea muuta kuin rentoa hassuttelua. Hämmennystä aiheuttaa myös afrikkalaisamerikkalaisen miehen reaktio. Se on vihainen pikemminkin kuin nauruun yhtyvä ja poikkeaa näin tyyppillisestä ohjelmassa nähdystä kotivideoista. Tässä videossa nauru on ulossulkevaa, sillä kokemuksen hauskuutta ei jaeta.⁴⁰ Sama kepponen esiintyy toisessakin videossa, mutta kepposen kohteena on valkoihoinen mies, jolloin vitsi näyttäytyy yhtenä muiden pilojojen joukossa. Juuri toisteinen valkoihoisten kuvasto on omiaan korostamaan ihonväriä eron merkinä.

Kotivideoiden etnosentrinen katse paljastuu myös kulttuuristen tapojen kuvauksissa. Esimerkkinä tästä on häävideo, jossa hääpari ja valtaosa vieraista on ei-valkoisia, mahdollisesti Keski-Aasiasta. Häävideo avautuu yleiskuvaan, jossa häävieraat jonossa kättelevät onnitellen morsiusparia. Morsiamella on yllään valkoinen prinsessamainen morsiuspuku, sulhasella musta puku. Marjamaan selostus 'sadamomasokistien häät' ohjeistaa katsojia odottamaan jotain väkivaltaista: kättely jatkuu muuten tavalliseen tapaan, mutta sulhasen onnitelijat järjestäen suutelevat sulhasta molemmille poskille ja sen jälkeen läimäisevät poskelle. Kotivideoiden katsojalle tämä häärituaali näyttäytyy outona ja huvittavana: toisaalta näin on ilmeisesti myös kuvaajan mielestä, koska video on päätyntä osaksi *Hauskoja kotivideoita*. Häävideon vitsikkyys paljastaa normin: nauramme, koska tiedämme, ettei häissä normaalisti, siis länsimaisen näkökulman mukaan, käyttäydytä näin. Valkoisen kuvaston yhteydessä kotivideoiden hauskuuden voi nähdä myös etnovitsailuna, jolloin nauru todentaa ylemmydentunnetta naurun kohdetta kohtaan. Vitsit kertovat arvoista ja valta-asemista: siitä kenellä on oikeus määritellä naurun aihe. Vitsailu näyttäytyy sopivan harmittomana, jopa viattomana tapana viljellä ennakkoluuloja ja usein vitsailu ammentaa vanhoista kuvastoista ilmentäen stereotyyppien toistoa ja pysyvyyttä⁴¹.

Lasten leikit

Jakson kolmas hääkuvaus on lasten esittämä vihkiseremonia. Noin 7-8 -vuotiaat tyttö ja poika seisovat puolilähikuvassa. Ilmeisesti videon kuvaaja kysyy pojalta 'Wayne haluatko ottaa Jennyn vaimoksesi', johon poika vastaa heti 'en tahdo'. Tyttö älähtää, taputtaa poikaa rinnuksille ja käskee sanomaan tahdon. Totinen poika kysyy kahdesti kuvaajalta, onko nyt vain harjoitus vai nauhoitus. Kuvaaja kertoo, että nauha pyörii, jolloin poika korjaa asentoa ja sanoo 'tahdon'. Videon vitsikkyys rakentuu pojan spontaaniin kieltäytymiseen sulhasen roolista. Naurattaako tämä video siksi, että se luonnollistaa sukupuolten kulttuuriset roolit: spontaani kieltäytyminen yhdistyy ajatukseen siitä, että miehet raahataan alttarille, ja että naimisiinmeno on naisten toive? Perustuuko videon vitsi sille, että nämä lapset erehdyksen kautta osoittavat kulttuurisen asetelman sisäänrakentuneisuuden?

Toisaalta videossa pojan spontaani kieltäytyminen, erhe sulhasen roolissa, paljastaa häärituaalin keinotekoisuuden, sen harjoittelun ja kaavamaisuuden. Häärituaali näyttäytyy käytäntönä, joka tehdään toisia varten. Video osoittaa performatiiviin, pakonomaisen toista-

misen, voimaa ja sitä kuinka heteroseksuaalisia rituaaleja opitaan, ylläpidetään ja toistetaan⁴². Häärituaali onkin heteronormatiivisuuden tuottamisessa keskeisessä asemassa⁴³. Monien katsojien silmissä lapset voivat juuri tästä syystä näyttäytyä söpöinä. Lasten hääleikeissä nähdään lohdullista kokoon kursivaa jatkumoa tai oman historian toistoa. Lasten esitys vahvistaa luottamusta siihen, että tulevat sukupolvet toteuttavat tämän heteroseksuaalisen rituaalin ja harjoittelevat 'oikeanlaista' hyväksytyyn seksuaalisuuden käytäntöä.

Kotivideoissa esitetään tavanomaisiksi muodostuneita rituaaleja, joita voisi luonnehtia Leena-Maija Rossin⁴⁴ määrittämän hyper-ritualisoinnin kääntöpuoleksi. Rossin⁴⁵ mukaan mainosten yhteydessä hyper-ritualisointi rakentuu idealisoinnin ja luonnollistamisen ristiriidasta. Ideaalit ruumiit pyritään luonnollistamaan. Kotivideoissa aikuisten rituaalit tulevat tyylieliksi, kun niitä siteerataan ja imitoidaan lasten toimesta. Kameralle esiinnyttäen, eleet ja liikkeet ovat aseteltuja ja harkittuja tiettyyn pisteeseen asti. Toisin kuin mainoksissa, lasten suorittamat kotivideoperformanssit rakentuvat keinotekoisuuden ja luonnollistamisen ristiriidalle. Lasten imitointi on paljastavaa, kompuroivaa ja selkeästi opittua. Samalla kuitenkin lasten halu toistaa ja imitoida aikuisten rituaaleja tulkitaan jollain tavalla sisäisenä, luonnollisena haluna, joka puhuu sukupolvilta toisille toistuvasta jatkumosta. Lasten toistossa nähdään helposti ja mielellään jotain geneettisesti jatkuvaa – mikä *Hauskoissa kotivideoissa* on paradoksin ydin – kun kuitenkin samaan aikaan rituaalin konstruktio, koko oppimisprosessi, kompuroinnin, kömmähdysten ja väärintoistojen kautta on selkeästi esillä ja näkyvää. Keskeistä on se, mitkä rituaalit ja imitoinnit päätyvät kotivideoihin. Mitkä väärintoistot ovat tarpeeksi turvallisia, jotta ne eivät käänny uhkaaviksi. Olisiko kahden pojan vihkikaavan toistelu päätynyt *Hauskoihin kotivideoihin*?

Lapset ovat häiden, kissojen ja koirien ohella kotivideoiden suosituinta materiaalia.⁴⁶ Perjantaina 3.11.2006 esitetyssä jaksossa Marjomaa muun muassa esittelee lapsivideoista tehdyn koosteen otsikolla Matemaattisesti lahjakkaat lapset. Videoissa lapset esittelevät taitojaan ja jälleen hauskuus rakentuu sille, etteivät lapset näyttäydy odotusten mukaan poikkeuslahjakkaina, vaan ymmärtävät tehtävät ja kysymykset väärin. Esimerkiksi noin neljä vuotias poika näyttää kameralle, kuinka hän osaa laskea sormillaan viiteen. Kameran takaa kuuluu miehen, ilmeisesti isän, kehuva ääni, joka kysyy, osaako poika laskea yhtään korkeammalle. Poika nostaa innostuneena kätensä ylös ja jatkaa laskemista kädet ylhäälle ojennettuina. Taustalta kuuluu naurua ja miehen toteamus: kyllä se on korkeammalla (Yes its higher). Toisessa videossa ikkunalaudalla pikkusiskonsa kanssa seisova isosisko laskee sataan ja saa ilmeisesti vanhemmiltaan kehuja, minkä jälkeen pikkusisko tönäisee hänet ikkunalaudalta alas alla olevaan pensaaseen. Video päättyy pensaassa istuvan isosiskon itkun.

Edellä kuvatut videot parodioivat esityksiä, joissa hyväkäytöksiset lapset näyttävät taitonsa, ja joita vanhemmat esittelevät sukulaisille ja tuttaville. Näin ollen videot nakertavat jälleen kunnollisuuden kuvastoa, mutta vain tiettyyn rajaan asti. Se, että videot päätyvät *Hauskoihin kotivideoihin*, kertoo tulkinnasta, jonka mukaan lasten kohdalla erehtyminen tai kiistely on luonnollista ja vitsikästä – taustalla on ajatus siitä,

⁴² Butler 1990.

⁴³ Paasonen 1999.

⁴⁴ Rossi 2003, 123.

⁴⁵ *Ibid.*, 124.

⁴⁶ Pierre Bourdieu (1990, 22) toteaa, että toista maailmansotaa edeltävänä aikana valokuvauksen kohtena olivat ensisijaisesti aikuiset ja sitten perheyhmittymät. Harvoin kohteina olivat pelkät lapset. Tänä päivänä asetelma on päinvastainen.

että lapsi on kuitenkin tarpeeksi fiksu oppiakseen oikeasti laskemaan. *Hauskojen kotivideoiden* lapset eivät ole, tai voi olla, kehitysvammaisia tai vakavasti käyttöshäiriöisiä.

Kipupisteitä

Hauskojen kotivideoiden hilpeydessä on tiettyä pakonomaisuutta, mitä tuottaa tulkinnasta kaksijakoisen. Mitä jää näkemättä? Mitä karsitaan pois? Mikä ei enää olekaan hauskaa? Nämä kysymykset kutsuvat esiin katsetta, joka etsii merkkejä alivalottuneiden seinien sisään tiivistyneestä surusta, yksinäisyydestä, riidoista ja eroista. Se tarkkailee lapsuuden hauskoihin performatiiveihin kätkeytyneitä rajauksia: mihin kulkeutuu väliin jäävä, sanomaton, kokemuksellinen, joka on poistettava ja rationalisoitava.

Olen katsellut kotivideoita intohimoisesti, juuri tämän läsnä olevan vaietun vuoksi. Yhtäältä kotivideot julistavat valkoisen keskiluokkaisen perhe-elämän ihanuutta, mikä tiivistyy aurinkoisen sunnuntai-ilta-päivän viettoon omakotitalon takapihalla. Kuitenkin tämä hyväntuullisuus tuntuu enemmänkin peittävän kuin kertovan. Sen vanavedessä kulkee tunne piilotetuista tunteista, riidoista ja salaisuuksista, joita ei voi esittää. *Hauskojen kotivideoiden* vitsit ovat kuin Williamsonin pakollisen hauskuuden⁴⁷ ilmentämää kirkasta valoa, joka estää näkemästä kuvan yksityiskohtia tai sitä mitä on kuvan takana. Hauskuudessa on jotain epätoivoisen puristavaa, takertumisen tunnetta, joka syntyy hauskuuden hetkellisyydestä. Säröt kotivideoissa ovat erityisesti esillä silloin kun videoita ei selosteta: ne sisältävät paljon hiljaisuutta ennen ilmeistä naurunremakkaa. Hiljaisuus antaa tilaa kuvitella piinallisen perhejuhlan tunnelmaa. Kukin puuhaa omiaan, juttu ei oikein luista, kunnes naurunremakka tuo helpotuksen: juhlaväki tarttuu sille tarjottuun oljenkorteen, ja tunnelma kevenee hetkeksi. Videoissa myös naurun kuoleminen nopeasti jättää tilaa hämmennykselle. Nauru ikään kuin paikkaa vaivautunutta tunnelmaa, mutta ei onnistu siinä täysin. Syntyy hetkellinen hilpeys, kunnes tilanne palautuu ennalleen.

Toisinaan särö syntyy jo siitä, että videokamera on kaivettu esiin. Perjantaina 3.11.2006 lähetetyssä ohjelmassa video kuvaa valkoisen aidan ympäröimää pientä pihaa. Pihalla on kirkkaanvärisistä muoviosista koottu lasten liukumäki ja leikkialue. Ilmeisesti perheen isä on sonnustautunut mustaan nahkatakkiin ja farkkuihin. Hän on noin kolmekymmentävuotias ja hieman vatsakas. Video kuvaa, kuinka isä nappaa kaksivuotiaan lapsen olalleen ja lähtee juoksemaan pihaa ympäröivän valkoisen villakoiran juostessa haukkuen vieressä. Juoksun tiimellyksessä isän housut putoavat paljastaen alla olevat kalsarit, ja juoksu tyssää naurunpyrskähdyksiin. Video on tyypillistä *Hauskojen kotivideoiden* aineistoa. Se näyttää kertovan hauskaista, vaikkakin nolosta hetkestä, joka tiivistää perheen yhteenkuuluvuutta ja arjen riemua. Vai kertooko? Entä jos kyse on aivan muusta. Kuva näyttäytyy jollain tavalla yksinäiseltä. Miksi juuri tämä hetkellinen leikki lapsen kanssa on videoitu? Onko kyseessä harvinainen vierailu tai tapaus, jolloin ollaan hyvällä tuulella? Miehen vaatteet näyttävät hankalilta pihaleikkeihin. Hän on otteissaan kömpelö ja epävarma. Mies, oletettavasti isä, tuntuu

olevan väärässä paikassa. Videon ilo näyttäytyy kovin hetkellisenä ja ohimenevänä, eikä iloinen perhekuva siksi jaksa oikein vakuuttaa katsojaansa. Sen ilossa on kenties nostalgian tuottamaa yksinäisyyttä hetkestä, jota ei enää voi saavuttaa, johon ei voi palata. Tietenkään emme voi tietää, mitä kaikkea kuvasto alleen kätkee, ei välttämättä juuri mitään erityistä. Siihen sisältyvät pienet ristiriidat ja hiljaisuudet avaavat kuitenkin tulkintaa ohi pakollisen hauskuuden.

Hauskojen kotivideoiden aineisto on hyvin samankaltaista kuin vanhat kaitafilmit, joita meidänkin perheessä kuvattiin ahkerasti 1960- ja 1970-luvulla. Tänä päivänä kännyköiden ja vhs-kameroiden suhruiset kuvat kertovat siitä, mistä kaitafilmit muutama vuosikymmen sitten. Kaitafilmit ovat estetiikaltaan ja väreiltään videomateriaalia korkeatasoisempia, kirkkaine syvine sävyineen ja näin ollen myös elokuvallisempia hyödynnettäväksi esimerkiksi dokumenttielokuvissa. Ne voivat olla runollisia, nostalgisia otoksia arjesta, joiden avulla kursitaan kokoon muistoja. Näitä kaitafilmiaineistoja on yhä enemmän erilaisten dokumenttien aineksina. Yleisradio tuotti kaitafilmiä keräyksen pohjalta ohjelmasarjan *8 mm katse*. Kaitafilmiprojektissa on kyse myös kansallisen muistin tallentamisesta. Annette Kuhn⁴⁸ on käsitellyt perhettä ja perheen tarinaa valokuvien kautta. Kuhnin *Family Secrets* muistuttaa dokumenttielokuvien projekteja siinä, että se pyrkii rakentamaan omaa versiota perheestä ja lapsuudesta. Valokuvat ja videot toimivat edellä mainituissa kulttuurisissa teksteissä muistikuvien rakentajina kursien kokoon pirstaleisia ja yksittäisiä muistoja. Tämä muistelutyö voi olla hyvin henkilökohtaista, mutta samalla tiettyjä aikakausia, niiden sosiaalisia ja kulttuurisia rakenteita kuvaavia.

Omassa tulkinnassani *Hauskojen kotivideoiden* kuvasto rinnastuu kaitafilmiä sävyttämiin perheistä kertoviin dokumenttielokuvaan, joiden tarinat puhuvat vaietuista salaisuuksista. Dokumentit, kuten Anu Kuivalaisen *Orpojen joulu*,⁴⁹ rakentuvat usein kipeiden muistojen ja tunteiden sekä hauskan kaitafilmiaineiston ristiriidalle. Kuivalaisen *Orpojen joulu* kuvaa Kuivalaisen yritystä jäljittää isäänsä, johon yhteys on ollut katkennut lapsuudesta asti. Elokuva rakentuu Kuivalaisen matkasta isän luokse sekä lapsuuden kaitafilmiaineistosta. Elokuvan nimeen viittaava kohta kuvaa lapsuuden joulua, jossa Kuivalainen siskonsa kanssa laulaa joululaulua. Kohtausta rinnastuu *Hauskojen kotivideoiden* lapsikuvastoon. Dokumentin kontekstissa otos rakentuu osaksi lapsuusmuistoja ja henkilökohtaista narratiivia, jossa ovat yhtä aikaa läsnä menneisyys ja nykyhetki. Otos on hauska ja liikuttava – sitä sävyttää katsojan tieto isän poissaolosta.

Dokumenttielokuvien ja *Hauskojen kotivideoiden* tulkinnalliset toistot kertovat todellisuuden kuvastojen merkityksestä suhteessa toisiinsa ja puhuvat elokuvakerronnan intertekstuaalisuudesta: arkisen todellisuuden visuaalinen ja kerronnallinen kuvasto löytää toisensa genererajojen yli. Kaitafilmi- ja videoaineistoja hyödyntävät henkilökohtaiset dokumentit luovat arkiseen aineistoon kysyvän katseen, joka voi sävyttää perhekuvastojen tulkintaa laajemminkin.

⁴⁸ Kuhn 1995.

⁴⁹ Kaitafilmiaineistoja on käytetty muun muassa Pia Andellin dokumenteissa *Pieni elokuva sisaruussuh-teista ja Hetket jotka jäivät* (2005).

⁵⁰ Ks. Rossi 2003, 125–131.

⁵¹ Bahtin 1984, 34.

⁵² Dyer 2002, 178.

⁵³ Probyn 2004.

Mallikertomuksia vai kauhukertomuksia?

Televisioon päätyessään yksityinen kotivideo muuttuu julkiseksi viihteeksi ja nolo tapahtuma speaktaakkeliksi. Kotivideoiden nauru kumpuaa julkisesta itsensä häpäisystä, ruumiin ja kodin arvokkuuden hetkellisestä sortumisesta. Videoiden tavallisuus rakentuu tämän kompuroinnin kautta. Se paljastaa armotta esityksen, keimailun ja pyrkimyksen parempaan. Tavallisuus kytkeytyy myös säännöistä piittaamattomuuteen, häpeämättömän ruumiin esilläoloon repsottavine helmoineen ja roikkuvine vatsanahkoineen. Ennen kaikkea tavallisuus rakentuu kuitenkin rituaalien toistosta ja perhe-elämän loputtomasta kuvakavalkadista. Tavallisuuden rakentuminen kytkeytyy epäilemättä myös *Hauskojen kotivideoiden* ohjelmapaikkaan perjantai-illan prime timessa. Oletusarvona lienee se, että mahdollisimman moni perhe kokoontuu sohvalle katsomaan kaltaisiaan, tunnistettavia perheitä.

Kuinka siis pitäisi suhtautua *Hauskojen kotivideoiden* romahtaviin rituaaleihin ja groteskeihin ruumiinkuviin? Kuka tai mikä lopulta asemoituu eksoottisena toisena *Hauskoissa kotivideoissa*? Nauraako ohjelma valkoisen keskiluokan kanssa vai nauretaanko sille? Riisuuko kompurointi valkoista valtaa, toimiiko törmäys nurinkääntönä? Lopulta kai on kyse siitä, kertovatko kotivideot mallikertomuksia⁵⁰ vai kauhukertomuksia arjesta. Missä määrin kyse on kuvastosta, joka kutsuu kyseenalaistamaan vallitsevia totuuksia ja maailmankäsityksiä?⁵¹ Omassa tulkinnessani näen kotivideot kiinnostavana risteyspisteenä, jossa ne sekä idealisoivat että irvailevat valkoisen heteroseksuaalisen keskiluokan arkea. Tässä ristiriidassaan ne kertovat ehkä paremmin kuin mikään mainos siitä, mikä on 'luonnollinen, väistämätön ja tavallinen tapa olla ihminen'.⁵² Kotivideot ovat sopivan epätäydellisiä ja siksi ehkä vakuuttavampia kuin puhtaan idealisoiva kuvasto.

Kotivideoiden kiinnostavammaksi puoleksi näyttää nousevan se, mikä on rajattu pois. Se, mitä emme näe, määrittää perheyleisöä ja sille sopivaa aineistoa ja samalla tuottaa käsitystä perheestä. Kotivideoiden perheissä emme näe kehitysvammaisuutta tai väkivaltaa. Emme myöskään näe sateenkaariperheitä, vaikka niitä voi videoiden joukossa olla. Kuvastojen toistuva hyväntuulisuuden kavalkadi häitä, lapsia, kissoja ja koiria yhdistyy vallitseviin käsityksiin alemman keskiluokan ydinperheistä. Kotivideot eivät tavoita vaiettuja ja salattuja perhekuvia, albumien aukkoja, mutta kuvien tulkinnessa salaisuudet voivat olla läsnä. Elspeth Probyn⁵³ on kirjoittanut Bourdieuta mukailien siitä, kuinka arjen sosiaaliset järjestykset ovat niin läpikotaisin omaksuttuja, ettei niitä tunnista tai huomaa. Mutta silloin kun arjen sääntöjä ei pysty tunnistamaan, kun ne eivät loksahda paikalleen, valtaa kuulumattomuuden (out-of-placeness) tunne. Ehkä kotivideoita katsellessa kuulumattomuus tulee tykö satunnaisissa hämmennyksen hetkissä, kuvastoissa, jotka jäävät vaivaamaan, kuvastoissa, joita ei ymmärrä. Kotivideoiden varsinainen voima lienee kuitenkin hilpeyden tunnistamisessa ja tämän tunnistamisen tuottamassa jaetussa ymmärryksessä siitä, mikä on tuttua ja tavallista.

Kirjallisuus

- Bahtin, Mihail (1984), *Rabelais and his world*. Käänt. Helene Iswolsky. Austin: University of Texas Press.
- Bourdieu, Pierre (1990), *Photography. A Middle-Brow Art*. Cambridge: Polity Press.
- Bruun, Hanne (2004), *Daytime talkshows i Danmark – om receptionen af en transnational tv-genre*. Århus: Modtryk.
- Caldwell, John (2002), Prime-Time Fiction Theorizes the Docu-Real. Teoksessa James Friedman (toim.), *Reality Squared: Televisual Discourse on the Real*. New Brunswick: Rutgers University Press, 259–292.
- Dyer, Richard (2002), Valkoinen. Suom. Pirjo Ahokas & Pauliina Nurminen. Teoksessa Richard Dyer, *Älä Katso!* Toimittanut Martti Lahti. Tampere: Vastapaino, 177–210.
- Fore, Steve (1993), America, America This is You! The Curious Case of America's Funniest Home Videos. *Journal of Popular Film and Television*. 21:1, 37–46.
- Hautakangas, Mikko (2004), *Juuri oikeenlaista kemiaa: romantiikka ja parisuhdeihanteet vertaismelodraamoissa Unelmien poikamies ja Escort*. Mediakulttuurin pro gradu tutkielma. Tampereen yliopisto. Elektroninen dokumentti: <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu00321.pdf>.
- Hautakangas, Mikko (2006), Aktivoitu yleisö Suomen Big Brotherin internet-keskustelupalstalla. *Tiedotustutkimus* 29:2, 24–40.
- Hole, Anne (2003), Performing Identity: Dawn French and the Funny Fat Female Body. *Feminist Media Studies* 3:3, 315–327.
- Kuhn, Annette (1995), *Family Secrets. Acts of Memory and Imagination*. London & New York: Verso.
- Kyrölä, Katariina (2005), Kokoeroja genreissä – lihavat populaarimediassa. Teoksessa Marianna Laiho & Iiris Ruoho (toim.), *Median merkitsemät. Ruumis ja sukupuoli kuvassa*. Jyväskylä: PS-kustannus, 103–130.
- Kyrölä, Katariina (2006), Ruumis, media ja ruumiinkuvat. Teoksessa Liina Puustinen, Iiris Ruoho & Anna Mäkelä (toim.), *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus, 107–128.
- Lönnqvist, Bo (2000), Venyvä ruumis. Teoksessa Bo Lönnqvist (toim.), *Arjen säikeet: aikakuvia arkielämään, sivilisaatioon ja kansankulttuuriin*. Jyväskylä: Gummerus, 147–159.
- Moran, Albert (1998), *Copycat TV: Globalisation, Programme Formats and Cultural Identity*. Luton: University of Luton Press.
- Paasonen, Susanna (1999), *Nyt! Ja ikuisesti – rewind: Häät mediaspektaakkelinä*. Jyväskylä: Jyväskylän nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja.
- Pacey, Philip (1989), *Family Art*. Cambridge & Oxford: Polity Press.
- Peteri, Virve (2006), *Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta*. Tampere: TUP.
- Probyn, Elspeth (2004), Everyday Shame. *Cultural Studies* 18:2–3, 328–349.
- Rastas, Anna (2002), Katseilla merkityt, silminnähdet erilliset. Lasten ja nuorten kokemuksia rodullistavista katseista. *Nuorisotutkimus* 3/2002.
- Rossi, Leena-Maija (2003), *Heterotehdas*. Televisiomainonta sukupuolikuivastona. Helsinki: Gaudeamus.
- Rowe, Kathleen (2002), Roseanne. Kuriton nainen kotijumalattarena. Suom. Juha Herkman. *Lähikuva* 3/2002, 9–18.
- Sederholm, Helena (2003), "Camp" Lainausmerkkien taidetta. Teoksessa Kovala Urpo & Saresma Tuija (toim.), *Kulttikirja*. Helsinki: SKS, 166–187.
- Sennett, Richard (1976), *Fall of Public Man*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Slater, Don (1995), Domestic Photography and Digital Culture. Teoksessa Lister Martin (toim.), *Photographic image and digital culture*. London & New York: Routledge.
- Skeggs, Beverly (1997), *Formations of Class and Gender: becoming respectable*. London: Sage.
- Sontag, Susan (1966), *Against interpretation and other essays*. New York: Delta.
- Williamson, Judith (1986), *Consuming Passions: The Dynamics of Popular Culture*. London & New York: Marion Boyars.

Susanna Paasonen

TAVIKSET TAPETILLA: elämäntyyli-muutosohjelmat ja omannäköisyyden paradoksi

Erilaiset muutosleikit ennen ja jälkeen -rinnastuksineen ovat kuuluneet viihteellisten aikakauslehtien sisältöihin jo vuosikymmenten ajan. Viime vuosina muutos on noussut entistä näkyvämmäksi mediakulttuuriseksi trendiksi: television lukuisissa elämäntyyli-muutosohjelmissa muokataan rivikansalaisten asuntoja, autoja ja ruumiita samalla sekä "paremman-" että "omannäköiseksi". Kulutuskulttuurisessa kehyksessä yksilöiden ulkomuodon (samoin kuin näiden asusteiden, kodin sisustuksen ja autojen) tulkitaan heijastavan heidän persoonallisuuttaan. Muutosohjelmissa tämä omannäköisyyden vaatimus on saavutettavissa asiantuntijoiden opastaman ja aikaansaaman muodonmuutoksen kautta, jossa muutoksen kokija muuttuu "omannäköiseksi". Artikkelit tarkastelee tätä omannäköisyyden paradoksia elämäntyyli-muutosohjelmien keskeisenä jännitteenä.

Elämäntyyli- (*lifestyle*) ja muutos (*makeover*) -ohjelmat ovat olleet näkyvä trendi sekä eurooppalaisessa, australialaisessa että yhdysvaltalaisessa televisiossa jo toista vuosikymmentä. Suomessa ne ovat vakiinnuttaneet asemansa 2000-luvulla. Kotimaisilla televisiokanavilla rukataan ihmisten pukeutumis-, hius- ja ehostustyylien (*Bella, Äidit ja tyttäret, Hyvältä näyttää, Nuorennusleikkaus, Nätti nakuna, Hääparin muodonmuutos*) ohella asuntojen sisustuksia (*Pientä pintaremonttia, Sisustustesti, Inno, T.i.l.a., Unelmakämpä, Hurja remontti, Kämpät*

kuntoon, Kaikki haluavat tyyliä), ruokavalioita (*Olet mitä syöt*), siivoustapoja (*Sillä siisti*) tai näiden yhdistelmiä (*Sillä silmällä*), autoja (*Pimp My Ride* eli *Viritetyt vehkeet*), puutarhoja (*Eden, Pioni*), kuntoa (*Sohvaperunat maratonille*), erilaisia esineitä (*Retro, Kirppis*), huonosti koulutettuja lemmikkieläimiä (*Koirani vai minä?, Häntä pystyy*) ja huonosti kasvatettuja lapsia (*Lapsityrannit, Pikku julmurit*). Astetta rankemmissa muutosohjelmissa syyniin joutuvat ns. intiimielämä (*Seksigurut, Suhde kuntoon*), ruumiinpaino (*Suurin pudottaja*), vinot hampaat, silmäpussit, rinnat, nenät, rypyt ja selluliitti (*Hurja muodonmuutos*).

Kuten Charlotte Brunson toteaa, kyseessä ei ole täysin uusi ilmiö, sillä televisio on koettanut koulua katsojien elämäntyylejä ruoka-, remontti-, sisustus-, puutarha- ja terveysohjelmillaan myös aikaisempina vuosikymmeninä. Uudemmissa ohjelmissa on kuitenkin havaittava sekä määrällistä että laadullista muutosta: elämäntyyliohjelmat ovat lisääntyneet ja siirtyneet iltapäivästä parhaan katseluajan ohjelmistoon samalla kun niiden muoto on muuttunut henkilökohtaisemmaksi ja tunteellisemmaksi.¹

Muutostemaiset ohjelmat voidaan nähdä omana, lajityyppenä sekoittelevana joukkonaan elämäntyyliohjelmien, tosi-tv:n ja erilaisten ”vertaismelodraamojen” rajoilla.² Näitä sarjoja esitetään Suomessa pääosin kaupallisilla televisiokanavilla ja niiden keskeisessä osassa on vakituisten juontajien ja asiantuntijoiden lisäksi tavallinen ihminen eli tavis, jonka tyyli tai elämäntavat ovat muutoksen tarpeessa. Taviksia on moneen junaan: he saattavat olla joko työväen- tai keskiluokkaisia, nuoria, keski-ikäisiä tai ikääntyneitä ja myös heidän etnisyyksissään on melkoista kirjoa. Osallistujien tavallisuus merkitsee tietyntaista arkisuutta ja katsojien jakamaa tuttuutta, joka saattaa ohjelman tai sarjan edetessä joko vahventua tai hälvetä. Osallistujat eivät ole entuudestaan tuttuja julkkiksia tai esiintymisen ammattilaisia, vaikka heistä saattaa sellaisia ohjelma myötä kehittyä. Sen sijaan ohjelmia juontaa usein julkkis.

Muutosohjelmat linkittyvät tositelevisioon niin sanottuun toiseen aaltoon, jossa osallistujia ei kiusata ja koetella vaan kehitetään ja autetaan.³ Eriasteinen kiusaaminen ja nöyryyttäminen ei toki ole näissäkään sarjoissa täysin tuntematonta. Esimerkiksi sarjassa *Olet mitä syöt* ruokailutapojaan uudistavalle osallistujalle tehdään suolihuuhtelu. Tämän jälkeen sarjan ravitsemusasiantuntija arvostelee ulkonäköä, tuoksua, tekstuuria ja yleistä laatua. Oman osansa saavat myös osallistujan libido-ongelmat, ruumiinhajut, ilmavaivat ja eritteet, jotka nimetään seurauksiksi tämän vääristä, väliintuloa edellyttävistä elämäntavoista. Yksityisen ja julkisen (sisäisen ja ulkoisen, näkymättömän ja näkyvän) totuttuja alueita pedataan rivakasti uudelleen.

Ohjelmatyyppin nousu on yhdistetty myös asia- ja viihdeohjelmien rajojen huojumiseen (kuten valistusta ja henkilökohtaisuutta yhdistelevien ohjelmien yleistymiseen) sekä television yleiseen tavallistumiseen (televisio on medioista arkisin ja sen esiintyjät ovat yhä useammin julkkisten sijaan taviksia).⁴ Toisin kuin *Big Brother* tai *Selviytyjät/Suomen Robinson*, muutosohjelmat ovat pääosin tuotantokustannuksiltaan edullisia. Muutosformaatti on myös suosittu sekä katsojien että kaupallisten yhteistyökumppanien keskuudessa.⁵

¹ Brunson 2003, 6, 18–19; Brunson & al. 2001; Philips 2005, 214–216.

² Hautakangas 2005; Roof 2006.

³ Nämä uudemmat ohjelmat on nähty omana lajityypinään, joka on nimetty ”tavoitteelliseksi tosi-tv:ksi” (”aspirational reality television”, ks. Philips 2005, 217). Tässä viitekehikössä tositelevisioon ”ensimmäistä aaltoa” edustaisivat *Pelkokertoimen, Selviytyjien, Viettelysten saaren* ja *Big Brotherin* kaltaiset eristämiseen, heikosti motivoituihin tehtäviin ja psykologiseen pelaamiseen nojaavat formaatit, joissa tavisosallistujat joutuvat koville. Vrt. Aslama 2002.

⁴ Solier 2005, 466; Taylor 2002, 479; Brunson & al. 2001, 57.

⁵ Brunson 2003; Philips 2005, 217.

⁶ Ks. Giles 2002; Philips 2005; Taylor 2002; Solier 2005.

⁷ Ks. Roof 2006; Banet-Weiser and Portwood-Stacer 2006.

⁸ Cronin 2005.

⁹ Vrt. Philips 2005, 218; Cronin 2005.

¹⁰ Gorman-Murray 2006, 229.

Elämäntyyli-muutosohjelmien tutkimuksessa voidaan erottaa kolme keskeistä teemaa: ensinnäkin ohjelmien on nähty uusintavan luokkahierarkioita ja pönkittävän keskiluokkaisia arvonormeja.⁶ Toiseksi ohjelmat on yhdistetty konventionaaliin sukupuolimalleihin ja kolmanneksi niiden on nähty tuottavan "samuuden logiikkaa" pyyhkiessään pois luokkaeroja, alakulttuurisia viitteitä ja jopa osallistujien persoonallisuutta.⁷ Nämä teemat toistuvat hyvin erityyppisten, sekä sisustukseen, puutarhanhoitoon, ruoanlaittoon, pukeutumiseen että ruumiin muokkaamiseen keskittyvien ohjelmien kohdalla. Kulttuurista homogenisointia painottava kritiikki jättää kuitenkin vähemmälle huomiolle sarjojen väliset erot ja normiin sopimattomat esimerkit. Samalla kritiikki uhkaa tuottaa elämäntyyli-muutosohjelmista siihen luokiteltavia ohjelmaesimerkkejä yhtenäisemmän kuvan.

Tarkastelen seuraavassa elämäntyyli-muutosohjelmia media-kulttuurisena trendinä. Pohdin erityisesti kodin, ruumiin ja autojen muokkaamiseen keskittyvien sarjojen kautta tavallisuuden, tyylin ja maun kysymyksiä suhteessa Anne Croninin teoretisoimaan kulkukulttuuriin "pakkoyksilöllisyyteen".⁸ Kysymyksenäni on, kuinka ohjelmatyypit käsittelee ja tuottaa *omannäköisyyttä* samanaikaisesti sekä sarjallisena että ainutkertaisena, tavallisena että erityisenä, asiantuntijoiden tuottamana että henkilökohtaisena. Etsin myös eroja elämäntyyli-muutosohjelmien helposti yhtenäisiltä vaikuttavista makulinjauksista.

Yleinen ja yksityinen tyyli

Elämäntyyli-muutosohjelmien monenlaiset asiantuntijat pyrkivät parantamaan ja kehittämään tavisosallistujia määrittäen samalla kehitystyön normeja ja oletusarvoja. Persoonallinen tyyli saavutetaan kuluttamisen kautta: leikkauttamalla oikeanlainen kampausta, hankkimalla oikea vaatetus, asustus ja sisustus. Oletus sisäisen minuuden, tyylien ja hyödykkeiden limittäisyydestä koskee niin vaatteita kuin sisustusta ja autojakin. Kyseessä on eräänlainen itsen brändääminen, johon päästään kuluttamalla ja ottamalla haltuun erilaisia tuotteita.⁹ Mediatutkija Andrew Gorman-Murrayn mukaan erilaiset elämäntyyliprojektit, kuten kodin kunnostus ja henkilökohtainen stailaus, ovat muuttuneet yhä keskeisemmiksi kiinnostuskohdiksi, joiden kautta omaa itseä hahmotetaan. Televisio tarjoaa työkaluja näiden projektien toteuttamiseen.¹⁰

Valmiiden elementtien yhdistelyn lisäksi tyyllittelyssä on kyse myös varioinnista. Tuunaamisen, virittämisen ja stailaamisen sanasto on valtavirtaistunut viihdemedioissa ja arkisessa kielenkäytössä: teinityöille suunnattu kotimainen *Miss Mix* -lehti antaa joka numerossa "kustomointivinkkejä" vaikkapa pipon tuunaamiseksi. Toisaalla tuunataan verhoja ja mopoja, kustomoidaan autoja ja kännyköitä, kun taas stylistit ovat vakiintuneet omaksi ammattikunnakseen. Suuria ikäpolvia opastettiin 1950- ja 60-luvuilla muokkaamaan vanhoista vaatteita uusia, piristämään niitä asusteilla, maalaamaan vanhoja huonekaluja uuden näköisiksi ja muodistamaan hattuja nuorekkaammiksi. Teinilehden opastama pipon kustomointi edustaa kuitenkin paradigmaattista

muutosta: säästäväisyyden ja niukkuuden sijaan muokkaaminen liittyy omannäköisyyteen, persoonallisuuteen ja ainutkertaisuuteen. Kustomoitu pipo voi olla uusi ja tuunaamisen tykötarpeet yllättävän hintavia. Tuunaamisen viitekehyksenä on halutalous pikemmin kuin taloudellisuus säästäväisyyden merkityksessä.

Mainoskulttuureita tutkinut Anne Cronin näkee nykyisen kulutuskulttuurin nojaavan yksilön autonomisuutta, itseilmaisun tarvetta, vapaata tahtoa ja henkilökohtaisen potentiaalin ilmaisua koskeviin oletuksiin, jotka voidaan tiivistää Niken sloganiin *Just do it* ("sen kun teet sen"). Näin ollen "konsumerismin yksilöllisyyden ja populaarien nykidentiteettidiskurssien ytimenä on autenttisen sisäisen minuuden ihanne, jota voidaan ilmaista kulutuskäytäntöjen minäteknikoiden kautta".¹¹ Minä hahmottuu tee-se-itse -projektina, jossa yksilö on samanaikaisesti sekä subjekti että objekti, tekijä että tekemisen kohde. Oletetun sisäisen potentiaalin ja yksilöllisyyden ilmaisemisesta on Croninin mukaan tullut pakollista ja "pakkoyksilöllisyyden" viitekehyksessä henkilökohtaista tyyliä, arvoja ja kykyjä esitellään ja tulkitaan keskeisesti kulutustuotteiden kautta.¹² Kulutuskulttuurin periaatteisiin kuuluu tarjota kuluttajille massatuotettuja (ja myös eksklusiivisempia) hyödykkeitä, joiden avulla nämä voivat ilmaista ja rakentaa omia tyylejään, persoonallisuuksiaan ja ainutkertaisuuksiaan. Sarjallinen – sarja- ja massatuotettu – on siis samanaikaisesti myös ainutkertaista ja omannäköistä, sekä yleistä että yksityistä.

Omannäköisyys on elämäntyyli-muutossarjoissa avoin paradoksi: väärä tyyli tai paino estää yksilöllisen ainutkertaisuuden ilmaisemisen, joka voidaan saavuttaa asiantuntijoiden ohjeistuksen, uuden tyylin ja oikeanlaisten tuotteiden välityksellä. Mallimaailman saloja aukovan tosi-tv -sarjan *Huippumalli haussa* jaksokuvaus "tytöt pääsevät muodonmuutokseen kampaamoon ja heille annetaan kullekin oma tyyli, jota heidän pitää osata ilmaista tehtävässä" kuvaakin laajempaa omannäköisyyden dilemmaa.¹³ Omannäköisyyden paradoksaalisuudesta kielii osaltaan MTV:n vuonna 2004 lanseeraama ohjelma *I Want a Famous Face*, jossa tavisteinit leikkauttivat kasvojaan lempijulkistensa näköisiksi (tosin joka jaksossa oli mukana myös varoittavia epäonnistumistarinoita). Julkkisten ohella esikuvina voivat toimia myös muut tavikset, kuten tuoreemmassa MTV-sarjassa *Why Can't I Be You?*, jossa tyyleihinsä tyytymättömät osallistujat kopioivat ihailemiensa tavisten elämäntyylejä: muutoksen jälkeisissä kuvissa esikuva ja jäljittelijä tapaavat olla kuin kaksi marjaa. Laajemminkin toistuvan ajatuksen mukaan ollakseen "omannäköinen" täytyy tyylin olla myös "toisten näköinen", sillä oma tyyli saa hahmoa ja ymmärrettävyyttä suhteessa muiden tekemiin ratkaisuihin. Siinä missä MTV:llä esiintyneet teinit halusivat muistuttaa Britney Spearsia ja Brad Pittiä, *Miss Mix* -lehti neuvoo numerossaan 2/2007 lukijoitaan muun muassa Beyoncé'n ja Jessica Alban tyylien kopioimisessa.

Englanninkielinen, ihmisten rahan ja ajan kulutustapoihin viittaava termi *lifestyle* käännetään usein elämäntavaksi.¹⁴ Tällöin keskeinen *tyylin* – sekä sen rukkaamisen, tuunaamisen ja stailaamisen – kysymys jää taka-alalle. Käsitteiden elämäntapa (*way of life*) ja elämäntyyli (*lifestyle*) välistä eroa pohtiva Lisa Taylor liittää jälkimmäisen kulutuskulttuuriin: tyyllillisissä ratkaisuissa on kyse vapaa-ajan- ja viihdeteollisuuden

¹¹ Cronin 2005, 39. Cronin ei toki ole ajatuksissaan yksin, ovathan sosiologit Zygmunt Baumanista Anthony Giddensiin ja Ulrich Beckiin luonnehtineet nykykulttuuria yksilöllistyneeksi, yksilökeskeiseksi ja yksilöllisyyttä ihannoivaksi. Vrt. Plummer 2003, 3, 24–25.

¹² Cronin 2005, 40–41.

¹³ Viidennen tuotantokauden jakso "Tyttö joka tarvitsee ihmeen", es. 22.1.2007, Nelonen.

¹⁴ Lifestylen käsitteestä ks. Vyncke 2002, 447.

¹⁵ Taylor 2002, 480–481.

¹⁶ Vrt. Probyn 2000, 28.

¹⁷ Philips 2005, 219.

tarjoamista vaihtoehtoista ja niiden parissa luovimisesta eli kulutuksen taidoista ja niiden kautta tuotettavista ja ilmaistavista eroista.¹⁵ Muutosohjelmat keskittyvät tyylin ohella makuun, jonka avulla määritellään ja luokitellaan materiaalista kulttuuria koskevia mieltymyksiä. Maku on tyyliä laajempi termi: tyylit ja trendit muuttuvat, kun taas maku asettaa kehukset niiden arvioimiselle ja soveltamiselle.

”Maku” on joustava ja hyvin fyysinen termi, joka antaa ymmärtää, että tyylit, asusteet ja esineet herättävät makoisian tai etovan ruoan tavoin voimakkaita ruumiillisia aistimuksia. Uusiin makuihin totutaan, mutta makumieltymykset istuvat myös lujassa.¹⁶ Maku on samalla sekä henkilökohtaista että sosiaalista ja kertoo sekä omannäköisyydestä että joukkoon sopimisesta. ”Huono maku” merkitsee tilanneherkkyyden puutetta, sosiaalista osaamattomuutta tai sosiaalisten sopimusten rikkomista (eli sopimattomuutta ja tyylittömyyttä). Sen vastakohtana ”hyvä maku” viittaa tietyn sosiaalisen ihanteen tai normin saavuttamiseen. Koska hyvä maku on omanlaistaan näkymättömyyttä, tapaavat huonon maun ilmaukset herättää enemmän huomiota.

Kodin muutosohjelmia tutkiva Deborah Philips näkee television arkisen makutuotannon avainmedianana, jossa ammattilaiset ovat vuosikymmenten ajan määritelleet hyvän maun kriteerejä ja muotoja. Muutosohjelmien ammattilaiset auttavat erottamaan henkilökohtaiset mieltymykset hyvästä mausta, kuten tarkemmin määrittelemättömästä ”ajattomasta eleganssista”.¹⁷ Philipsin mukaan muutosohjelmat näin tehdessään viime kädessä mitätöivät osallistujien omat maut, mieltymykset ja mielipiteet. Asiantuntijoiden hyvin omapäisetkin ratkaisut esitetään oikeiksi. Vaikka osallistuja olisi niitä kuinka epäillyt, myöntää tämä lähes poikkeuksetta erheensä lopputuloksen nähdessään.

Philips tarkastelee elämäntyyliohjelmia bourdieulaaisessa distink-



Hyvän maun paletit esillä *Sisustustestissä*. Kuva: Nelonen.

tioiden ja kulttuurisen pääoman viitekehityksessä.¹⁸ Laittaessaan taviksia ojennukseen ohjelmien koulutetut asiantuntijat tuovat näiden habituksiin kaikuja taidehistorian, designin ja gourmet-keittiön korkeakulttuurisemmista ja yläluokkaisista maailmoista. Tuloksena on valtavirtaista keskitason kulttuuria, jonka avulla rivikansalaiset voivat kehittää itseään.¹⁹ Bourdieulaisia makuanalyysijä on kuitenkin syytetty tietystä jäykkyydestä: makumieltymysten nähdään havainnollistavan yksilöiden asemaa sosiaalisissa rakenteissa. Maku- ja kulutuspäätöksissään yksilöt uusintavat identiteettiasemiaan tai työstävät niitä kulttuurisen pääomaansa rajoissa. Syömistä ja ruokakulttuureja pohtivan Elspeth Probynin mukaan Bourdieun distinktio ja habitusteorioiden varassa on vaikea hahmottaa makujen ristiriitaisuutta ja muuntuvuutta, mikäli habitus nähdään jo ennalta luokkarakenteiden ruumiillistamisena. Probynin määritelmässä maut eivät vain vahvista identiteettejä vaan asettavat niitä myös liikkeeseen, jonka suuntaa ei voi päätellä ennalta annetuista identiteettikategorioista käsin.²⁰ Tyylien kehittäminen ja kohentaminen asiantuntijoiden opastuksella on kaikenlaisten elämäntyyli-muutosohjelmien kesusteema. Samalla sarjat kuvaavat osallistujien makuja hyvinkin joustaviksi. Omannäköisyys on muuntuvaa ja se saattaa kiinnittyä yhden jakson aikana monenlaisiin tyyliihin. Toisin sanoen ”maku” on jatkuvassa virtauksessa.

¹⁸ Myös de Solier 2005; Giles 2002.

¹⁹ Ks. Bourdieu 1984, 58, 60.

²⁰ Probyn 2000, 27–32.



Nelosen kotimainen *Sillä silmällä* -tyyliviisikko. Kuva: Nelonen.

²¹ Philips 2005, 223–224. Antropologi Mary Douglasin (1996, 30) mukaan tyylejä määritellään sen kautta, mitä itse ei olla tai haluta olla: antagonistisesti ja sulkemalla pois vääranlaisia tyylejä mahdollisuuksien kentästä.

²² Muutoksen paljastaminen on ohjelmatyyppin keskeinen konventio, josta käytetään englanninkielistä termiä "the reveal".

²³ Philips 2005, 220.

²⁴ Giles 2002, 625–626; Philips 2005.

²⁵ Taylor 2002, 486.

Taviksia lähellä ja kaukaa

Elämäntyyli-muutosohjelmissa maku tuottaa hierarkioita. Tavisten maku näyttää toimivan negaationa, jota asiantuntijat päivittelevät ja rukkaavat ja jota vasten heidän määrittämänsä "hyvä maku" saa hahmon.²¹ *Sillä silmällä* -sarjan Fab 5 (eli viiden homomiehen asiantuntijaviisikko) hämmästelee suurellisesti tavisten sisustusratkaisuja, vaatekaappien sisältöjä ja kosmeettisten tuotteiden kirjoa, nyripistelee ja päivittelee. Asiantuntijoiden poistotuomion saaneet huonekalut, asusteet ja shampoot poistetaan asunnosta. Muutosprosessin käynnistämisen katarittisuutta korostetaan viskaamalla tavarat ovesta tai parvekkeelta. Tavisvaatetusta hämmästellään myös sarjassa *Hyvältä näyttää*, jossa omaiset ja ystävät saavat heittää pois muuttujan naurettaviksi ja rumiksi katsomansa asusteet. *Viritettyjen vehkeiden* autojen muuttumisleikki alkaa sekin riisumisella: vanhat karvanopat ja somistetyynyt saavat kyytiä kovaäänisen rock-musiikin säestyksellä.

Siivoamistoimenpiteet merkitsevät muutoksen alkua ja katkosta aiempaan asioiden tolaan. Muutos huipentuu ja saa sulkeumansa paljastamistilaisuudessa kun tavis näkee uuden asuntonsa autonsa tai kasvonsa, tai kun tämän läheiset pääsevät todistamaan muutosta.²² Muodonmuutos on kuitenkin myös jatkuva prosessi, jota täytyy ylläpitää. Sisustusta, kuntoa, kampausta, ihoa ja vaatekaappia täytyy kaikkia huoltaa, jottei edessä ole paluu muodonmuutosta edeltäneisiin väriin tapoihin.²³ *Sillä silmällä* -sarjan tuotantokausien lopussa tehdään kontrollikäyntejä stailattujen heteromiesten sisustus- ja vaateustyyleihin, kun taas *Suurin pudottaja* -sarjassa seurataan kilpailusta pudonneiden laihdutushankkeen etenemistä. Enemmän tai vähemmän yllättävien tyylliratsioiden ja muiden päivitysten avulla vahditaan, ovatko tavikset pysyneet oikealla, asiantuntijoiden viitoittamalla tiellä vai livenneet siltä.

Elämäntyyli-muutosohjelmissa osallistujat ovat paljolti asiantuntijoiden armoilla, jotka vetävät oikean ja väärän, hyvän ja huonon tyylin rajoja hyvinkin selkeästi.²⁴ Ohjelmilla on koulutuksellinen funktionsa: ne opastavat sekä osallistujia että katsojia muuttuvissa trendeissä, kuluttamisen taidossa ja paikoin myös elämänhallinnassa (siinä, kuinka syödä, pukeutua, liikkua tai kouluttaa koira). Brittiläisessä tutkimuksessa on korostettu muutosohjelmien esittelemän hyvän maun ja tyylinormien luokkasidoksia: sarjojen suosittelu ma sovelias tavallisuus merkitsee alempaa keskiluokkaisuutta.²⁵ Kotimaiset muuttumisohjelmat tarjoavat vastaavia "keskitien ratkaisuja", joiden saavutettavuutta tuotteiden konkreettinen saatavuus lisää. Luokkeroihin keskittyvä analyysi ei ole kuitenkaan sellaisenaan siirrettävissä kotimaiseen viitekehukseen.

Suomalaisohjelmien tavikset eivät edusta ongelmattomasti työväenluokkaa tai alempaa keskiluokkaa. Osallistujilla on avaria asuntoja ja korkeakoulututkintoja, eikä kulttuurisen pääoman ja taloudellisen aseman välinen yhteys ole erityisen selkeä. Tavallisuus hahmottuu suomalaisessa viitekehyksessä samanlaisuutta tuottavaksi peitoksi, joka kattaa niin pienituloiset pätkätyöläiset kuin pääministerinkin. Sosiaaliset erot korvaantuvat elämäntyyli-muutosarjoissa ammattilaisten ja tavisten välisillä eronteoilla, joiden mukaisesti ammattilainen

hallitsee tyylin, mutta tavis useimmiten ei. Toisaalta taas tavisten ja asiantuntijoiden välinen raja on paikoin hyvinkin sopimuksenvarainen. Kampaajan, kokin tai stylistin ammatti antaa kotimaisen *Sillä silmällä* -sarjan asiantuntijaviisikon jäsenille uskottavuutta, mutta heidän tyyliauktoriteettiasemansa perustuu viime kädessä paljolti siihen, että heidät on nimetty sellaisiksi. Formaatin mukaisesti heidän asemaansa ei haasteta, vaan viisikon kannanotot muuttuvat yleisiksi tyyliuomioiksi ja hyvän maun ilmauksiksi.

²⁶ Taylor 2002, 482.

²⁷ Taylor 2002, 487.

²⁸ Phillips 2005, 219.

Suomen televisiossa on nähty sekä brittiläisiä, yhdysvaltalaisia että australialaisia elämäntyyli-muutosohjelmia ja joistain on tehty kotimaisia formaattiversioita. Kansainvälisten sarjojen yhteydessä termi tavis vaatii uudelleenmäärittelyä: sarjan *Olet mitä syöt* roskaruookaa suosivat työväenluokkaiset brittiperheet tai *Sillä silmällä* -sarjan monimutkaisia treffi- ja kosimisseremonioita harjoittelevat yhdysvaltalaismiehet ovat kenties taviksia erotuksena ammattiesiintyjistä, mutta samalla suomalaisesta kotikatsomosta käsin pakosti myös etäällä ja eräällä tapaa vieraita. Kielen lisäksi erot liittyvät arkiseen elämään, kuten asumiseen, liikenteeseen tai ihmissuhdejärjestelyihin. Tavallisuuden käsite viittaa arkiseen elämään, sen rutiineihin ja tiloihin. Vaikka kaikki elävät omalta kannaltaan tavallista elämää, ei tämä tavallisuus välttämättä välity halki maantieteellisten ja sosiaalisten erojen.²⁶

Kotimaisten sarjojen osallistujat ovatkin taviksia toiseen potenssiin. *Sillä silmällä* -sarjassa liikutaan tutuissa kaupunkitiloissa ja lähiöissä; osallistujilla on tutut murteet ja ilmaukset; kodeissa on tunnistettavia esineitä ja huonekaluja ja muuttumisleikin tykötarpeet löytyvät usein hyvinkin tutuista liikkeistä ja tavarataloista. Tavallisuuden tunne liittyy taviesiintyjien tunnistettavuuteen ja katkos itsen ja televisiohahmojen välillä on välillä häiritsevänkin pieni. Kotimaisen tavisarjen tavallisuus hahmottuu sekä paikkojen, kielen että esillä olevien tuotemaailmojen kautta.

Pääoman sijainnit

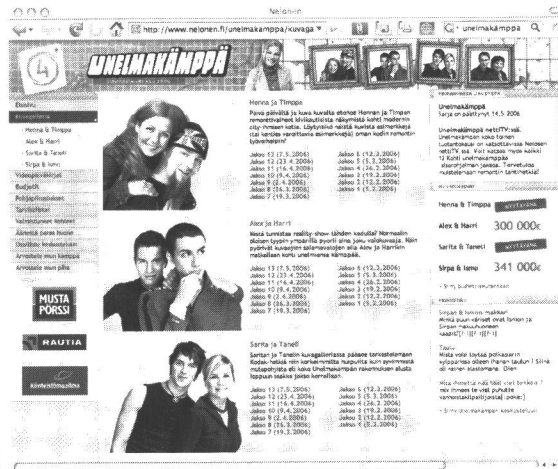
Muutosohjelmia ei voi erottaa kulutuskulttuurisesta viitekehyksestään (kaupallisesta mediasta, vapaa-ajan ja kulutuskyvyn kasvusta). Tavikset muuttuvat ja kohentuvat erilaisten kulutushyödykkeiden avulla, peilaavat itseään sisustuksiin, pihoihin ja autoihin. Hyödykkeet ovat viestinnän välineitä, joiden käyttö edellyttää taitoa. Toisaalta työn ja siihen liitettävien ajallisten ja rahallisten investointien vakuutetaan mahdollistavan minkä tahansa muutoksen, sillä kulutuskulttuurin periaatteiden mukaan ratkaisut ovat ostettavissa.²⁷

Onnistunut muutos on aina samalla onnistunut kulutustapahtuma ja ohjelmat esittelevät sen vaatimat tykötarpeet useimmiten hyvin yksityiskohtaisesti.²⁸ Kotimaisen *Sillä silmällä* -sarjan kohdalla ”hyvien tuotteiden” esittelyn nähtiin rikkovan televisio-ohjelmien ja mainosten rajoja (etenkin kun samalla esiteltiin myös ”huonot tuotteet”, jotka viisikko halusi korvata paremmilla). Kaiken kaikkiaan tuotteiden, tuotemerkkien ja ohjelmaformaattien limittäisyys on liian suorasaikaista vaatiakseen suoranaista ”paljastamista”. Tuotesijoittelun kasvanut

²⁸ Giles 2002, 606–607; Gorman-Murray 2006, 233–234; Philips 2005, 225, 228.



Sarjojen yhteis-
työkumppanit ovat
mukana myös
verkkosivuilla. Kuvat:
Nelonen.



eksplisiittisyys kieli mainostamisen ja televisioviihteen uudenaista jäsentymisestä, jossa tuotemerkit, liiketilat ja yritysten edustajat ovat ohjelmasisällön keskeisiä elementtejä. Sponsorit ovat "muutoksessa mukana" kaikissa kaupallisilla kanavilla esitetyissä ohjelmissa samanaikaisesti sekä muutoksessa tarvittavina asiantuntijavoimina että hyödykkeinä, joita kuluttamalla katsojat voivat aikaansaada vastaavia muutoksia kuin televisioruudulla todistamansa: esimerkiksi *Unelmäkämpällä* ja *Talolla* oli lukuisia yhteistyökumppaneita, joiden viestit aloittivat ja lopettivat mainoskatkot ja joiden tuotteita sarjoissa käytettiin. Yritykset ja tuotemerkit ovat siten ansainneet paikkansa ohjelmien lopputeksteissä.

Asumiseen, sisustukseen, ruokaan ja puutarhanhoitoon liittyvät ohjelmat ovat elämäntyyliohjelmien ydinaluetta. *Unelmäkämpän* ja *Talon* tyyppiset, talonrakentamisen ja asuntoremontin eri vaiheita kuvaavat "vertaismelodraamat" linkittyvät *Innon* ja *T.i.l.a.n* kaltaisten sisustusohjelmien tai digikanava JIMin miehille suunnattujen nikkarointiohjelmien tapaan huonekalujen ja sisustustuotteiden markkinoiden, tee-se-itse -tuotteiden ja asuntojen hintojen kasvuun.²⁹ Deborah Philipsin mukaan sisustustyyli ja sitä säätelevä "hyvä maku" esitetään muutosohjelmissa kulttuuriseksi pääomaksi, joka on muutettavissa kir-

jaimellisemmaksi pääomaksi.³⁰ Kuin tämän näkemyksen kuvituksena asunnonvälitysyhtiön näkyvästi sponsoroima *Pientä pintaremonttia* esittelee myyntiasuntojen stailauksen mahdollisuuksia ja tuottavuutta opastaen siten katsojia asuntojen arvon maksimoimisessa. Stailauksen tekee ammattisuunnittelija, jonka suunnitelman osallistuja valitsee kolmen ehdotuksen joukosta. Stailausinvestointi nostaa joka jaksossa asunnon myyntihintaa moninkertaisesti vaatimaansa panokseen nähden. Hinta-arvioinnin suorittaa asunnonvälitysyhtiön asiantuntija, jonka yhtiön logoilla somistettu työsuhteauto viipyilee tv-kuvissa ja jonka asiantuntemusta ohjelma korostaa.³¹ *Unelmäkämpän* voittajaksi taas selviää se pariskunta, jonka tuunaamasta asunnosta saadaan finaali-jakson huutokaupassa kallein myyntihinta. Vaikka nämä sarjan kierrättävät ahkerasti omannäköisyyden ja oman tyylin teemoja, tulee lopputuloksen vedota myös ostajaehdokkaiden mieltymyksiin.

Kodin sisustuksen, tyylin ja persoonallisuuden yhdistäminen on keskeinen teema naisten- ja sisustuslehdistä television muutosohjelmiin.³² Daniel Millerin mukaan sisustuksessa on kyse eräänlaisen "ihanneminän" rakentaminen. Huonekalujen, tekstiilien ja esineiden avulla ilmaistaan sitä, millaisia *haluaisimme olla*, millaisena haluaisimme nähdä itsemme tai millaisina haluaisimme toisten meidät näkevän (pikemmin kuin sitä, millaisia me olemme). Asuntoja sisustetaan muiden katseita varten ja sisustuksia peilataan erilaisiin normeihin, mielipiteisiin ja ihanteisiin.³³ Jostain tämän tapaisesta on kyse Nelosen varhaisillan SOHO-elämäntyyliohjelmien verkkosivujen "Arvostele mun kämpä" -osiossa, johon halukkaat voivat lähettää kuvia remontoitavista tai uudelleen sisustetusta asunnostaan muiden arvioitavaksi, kommentoitavaksi ja pisteytettäväksi.



Sarjassa *Hurja remonti* tuunataan asuntoja uuteen uskoon ruutukasvo Ty Penningtonin johdolla. Kuva: Nelonen.

³⁰ Philips 2005, 226–227.

³¹ Asetelma on samankaltainen brittisarjassa *Kämpät kuntoon*, jossa sekä remontin tarvetta että sen onnistumista suhteutetaan asuntovälittäjän hinta-arvioihin. Perinteisemmät sisustusohjelmat *T.i.l.a* ja *Inno* puolestaan neuvovat sisustuksessa ja auttavat kadunniehä näiden sisustusdilemmoissa: lapsuudenkodin muuttamisessa omannäköiseksi tai työhön liittyvien tavaroiden piilottamiseksi olohuoneesta. Puutarhaohjelmissä *Pioni* ja *Eden* tavisten pihat kokevat muodonmuutoksia ja *Puutarhaunelmissa* esitellään tavisten onnistuneita istutuksia. Erikoislehtien tapaan ohjelmat sekä esittelevät uusimpia trendejä että juhlivat persoonallisia ratkaisuja (joita esitellään muille mahdollisesti inspiroivina esimerkeinä). Puutarhalifestyle -ohjelmista ks. Taylor 2002.

³² Porvarillista kotia ja sen vierailijoille julkisia alueita luettiin jo kaksisataa vuotta sitten asukkaitensa luonteen eli "karaktäärin" ilmauksina. Kotoisista tiloista tulkittiin luokkaseman lisäksi merkkejä sivistyksestä, moraalista ja selkärangasta. Viimeistään 1900-luvulla painotus siirtyi yksilön moraalisen luonteen sijaan tämän persoonallisuuteen eli oletettuun ainutkertaisuuteen ja sen ilmaisuun. Halttunen 1989; Hepworth 1999, 25–26; Susman 1984, 273–281; Agnew 1989, 142.

³³ Miller 2001, 7; Miller 2002, 120–122.

³⁴ Coward 1984, 63–71.

³⁵ Solier 2005; Attwood 2005; Brunson & al. 2001.

³⁶ Gorman-Murray 2006, 228.

³⁷ Esim. Kalha 2006, 70–73.

³⁸ *Bella*-ohjelman esittely Nelosen www-sivuilla, <http://www.nelonen.fi/bella/16/ohjelma.htm>, tarkistettu 10.2.2007.

Kodin tilassa on esitelty itseä jokusen sukupolven ajan ja tämä esittely on koskenut erityisesti "sisustaviksi olennoiksi" määriteltyjä (keskiluokkaisia) naisia.³⁴ Tämä side on sittemmin laajentunut kattamaan myös miehet ja kodin tilaa laajemman esine- ja tuotemaailman. Elämäntyyliohjelmissa miehet ovat astuneet perinteisesti naisiksi merkityille alueille kokkaamaan, sisustamaan ja kampaamaan.³⁵ Erityisesti homomiehet ovat vakiinnuttaneet asemansa hyvän maun ja tyylikkyyden lähettiläinä, jotka laittavat heteromiesten tyylejä ojennukseen (*Sillä silmällä*), osallistuvat remontti- ja sisustusohjelmiin (kotimaisen *Unelmäkämpän* sekä alkuperäisformaattiohjelman, australialaisen *The Blockin* molemmat tuotantokaudet) ja voittavat niitä (kotimaisen *Unelmäkämpän* ensimmäinen tuotantokausi).³⁶ Vaikka elämäntyyli-muutosohjelmia on kritisoitu muun muassa tyylietöiden homomiesten stereotyyppiin kierrätyksestä,³⁷ ovat ne hahmottaneet uudelleen television esittämiä kodin, sukupuolen ja intiimiyden malleja.

Ruumis muutoksen kohteena

Muutosteemaiset ohjelmat kuvittavat omannäköisyyden vaikeaa etsintää, josta ei selvitä ilman asiantuntijoiden väliintuloa. Asiantuntijoiden – ovat nämä sitten sisustussuunnittelijoita, stailaajia, tuunaajia, kenkämyyjä, mekaanikkoja, aromaterapeutteja tai kauneuskirurgia – panoksella aikaansaatu muutos kuvataan lähes poikkeuksetta menestyskertomukseksi. Lopputulos ei vain täytä odotuksia vaan ylittää ne: dramaattiseksi kehystetty muutoksen paljastaminen saa usein yleisökseen muutoksen kokeneen taviksen ystäviä ja sukulaisia, joiden henkeä haukkova ihastelu osaltaan varmistaa onnistunutta lopputulosta. Muutos voi liittyä niin ulkoiseen stailaukseen kuin sisäiseen tuunaukseenkin:

"Suomen ihanin nainen Janina Frostell juontaa *Bellaa*, joka on kauneuteen ja hyvinvointiin kokonaisvaltaisesti keskittyvä ohjelma. Nelosen lifestyle-paketin hehkein perheenjäsen Bella esittelee joka viikko uuden naispuolisen kohdehenkilön, joka käy läpi sekä sisäisen että ulkoisen muodonmuutoksen. Janina Frostell emännöi kauneuskartanoa, jonka jokaisessa huoneessa kohdehenkilöä odottaa uusi asiantuntija. Huomiota kiinnitetään muun muassa hiuksiin, meikkiin, ihoon, tyyliin, vaatteisiin, ravitsemusoppiin, sosiaalisiin taitoihin ja henkiseen hyvinvointiin. Bellan kantava ajatus on, että tyyli tulee sisältä."³⁸

Sisäisen ja ulkoisen tasapainon korostaminen on tässä jokseenkin ristiriitaista: tyyli on jotakin, joka "tulee sisältä", mutta sen ilmaisemiseen vaaditaan kartanollinen asiantuntijoita, joilla on tuskin paljon kosketusta osallistujan sisäiseen maailmaan. Astetta radikaalimpia, kosmeettisia leikkauksia hyödyntäviä muutosohjelmia (kuten *Hurjaa muodonmuutosta*) tutkineiden Sarah Banet-Weiserin ja Laura Portwood-Stacerin mukaan ulkoisen muodonmuutoksen oletetaan aiheuttavan myös sisäisen "paranemisen". Tyylin sisäisyys tarkoittaa tässä yhteydessä sitä, että hyvännäköinen tyyli tuottaa hyvätuntuisen olon: sarjat siis yhdistävät muodonmuutoksen henkilökohtaiseen ja henkiseen

⁴¹ Vrt. Rossi 2002, 33; Roof 2006.

⁴² Weber 2005.

⁴³ Banet-Weiser and Portwood-Stacer 2006, 268; Weber 2005.

⁴⁴ Roof 2006.

⁴⁵ Roof 2006.

hyvin standardimaisia ruumiinmuotoja: liian suuret nenät ja korvat pienennetään; hampaat suoritaan ja valkaistaan; rasvamakkarat imetään pois ja kiinteytetään kuntosalilla; miesten vartaloista muokataan hillityn lihaksikkaita ja naisista solakoita; miehille asennetaan leukaimplanteja maskuliinisemmän ilmeen aikaansaamiseksi; naisille laitetaan rintaimplanteja ja botoxia huuliin. Normatiivisuus koskee sekä naisia että miehiä, eikä naisnaisellisuuden ja miesmiehekkyyden raja-aitojen yli loikita.⁴¹ Sarjojen tuottaman kauneuden standardimaisia muotoja pohtiva Brenda D. Weber määrittelee tyylin termillä "high glam": tähän kuuluvat naisten pöyhkeät kampaukset (hiukset ovat harvemmin lyhyet), korkeat korot, rintavako ja yleinen huippuun viritetty naisellisuus.⁴² Miehistä taas rukataan valkohampaisia, siistihiuksisia ja klassisesti puettuja standardimalleja. *Joutsenen* finaali-jakson osallistajat ovat hämmentävä näky: pitkät, laineille laitetut hiukset, iltapuvut, pukukorut ja tasaisen kiiltävät helmihampaiset hymyt tekevät vaikeaksi erottaa naisia toisistaan muutoin kuin pituuden perusteella. Finalistien kuvat haastavat pohtimaan hyvän maun ja tyylikkyyden kriteerejä: klassisen, ajattoman tyylikkyyden sijaan nämä esittelevät kimaltelevaa ja yletöntä missiestetiikkaa.

Weberin mukaan *Hurjassa muodonmuutoksessa* vaikuttaa samuuden talous: rukkaamisen myötä kilpailijoista tulee "klassisia subjekteja", joita ei enää vaivaa sisäisen ja ulkoisen minän välinen katkos. Omaan itseensä tyytymättömät osallistajat kertovat kameralle toiveistaan "olla taas oma itsensä". Muodonmuutos siis mahdollistaa paluun oman näköisyyteen toisennäköisyyden kautta.⁴³ Ohjelmien kierrättämän retoriikan mukaan kauneusleikkausten avulla todellinen minä kaivetaan esille vääränlaiseksi koetusta ruumiista, jossa se on joutunut piileksimään.⁴⁴ Muodonmuutos antaa tilaisuuden ilmaista oletettua "sisäistä potentiaaliaan", mikä tarkoittaa normien tavoittamista, eräänlaista ihanteellista ja turvallista normaaliutta. Judith Roofin mukaan muodonmuutos tuottaakin ennen kaikkea näkymättömyyttä: häiritsevät särmät hiotaan pois ja lopputuloksen omannäköinen minä näyttää kovin paljon keneltä tahansa muulta.⁴⁵

Anne Croninin ajatus minästä projektina, samanaikaisesti sen teki-jänä ja kohteena hahmottuu näissä tapauksissa uudelleen. Toimijoita on kokonainen joukko, eikä muutoksen kokijalla ole välttämättä paljoakaan valinnanvapautta muodonmuutoksensa suunnan suhteen. *Hurjassa muodonmuutoksessa* asiantuntijakirurgit ja hammaslääkärit huomioivat muuttujan toiveet, mutta ehdottelevat myös omiaan. Hiusten ja vaatteiden suhteen valinnan tilaa on tätäkin vähemmän. *Joutsenessa* kilpailijat eivät voi seurata omaa muutosprosessiaan lainkaan. Oma tyyliä – ja sen kautta oletettavasti ilmaistavaa ainutkertaista minuutta – koskeva päätösvalta luovutetaan kokonaan pois erilaisille asiantuntijoille, joiden oletetaan tietävän paremmin. Vaikka sama asiantuntijavalta toistuu vaikkapa sisustusohjelmissa, on kasvopiiirteiden ja ruumiinmuotojen muokkaus toimijuuden kannalta huomattavasti ongelmallisempi alue.

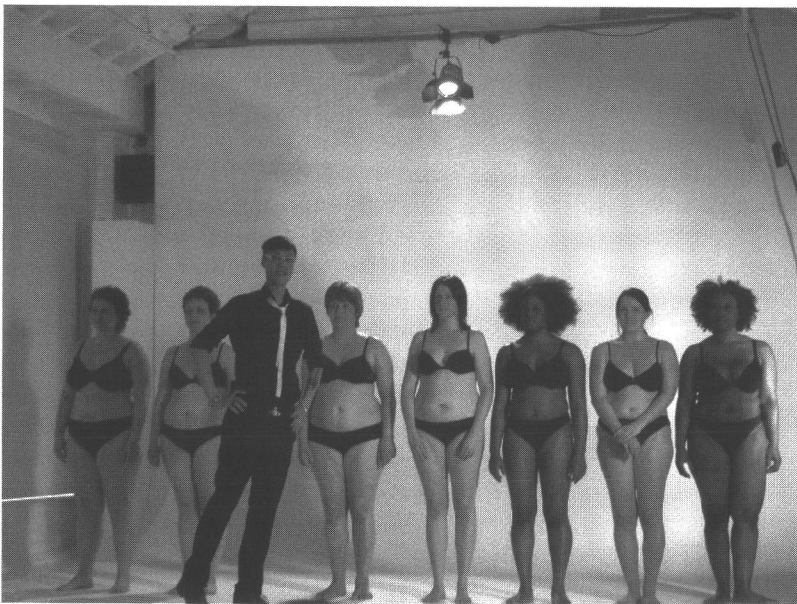
Hurjan muodonmuutoksen kolmannen tuotantokauden kolmannessa jaksossa muodonmuutokseen astuu kentuckyalainen goottihenkinen Jeanene. Rinta-implanttien, nenäleikkauksen, rasvaimun, karvanpoiston, hampaiden valkaisun, luomien poiston ja korvalehtien re-

konstruoinnin lisäksi Jeanene kokee hius-, meikki- ja vaatetyylinsä valtavirtaistumisen. Hänen punkrokkaripoikaystävänsä taas pääsee valtavirtaistavaan ”minimuodonmuutokseen”. Jakso tuntuu alleviivaavan erojen poispyyhkimistä ja haluttavan tyylin jäykkiä raameja. Muutoksen paljastustilaisuus kuitenkin rikkoo hyvännäköisyyden normeja: tunteikkaiden ilonkiljhdusten sijaan pariskunnan ystävät reagoivat muodonmuutoksiin epäuskolla, hämmennyksellä ja jopa iljetyksellä. Asiantuntijoiden räätälöimä hyvännäköisyys ei siis tule tunnistetuksi sellaisena ja sulkeuma jää saavuttamatta.

Elämäntyyli-muutosohjelmat tasapainottelevat tyylikkyyden ja ylettömyyden rajoilla, mistä johtuen ”hyvännäköisyyden” normi on jatkuvassa liikkeessä. Yhdessä ohjelmassa hyvännäköisyys merkitsee sisustusarkkitehdin harmaasävyistä mallipiirrosta, toisessa yökerhosiintyjän lameepukua ja kolmannessa yliviritettyä ajopeliä. Tavisten ja asiantuntijoiden, yksityisen ja yleisen tyylin, erityisyyden ja sarjallisuuden väliset jännitteet ja hierarkiat toistuvat sarjasta toiseen, mutta itse kategoriat ovat epävakaita. Elämäntyyli-muutosohjelmat eivät tarjoa yksitulkintaisia ohjeita tyylin tai maun kehittämiseen, vaan kukin ohjelma koulii taviksia omalla tavallaan. Lisäksi on havaittavissa selkeitä kulttuurisia tyylieroja. Yhdysvaltalaisarjan säkenöivä uusi tyyli ei välttämättä tule tunnistetuksi Suomessa hyvänä makuna. Kotimaisen *Hurjan muodonmuutoksen* uudet tyylit ovat huomattavasti formaattiesikuvaansa hillitympiä: paljettien, tupeerauksien ja lasikoru-rujen paikalla on jakkupukuja ja maanläheisiä ehostuksia.

Ällö vanha minä

Muodonmuutosta edeltävät ruumiit esitetään selvästi väärenlaisina.



Osallistujien itsetuntoa stailaamisen kautta kohottavassa sarjassa *Nähti nakuna* suhteutetaan omia ruumiinmuotoja muiden vartaloihin. Kuva: Nelonen.

⁴⁶ Banet-Weiser and Portwood-Stacer 2006, 264, 266.

⁴⁷ Brunson & al. 2001, 55.

⁴⁸ Roof 2006.

⁴⁹ Kyrölä 2004, 26.

Naisilla ei ole ehostusta tai kampauksia, vaatteet ovat arkisia, vaatimattomia tai epäpukevia. *Joutsenen* naiset laitetaan seisoskelemaan vankilamaisissa alusvaatteissa kuvakulmien ja valaistuksen korostessa näiden vartaloiden ylimääräistä tai roikkuvaa lihaa.⁴⁶ Vastaavasti *Suurimmassa pudottajassa* laihduttajat puetaan halki ohjelman heidän painoan korostaviin pyöräilyshortseihin ja urheilutoppeihin, joissa he voivat olla edukseen vasta vastatessaan päämääränä olevaa timmin ruumiin normatiivista ihannetta. Vanha ruumis ei kelpaa; se häiritsee, ahdistaa ja masentaa.

Muodonmuutoksessa paljastettava uusi minä taas vastaa hyvän näköisyyden normeja ja saavuttaa yleisen hyväksynnän. *Hurjassa muodonmuutoksessa* uusi minä paljastetaan dramaattisesti kokoon kutsutuille ystäville ja sukulaisille, joiden ilon kyyneleet ja häkeltyneet kommentit todentavat – edellä mainitun kaltaisia poikkeuksia lukuun ottamatta – muutoksen vaikuttavuutta ja onnistuneisuutta. Muutosten paljastaminen on affektiivinen hetki kaikenlaisissa elämäntyyliohjelmissä, mutta *Hurjassa muodonmuutoksessa* se rakennetaan erityisen pakahduttavaksi.⁴⁷ Kulahtaneiden vanhojen minuuksien ja säkenöivien uusien minuuksien välistä eroa korostetaan niin asusteilla (harmahtavat vaatteet vs. iltapuku), valaistuksella (kirkas, julma valo varjoineen vs. muotokuvavalaistus), ehostuksella (saunapuhdas iho vs. iltameikki) kuin myös muiden ihailevien kommenttien kautta.⁴⁸

Painon ja ruumiinmuotojen muokkaaminen on keskeistä myös muissa muutosohjelmissä. Tämä muokkaus voi liittyä terveellisten elämäntapojen propagointiin (*Olet mitä syöt*) tai eksplisiittisesti painon pudottamisen päämäärään (*Suurin pudottaja*). Toisaalta terveys ja laihduminen nivoutuvat siinä määrin yhteen, ettei niiden välistä rajaa ole kovinkaan helppoa vetää. Yhdysvaltalainen ”sota lihavuutta vastaan” on rantautunut voimakkaasti Suomeenkin, mistä vaikkapa *Helsingin Sanomien* kevään 2007 ”Läskikapina” -teema-artikkelit todistavat. Tässä sodassa lihavuus on epäterveellisyyden synonyymi, terveysriski ja kansantauti. Laihtuminen puolestaan yhdistetään paranemiseen, terveyteen ja yleiseen edistykseen paljolti riippumatta siitä, kuinka terveellisiä radikaalit, nopeat painonpudotukset itse asiassa ovat.

Lihavuuden mediakuvastoja tutkiva Katariina Kyrölä toteaa laihduttamista käsittelevien lehtijuttujen asettavan uuden, hoikan ja ”aidomman” kehon muutosta edeltäneen kehon ulkopuolelle, tarkastelemaan ja kritisoimaan sitä. Lihava ruumis objektivoidaan sekä laihtujan että lukijoiden arvioiville katseille.⁴⁹ Ennen ja jälkeen -kuvien rinnastus on myös televisio-ohjelmien keskeinen huipennus, hämmästyksen hetki. Yhdysvaltalaisen *Suurimman pudottajan* toisen tuotantokauden finalistit asetettiin yksi toisensa jälkeen laihduttajien edeltäneitä ruumiitaan kuvaavien pahvikuvien vierelle. Vastaavasti kuin *7 päivää* -lehtijuttujen laihduttajat, myös nämä kilpailijat ilmaisivat ällötystään vanhoja ruumiitaan kohtaan: yhdet olivat epäuskoisia, toisia kuvotti ja kolmannet puhkesivat kyyneliin.

Kyrölän mukaan laihdutusjutuissa on pyrkimyksenä löytää lihavan ”kuoren” alla piilevä todellinen minä, jonkinlainen oletettu ydinmiinus. Tätä ilmaistaan retoriikalla kilojensa alla piilevistä kaunottarista ja ylipainostaan perhosen tapaan kuoriutuvista laihduttajista. Näin ollen ”todellinen minä” ei voi olla lihava: todellinen minä voi asustaa

lihavassa ruumiissa, mutta se ei voi saada ilmaisuun sen kautta.⁵⁰ Kotimaisen *Suurimman pudottajan* tekeillä olevaa toista tuotantokautta juontava Sini (joka sijoittui ensimmäisellä tuotantokaudella kolmanneksi) kuvailee sarjan mahdollistamaa elämänmuutostaan:

⁵⁰ Kyrölä 2004, 27.

⁵¹ <http://www.mtv3.fi/ohjelmat/suurinpudottaja/sini.shtml>, tarkistettu 10.2.2007.

–"Suurin pudottaja antaa mahtavat eväät tavoitteiden saavuttamiseen. Se tarjoaa puitteet, kuten ruoan, ravitsemusterapeutin, valmentajan ja erityisesti vertaisryhmän, Sini miettii ohjelman antia.

Hoikistuneen naisen oma elämä on ohjelman jälkeen muuttunut vain positiivisempaan suuntaan. Vieraatkin ihmiset ovat tulleet onnittelemaan ja kertomaan Sinin jopa inspiroineen heitä laihduttamaan.

–Kyllä se nostaa itsetuntoa, kun on päässyt sen näköiseksi, kun on tuntenut olevansa, juontaja kuvailee muutosta elämässään."⁵¹

Muutosohjelmat kutsuvat kotisohvien taviksia mukaan muutos-hankkeeseen konkreettisten ohjeiden, neuvojen ja tukipalveluiden välityksellä samalla kun osallistujia opastetaan elämäntapojensa ja -tyyliensä kehittämisessä kulutuskulttuurin tuotekirjon avulla. On kyse sitten uudesta sisustuksesta, laihduttamisesta tai sopivien kenkien ostamisesta, ohjelmat opastavat katsojia esimerkkien ja tuotesijoittelun kautta. Ohjelmien verkkosivuilla on tässä keskeinen rooli: jaksoselostusten ja henkilöesittelyjen lisäksi ne tarjoavat vinkkejä, taustatietoja, testejä, päiväkirjamerkintöjä ja jakamisen mahdollisuuksia. Yhdysvaltalaisilla *Suurin pudottaja* -sivuilla on oma galleriansa ohjelmasta laihtumisoppia saaneiden katsojien lähettämille "ennen ja jälkeen" -kuville ja menestystarinoille. Suomessa sarjaa esittävä MTV3 markkinoi kotilaihduttajille omaa Keventäjät-verkkopalveluaan.

Työtä ja asiantuntijavaltaa

Lehtien laihdutusjutut rakentavat ennen ja jälkeen -kuvien välisiä rinnastuksia, kun taas televisiossa korostetaan yhtälailla tai enemmänkin itse muutosprosessia, sen vaatimaa työtä, suunnittelua, sinnikkyyttä ja taitoa. Judith Roofin näkee muutosohjelmat yleisemminkin työn, osaamisen ja asiantuntijuuden spektaakkeleina, luovuuden ja taidon juhlintana, jossa oietaan harrastelijamaisten tunareiden jälkiä. Samalla

Yhdysvaltalaisen *Suurin pudottaja* -sarjan verkkosivut kutsuvat katsojia osallistumaan. Kuva: NBC.



⁵² Roof 2006.

⁵³ Philips 2005.

⁵⁴ Zimmermann 1995, 1–6.

⁵⁵ Patricia Zimmermannin (1995) mukaan tämä liukuma auttaa ylläpitämään henkilökohtaisen täyttymyksen ja itsen toteuttamisen myyntejä.

⁵⁶ *Unelmäkämpän ja Talon* kaltaisissa remontti- ja rakennusohjelmissa, joissa tavikset asetetaan ammattilaisten kenkiin toteuttamaan omia näkemyksiään, heidän taitonsa ja tyyliinsä ovat jatkuvia epävarmuuden aiheita. Epäonnistumisen hetket välitetään katsojille tarkasti ja sarjojen keskeinen jännite liittyy osallistujien jaksamisen ohella näiden osaamiseen: siihen, romahtaako kaikki vai tuleeko jäljestä esittelykelpoista. Onnistumisen arvioi ammattilainen, asunnonvälittäjä tai rakennusinsinööri.

ohjelmissa luodaan tee-se-itse -persoonallisuuden ideaa mukaillen uskoa siihen, että työn tuloksena voimme olla ja saavuttaa mitä tahansa.⁵² *Suurin pudottaja* -sarjassa seurataan osallistujien loputtomia kuntosalisessioita, hikisiä ruumiita ja ponnistusten vääntämiä kasvoja; *Hurja muodonmuutos* vie katsojat seuraamaan osallistujien kauneusleikkauksia ja hammaskirurgiaa ja *Viritetyt vehkeet* kuvaa autojen tuunaamisen eri vaiheita vanhan sisustuksen riisumisesta maalaamisen, vanteiden, elektroniikan ja somisteiden asentamiseen. Huomion keskipisteenä ovat muutos itsessään sekä muutoksen ohjeistavat tai suorittavat asiantuntijat erikoistaitoineen.

Asiantuntijavalta yhdistää keskenään hyvin erilaisia muutosohjelmia.⁵³ Tavikset ovat ohjelman keskiössä muutosta vaativine elämäntapoineen ja tyylineen, mutta vasta asiantuntijoiden osaaminen mahdollistaa onnistuneen muutoksen. Niinpä *Viritettyjen vehkeiden* ammattilaiset varoittavat toistuvasti harrastelijamaisen tuunauksen (*self-pimping*) vaaroista, joita havainnollistetaan lähikuvien ilmastointiteipillä kiinnitetyistä peruutuspeleistä, vilkkuvista led-valoista ja laikukkaista maalipinnoista. Harrastelijoiden ja ammattilaisten suhde on sekä hierarkkinen että symbioottinen. Harrastelijoiden oletettuna tekemisen motiivina on nautinto ja ilo, mihin amatööriyden latinalainen kantasana *amare*, rakastaa, osaltaan viittaa.⁵⁴ Harrastelijat puuhaavat vapaa-ajalla tekemisen ilosta, kun taas ammattilaisten tekeminen määrittyy työn, rahallisen korvauksen ja asiantuntemuksen kautta. Kategorioiden väliset rajat nähdään kuitenkin myös liukuvina – harrastelijasta voi kehittyä ammattilainen ja ammattilainenkin voi puuhata ilokseen.⁵⁵

Television muutosohjelmissa harrastelijoita laitetaan paikoilleen kömpelön kädenjälkiensä, omien ulkomuotojensa, tyyliensä, makuunsa ja omaisuutensa suhteen. Harrastelija saattaa nauttia pukeutumisesta, sisustuksesta tai erilaisesta tuunauksesta. Ohjelmat kuitenkin painottavat, ettei tämä omaa ammattimaista varmuutta eikä lopputulos siten vastaa ammattimaisia kriteerejä: lopputulokset ovat huojuvia, linjattomia ja jopa tyyliittömiä. Esimerkiksi ruokailun yhteydessä tavikset tekevät useimmiten vääränlaista (liian rasvaista, liian suolaista, liian lihaisaa, liian sokerista) ruokaa ja vaikka sen parissa puuhastelu voi tuottaa nautintoa, opettaa *Olet mitä syöt* sen olevan viime kädessä vaarallista ja tuhoisaa.⁵⁶

Toisaalta harrastelijamaisen kustomoinnin, tuunauksen ja itse tekemisen iloja juhlietaan avoimesti *Miss Mix* -lehdestä kodinkunnostusohjelmiin tai *Retro* ja *Strömsö* -sarjoihin. Näissä tuunaus hahmotuu itseilmaisuuna, omannäköisen jäljen aikaansaamisena, jonka alue rajautuu paljolti asusteisiin, kodin esineisiin ja somisteisiin. Vaikka auto on *Viritetyissä vehkeissä* selvästi persoonallisuuden jatke, peili ja mainosikkuna, harrastelijan aikaansaama ”omannäköinen” jälki on ivan ja pilkan aihe. Itse tekeminen ja harrastaminen on kotoista vapaa-ajan puuhaa, jolle asetetaan sarjoissa omat paikkansa: se ei saa olla liian julkista, kunnianhimoista tai suurellista. Ammattituunaaajien kohdalla tilanne on päinvastainen.

Viritetyissä vehkeissä harrastelija-dj:n tavaratilaan asennetaan levysoittimet ja mikserit, kokiksi opiskelevan puolalaisnuorukaisen Trabantiin asennetaan keittolevy ja taitettava ruokailupöytä, kun taas

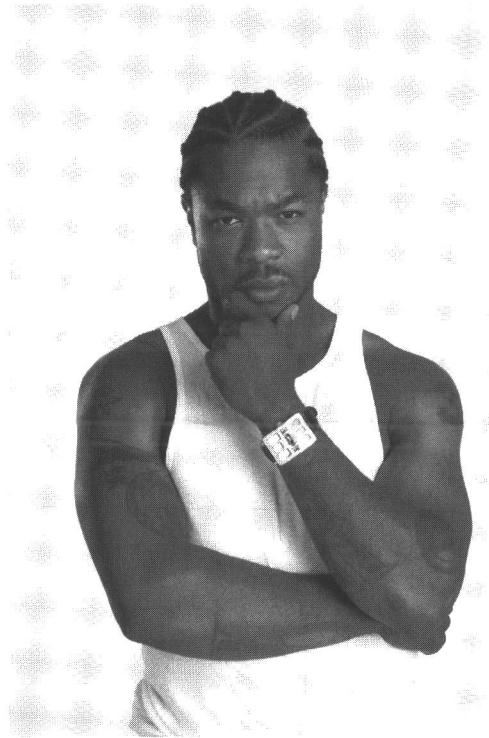
luonnonystävän penkit verhoillaan lohennahalla ja auton perään asennetaan kalapellettien avulla toimiva karhujen torjuntaväline.⁵⁷ Muutosten tyyleissä mukaillaan tavisten harrastuksia, makuja ja kiinnostuksen kohteita. Ratkaisut ovat ylettömiä, räikeitä ja niiden funktionaalisuus kyseenalainen. Autot ladataan DVD-soittimilla, näyttöillä, konsolipeleillä, satelliittinavigaatiovälineillä ja kaiuttimilla: näyttöjä saatetaan sijoittaa auton alle, jos kyseinen tavis on kiinnostunut mekaanikon työstä ja lava-auton lava saatetaan tilaisuuden sattuessa muuttaa pystyyn nousevaksi monitoriseinäksi, jota voi ihastella vain auton ulkopuolelta. Somistuksiksi asennetaan suihkulähteitä, porealtaita ja juomaveden pullotuskoneita. Korkeakulttuuriset viitteet ovat sarjassa harvassa. Vaikka auton sisäkattoon saatetaan maalata Michelangelon *Aatamin luomista* mukaileva ”fresko”, ei tulos noudata aristokraattisia makukriteerejä vaan muistuttaa enemmänkin lasvegaslaisen teemaravintolan sisustusta. Onkin melko selvää, ettei *Viritettyjä vehkeitä* voi selittää keskiluokkaisilla makunormeilla, luokka-aspiraatiolla tai tavallisuuden juhlinnalla.

Innokkaana *Viritettyjen vehkeiden* katsojana haluan ottaa sarjan tarjoamat muutosmallit vakavasti ja pohtia, kuinka ne monimutkaiset tavat tai jopa kyseenalaistavat elämäntyyli-muutosohjelmista tehtyjä, yleisiä ja suoraviivaisia luokan, maun ja normien luentoja. Yhtäältä *Viritettyt vehkeet* toistaa monia ohjelmatyyppin yleisiä konventioita: muuttuja on tavis, jonka omat tuunaukset ovat eri tavoin tuhelaita. Asiantuntijat puolestaan hallitsevat katu-uskottavan tyylin salat. Ennen ja jälkeen -kuvien väliset erot ovat häkellyttäviä ja muuttuneen auton paljastaminen tunteellinen kliimaksi. Muutoksesta onnelliset tavikset nostavat loppukiitoksissaan auton itsetunnon ja loputtomien tulevaisuudenmahdollisuuksien symboliksi, minän jatkeeksi, joka on samalla omannäköinen että itseä parempi.

Toisaalta taas sarja rikkoo ohjelmatyyppin konventioita vastaan esittäessään tyylin taitureina afroamerikkalaiset rap ja hip hop -artistit pröystäilevine autoineen ja asiantuntijoina tatuoituja ja lävistettyjä tuunajia. Ohjelman nimi ja 1970-lukuisen retroileva, Wunderbaumeilla somistettu alkugrafiikka ja tunnusmusiikki liittävät tuunauksen tyylin blaxploitaatioelokuvien parittaja (eli *pimp*) -hahmoihin ja teatraalisiin habituksiin, kimaltaviin koruihin ja turkissomisteisiin.

Osallistujien omannäköisyyttä ei pyyhitä pois tai rakenneta uudelleen, vaan sillä leikitään ja siitä tehdään liioittelevia variaatioita. Ala- ja osakulttuuriset tyyli eivät siis elä piristävinä aksenteina, vaan ohjelman peruselementteinä. *Viritettyt vehkeet* on yletön ja liioitteleva, muttei suinkaan elämäntyyli-muutosohjelmien parodia. Pikemminkin se on kulutuskulttuurista juontuva ja sitä käsittelevä sarja, joka korostaa ja alleviivaa tuotteiden ja omannäköisyyden suhteita sekä ylellisyystuotteiden haluttavuutta. Sarja hehkuttaa sekä hintavia, erikoisvalmisteisia tilaustuotteita että onnistuneen tuunauksen vaatimaa käsityötaitoa keskittyen autojen ulkomuodon rukkaamiseen. Moottoreita tai jarruja korjataan vain turvallisuuden niin vaatiessa, kun taas sisustukseen, renkaisiin ja laitteisiin keskitetään paljon huomiota: ei ole epätavallista, että auton vanteet (tai yksi vanne) ovat kalliimpia kuin koko muutosta edeltäneen auton myyntiarvo. Tuunauksen tuloksena autojen vaihtoarvo kohoaa, mutta hyvin eri periaatteella kuin *Pientä*

⁵⁷ *Viritettyissä vehkeissä* pienituloiset, räjäjäisillä autoilla huristelevat kalifornialaisnuoret ilmoittavat autonsa muutosleikkiin, jossa menopelit tuunataan ammattivoimin rivakasti uudelleen. MTV on tuottanut sarjaa vuodesta 2004 lähtien ja se on poikunut brittiläisversion *Pimp My Ride UK*, yleiseurooppalaisen *Pimp My Ride Internationalin* sekä saksalaisen *Pimp My Fahrrad*in, jossa polkupyöriä tuunattiin choppereiksi.



Viritettyjen vehkeiden juontajana toimii rap-artisti Xzibit.
Kuva: Nelonen.

pintaremonttia -sarjan asuntostailauksessa.

Yliviritettyä omannäköisyyttä ja ainutkertaisuutta tuottava sarja sekä fetissoi tuunattuja autoja ja niiden tykötärpeitä (joita esitellään lähikuvissa valmistajat erikseen mainiten) että rikkoo niiden fetissi-asemaa omalaatuisilla sovelluksillaan ja variaatioillaan. Luokkahierarkioiden tukemisen sijaan sarja avaa maun ja tyylin leikkikentäksi, jossa arvaamattomimmat, ylettömimmät ja mielikuvituksellisimmat ratkaisut saavat suurimman suosion. Vaikka autojen vanhat hahmot saavatkin sarjassa kyytiä, niistä puhutaan paljolti tunnearvon ja -siteiden kautta. Menopeli saattaa olla kulkenut suvussa useamman sukupolven ajan. Anonymien liukuhihnatuotteiden sijaan autot ovat henkilökohtaisia ja niillä on oma historiansa. Muutoksen myötä autosta tulee yhä erityisempi.

Omannäköisyys tuotesuhteena

Elämäntyyli-muutosohjelmia yhdistää eriateisen asiantuntijavallan lisäksi yksilöllisyyden paradoksaalinen korostaminen. Muodonmuutoksen kokevat tavikset saavat uuden tyylin, joka esitetään samalla näiden omimman näköisenä ja todellista minuutta huokuvana. Useimmissa tapauksissa tämä uusi persoonallinen tyyli muistuttaa voimakkaasti suurten tavaratalojen keski-ikäisille ja keskiluokkaisille kohdeyleisölle markkinoimia, hillityn tyylikkää ja melkoisen konservatiivisia pukimia. Turvallinen keskitie tapaa löytyä myös kampanjoista ja sisustusratkaisuksista, joita tasapainotetaan sukupuolierojen selkeällä korostamisella. Deborah Philipsin tulkinnessa osallistujien ala- tai osakulttuuriset mielitykset (ja jopa näiden henkilöhistoriat) jäävät

elämään lähinnä piristävinä aksentteina ja viitteinä, kuten rock-henkisinä t-paitaprintteinä, merihenkisiä sisustuskuoseina tai kehystettyinä perhevalokuvina.⁵⁸ Näin ohjelmat opettavat, että omannäköisyys on hyvännäköistä lähinnä mukaillessaan yleistä konsensusta – on kyse sitten ruumiin painosta, vaatetyyleistä tai pihan soveliaasta puutarhatonttumäärästä. Toisaalta *Viritettyjen vehkeiden* kaltaiset sarjat kuitenkin havainnollistavat vastakkaista suuntausta, jossa kohtuus ja konsensus eivät ole erityisiä hyveitä.

Viritetyt vehkeet havainnollistaa tosi-tv:n toista, tavisosallistujien auttamiseen ja näiden tyylien muokkaamiseen keskittyvää vaihetta, jonka ohjelmat tähtäävät viihdyttämiseen ”hyvää mieltä” tuottamalla. Leikkisyydessään se eroaa elämäntyyli-muutosohjelmien kasvatuksellisesta valtavirrasta vihjaten samalla ohjelmatyyppin olevan monimuotoisempi kuin sen tulkinnoissa on usein huomioitu.

Elämäntyyli-muutosohjelmat tarjoavat enemmän tai vähemmän fantastisia mallikuvia hyödykkeiden ja tyylien joukossa navigoimiselle. Sarjojen painopiste on yleisesti yksityisihmisten arjen estetisöimisessä, mikrotason oivalluksissa ja saavutuksissa. Charlotte Brunsdonin mukaan elämäntyyliohjelmat voi nähdä (ainakin vähemmän äärimmäisten esimerkkiensä osalta) ”hyvänä, tavallisena televisiona”, joka tavoittelee erilaisia yleisöjä ja niin tehdessään hahmottaa samuuden ohella erilaisia elämäntyyliä, opastaa, mainostaa ja viihdyttää.⁵⁹ Elämäntyyli-muutosohjelmia tulisikin arvioida niiden omista lähtökohdista käsin – ei niinkään korostamalla kaikkea sitä, mitä ne eivät ole, kuin sitä, millä tavalla ne hahmottavat yksilöiden ja tuotteiden, sosiaalisten ryhmien ja tyylien välisiä suhteita.

Kuten stailauksen, kustomoinnin ja tuunauksen nousu arkisen sanaston osiksi osoittaa, minän ja hyödykkeiden limittäisyys ei merkitse automaattisesti standardisointia samankaltaisuuden ja -näköisyyden merkityksessä, vaan yhtäläillä pakkoyksilöllisyyteen liittyvää valintaa, yhdistelyä ja omannäköisyyttä. Tämä tyyllittely voi olla leikkisää, ylitseampuvaa ja itsetietoista, mutta se on yhtä kaikki keskeistä minuuden hahmottamiselle. Omannäköisyys on pakollista, eräänlainen kuluttaja-kansalaisvelvollisuus, eikä sen tyyli ole vapaa vaikka kulutuskulttuuriin liittyvä valinnanvapauden ja sisäisen ainutkertaisen, ilmaistemusta vaativan minuuden mantra niin korostaa.⁶⁰ Kulutuskulttuurissa hyödykelogiikan ulkopuolelle ei ole helppoa pääsyä, sillä tyyleistä ja tuotteista kieltäytyminen merkitsee sekin omanlaistaan hyödykesuhdetta. Toisin sanoen tavarakulttuuri on erottamaton osa itsen ja muiden hahmottamista, tunnistamista ja luokittelemista.

Sarjojen korostama muutos ja päivittäminen noudattelevat kulutuskulttuurin yleisiä toimintaperiaatteita. Ne havainnollistavat kulutuksen ja viihteen rajojen perustavanlaatuisia huojumista, mutta myös minän ja tavaramaailman yhteen hitsautumista.⁶¹ Tässä mielessä ohjelmatyyppiä voi lukea laajempänä kulttuurisena metaforana ihmisten kiinnittymiselle tavaroihin, vaatteisiin ja koneisiin ihanteellisina peileinä tai kiintymyksen kohteina.⁶² Samalla kun elämäntyyli-muutosohjelmat muokkaavat sekä tavisosallistujien ruumiita että materiaalisia kehyksiä, ne myös havainnollistavat yksilön rajojen huokoisuutta ja minuuden jatkuvaa tekeytymistä tyylien, makujen

⁵⁸ Philips 2005, 224.

⁵⁹ Brunsdon 2003, 18–19.

⁶⁰ Cronin 2005; Sedgwick 1993, 133–134.

⁶¹ Vrt. Philips 2005, 220.

⁶² Kulutuskulttuurista ja peilaamisesta ks. Mäenpää 2005.

ja hyödykkeiden verkostoissa.

Elämäntyyli-muutosohjelmien sisäinen dynamiikka pohjaa omanäköisyyden paradoksiin. Uuden tyylin saatuaan osallistujat voivat olla ”jälleen itsensä näköisiä”, vaikkeivät olisi koskaan aiemmin samalta näyttäneetkään. Vastaavasti asiantuntijoiden rukkaamat asunnot ja autot onnistuvat huokumaan osallistujan omannäköisyyttä. Ainutkertaiseen yksilöllisyyteen ja sen ilmaisupakkoon liitetty omannäköisyys valottuukin ohjelmissa jatkuvana neuvotteluna, päivittämisenä ja kiinnittymisenä, joka ei ole yksinkertaisesti vain yksilöprojekti. Oma minä tunnistetaan tyytleissä ja hyödykkeissä joko itse tai muiden toimesta. Samalla minä saa – yhä uudestaan – hahmon niiden kautta.

Kirjallisuus

- Agnew, Christopher (1989), A House of Fiction: Domestic Interiors and the Commodity Aesthetic. In Simon J. Bronner (ed.), *Consuming Visions: Accumulation and Display of Goods in America, 1880–1920*. New York: Norton, 133–156.
- Aslama, Minna (2002), Tosi-tv:n todellinen maailma. *Tiedotustutkimus* 25(1): 162–170.
- Attwood, Feona (2005), Inside Out: Men on the “Home Front”. *Journal of Consumer Culture* 5(1): 87–107.
- Banet-Weiser, Sarah & Laura Portwood-Stacer (2006), “I just want to be me again!” Beauty pageants, reality television and post-feminism. *Feminist Theory* 7(2): 255–272.
- Bourdieu, Pierre (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Brunsdon, Charlotte (2003), Lifestyling Britain: The 8–9 Slot on British Television. *International Journal of Cultural Studies* 6(1): 5–23.
- Brunsdon, Charlotte, Johnson, Catherine, Moseley, Rachel and Wheatley, Helen (2001), Factual Entertainment on British Television: The Midlands TV Research Group’s “8–9 Project”, *European Journal of Cultural Studies* 4(1): 29–62.
- Coward, Rosalyn (1984), *Female Desire: Women’s Sexuality Today*, London: Paladin.
- Cronin, Anne M. (2005), Konsumerismin ”pakkoyksilöllisyys”: naiset, tahto ja mahdollisuus. *Lähikuva* 2/2005, 37–51.
- Douglas, Mary (1996), *Thought Styles*. London: Sage.
- Giles, David Clifford (2002), Keeping the public in their place: audience participation in lifestyle television programming. *Discourse & Society* 13(5): 603–628.
- Gorman-Murray (2006), Queering home or domesticating deviance? Interrogating gay domesticity through lifestyle-television. *International Journal of Cultural Studies* 9(2): 227–247.
- Halttunen, Karen (1989), From Parlor to Living Room: Domestic Space, Interior Decoration and the Culture of Personality. In Simon J. Bronner (ed.), *Consuming Visions: Accumulation and Display of Goods in America, 1880–1920*, New York: Norton, 157–189.
- Hautakangas, Mikko (2004), Todellisuustelevision ydin: vertaismelodraama? Tarkastelussa *Unelmien poikamies*. *Lähikuva* 1/2004, 24–33.
- Hepworth, Mike (1999), Privacy, Security and Respectability: The Ideal Victorian Home. In Tony Chapman and Jenny Hockey (eds.), *Ideal Homes? Social Change and Domestic Life*. London: Routledge, 17–29.
- Kalha, Harri (2006), Millä ihmeen silmällä? *SQS* 2/2006, 70–75.
- Kyrölä, Katriina (2004), Piilossa kilojen alla: lihavuus, sukupuoli ja seksuaalisuus 7-päivää lehdessä. *Tiedotustutkimus* 27(3): 39–48.
- Miller, Daniel (2001), Behind Closed Doors. In Daniel Miller (ed.), *Home Possessions: Material Culture*

Behind Closed Doors. Oxford: Berg, 1–19

Miller, Daniel (2002), Accommodating. In Colin Painter (ed.), *Contemporary Art and the Home*. Oxford: Berg, 115–130.

Mäenpää, Pasi (2005), *Narkissos kaupungissa: tutkimus kuluttaja–kaupunkilaisesta ja julkisesta tilasta*. Helsinki: Tammi.

Philips, Deborah (2005), Transformation Scenes: The Television Interior Makeover. *International Journal of Cultural Studies* 8(2): 213–229.

Plummer, Ken (2003), *Intimate Citizenship: Private Decisions and Public Dialogues*. Seattle: University of Washington Press.

Probyn, Elspeth (2000), *Carnal Appetites: FoodSexIdentities*. London: Routledge.

Roof, Judith (2006), Working Gender / Fading Taxonomies. *Genders OnLine Journal*, issue 44, http://www.genders.org/g44/g44_roof.html

Rossi, Leena-Maija (2002), *Heterotehdas: Televisiomainonta sukupuoliuotantona*. Helsinki: Gaudeamus.

Sedgwick, Eve Kosofsky (1993), *Tendencies*, Durham: Duke University Press.

Solier, Isabelle de (2005), TV Dinners: Culinary Television, Education and Distinction. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 19(4): 465–481.

Susman, Warren I. (1984), *Culture as History: The Transformation of American Society in the Twentieth Century*. New York: Pantheon Books.

Taylor, Lisa (2002), From Ways of Life to Lifestyle: The "Ordinari-ization" of British Gardening Lifestyle Television. *European Journal of Communication* 17(4): 479–493.

Vyncke, Patrick (2002), Lifestyle Segmentation: From Attitudes, Interests and Opinions, to Values, Aesthetic Styles, Life Visions and Media Preferences. *European Journal of Communication* 17(4): 445–463.

Weber, Brenda E. (2005), Beauty, Desire, and Anxiety: The Economy of Sameness in ABC's *Extreme Makeover*. *Genders OnLine Journal*, issue 41, http://www.genders.org/g41/g41_weber.html

Zimmermann, Patricia R. (1995), *Reel Families: A Social History of Amateur Film*. Bloomington: Indiana University Press.

Laura Saarenmaa

KESÄN KÄSITYÖ ON NEULE! Tavishistorian näkökulma radikaaliin 1960-lukuun

¹ Kai Häggman, Markku Kuisma, Pirjo Markkola ja Panu Pulma (toim.): *Suomalaisen arjen historia* 1–4. Weilin & Göös (2006–2008 [ilmestyy]). Ks. <http://www.wg.fi>.

Vasemmistolaisen *Uuden Naisen* kannessa kesäkuussa 1968 kaulailee söpö nuoripari, joka on pukeutunut hempeän pastellisävyisiin neulepuseroihin. Muotiaiheinen otsikko, pastelliset neuleet ja siloposkisen nuorenparin hellä syleily ovat rajussa ristiriidassa kesän 1968 synnyttämien mielikuvien kanssa. Kyseessä on "Euroopan hullu vuosi" ja "Mielenosoituskesä" opiskelijamellakoineen, Tsekkoslovakian miehityksineen ja Vanhan valtauksineen. Mitä tekemistä neulemalleilla on tällaisten tapahtumien vyöryjen kanssa? Miten kukaan on voinut ajatellakaan neulomista, kun maailma on liekeissä? Ja vielä vasemmistolaisessa järjestölehdessä?

Tuoreen *Suomalaisen arjen historia*¹ -teossarjan esittelyssä todetaan, että vaikka historiaa on perinteisesti kirjoitettu suurmiesten ja sotien näkökulmasta, historian todellinen käyttövoima on tavallinen ihminen. Tavishistorian jäsenyksissäkin ajanjaksoja tavataan hahmottaa erilaisten murroskausien kautta. Sodanjälkeisessä Suomessa näitä muroskausia ovat jäsentäneet jälleenrakennuksen ja pulavuosien jälkeinen talouskasvu sekä 1960- ja 1970-lukujen rakennemuutos muuttoliikkeen, kulttuuriradikalismeineen ja sukupolvikonflikteineen. Peltosen, Kurkelan ja Heinosen vaihtoehdoista kuvaa 1960-luvusta rakentavassa antologiassa *Arkinen kumous. 60-luvun toinen kuva* (2003) 1960-lukua luonnehtivat huumeiden yleistymisen, sensaatiolehdistön nousun ja korkean ja matalan välisen väännön lisäksi mainoskulttuurissa, alkoholipolitiikassa ja kulutus-kulttuurissa tapahtuneet muutokset.

Uuden Naisen hempeä kansikuva istuu näihinkin muutostarinoihin huonosti. Kansi ei tue tarinaa arkielämän modernisaatiomurroksesta ja uusia aatteita ja tuotteita kuluttavasta, aktiivisesta ja osallistuvasta 1960-lukulaisesta lukijasta, vaan lukijasta joka selaa neuleohjeita ja haaveilee pastellisävyisestä neulepuseroromantiikasta. Arkielämän yksityiskohtien käyttökelpoisuus historiallisen tulkinnan välineinä

Laura Saarenmaa, FM, jatko-opiskelija, mvs. yliassistentti, tiedotusopin laitos/mediakulttuuri, Tampereen yliopisto



² Kalela 2000, 31–35.

³ Kinnunen & Kivimäki 2006; Kalela & Lindroos 2001.

riippuu siitä, miten ne ovat kulloinkin kytkettävissä kansakunnan menneisyyttä, yhteiskunnallisia muutosprosesseja tai edistystä koskeviin kertomuksiin. *Uuden Naisen* kansikuva on esimerkki aineistosta, joka ei hevin valikoidu tutkittavaksi, kun esitetään kysymyksiä ajan hengestä tai arkielämän murroksesta, siitä millaista *todella oli* Suomessa kesällä 1968.

Se mikä on historiallisesti merkittävää tai mistä tulee esityksen mielessä historiaa, on kuitenkin eri asia kuin se mitä kaikkea on ollut. Oikeaa ja väärää historiaa ei ole – eri yleisöjä kiinnostavat erilaiset aineistot ja näkökulmat.² Nouseva tutkimustrendi, arjen historia, vastaa osaltaan valtion, järjestöjen ja rakenteiden kautta kirjoitetun historian synnyttämiin aukkoihin.³ Tutkimusten ja oppikirjojen lisäksi tavallisen ihmisen elämää tulkitsevia historiakuvia tuotetaan jatkuvasti erilaisissa historian julkisissa esityksissä; dokumenteissa, romaaneissa, näytelmissä, elokuvissa ja tv-sarjoissa.

Television historiadokumenteilla on ollut kulttuurisessa muistelutyössä ja etenkin arkielämän kokemusten kirjaamisessa keskeinen rooli. Nykyään televisio on muuttumassa yhä enemmän muistelun välineestä myös itse muistelun kohteeksi. Kuten Yle Teeman kevään 2007 ohjelmasarjat *1960-luivun kuvakirja*, *Beatlesien vuosikymmen* ja *Maanalaista menoa* osoittavat, mitä lähemmäksi modernia hyvinvointi- ja kulutusyhteiskuntaa menneisyyden muistelutyö etenee, sitä suurempi merkitys muodilla, populaarikulttuurilla ja viihteen kulu- tuskokemuksilla on historiallisen kokemuksen jäsentämisessä. Tästä näkökulmasta *Uuden Naisen* kansikuvan sivuuttaminen historiallisena aineistona ei olekaan enää itsestään selvää.

⁴ Taava Koskisen (1998, 91–119) mukaan naistenlehtien kannet toistavat nykyäänkin arkkityypisiä naisihanteita ja Maritta Wendelinin 1930-luvun kansitaiteelle tyypillisiä kuva-aiheita.

⁵ Koivunen 1995, 29.

Ajanvietelehdistön ristiriitaiset puhevarauudet

Jos *Uuden Naisen* kansikuva ei kutsu tekemään tulkintoja ajan hen-
gestä kesällä 1968, tämä ei tarkoita sitä, että lehti ei muilta osin tar-
joaisi runsain mitoin materiaalia 1960-luvun kulttuurimurroksesta
ja ajankohtaisista aatteista. Tutkimusstrategisesti olisi mahdollista
ohittaa lehden kansikuvamaailma ja vakituiset käsityö-, ruoanlaitto-,
ihonhoito- ja sisustusaineistot epäolennaisina wendeliläisinä jäänteinä⁴
ja rakentaa tutkimusasetelma niiden sijasta lehden asia-artikkeleiden
varaan. Poliittisten aatteiden etsijöille *Uuden Naisen* artikkelit tarjoavat
herkullista tutkimusmateriaalia. Akateeminen vasemmistoradikalismi,
mi, naiskysymys, konsumerismin kritiikki ja porvarillisuuden pilkka
yhdistyvät lehden artikkeleissa pontevaan neuvostomyönteisyyteen.

Kansikuva ei siis toisin sanoen kerro vielä paljoakaan *Uusi Nai-
nen* -lehden numeroiden sisällöistä. Vuoden 1969 helmikuun nume-
ron kannessa vinkataan ”Neuleita vauvalle”. Neuleohjeiden lisäksi
numerosta löytyvät myös laajat artikkelit Leningradin piirityksestä
sekä arviot Tytti Parraksen, Aulikki Oksasen ja Vladimir Nabokovin
uusista romaaneista. Maaliskuussa 1969 lehden kannessa värikkäästi
puettu saporpäinen tyttö puuhailee antiikkisen Singer-ompeelukoneen
ääressä. Käsityöaiheiden ohella numerosta löytyy vertailevaa tietoa
erilaisista ehkäisy menetelmistä sekä koomikko Simo Salmisen haastat-
telu, jossa tivataan Salmisen kantaa muun muassa vallankumoukseen
ja ryhmäseksiin.

Lehden artikkeleiden kautta myös kansikuvat asettuvat uuteen
valoon. Millaisiin toimituksellisiin valintoihin perustuu se, että lehden
kansiin valikoituivat harmoniset käsityö- ja muotiasetelmat? Ajatel-
tiinko, että kodinhoito ja käsityöt ovat edelleen lehden varsinaista
ydinainesta sekä tekijöiden että lukijoiden näkökulmista? Vai oliko
lähtökohdana kenties se, että kauniit, harmoniset kansikuvat kuuluvat
ajanvietelehden konseptiin, oltiinpa asioista lehden sisäsivuilla sitten
mitä mieltä tahansa? Taantumuksellinen kansikuvalinja saattoi liittyä
myös kuvan laatuun ja saatavuuteen ja kannen tekniseen toteutukseen.
Vai oliko niin, että hempeät, maailmasta mitään tietämättömät kan-
sikuvat olivat strategisia valintoja, joilla lehden radikaalimpi aineisto
peiteltiin niiltä yleisöiltä, joille sitä ei ensisijaisesti ollut suunnattu?

Oli toimituksellinen perustelu kansikuvien aihevalintoihin sitten
mikä tahansa, tässä asetelmassa kannet eivät enää olekaan epäolennai-
sia, jäänteenomaisia ja ajankuvasta erillisiä aineksia, vaan päinvastoin
kertovat itsessään jotain ajassa vallitsevista ristiriidoista ja niistä erityi-
sistä olosuhteista, joissa lehtiä tehtiin ja luettiin. Kuten Anu Koivunen
on kiteyttänyt, yhteiskunnallinen, poliittinen ja kulttuurinen konteksti
eivät ole jotain jota kuvat heijastavat vaan *ne ehdot* joilla kuvia konst-
ruoidaan.⁵ Tutkimusaineistojen valinnassa ei ole kuitenkaan kyse vain
siitä, mikä ymmärretään relevantiksi tai legitiimiksi historiantutkimuk-
sen kohteeksi, vaan myös siitä, mikä *tuntuu* historialta.

Historia ei tunnu eikä tartu

Anu Koivunen korosti taannoin *Lähikuva*-lehdessä,⁶ että historiallisuudessa on kyse kulttuurisesta katseesta, katsomisen ja tulkinnan tavasta, ja edelleen, katsomisen herättämät tunteet ovat historiakokemuksen näkyvä ja tuntuva efekti. Koivusen mielestä historiallisuutta tulisikin pohtia efektinä; kulttuurisesti rakentuneena kokemuksen muotona, joka yhdistää esittämisen/edustamisen ja tuntumisen näkökulmat. Kuten Koivunen kirjoittaa, ”[h]istoriallisuus’ paitsi kirjataan ja kirjautuu kuviin, se on myös tuottava voima”⁷.

Hyvänä esimerkkinä toiston tuottavasta voimasta voisi pitää sitä, miten 1960-luvun merkittävät historialliset tapahtumat on liitetty opiskelijaradikalismiin ja tulkittu suhteessa siihen. Kuten Katja-Maria Miettunen⁸ toteaa 1960-luvun historiakuvia käsittelevässä pro graduksaan, 1960-luvun kronologiaa on rakennettu historiaesityksissä nimenomaan radikaaliliikkeiden vaiheiden varaan. Samalla juuri ne, joilla on ollut omakohtaista kokemusta radikalismiin virstanpylväiksi muodostuneista tapahtumista, kuten *Lapualaisoopperasta* tai Vanhan valtauksesta, ovat olleet oikeutettuja muistelemaan 1960-lukua ja määrittelemään aikakauden merkitys.

Uuden Naisen kansikuvien kaltaisia radikalismiin kuvastoille vaihtoehtoisia historiakuvia luonnehtii ehkä parhaiten juuri historiallisen tunnun puuttuminen. Näihin kuviin historiallisuus ei tartu – se tuntuu päinvastoin olevan jotain jota tällaiset aineistot nimenomaisesti hylkivät. Tämä piirre liittyy varmasti osittain ajanvietelehdistön erityisyyteen populaarina mediana. Ajanvieteledet perustuvat ajankohtaisuuteen, hetkellisyyteen, kertakäyttöisyyteen, toistoon ja sarjallisuuteen. Yksittäinen lehden numero ei ole merkittävä, kun edellisen lehden korvaa aina uusi, tuorempi ja kuitenkin identtinen numero. Toisin kuin elokuvia tai kaunokirjallisuutta, ajanvietehtiä ei useinkaan säilytetä, muistella ja kierrätetä sukupolvelta toiselle kuin korkeintaan ulkohuussin seinäkoristeina. Niitä luetaan hetkellisen joutilaisuuden häveliäissä yksityisyydessä pikemmin kuin muiden seurassa, eikä lukukokemuksia useinkaan jaeta, vaikka lehti monien selaavien käsien läpi kulkisikin.

Väärin kirjoitettu historia

Ajanvieteledet kyllä ilmaisevat ajankohtaista ja ajassa olevaa, mutta ne tuntuvat usein ilmaisevan asiat historiakuvien kannalta ”väärin”, vallitsevaa historiakertomusta väärinä, liudentaen tai banalisoiden. Esimerkiksi *Elokuva-Aitta* -lehden haastattelujutussa marraskuussa 1967 1960-luvun poliittisen teatterin nuoret naistekijät esitellään pirteästi poseeraavina, värikkäästi pukeutuneina julkkistyttöinä.

He ovat toimeliaita, tehokkaita ja aikaansaavia tyttöjä, värikkäitä sekä persoonallisuudeltaan että ulkoiselta olemukseltaan...Saammeko esitellä, tytöt [kuvassa] vasemmalta oikealle: Anneli Palmqvist, Kaisa Korhonen, Titta Karakorpi, Ritva Holmberg, Aulikki Oksanen ja Tytti Oittinen.⁹

⁶ Koivunen 2005, 49.

⁷ Ibid., 51.

⁸ Miettunen 2004.

⁹ 1967:11, 24–25, 40.

¹⁰ Paavolainen 1992, 146.

¹¹ 1967:11, 25, 40



Ylioppilasteatterin tytöt. Elokuva-aitta 11/1967.

Haastattelujutun uutissisältönä on Ylioppilasteatterin voitto ylioppilasteattereiden kansainvälisessä kilpailussa Nancyssa Marja-Leena Mikkolan tekstiin pohjautuvalla näytelmällä *Laulu tuhannesta yksiestä* (1967). *Lapualaisoopperan* (1966) uhmakkaissa jälkitunnelmissa toteutettu, Eija-Elina Bergholmin ohjaama näytelmä kohdisti syyttävän sormensa kapitalistiseen järjestelmään. Näytelmä ottaa kantaa keinotekluun verovapaille pienasunnoille ja viittaa myös prostituutioon¹⁰. Jutun kirjoittaja, sittemmin *Avun* seurapiiritoimittaja "Mata Harina" mainetta niittänyt Anu Seppälä välttelee näytelmän poliittisia tarkoituksiperiä. Juttu on kirjoitettu tarkoituksellisen pinnalliseen julkistyyliin, haastateltavien ulkonäköä hilpeästi kuvaillen ja kommentoiden. Aulikki Oksasen kuvauksen Seppälä aloittaa huomauttamalla, että Oksasen päällä on melkein aina samettia, koska "materiaali miellyttää häntä". Myös Tytti Oittista Seppälä lähestyy muodin kautta.

Hän söi einestään Ylioppilasteatterin pukuhuoneessa seisoltaan. Hänen päänsä yläpuolella oli huoneentaulu, jossa kysytään: "Taivas vai helvetti, kummalla tiellä olet?" En kysynyt kummalla tiellä hän on vaan sitä, mistä hän oli ostanut valkoisen, raidallisen mekkonsa.

– Se on John Stephen Shopista, kaksikymmentä seitsemän markkaa.¹¹

Vaikka tähtikultin ja pinnallisen henkilöpalvonnan vastustaminen olivat 1960-luvun kulttuuriradikaaleille yhteisiä vastustuksen kohteita, populaarijulkisuudessa etenkin ajan naistähdistä puhuttiin edelleen nimenomaan ulkonäön kautta. Anu Koivunen on kiinnittänyt huomiota asetelman sukupuolittuneisuuteen ajan elokuvajournalismissa. Siinä missä Eero ja Pertti Melasniemi saivat lausua julkisuudessa mielipiteitään kulttuurin elitismistä ja naisen roolin vaikeudesta, Kristiina Halkola ja Kirsti Wallasvaara saivat tyytyä kommentoimaan hiusten

värjäystä ja menneisyyttä farkkumallina.¹² Naisten on populaarijulkisuudessa ollut vaikeampi pitäytyä asiakysymyksissä, vaikka he olisivat tähän nimenomaisesti pyrkineetkin.

YT:n tytöt -juttu osoittaa, että ilmiö ei liittynyt ainoastaan elokuvakulttuurin sukupuolituneisiin hierarkioihin vaan myös samaan aikaan kehittyneen julkkiskultin voimistumiseen. Populaarijournalismin näkökulmasta radikaaliliikkeen nuoret naiset olivat paitsi tunnettuja intellektuelleja myös ajankohtaisia ihannekuvia ja tyyli-ikoneita. Henkilökuvien rakentaminen ja hilpeän humoristisen julkkistyylin viljely kielivät ajanvietelehdistön kilpailusta lukijoiden huomiosta muuttuvassa maailmassa. Tässä kilpailussa 1932 perustettu *Elokuva-Aitta* oli tuomittu häviämään, kun elokuvasta kiinnostuneet lukijat siirtyivät elokuvaa vakavana taidemuotona arvottavan, 1968 perustetun *Filmihullun* lukijoiksi. Ajan politisoituvassa ilmapiirissä taiteen ja viihteen välinen ero tulkittiin kaupallisen ja ei-kaupallisen erotteluksi ja edelleen yhteiskunnallisesti passivoivan ja aktivoivan elokuvan väliseksi vastakkainasetteluksi. *Elokuva-Aitan* nuorisomuotia, julkkiksia ja kepeitä elokuvajuttuja yhdistelevällä konseptilla ei ollut tässä asetelmassa liikkumatilaa, ja lehti lakkautettiin vuonna 1968. Muilla populaarijulkisuuden foorumeilla julkisjournalismin todellinen nousukausi oli sen sijaan vasta alkamassa.

Jos julkisilmiötä tarkastelee 1960-lukulaisia polariteetteja noudattelevien vastakkainasettelujen ulkopuolella, voi havaita, että julkkiskulttuuri toteutti varsin samantapaisia esittämisen ihanteita kuin mitä ajan radikaalit, vastakulttuuriset teesit peräänkuuluttivat. Myös julkkiskulttuuri kääntyi epätodellisista prinsessasaduista ja kansainvälisten valkokankaiden glamourtähdistä kohti tavallisia suomalaisia nuoria ja heille oikeassa elämässä ja todellisessa tapahtumaympäristössä tapahtuvia asioita. Nuorten julkisten kautta ajanvietelehdistössä päästiin osalliseksi ajassa ja oikeassa elämässä ajankohtaisesta todellisuudesta ja puhuttelemaan nuorta sukupolvea sen omalla äänellä. Tästä näkökulmasta julkkiskultin vahvistumisessa ei ollut niinkään kysymys vastakulttuurille *vastakkaisesta* ilmiöstä, vaan päinvastoin vastakulttuuristen ihanteiden implisiittisistä ja eksplisiittisistä vaikutuksista populaarijulkisuuden muotoihin. Kulttuuriradikalismien nimekkäät naishahmot ovat olleet monesta näkökulmasta kiinnostavia, ja pinnallinen, ulkonäköä korostava julkiskehystys on ollut yksi niistä.

YT-jutun kaltaiset aineistot valikoituvat kuitenkin harvoin historiallisen tutkimuksen aineistoiksi. Pirteissä poseerauksissa ja hilpeässä jutustelussa ei ole historiallisen etäisyyden tuntua, koska täsmälleen samanlaisia juttuja tehdään viihteen ja politiikan julkkiksista tänäkin päivänä. Tällaiset jutut eivät sovi 1960-lukulaisten tarinaan valtakulttuurille kriittisestä vastakulttuurisuudesta, eivätkä ne siksi välitä tuntua menneisyydestä. Sen sijaan ne kertovat meille menneisyyden *nythetkestä*, siitä minkä juuri sillä hetkellä ajateltiin olevan in ja pop.



Kesän kauneimmat neulepuvut. *Elokuvaihti* 11/1967.

YT:n tyttöjä käsittelevän jutun ohella *Elokuvaihti* marraskuun numerossa esitellään tulevan kesän 1968 muotitrendejä. Kesän kauneimmat neulepuvut -otsikon alla esitellään lyhytelmaiseen joustinneulehameeseen yhdistetty pastellisen keltainen neuleliivi "Kultapiisku" sekä hempeän roosa, neulottu minihame "Orvokki". Kuvateksteissä todetaan, että nämä asut ovat "ehdottomasti kesän kauneimmat puvut." Kultapiiskusta kerrotaan, että siinä on yhdistetty kulta- ja hopealankaa joka on "yhä edelleen muotilanka". Todetaan myös, että malli on erityisen ladylike ja se sopii myös hieman varttuneemmille naisille. Orvokki puolestaan on lehden mukaan "jokaisen nuoren neidon unelmapuku ja malliltaan ikuinen". Sanottiinpa historiankirjoituksessa mitä tahansa, kesän 1968 merkittävin muotiasia oli ilman muuta neule.

Lähteet

- Kalela, Jorma & Lindroos, Ilari (toim.) (2001), *Jokapäiväinen historia*. Helsinki: SKS.
- Kalela, Jorma (2000), *Historiantutkimus ja historia*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kinnunen Tiina & Kivimäki (toim.) (2006), *Ihminen sodassa*. Helsinki: Minerva-kustannus.
- Koskinen, Taava (1998), Anna-lehden kannet ajan ja ikuisuuden ikoneina. Wendelliläisen Suomi-neidon lyhyt pitkä historia Teoksessa Taava Koskinen (toim.), *Kurtisaaneista kunnian naisiin. Näkökulmia Huora-akatemiasta*. Helsinki: Helsinki University Press, 91–119.
- Koivunen, Anu (1995), *Isänmaan moninaiset äidinkasvat. Sotavuosien suomalainen naisten elokuva sukupuoliteknologiana*. Turku: SETS.
- Koivunen, Anu (1996), Ohjaajan käsissä kuin sulaa vahaa? – Näyttelijät ja suomalaisen elokuvan uusi aalto. Teoksessa Hanna-Leena Helavuori (toim.), *Moniääninen 60-luku*. Helsinki: Teatterimuseo, 56–71.

Koivunen, Anu (2005), Tuntuuko historialliselta? *Lähikuva* 3:2005, 49–55.

Miettunen, Katja-Maria (2004), *Radikaalien vuosikymmen. Suomalaisen kuusikymmentäluvun historiakuvien rakentajat, sisältö ja merkitys*. Julkaisematon pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto, historian laitos. <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu00298.pdf>

Paavolainen, Pentti (1992), *Teatteri ja suuri muutto. Ohjelmistot sosiaalisen murroksen osana 1959–1971*. Helsinki: Kustannus Oy Teatteri.

Suomalaisen tv-komedian historiaa

Jukka Annala (2006), *Toopelivisio. Helsinki: Teos, 208 sivua.*

Jukka Annalan *Toopelivisio* on katsaus suomalaiseen televisiokomediaan 1950-luvulta 2000-luvulle. Teoksessa esitellään tv-historian merkittävimpiä komediasarjoja ja yksittäisiä ohjelmia sekä muistellaan niiden syntyvaiheita. Johdannossa Annala tutustuttaa lukijan kirjan aihepiiriin luomalla nopean silmäyksen komedian, koomisten esiintyjien, katsojatutkimusten ja ohjelmien arkistoinnin historiaan. Esittely etenee kronologisessa järjestyksessä vuosikymmen kerrallaan. Jokaisen vuosikymmenen ohjelmien esittelyä edeltää lyhyt luonnehdinta ajan tv-viihteestä ja siihen vaikuttaneista ilmiöistä. Lähes kaikista ohjelmista kerrotaan samat faktat (esitysvuosi ja -kanava, ohjelmien pituudet, lajityyppi ja tekijät). Lisämausteeksi kirjoittaja on koonnut ”tietoruutuja” sekä anekdootteja ohjelmista ja niiden tekijöistä. Lähteinä on käytetty sekä tekijöiden haastatteluja, kuvanauhoja että leike- ja valokuva-arkistoja. Kysymyksessä ei kuitenkaan ole tieteellinen tutkimus, vaan eräänlainen kotimaisen tv-komedian hakuteos.

Televisiolähetykset alkoivat Suomessa 1950-luvun puolivälissä, mutta vielä vuosikymmenen lopulla televisiovastaanotin löytyi harvasta yksityiskodista. Ohjelmatarjontakin oli vähäistä

ja syntyi lähinnä teknisten kokeilujen sivutuotteena. Suomen tv-historian ensimmäinen sketsi nähtiin ensimmäisessä julkisessa televisiolähetyksessä keväällä 1955 (s. 15). Vuosikymmenen tv-viihdettä *Toopelivisiossa* edustavat Repen ja Eemelin tv-hupailut sekä Lasse Pöystin komediasarjat. Sisältöä uuteen viestimeen ammennettiin tutuista viihdetraditioista: huumorielokuvista, radion ajanvieteohjelmista ja kyläyhteisöjen iltamista (s. 18). 60-luvulla luotiin Annalan mukaan perusta kotimaiselle televisiokomikalle. Tästä hän kiittää erityisesti nuorta Spede Pasasta, jonka tyyliä tehdä sketsejä nimikkoshow’hunsa Annala luonnehtii ”irtonaiseksi” ja ”riehakkaaksi”. Toinen tärkeä tv-viihteen vaikuttaja oli VEK-ryhmä (Jukka Virtanen, Aarre Elo ja Matti Kuusla), jonka jäsenet vaikuttivat yhdessä ja erikseen useissa ajan viihdeohjelmissa (mm. Montreaux’n Kultaisella ruusulla palkitussa *Lumilinnassa*). (S. 24.)

1970-luvulla kotimainen tv-komedia uudistui englantilaisen Neil Hardwickin voimin (s. 55). Hardwickin ideoimia olivat TV2:n uusiin viihdesarja *Tankki täyteen* sekä sen spin-off *Reinikainen* (s. 83). Usein totisena pidetyltä 70-luvulta Annala on löytänyt kymmenkunta esitelmisen arvoista tv-komedian, joukossa mm. *Ilkamat* ja *Ällitälli*. 1980-lukua Annala luonnehtii kotimaisen sketsiviihteen kulta-ajaksi. Tuolloin sketsisarjoille tyypillisiä piirteitä olivat muotivillitykseksi muodostuneet hokemat sekä näyttelijöiden ja muusikoi-

den huumoriryhmät, jotka itse esittivät kirjoittamansa sketsit. Spede palasi komediasarjojen tekijäksi Vesa-Matti Loirin kanssa, mutta vuosikymmenen tv-viihteen klassikoksi on noussut Pirkka-Pekka Peteliuksen tähdittämä *Velipuolikuu*. (S. 103.)

1990-luvulla televisioviihteen tuotantoon vaikuttivat aiempaa enemmän taloudelliset tekijät: sarjojen tekeminen alkoi siirtyä kanavilta ulkopuolisille tuotantoyhtiöille. Vuosikymmenen ilmiöksi muodostui TV2:n *Kummeli*, mutta laadukkaimmaksi sketsiviihdesarjaksi Annala nostaa *Studio Julmahuvoin*. Myös poliittinen satiiri kukoisti *Hyvien herrojen* ja *Itälypsyn* muodossa. (S. 164.) 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen tv-viihteen ovat vaikuttaneet ennen kaikkea tosi-tv ja kiristyneet tuotantobudjetit. Uuden vuosituhannen viihteestä Annala ei ole kirjoittanut yhtään varsinaista ohjelmaesittelyä, joskin muutamasta komediasarjasta kerrotaan lyhyesti (s. 198).

Esipuheessaan Jukka Annala, helsinkiläinen toimittaja, kertoo teoksen syntyneen kirjoittajan omasta viehtymyksestä sketsiohjelmiin. Komedian hän määrittelee viihteen lajityypiksi, joka tarkoittaa näyteltyä, katsojan naurattamiseen tähtäävää ohjelmaa tai ohjelmasarjaa, joka on yleensä joko juonellinen tilannekomedia tai lyhyistä hupipaloista rakennettu sketsisarja (s. 7). Tämän tarkemmin kirjan aihepiiriä ei rajata ja joidenkin ohjelmien kohdalla jäin pohtimaan, missä määrin ne ovat nimenomaan tele-

visiokomedioita. Esimerkiksi 1960-luvun lopussa esitetyn *Jatkoajan* tärkeintä sisältöä olivat viihteellis-yhteiskunnalliset keskustelut, joiden välissä esitettiin sketsejä.

Koska teoksessa ei sen kummemmin perustella valikoituja ohjelmia, välillä vaivaa tunne, että tärkein valintakriteeri on ollut kirjoittajan henkilökohtainen mielipide. Erityisesti 50-luvun ohjelmista olisi voinut kertoa enemmän, koska ne ovat luoneet pohjan suomalaiselle tv-komedialle. Toki ohjelmista on kohtalaisen vaikea saada tietoja jo senkin takia, että yksittäisiä, ns. pisteohjelmia oli paljon enemmän ja sarjoja paljon vähemmän kuin nykyään. Annala myöntää esipuheessaan, että hänen nuoruutensa ajoittuminen 80-luvulle saattaa heijastua sisältöön, ja se tulee väistämättä myös lukijalle mieleen. Eniten tilaa teoksessa saa nimittäin juuri 1980-luku, mutta 2000-luku kuitataan yllättäen alle kymmenellä sivulla, vaikka vuosikymmen on kulunut jo yli puolivälin ja materiaaliakin olisi varmasti ollut helposti saatavissa. 2000-luvun alkua lukuun ottamatta teos on kuitenkin siinä määrin kattava, ettei kirjoittajaa pääse syyttämään jonkin tärkeän komediasarjan pois jättämisestä.

Tekstin lomaan kootuista listoista ja anekdooteista osa tuntuu turhalta sivujen täytteeltä. Tästä käyvät esimerkeiksi sivun 41 lista television koomikkopareista sekä sarjoista poimitut vitsit ja sketsit, jotka eivät yhteydestään irrotettuina ja kirjasta luettuina naurata ketään – audiovisuaalisen

ohjelman tyylistä kun on vaikea muodostaa kuvaa pelkän luetun tekstin perusteella. Nämä erivärisille pohjille painetut pikkutekstit tekevät toki taitosta näyttävämmän, mutta muutenkin melko luettelomaisesta sisällöstä entistä fragmentoituneemman. Valittava tosiasia nimittäin on, että kirjasta on vaikea saada otetta. Teos uhkaa jäädä vain tv-komedian vuosikymmenten läpijuoksuksi ilman kunnan yhteenvetoa ja kokonaisnäkemyksiä eri vuosikymmenistä. Myös avoimen subjektiiviset kommentit, kuten *”Studio Julmahuvi* on yksi Suomen parhaista sketsisarjoista kautta aikain” (s. 190), häiritsevät ainakin lukijaa, joka haluaa muodostaa aiheesta oman mielipiteensä. Mutta löytyy vihreistä *”tietoruuduista”* jotain hyvääkin: sivulla 91 Annala selittää lukijalle termin spin-off, joka tarkoittaa toisesta sarjasta alkunsa saanutta televisiosarjaa. Erityistä kiitosta ansaitsee termin suomentaminen rönsysarjaksi, joka kuvaa hyvin, mistä spin-offissa on kyse.

Toopelivision suurimpana ansiona näen sen, miten teos valottaa tv-komedian tekijöiden ammattia. Miten moninaisia reittejä pitkin käsikirjoittajat, ohjaajat, tuottajat ja näyttelijät ovat päätyneet tekemään tv-komedialle, miten yksi alan työ johtaa toiseen ja miten tekijät vaihtavat paikkaa tuotantotiimeissä. Suomalaista viihdemaailmaa näyttää luonnehtivan myös tekijöiden liikkuminen välineestä toiseen: monet teoksessa haastatellut henkilöt ovat työskennelleet television lisäksi radiossa, elokuvassa,

teatterissa tai live-keikoilla. Toisaalta kotimainen tv-komedia henkilöityy vahvasti tiettyihin tekijöihin. Yksittäisten ohjelmien tason lisäksi teosta voi lukea myös tarinana koko suomalaisen television tuotantokulttuurin muutoksesta. Niinpä Jukka Annala paikkaa *Toopelivisiolla* ansiokkaasti yhden viihdyttävän, mutta samalla arvokasta muistitietoa tallentavan teoksen mentävän aukon suomalaisen television kirjoitetussa historiassa.

Heidi Keinonen

Rakkaudentun- nustuksia ja itsen lääkintää

*Mikael Saarinen (2006),
Leffaterapiaa. Tunneälyä ja
itsetuntemusta kotisohvalta.
Helsinki: Kirjapaja, 248 sivua.*

*Katja Kallio (2007), Elokuva-
muisti. Helsinki: Otava, 159
sivua.*

Samaan aikaan kun terapeuttisesta selittämisestä on tullut länsimaisen kulttuurin kollektiivista mielikuvitusta, terapeuttien ja psykologien ammattikunnat ovat nousseet näkyvään auktoriteettiasemaan kulttuurin eri alueilla. Terapeuttien asiantuntijapuheella kyllästetyt itsehoito-oppaat ovat osa jokapäiväistä kulutus-kulttuuria siinä missä tuoksu-työntilät, kylpyvaahdot ja kauden muotiväreissä hehkuvat sisustustyönä. Oli oikeastaan vain ajan kysymys koska elokuvien katselu keksittäisiin tulkita osaksi terapiakulttuuria ja konsumeristista itsen pedagogiikkaa. Helsinkiläisen psykoterapeutin Mikael Saarisen elokuvaopas *Leffaterapiaa – Tunneälyä ja itsetuntemusta kotisohvalta* ratsastaa trendien harjalla ehdottaessaan elokuvia avuksi ”ongelmien ja kiusallisten tunteiden kohtaamisessa”. Terapiakulttuurin näkökulmasta myös elokuvia voi siis lähestyä puhtaan minäkeskeisesti ja hyödykearvoisesti.

Kirjan avaa Antti Alasen esipuhe, jossa johdatellaan lyhyesti elokuvan ja psyko-

analyysin välisiin yhteyksiin. Alasen sanoin elokuvat ovat omimmillaan kielletyllä alueella, erilaisten intohimojen kuvauksessa, ja voivat siten toimia oikotienä traumojen ja pakkomielleiden käsittelyyn. Alanen ottaa esimerkiksi komediaelokuvan lajityypin, jonka parhaat edustajat ovat väistämättä ns. hyvien tapojen vastaisia. Komedian nurinkääntyneessä maailmassa nunnat ovat kiimaisia seksihulluja ja poliisit paatuneita rikollisia. Kaikelle saa nauraa, myös pyhälle ja koskemattomalle.

Psykoterapian näkökulmasta elokuvien lajityypilliset erityisyydet ovat kuitenkin toissijaisia katsojapotilaan henkilökohtaisille tunneprosesseille. Mikael Saarinen tekee eron elokuvien ”tusinakuluttamisen” ja terapeutin katsomisen välillä. Terapeutin katsominen edellyttää elokuvalliseen illuusion heittäytymistä ja eläytymistä niin että elokuva kulttuurisena muotona ja teknologiana unohtuu. ”Tehtävänäsi on elokuvaa katsoessasi havainnoida ja arvioida sinussa herääviä tunteita, ajatuksia ja fyysisiä kokemuksia. Älä analysoi elokuvan juonta tai näyttelijäsuorituksia vaan uppoudu koko sydämellä elokuvan maailmaan. Näiden havaintojen pohjalta voit analysoida kokemustasi elokuvan jälkeen ja oppia jotain uutta suhteestasi tunteisiin ja elämäkokemuksiisi,” Saarinen opastaa. Sen lisäksi, että elokuva pitäisi irrottaa kaikista historiallisista, geneerisistä, materiaalisista ja kulttuurisista konteksteistaan, myös omat henkilökohtaiset, elo-

kuviin liittyvät asenteet ja kokemukset tulisi sulkeistaa katsomiskokemuksen ulkopuolelle. Katsottavaksi pitäisi valita juuri sellaisia elokuvia, joita on normaalisti vältellyt: ”ehkä juuri ne sisältävät oman kehityksen kannalta oleellisia aineksia.” Kirjan ansioksi on pakko lukea se, että se tosiaan tekee niin kuin saarnaa lähestyessään elokuvia puhtaina tarinamaailmoina ilman tavanomaisia, auteur-lähtöisiä, teosluonnetta korostavia kehystyksiä. Tuloksena on huimia siirtymiä Bergmanista de Palmaan ja *Supermiehen paluusta* (*Superman Returns* 2006) *Dersu Uzalaan* (1975). ”Ihmissuhteiden”, ”minuuden” ja ”kipeiden muistojen” tapaisten otsikoiden alle järjestettyjen elokuvien lyhyet esittelyt ovat terapiapuheeksikin sinppeleitä. Bergmanin elokuvista *Koh-
tauksia eräästä avioliitosta* (*Scener ur ett äktenskap*, 1973) ja *Saraband* (2002) todetaan: ”Näitä elokuvia katsoessa tulee pakonomainen tarve varmistaa, ettei oma parisuhde ole tällaisten tiedostamattomien riippuvuuksien ja vallankäytön näyttämö.” Kurosawan *Dersu Uzalasta* puolestaan mainitaan: ”Elokuvan verkkainen tempo toimii terapeuttisena välineenä ja saa kaupungin melujen ja työelämän kireiden kiihdyttämän autonomisen hermoston rauhoittumaan.”

Lajityypeistä ja historiallisista tuotantokonteksteista piittaamaton näkökulma elokuvaan pakotti ainakin allekirjoittaneen pohtimaan omia elokuvakirjoittamiseen liittyviä asenteitaan: kuka elokuvista saa kirjoittaa ja

millä tavalla? Onko elokuva alue, johon vain tietynlaisen katsojasuhteen omaavilla auktoriteeteilla oikeus tarttua? Vaikka Saarisen kirja on tahattomassa anarkistisuudessaan tervetullut tapaus, kirjan pinnallisuus ja piittaamattomuus elokuvien konteksteista alkaa ärsyttää paa-tuneintakin elokuvaelitismin vastustajaa. Ajatus siitä, että vuonna 1975 valmistunut japanilais-neuvostoliittolainen näytelmäelokuva olisi kulutettavissa täsmäläkkeenä työelämän paineiden ja liikenteen melun aiheuttaman stressin laukaisemisessa on niin hämmentävä, että on pakko kysyä millainen lukijakunta mielessään Saari-nen on kirjaansa laatinut. Tuntuu, että kirja on ajateltu yleisölle, joka ei ole koskaan katsonut yhtään elokuvaa tai ainakaan noteerannut elokuvaa relevanttina kulttuurimuotona.

Intohimona elokuvista intoileminen

Jos Mikael Saarisen lähes-tymistapana on tietämättö-myys elokuvaan liittyvistä makuhierarkioista, Katja Kallion *Elokuvaluisti* on ironialla ja liioittelulla silatua tietämisen ilotulitusta. Elokuviin liittyvistä lyhyistä, humoristisista anekdooteista koostuvassa kokoelmassa elokuvat kytketään osaksi kertojan henkilökohtaista minäprojektia. Elokuvalu-luuteen perustuva identi-teettityö on olennainen osa Katja Kallion kirjailijaku-vaa. *Elokuvaluistin* pohja-na olleiden Tv-maailman kolumnien lisäksi Kallio on kuvannut "leffafriikkiyttä"

myös romaanissaan *Kuuta-molla* (2000).

Elokuvaluullisuuden julkinen tunnustaminen muistuttaa fanikulttuureille ominaisesta puheliaisuudesta: kepeän, omakohtaisen ja itseironisen puhettavan eh-tona on faniuden kohteen suvereeni tuntemus. *Elokuvaluistissa* faniosaamisen alueeksi ei nimetä yksittäistä elokuvan lajia, vaan intohimon kohteena on elokuvista intoileminen sinänsä. *Elokuvaluisti* onkin sekoitus fanikulttuurille tyypillistä yksityiskohtien intensiteettiä ja perinteisiin sivistysarvoihin ja laajaan kulttuuritietämykseen perustuvaa lifestylea, jossa itselle rakkaat elokuvat esineistyvät kirja- ja levyhyllyn veroiseksi, muille esiteltäväksi kulttuuriseksi pääomaksi.

Kuten fanitutkimuksessa on todettu, mediafaniuden alakulttuuriluonne on liudentumassa ja fanius muuttumassa valtavirtaiseksi, jopa dominantiksi kulttuurimuodoksi. Samalla syntyy uudenlaisia panostamisen ja intensiteetin alueita, jotka eivät kaikilta osin täytä perinteisiä faniuden kriteerejä. *Elokuvaluistissa* korostuu ajatus elokuvaharrastuksesta samanaikaisesti sekä yksityisenä että julkisena projektina, joka synnyttää harrastajassa monia ristiriitaisia tunteita, kuten mustasukkaisuutta, kateutta ja omistushalua elokuvia kohtaan. Merkille pantavaa on myös henkilökohtaisen merkityksen etualaistuminen elokuvan kaanonin tunnustamisen sijasta. Absoluuttisen hyvän ja arvokkaan sijaan merkitystä on nimenomaan itselle

rakkaalla ja tärkeällä. *Elokuvaluistissa* tällaisia elokuvia ovat esimerkiksi *Lost in Translation* (2003), *Kun Harry tapasi Sallyn* (*When Harry Met Sally*, 1989) ja *Annie Hall* (1977).

Vaikka elokuvan lajityyppiin liittyviä arvohierarkioita ja niiden suhdetta sukupuoleen ei kirjassa kommentoida, tavat paitsi arvottaa elokuvia myös kirjoittaa niistä näyttäytyvät kirjan tekstien valossa sukupuolierityisiltä. Tässä hengessä sivalletaan kohti miesten hallinnoimaa kritiikki-instituutiota, joka puhuu yliolkaisesti Daniel Day-Lewisin "patsastelusta" läpi *Viattomuuden ajan*. "Tämä on paljon loukkaavampi arvio kuin se, että Turun Sanomien Tapani Maskula antoi *Kuutamolla*-elokuvalle yhden tähden ja sanoi, että luulisi tekijöitä hävettävän", Kallio kirjoittaa.

Tavat kirjoittaa ja puhua elokuvasta ovat siis moninaistumassa. Tämä avaa uusia näköaloja ja ideoita myös akateemisen elokuvatutkimuksen suuntaan. Esimerkiksi käy Katja Kallion tekemä huomio siitä, että on merkillepantavaa, jos oma suosikkielokuva tulee televisiosta, "suorana lähetyksenä", vaikka elokuva kuuluisikin omiin dvd-kokoelmiin. Toisin kuin totuttu jako yhteisöllisen elokuvateatterielämyksen ja yksityisen kotikatsoamisen välillä olettaa, elokuvat voivat olla myös tv-ruudulta katsoen mentaalisesti yhteisöllisiä, yhtenäiskulttuurisia kokemuksia.

Laura Saarenmaa

espoo
ciné

international film festival
kulttuurikeskus, tapiola

21.-26.august 2007


www.espoo.cine.fi

BETWEEN SCIENCE AND MYTH – THE PAST IN CONTEMPORARY CINEMA

7-8 September 2007, Cinema Orion, Eerikinkatu 15 Helsinki

How does cinema influence popular conceptions of the past? How do people at large form ideas about the people of the past, their customs and lifestyles? What mechanisms determine whose histories are deemed significant and interesting enough to be put on show?

These issues are especially important as regards popular historical films. With global audiences of millions they have a powerful effect on popular notions of relationships with the past. In order to analyse these issues the Finnish Society of Film Studies and the Finnish Film Archive arrange a two-day seminar which focuses on how historical films participate in constructing a sense of the past. The topic will be approached from a number of angles based on latest research in Finland and Britain. The seminar language is English.

The key note speaker is Professor Andrew Higson (University of East Anglia, UK), who is a distinguished scholar of national and especially British cinema. His article "The Concept of National Cinema" is a classic and among the most cited in its field, while his survey of British heritage film in numerous articles and in his monograph *English Heritage, English Cinema* has been pioneering.

Finnish speakers include: Professor Hannu Salmi (University of Turku); Professor Henry Bacon (University of Helsinki); Lecturer Kimmo Laine (University of Oulu); Researcher Anneli Lehtisalo (University of Tampere); Researcher Harri Kilpi (University of Helsinki)

Registration for the seminar via e-mail by 31 August 2007 to Outi Hakola (outhak@utu.fi). There is a nominal fee of participation in order to cover the running costs of the seminar. For Society members, the fee is 10 euros, and for non-members 15 euros. Payment details will be sent to those who registered. Seminar dinner is to be paid separately.

Seminar updates can be found at: <http://blogit.helsinki.fi/sets/tapahtumat.htm>
More information: Outi Hakola, The Finnish Society of Film Studies, outhak@utu.fi

LÄHIKUVA

Lähikuva on audiovisuaalisen kulttuurin tutkimukseen keskittynyt, neljä kertaa vuodessa ilmestyvä aikakauslehti.

Tilaa vuosikerta 2007 (22 e) Teemoina: Intia ja Bollywood, Matkalla, Heja Sverige

Tilausosoite: Lähikuva, c/o Varsinais-Suomen elokuvakeskus Uudenmaankatu 1, 20500 Turku. S-posti: paivi.valotie@utu.fi

Lähikuvalle voi tarjota tieteellisiä artikkeleita sekä teemoihin liittyen että niiden ulkopuolelta, raportteja tai katsauksia audiovisuaalisen kulttuurin tutkimukseen liittyvistä konferensseista ja seminaareista sekä alan tutkimus-kirjallisuuden arvioita.

Yhteydenotot:
Toimitussihteeri
Sanna Harakkamäki
S-posti:
sanna.harakkamaki@gmail.com

Kuva: SEA

ENGLISH SUMMARIES

Anne Soronen

Home decoration shows as stages of improved ordinariness

In recent years, home decoration shows have become a popular television genre in many western countries. They are categorized as a sub genre of lifestyle television, in which elements such as home, garden or personal appearance are altered to achieve a more stylish impression. I explore how notions of gender, class, and sexuality are produced in the discourse of 'ideal home interior' in the episodes of the Finnish decoration shows *Inno* and *Kodin kääntöpiiri*, broadcasted in 2004. These shows represent the home primarily as an issue of consumption, taste, and personal style. I approach them as media texts that on the one hand reproduce the cultural association of home decoration with female dwellers but on the other hand question it by representing male dwellers and design experts as actors in its field. The structure of these Finnish television formats positions the participants as 'ordinary people' by addressing them as 'non-celebrities' and 'do-it-yourself people' (as opposite to the experts). Although the participants themselves also represent their position as 'lay decorators', many of them want to indicate that their preferences distinguish them from 'ordinary people' with conventional or bad tastes. The expressed taste preferences can also include an implicit idea of distancing oneself from a certain class or class fractions.

Kaarina Nikunen

How ordinary - Finland's Funniest Home Videos

Recent technological developments have resulted in increased use of home video material in various television programmes including American Funniest Home Videos. The article discusses the representations of the ordinary in the Finnish version of the America's Funniest Home Videos, *Hauskat kotivideot*. The article examines the production of ordinariness especially in terms of family, body and whiteness.

Although home videos seem to challenge the representations of respectability they do so within limits. Home videos depict moments of rupture in construction of family ideals. However the displacement is only temporary and not substantial enough to shake the ideal. The article also discusses moments of silence and exclusion in the videos and traces down the similarities in the representations of the real between funniest home videos and family documentaries.

Home videos are seen as an interesting intersection of both idealist and parodical representations of the everyday life of the lower middle class. As such they seem to be especially reassuring imagery of 'the normal' way of living.

Susanna Paasonen

Lifestyle-makeover programming and the paradox of looking like oneself

Makeovers, with their depictions of "before" and "after", have been staple features of women's magazines for several decades. Since the late 1990s, makeovers have become an increasingly visible cultural trend across a field of media: while magazines continue to make over their readers, interior designs and various kinds of objects, television lifestyle and makeover programmes transform, tune and pimp up people's apartments, cars and bodies in order to make them look both "better" and more like the people involved in the makeover. In the framework of consumer culture, the bodily appearance of individuals (as that of their clothing, interior design, or car) is seen as a reflection of their personality. The imperative of looking like oneself can be achieved in makeover programming through transformations guided and brought forth by various kinds of experts – and with the transformation, the participant becomes more "like herself".

In this article, I investigate this paradox of looking like oneself – and, centrally, of being made to look like oneself – as the central dynamic of lifestyle-makeover programming. Drawing on Anne Cronin's discussion of compulsory individuality, I argue that lifestyle-makeover programmes illustrate the porosity of the boundaries of the individual, as well as the constant making of the self in networks of tastes, styles and commodities. As

the self is recognized in styles and commodities (be this a moment of self-identification or an association made by the experts featured in the show), it gains shape in the process. Associated with the assumption of unique individuality and the imperative of expressing it, "looking like oneself", as presented in the makeover shows, concerns constant negotiation and updating that are not simply questions of individual quest.

Ohjeita kirjoittajille

Lähikuvan artikkelien käsikirjoitukset tulee lähettää toimitussihteerille joko sähköpostitse liitetiedostona tai kirjeitse levykkeelle tallennettuna (rft-muodossa). Kuvat ja erilaiset kaaviot lähetetään joko orginaaleina tai skannattuina ja tallennettuina erillisiksi tiedostoiksi (jpg, tai tif-muodossa). Resoluution tulisi olla **vähintään 240 dpi/90 pikseliä/cm** siihen kokoon skannattuna kuin kuvan toivotaan ilmestyvän lehdessä. Tekstiin voi merkitä kuvion tai kuvan sijoituspaikan. Kuvituksesta kannattaa neuvotella toimitussihteerin kanssa.

Käsikirjoituksen ensimmäiselle liuskalle merkitään kirjoittajan nimi, oppiarvo, osoite ja muut yhteystiedot, mahdollinen virka-asema ja toimipaikka. Artikkelin alkuun laaditaan lyhyt (n. 3-5 lauseen mittainen) ingressi, josta ilmenee artikkelin keskeinen fokus. Julkaistavasta artikkelista tulee myös laatia lyhyt (max. 300 sanaa) englanninkielinen abstrakti.

Käsikirjoituksen arvioi Lähikuvan toimituskunta sekä sen nimeämä ulkopuolinen asiantuntija (referee). Kirjoittajan edellytetään ottavan huomioon lukijoiden mahdolliset kommentit ja muutosehdotukset. Toimitus ei takaa käsikirjoituksen julkaisua, vaikka kirjoitusta olisi pyydetty.

Artikkeliksi tarkoitettun tekstin maksimipituus on 40 000 merkkiä (eli noin 25 liuskaa rivivälillä 2, 12 pisteen fontti). Tekstinsisäiset vieraskieliset sitaattit suomennetaan, ellei vieraskielisyydelle ole jotain erityistä syytä. Teksti kirjoitetaan ilman tavutusta, eikä siinä tulisi käyttää muita muotoiluja kuin kursivia. Kappaleet erotetaan toisistaan yhdellä tyhjällä rivillä. Sisennykset ja lainaukset merkitään käsikirjoitusliuskoihin. Lähdetiedot merkitään artikkelin loppuun kirjallisuusluettelona alla olevan ohjeen mukaisesti.

Viitteet merkitään pääsääntöisesti loppuviittein. Viitteet merkitään siten, että ensin mainitaan kirjoittajan sukunimi, sitten painovuosi ja pilkun jälkeen sivunumero(t): esim. Dyer 1992, 48. Sivunumerot erotetaan toisistaan ajatusviivalla (–) tavuviivan (-) sijaan: esim. Dyer 1992, 48–49. Loppuviitteisiin sijoitetaan myös mahdolliset tarkennukset ja tekstin muut sivupolut.

Kun tekstissä mainitaan ensimmäisen kerran jokin elokuva, sen tuotantomaa ja -vuosi kerrotaan suluissa välittömästi elokuvan nimen jälkeen. Jos kyseessä on ulkomainen elokuva, joka on ollut levityksessä Suomessa, siitä käytetään suomenkielistä nimeä ja alkuperäisnimi mainitaan sulkeissa. Esimerkki: Musta sade (Black Rain, USA 1989). Alkuperäiskielinen nimi mainitaan erikseen myös silloin, kun suomenkielinen nimi on sama. Jos elokuvan nimi on kaksiosainen (esim. Total Recall – unohda tai kuole), se mainitaan ensimmäisellä kerralla kokonaisuudessaan ja myöhemmin elokuvaan voidaan viitata nimen ensimmäisellä osalla. Vastaavasti televisio-ohjelmista ja -sarjoista kerrotaan suomenkielinen ja alkuperäinen nimi sekä tuotantomaa ja -vuosi/det. Elokuviin ja televisio-ohjelmien nimet kursivoidaan.

Artikkelien lisäksi Lähikuva julkaisee mm. haastatteluja, kommentaareja, keskustelupuheenvuoroja, raportteja ja arvioita. Kirja-arvion alkuun tulee otsikko ja sen alle tiedot kirjasta (teoksen nimi, kirjoittajan/toimittajan nimi, kustantaja, julkaisupaikka ja -vuosi, sivumäärä). Raportoitavista tapahtumista (esim. seminaarit ja festivaalit) kerrotaan tapahtuman koko nimi, ajankohta ja paikka.

Lähdeluettelo laaditaan kirjoituksen loppuun seuraavan mallin mukaisesti:

Monografiat:

Tekijä (sukunimi, etunimi) Teoksen painovuosi (sulkeissa), Teoksen nimi: Teoksen alaotsikko (kursivoituna). Mahdollinen julkaisusarja ja numero. Kustantajan kotipaikka: kustantaja. Esimerkiksi:

Dyer, Richard (1990), *Now You See It: Studies on Lesbian and Gay Film*. London and New York: Routledge.

Artikkeli lehdessä:

Tekijä (Vuosi), Artikkelin otsikko: Artikkelin alaotsikko (ilman lainausmerkkejä). Lehden nimi ja vuosikerta (vol): numero, artikkelin sivunumerot. Huom! Sivunumerot erotetaan toisistaan ajatusviivalla. Esimerkiksi:

Acland, Charles R. (2000), *Cinemagoing and the Rise of the Megaplex. Television & New Media* vol. 1:4, 375–402.

Nash, Melanie (1999), "Beavis is just confused": Ideologies, Intertexts, Audiences. *The Velvet Light Trap* 43, 4–22.

Artikkeli kokoomateoksessa:

Tekijä (Vuosi), Artikkelin nimi. Teoksessa Teoksen toimittaja(t), Teoksen nimi: Alaotsikko kursivoituna. Kustantajan kotipaikka: kustantaja, artikkelin sivunumerot. Huom! Sivunumerot erotetaan toisistaan ajatusviivalla. Esimerkiksi:

Holland, Samantha (1995), *Descartes Goes to Hollywood: Mind, Body and Gender in Contemporary Cyborg Cinema*. Teoksessa Mike Featherstone and Roger Burrows (eds.), *Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk: Cultures of Technological Embodiment*. London: Sage, 157–174.

Www-sivu:

Tekijä (Vuosi), Artikkelin nimi. On-line-lehden nimi, vuosikerta (vol):numero (vuosi), www-osoite. Esimerkiksi:

Keathley, Christian (2000), *The Cinephiliac Moment*. Framework 42, www.frameworkonline.com/42ck.htm.

Anderson, Aaron (2001), *Violent Dances in Martial Arts Films*. Jumpcut, darkwing.uoregon.edu/~jlesage/trialsite/aarona/aaron1.html. Linkki tarkistettu 30.5.2001. (Kerro milloin olet tarkistanut sivun, mikäli siitä ei ole saatavilla vuosikerta- ja numerotietoja.)

Ote Nelosen katsojapalautteesta. www.nelonen.fi/info/tiedote5c.html. Linkki tarkistettu 9.2.2001.

Kirjoittaja antaa Lähikuva-lehdelle oikeuden julkaista tekstin kuvineen ja taulukoineen painetun Lähikuva-lehden lisäksi myös Lähikuvan sopimissa elektronisissa tietokannoissa (ProQuest) sekä lehden internet-sivuilla.

Sisältö

Anne Soronen 8

Sisustusohjelmien kodit parannellun tavallisuuden näyttämöinä

Kaarina Nikunen 27

Kompuroivat perheet hajoilevissa taloissaan
eli tavallisuuden representaatiot
Hauskoissa kotivideoissa

Susanna Paasonen 46

Tavikset tapetilla: elämäntyyli-muutosohjelmat
ja omannäköisyyden paradoksi

Katsaukset

Laura Saarenmaa 68

Kesän käsityö on neule!
Tavishistorian näkökulma radikaaliin 1960-lukuun