

TAMPEREEN YLIOPISTO

Anne Teräväinen

NUKKEKODISTA TYYLITALOON

Tyypilliset sisustuskuvat ja kotireportaasien rakentuminen

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2013

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

TERÄVÄINEN, ANNE: Nukkekodista tyylitaloon. Tyypilliset sisustuskuvat ja kotireportaasien rakentuminen

Pro gradu -tutkielma, s.77, 4 liites.

Tiedotusoppi

Toukokuu 2013

---

Tämä Pro gradu -tutkielma tarkastelee Plaza Koti -lehden kotireportaasien kuvien sisältöä sekä sitä, miten sisustuslehdistä tuttuja kotikuvia rakennetaan. Tutkimus pyrkii selvittämään, mitkä ovat Plaza Koti -lehden kuvien tyypillisiä elementtejä ja miten sisustuskuvia konkreettisesti rakennetaan. Tutkimuksessa tarkastellaan myös erikseen ihmisten läsnäoloa kuvissa.

Tutkimus perustuu Erwin Panofskyn mediakuvan sisällönanalyysiin sekä teemahaastatteluun. Aineistona on Plaza Koti -lehden vuosikerta 2009, niissä olevien kotireportaasien kuvat sekä asiantuntijoiden teemahaastattelut. Tutkimuksessa asiantuntijoina toimivat yli vuosikymmenen alalla olleet kaksi sisustustoimittajaa ja -kuvaajaa. Tutkimus nojaa erityisesti Maija Töyryn aikakauslehtitutkimukseen sekä Janne Seppäsen visuaalisuuden tutkimukseen.

Tutkimuksen sisällönanalyysistä käy ilmi, että tyypillisessä sisustuskuvassa on musta-valkoinen, loft-henkinen olohuone, jossa on isot ikkunat ja pelkistetty ympäristö ja josta elonmerkit ovat karsittu vähiin. Tyypillistä sisustuskuville on näiden elementtien lisäksi muun muassa ylellisyys, graafisuus, modernius ja skandinaavisuus. Suuressa osassa Plaza Koti -lehden kuvista löytyy tyypillisiä elementtejä ja erikoinen kuva on poikkeus. Teemahaastatteluista käy ilmi, että sisustuslehdissä esiteltäviltä kodeilta haetaan tarinallisuutta sekä mielenkiintoisia että erikoisia sisustusratkaisuita. Sisustuskuva on oman aikansa peili.

Tutkimuksessa pohditaan, mitä kuvat pitävät sisällään, ihmisten asemaa kuvissa, työnjakoa kotireportaasin tekoprosessissa, tunteita, joita kotireportaasin tekeminen herättää sekä kotien persoonallisuutta ja tarinallisuutta.

Sisustuskuvien lähiluku paljastaa, että vaikka kuvat ovat erilaisia, niissä on keskenään paljon yhtenäisiä elementtejä. Kuvien pelkistetty todellisuus eroaa ammattilaisten pyrkimyksestä luoda tarinallisia reportaaseja ja näyttää kuvia erilaisista kodeista. Plaza Koti -lehden kuvat ovat tyhjiä kaikesta ylimääräisestä, vaikka suomalaiset sisustus- ja lehtialan ammattilaiset haluaisivat kertoa kuvilla tarinoita.

---

Avainsanat: aikakauslehti, kotireportaasi, sisustus, sisällönanalyysi, teemahaastattelu

# Sisältö

<b>1 Johdanto</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Teoreettiset lähtökohdat</b> .....	<b>3</b>
2.1 Tutkimusongelma ja viitekehys.....	3
2.2 Aikakauslehtien historiaa.....	6
2.3 Lehtikonsepti.....	7
2.4 Sisustuskuvat ja semiotiikka.....	9
2.5 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset.....	11
<b>3 Tutkimusaineistot ja -metodit</b> .....	<b>14</b>
3.1 Sisällönanalyysi tutkimusmetodina.....	14
3.1.1 Aineisto ja aiheen rajausta.....	18
3.2 Teemahaastattelu tutkimusmetodina.....	20
<b>4 Sisällönanalyysi</b> .....	<b>23</b>
4.1 Kuva-analyysi.....	24
4.1.1 Plaza Koti 1/2009.....	24
4.1.2 Plaza Koti 2/2009.....	27
4.1.3 Plaza Koti 3/2009.....	30
4.1.4 Plaza Koti 4/2009.....	33
4.1.5 Plaza Koti 5/2009.....	36
4.1.6 Plaza Koti 6-7/2009.....	38
4.1.7 Plaza Koti 8/2009.....	42
4.1.8 Plaza Koti 9/2009.....	44
4.1.9 Plaza Koti 10/2009.....	46
4.1.10 Plaza Koti 11–12/2009.....	48
4.2 Tyypilliset sisustuskuvat.....	49
4.3 Plaza Koti -lehtien maailmat.....	52
4.4 Ihmiset kuvissa.....	54
<b>5 Teemahaastattelu</b> .....	<b>58</b>
5.1 Analyysi ja tutkimustulokset.....	61
5.1.1 Työnjako.....	62
5.1.2 Tunteet.....	64
5.1.3 Persoonallisuus.....	65
5.1.4 Tarina.....	67
<b>6 Johtopäätökset</b> .....	<b>69</b>
6.1 Tutkimustulokset.....	69
6.2 Pohdintaa.....	72
<b>Lähteet</b> .....	<b>74</b>
<b>Liitteet</b>	

# 1 Johdanto

*Selaan sisustuslehtiä viikoittain. Paras hetki on se, kun pääsen makaamaan sohvan nurkkaan, minulla ei ole mihinkään kiire ja saan avata uuden sisustuslehden täynnä ideoita ja inspiraatiota. Haaveilen toinen toistaan ihanammista asunnoista, sohvista, seinistä, maljakoista, vaikken tule niitä ehkä ikinä saamaan. Sukellan haaveisiini ja sijoitan itseni lehdessä näkyviin huoneisiin. Katselen lehden sivuilta toisten ihmisten koteja. Mutta missä ovat näiden kotien ihmiset? Haaveilultani minulta jäi huomaamatta, että ihmisethän puuttuvat näistä upeista kotikuvista. Ovatko nämä kodit tässä siis vain juuri minua varten, onko nämä oikeita vai lavastettuja?*

Suomessa julkaistaan noin kymmentä sisustuslehteä, jotka ilmestyvät noin kerran kuussa. Myös Suomen TV-kanavilta tulee tasaisesti monia sisustus- ja kotiohjelmiä. Sisustaminen ja kodin laittaminen kasvattavat suosiotaan jatkuvasti ja myös alalle kouluttautuminen on muodikasta. Mielestäni medioissa on tärkeää näyttää todellisia kuvia ja haluan selvittää, huijataanko katsojaa tekemällä suuria ja kauniita lavastuksia vai näytetäänkö katsojille todellisia kohteita. Uskon, että kauniiden sisustuskuvien näkeminen herättää katsojassa sekä haaveita että kateutta.

Sisustuslehdet määritellään kaupallisiin yleisölehtiin (Rantanen, 2007, 26), joita ovat muun muassa naistenlehdet. Suomessa ei ole juurikaan tutkittu sisustuslehtien kuvia, vaikka aikakauslehtien tutkimus kasvattaa jatkuvasti suosiotaan. Sisustuskuvien tutkimus on useimmiten sisustusmuodin tutkimusta. Perehdyn tutkimuksessani sisustuslehtien kuvallisuuteen. Tutkin, millainen on tyypillinen sisustuskuva ja miten kotireportaasi rakennetaan.

Tutkimusmateriaalinani on sisustuslehti Plaza Koti, joka on konseptilaina Ruotsista. Plaza Koti kiinnitti huomioni hieman erikoisena sisustuslehtenä, koska lehden kuvissa ihmiset loistavat poissaolollaan. Aion tutkia, mitä kuvat pitävät sisällään. Kiinnitän huomiota esimerkiksi tiloihin, huonekaluihin, väreihin ja erilaisiin elonmerkkeihin. Näitä havaintoja täydentämään haastattelen sisustustoimittajia ja -kuvaajia, ja heidän kauttaan selvitän, miten kuvia rakennetaan. Aineistoni on laaja ja odotan mielenkiinnolla millaisia yhteneväisyyksiä kohtaan.

Määritän tutkimuksessani tyypillisen sisustuskuvan käyttäen apunani mediakuvan sisällönanalyysia.

Keskityn erityisesti artikkeleiden avauskuviin. Avauskuvia ovat reportaasien ensimmäiset kuvat. Muutoin tutkimuksessa ovat mukana vähintään puolen sivun kokoiset kuvat, joista saan tukea tutkimukseeni. Työni visuaalisissa osissa aion käyttää apuna erityisesti Tampereen yliopiston visuaalisen journalismin professori Janne Seppäsen tutkimuksia.

Perehdyn naistenlehtitutkimukseen, jossa aion käyttää apunani erityisesti Aalto-yliopiston aikakauslehtijournalismin professori Maija Töyryn tutkimusta aikakaus- ja naistenlehdistä (2005). Vaikka sisustuslehtiä voi hyvin lukea kuka tahansa, ne luokitellaan yleensä naistenlehdiksi. Yleisesti ottaen sisustuslehdet ovat sekä visuaalisesti että tekstiltään naisille suunnattuja ja sisustaminen mielletään naisten harrastukseksi. Melko harvoin mies on kertomassa medioissa, kuinka hän on sisustanut kotinsa. Lehtikonseptin käsite tulee olemaan keskeisessä osassa tutkimuksessani. Erityisesti Töyry (2005) on tutkinut naistenlehtikonseptien historiaa ja rakentumista. Sisustuslehdillä on usein tarkkakin konsepti. Konsepti pitää sisällään muun muassa lehden linjat, arvot ja juttutyypit, joiden mukaan lehti koostetaan.

Kuten Töyry kertoo, naistenlehtien yleisön ja tuotannon eri puolten tutkimus on jäänyt melko vähälle huomiolle. Yleensä naistenlehtitutkimuksessa aineistona on naiseuden presentaatio naistenlehtien sivuilla. (Töyry 2005, 31).

Tässä tutkimuksessa määritettävät tulokset voivat toimia apuna sisustustoimittajilla, -kuvaajilla ja -suunnittelijoilla. Sisustuskuvien sisällönanalyysia ei ole tehty Suomessa aiemmin. Kaisa Järvinen on tutkinut sisustustoimittajan työnkuvaa (2009), mikä liittyy asiantuntijahaastatteluihin, joita tulen tekemään. Uskon, että Järvisen työn tavoin oma tutkimukseni voisi toimia materiaalina niin sisustustoimittajiksi kuin -suunnittelijoiksi aikoville.

Haluan tietää miten ja kenelle sisustuskuvia rakennetaan. Millaisia sisustuskuvat ovat ja kenelle ne kuuluvat? Miksi sisustuskuvat ja toisten ihmisten kodit kiinnostavat? Ovatko sisustuskuvat todellisuutta vai pelkästään siistittyjä haavekuvia?

## 2 Teoreettiset lähtökohdat

### 2.1 Tutkimusongelma ja viitekehys

Määritän tutkimuksessani tyypillisen sisustuskuvan käyttäen apunani kuva-analyysia, jota teen visuaalisen kulttuurin näkökulmasta. Määritän tyypillistä sisustuskuvaa artikkelien avauskuvien avulla. Avauskuva on iso kuva, joka aloittaa kotireportaasin. Kokonaisuudessaan tutkimuksessani ovat mukana kaikki asuntoesittelykuvat, joiden koko on puoli sivua tai enemmän.

Olen käyttänyt tutkimuksessani Janne Seppäsen teosta *Visuaalinen kulttuuri: teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Kuva-analyysi on aineistolähtöinen tutkimusmenetelmä, jolla etsin merkityksiä ja representaatioita tutkimusmateriaalini kuvista. Etsin tutkimuskuvistani vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

1. Minkälainen kuva on kyseessä?
2. Mitä varten kuva on otettu?
3. Kenelle kuva on tehty?
4. Kuka kuvaa oikeasti katsoo?

Tarkastelen kuvien värimaailmaa, huonekaluja ja sisustusta. Etsin sisustuskuvien peruselementtejä ja säännönmukaisuuksia, joiden perusteella määritän tyypillisen sisustuskuvan. Perinteisessä kuva-analyysissa on tärkeää myös kuvan tekniikka, rakenne, ilmaisu ja värit. Tutkin, millaista julkista visuaalista järjestystä kuvat rakentavat (Seppänen, 2002, 142). Tutkimukseni lopputuloksen kannalta tärkeitä elementtejä ovat tiloissa olevat huonekalut ja ihmiset.

Lehtien kuvallisuutta on tutkittu useasti semioottisin käsittein. Semiotiikka on tiede, joka tutkii merkkejä merkityksen muodostumisen näkökulmasta (Seppänen, 2002, 175). Käsitteet denotaatio ja konnotaatio ovat tutkimukseni kannalta olennaisia käsitteitä. Denotiivisella eli ilmeisellä tasolla sisustuskuvasta voi löytyä esimerkiksi olohuone. Kuvasta löytyy tällöin esimerkiksi sohva ja televisio, jotka ovat olohuoneen peruselementtejä. Konnotatiivisella tasolla kuva viestii silloin esimerkiksi kotoisuutta ja yhteisöllisyyttä, koska televisiosta katsotaan usein uutiset ja muut

ajankohtaiset ohjelmat. Konnotaatio on tärkeä semioottinen käsite, koska se kantaa mukanaan kulttuurisia arvoja (Seppänen, 2002, 182). Konnotaatio kertoo siis, mitä kuva symboloi ja viestii.

Käytän tutkimuksessani mediakuvan systemaattista sisällönanalyysia, jolla etsin säännönmukaisuuksia Plaza Koti-lehden asuntokuvista. Etsin kuvista samoja elementtejä, jotka toistuvat kuvissa. Tähän liittyy kvantitatiivinen tutkimukseni ihmisistä Plaza Koti-lehden asuntokuvissa, sekä tyypillisen sisustuskuvan määrittäminen. Sisustuskuvan peruselementin on löydettävä monesta kuvasta toteutuakseen. Tutkin kuvien muuttujia, jotka ovat kuvissa vaihtelevia elementtejä.

Kuva on esitys eli representaatio. Seppäsen mukaan representaation käsitteen avulla on mahdollista pohtia esimerkiksi sitä, millä keinoin mediat esittävät ja tuottavat todellisuutta (Seppänen, 2005, 77). Representaatio korostaa kuvan tutkimuksen terminä toisaalta kuvatun kohteen ja itse kuvauksen eroa (Konttinen & Laajoki, 2000, 371). Tällöin esimerkiksi kuva Eero Aarnion Pallo-tuolista on oikean, käsin kosketeltavan Pallo-tuolin representaatio. Toisaalta representaatio korostaa katsojan osuutta kuvan hahmottamisessa.

Seppäsen mukaan representaation käsitettä on hyvä käyttää silloin, kun pyrimme tieteellisesti analysoimaan erilaisia mediaesityksiä (Seppänen, 2005, 77). Tärkeää on kysyä myös, millaisen todellisuuden kuva rakentaa ja millä keinoin (Seppänen, 2005, 78). Tämä kulkee mukana kuva-analyysissäni. Kutsun tutkimuksessani näitä todellisuuksia maailmoiksi.

Kotikuvissa, joita tutkin, kohteena ovat yleensä asunto, tila, värit ja huonekalut, toisin sanoen erilaiset sisustukset. Haluan tietää, mistä sisustukset koostuvat ja kenelle sisustuskuvia rakennetaan. Kenen lähtökohdista näitä representaatioita rakennetaan? Seppänen pohtii tätä sekä muita kysymyksiä, jotka ovat tärkeitä tutkimukseni kannalta:

*”Kenen hallussa ovat esittämisen välineet? Millaiset seikat määrittävät, mitä ylimalkaan esitetään? Miten kuvauksen kohteet voivat vaikuttaa omaan näkyvyyteensä?”* (Seppänen, 2005, 83)

Onko esimerkiksi Plaza Koti -lehdellä linjaus, ettei ihmisiä näytetä kuvissa? Pyrkiikö Plaza Koti -lehti esittelemään ainoastaan asuntoja, ei muuta? Rakentaako Plaza Koti -lehti todellisuuden kauniiden asuntojen varaan? Lehden kuvissa on ihmisiä vain harvoin häiritsemässä asuntojen harmonista tunnelmaa. Tavoitteellinen näkökulma kuvaan kiinnittää huomion tekijään, mitä tekijä haluaa representaatiollaan sanoa, mitkä ovat tekijän tavoitteet? Tärkeää on, millaisen kuvan lehden toimitus haluaa luoda.

Seppänen pohtii teoksessaan, ”*jos kysymme, vastaako tämä tai tuo presentaatio todellisuutta, lähtökohtamme on refleksiivinen*” (Seppänen, 2005, 94). Reflektiivisestä lähtökohdasta haluan selvittää, ovatko sisustuslehtien kuvat todellisia ja millä keinoin sisustuslehtien todellisuutta rakennetaan. Ovatko kuvat todellisia kuvia kodeista vai ovatko ne vain lavastusta?

Haluan määrittää, millaisen mediaesityksen Plaza Koti -lehden kuvat tuottavat ja millaisin keinoin. Representaatio on osa todellisuutta. Historiassaan konstruktivismia on ohjannut muun muassa ajatus kohteen pelkistetyistä kuvaamisesta<sup>1</sup>. Konstruktivistit tulkitsee maailmaa kulttuurisidonnaisesti. Konstruktivistisesta näkökulmasta emme kysy, miten representaatio vastaa todellisuutta tai mitkä ovat tekijät tarkoituserät. Kysymys kuuluu: millaisen todellisuuden mediaesitys, tässä tapauksessa sisustuskuva, tuottaa ja millaisilla keinoilla? (Seppänen, 2005, 95) Millainen koti Plaza Koti -lehdessä rakentuu?

Yhden lehtibrändin kuvien tutkiminen antaa kattavan kuvan kyseisestä lehdestä, mutta koska haluan saada selvyuden yleisesti kotikuvista, tässä tukena ovat asiantuntijahaastattelut. Asiantuntijoiden avulla saan selville, mistä kotikuvissa ja -reportaaseissa on oikeasti kysymys.

Seppänen esittää *Visuaalinen kulttuuri* -teoksessaan mediaesityksiä, kuvajournalismia koskevan, mielenkiintoisen kysymyksen: ”*Miksi ihmisten sitten pitäisi tietää, miten heitä päivittäin pommittavat mediaesitykset on tehty?*” (Seppänen, 2005, 214). Tämä saa minut pohtimaan, miksi tutkimukseni aihe on mikä on. Journalistiseen tuotantoon vaikuttavat muun muassa ympäröivä kulttuuri, säännöt, tottumukset, ammattinormit ja niin edelleen. Lehti on monien osien summa.

---

<sup>1</sup> Uutiskoostepalvelu Kookas. Mitä on konstruktivistinen taide?



## 2.2 Aikakauslehtien historiaa

Aikakauslehtijulkaisijoiden yhteistyöfoorumi Aikakausmedia määrittää internet-sivuillaan aikakauslehden julkaisuksi, joka ilmestyy säännöllisesti vähintään neljä kertaa kalenterivuodessa. Kussakin numerossa tulee olla useita artikkeleita tai toimituksellista aineistoa. Aikakauslehti ei sisällä pääasiassa liikealan tiedonantoja, hinnastoja, ilmoituksia eikä mainontaa. Aikakauslehti voi olla painotuote tai verkkojulkaisu, ja muidenkin joukkomedioiden tapaan se on laajalti saatavissa ja kaikkien tilattavissa.<sup>2</sup>

Vuoden graafikoksi vuonna 2005 valittu Lasse Rantanen, joka on koonnut oppaan ”Mistä on hyvät lehdet tehty”, kertoo teoksessaan, että ”aikakauslehti koostuu teksteistä ja kuvista. Hyvä aikakauslehti syntyy tekstin ja kuvan vuorovaikutuksesta. Se on yksi aikakauslehden hienouksista, niin tekijän kuin lukijankin kannalta. Teksti ja kuva – laajemmin visuaalisuus – ovat yhdessä enemmän.” (Rantanen, 2007, 18) Suomalaisissa aikakauslehdissä kuvallisuus on runsasta. Jotkut ihmiset saattavat ostaa aikakauslehtiä vain katsellakseen kauniita kuvia.

Rantanen toteaaakin, että ”kuva puolestaan vetoaa voimakkaasti tunteisiin. Se kykenee viittaamaan sekä tekstin päämerkitykseen että sen lukuisiin sivumerkityksiin. Kuva avaa tiedon lukijalle, tukee tekstiä ja tuo siihen jotain uutta. Kuva – näennäisesti irrallisenakin – kietoutuu aina jollain tavoin tekstiin”. Kuva on harvoin lehdessä ilman tekstiä. (Rantanen, 2007, 19)

Suomessa ensimmäinen aikakauslehti ”On konsten att rætt behaga” ilmestyi vuonna 1782. Tämä lehti, kuten muutkin ensimmäiset aikakauslehdet, oli suunnattu naisille. Se piti sisällään kasvatusta, hyviä ominaisuuksia ja miellyttämisen taidon opetuksia: mitä naiselta on perinteisesti odotettu muutamia vuosisatoja sitten. 1800-luvun lopulla aikakauslehdistö alkoi kasvaa voimakkaasti, silloin syntyi uusia lehtiä, kirjapainoja ja -kauppoja. Näihin aikoihin lukuharrastus lisääntyi ja lehdissä alkoi näkyä kuvia.<sup>3</sup>

1800-luvun lopulla aikakaus- ja sanomalehtien roolit selkenivät. Sanomalehdet keskittyivät uutisten

---

<sup>2</sup> Aikakausmedia. Tietoa ja tutkimuksia. Aikakauslehden käsite. [www.aikakauslehdet.fi](http://www.aikakauslehdet.fi)

<sup>3</sup> Aikakausmedia. Oppimateriaalit. Asiaa aikakauslehdestä. [www.aikakauslehdet.fi](http://www.aikakauslehdet.fi)

välittämiseen ja yhteiskuntapoliittisiin kysymyksiin, aikakauslehdet puolestaan kertoivat laajemmin asioista, tapahtumista ja teemoista kokonaisvaltaisesti taustojenkin kautta.<sup>4</sup>

## 2.3 Lehtikonsepti

Jokaisella menestyvällä lehdellä tulee olla konsepti, joka pitää lehden koossa ja loogisena. Toimiva lehti ei ole vain kasa artikkeleita.<sup>5</sup> Lehtikonsepti varmistaa, että jokainen numero pysyy lehdelle määritellyssä linjassa. Lehtikonseptin määrittelyyn kuuluvat muun muassa lehden kansi, sivumäärä, juttutyypit, rakenne, kuvitus ja niin edelleen. Lehtikonsepti pohjautuu toimituksen strategiaan ja tavoitteisiin. Konseptin avulla lukija löytää lehdestä helposti haluamansa.

Konsepti vastaa kysymykseen, miksi lehteä tehdään. Toisaalta, lehtikonseptin tarkoitus on tehdä lehden suunnittelusta ja toimittamista mahdollisimman mutkatonta. Konseptista tulee löytyä myös tilaa luovuudelle ja sen on joustettava yllättäviäkin tilanteita varten. Jotta lehti pysyy mielenkiintoisena, on konseptia syytä päivittää silloin tällöin, mutta ei välttämättä liian nopealla tempolla.<sup>6</sup> Kun lehden konseptia rakennetaan, on hyvä miettiä, miten esimerkiksi lehden kohderyhmään halutaan vaikuttaa, onko lehden päätehtävänä informoida kohderyhmiä vai keskittyä tuotteiden ja palveluiden myymiseen. Lehtikonsepti pitää sisällään yleisesti ottaen lehden arvot ja päämäärät, kohderyhmätuntemuksen, systemaattisesti eriteltyt journalistiset työprosessit, joihin kuuluu sivukartta, juttutyyppeiden määrittelyt ja lehden visuaaliset ohjeet. (Töyry, 2008, 22)

Aalto-yliopiston aikakauslehtijournalismin professori Maija Töyry on tutkinut naistenlehtien konseptin syntyvaiheita väitöskirjassaan *Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat – Neuvotteluja lukijasopimuksesta*. Hän on käynyt läpi suomalaisten naistenlehtien historiaa kotilehdistä nykypäivän monimediaisiin julkaisuihin. Hän on pyrkinyt väitöskirjassaan ymmärtämään naistenlehden tuotannon, lehtien sisällön ja yleisösuhteen muodostamaa kokonaisuutta konseptin käsitteen avulla. Töyryn tutkimuksen mukaan Yhdysvalloissa naistenlehtien esikuvia olivat sanomalehtien naisille suunnatut osastot sekä muoti- ja tuotekatalogit.

---

<sup>4</sup> Aikakausmedia. Mediakasvatus. [www.aikakauslehdet.fi](http://www.aikakauslehdet.fi)

<sup>5</sup> Compositor: Konsepti pitää lehden ryhdissä. [www.compositor.fi](http://www.compositor.fi)

<sup>6</sup> Compositor: Konsepti pitää lehden ryhdissä. [www.compositor.fi](http://www.compositor.fi)

Jokainen pystyy varmasti löytämään nykypäivän suomalaisista naistenlehdistä sekä sisustuslehdistä näitä samoja piirteitä. 1800- ja 1900-lukujen taitteessa Englannissa ilmestyi kotipainotteisia keskiluokalle ja alemmalle keskiluokalle suunnattuja lehtiä. (Töyry, 2005, 25-30, 40-44)

Ensimmäiset suomalaiset naistenlehdet olivat perhe- ja kuvalehtiä, jotka olivat suunnattu pääosin äideille. Vaikka naistenlehdille löytyy esikuvia, Töyry kuitenkin painottaa tutkimuksessaan, että suomalaisten naistenlehtien konseptit ovat syntyneet ja kehittyneet ulkomaisista esimerkeistä kotimaisiin oloihin ja suomalaiseen kulttuuriin sopiviksi. Ulkomaiset lehdet, esikuvat ovat antaneet hyvän kehyksen, jonka pohjalta suomalaiset lehdet ovat kehittyneet. Suomalaiset naistenlehdet ovat pääosin konseptilainoja (Töyry 2005, 72). Töyry toteaa tutkimuksessaan, että ”naistenlehden konseptia ei voi rakentaa sellaiselle konfliktille, jonka ratkaisumalleja ei voida tarjota lehden sivuilla niissä olosuhteissa, jotka kulloinkin yhteiskunnassa vallitsevat” (Töyry, 2005, 294).

Sisustuslehdet antavat ratkaisuja nykypäivän pinnalliseen ongelmaan, ”miten sisustaa tila” ja tarjoaa siihen samalla ratkaisuvaihtoehtoja. Tottahan on, ettei kukaan tarvitse sisustuslehtiä selvittääkseen hengissä, ne tuovat vain iloa ja helpotusta elämään.

Määritellesään konseptin käsitettä, Töyry on käyttänyt väitöskirjassaan Virkkusen (2002) kehittelemää kolmitasoista ajatusta konseptista. (Töyry 2005, 69-99) Konseptin ensimmäisen tason muodostavat lehden talouden perusta, lajityyppisyys ja sisältö. Toiselta tasolta löytyy se arkkitehtuuri, jolla lehden sisällössä yhdistetään työprosessiin osallistuvien tahojen intressit. Tahoilla tarkoitetaan esimerkiksi toimituksen henkilökuntaa ja lehden lukijoita. Nämä ovat Töyryn mukaan aina ristiriitaisia. Lehtikonseptin kolmannella tasolla käsitellään lehden sisällön ja lukijoiden tarpeiden kohtaamista, joka on tärkeää sarjallisessa julkaisussa, eli esimerkiksi aikakauslehdessä. Lehtikonseptia ajatellen on tärkeää, että toimituksella on yhteinen tavoite ja arvomaailma tuotteen suhteen. Tärkeää on myös pitkäjänteinen suunnittelu ja ohjeistus. Naistenlehteä on näillä kolmella tasolla voitu tarkastella sekä tuotannon ja talouden, mediatekstin että lukijan näkökulmasta. Yksinkertaisesti voisi koota, että lehtikonsepti tarkoittaa lehtikokonaisuuden suunnittelua.

Vaikka sisustus voi olla sekä naisen että miehen harrastus tai työ, sisustuslehtiä pidetään kuitenkin

naistenlehtinä. Väitöskirjassaan Töyry sanoo naistenlehden konseptin rakentuvan jonkin lukijoidensa elämässä relevantin ristiriidan käsittelyn ympärille. Mikäli siis sisustuslehti on naistenlehti, sisustus on naisten ongelma. Töyry pohtii teoksessaan ”miten naistenlehti ratkaisee naisen elämässä relevantin ristiriidan tuottaakseen lukijasopimuksia” (Töyry, 2005, 96). Mielestäni sisustuslehti toimii perinteisen naistenlehden tapaan tarjoten lukijoilleen muun muassa sisustusvinkkejä ja kodinhoito-ohjeita. Töyryn mukaan ristiriidat liittyvät erityisesti naisen erilaiseen asemaan kotona ja yhteiskunnassa.

Töyry tulee tutkimuksessaan siihen tulokseen, että naistenlehtiä tulee tutkia kokonaisuuksina (Töyry, 2005, 340). Itse keskityn omassa tutkimuksessani pääosin kuviin, mutta otan mukaan myös tekstin kuvien yhteydestä. Mikäli kuvista ei löydy ihmisiä, haluan antaa tekstille kuitenkin mahdollisuuden tarjota ihmisiä, jotka liittyvät tutkimiini kuviin.

Naistenlehti on tutkimuskohteena sanomalehteä harvinaisempi ja kiistellympi. Sisältö on usein sanomalehtiä kevyempää ja naistenlehtien tekijät eivät koe saavansa kovinkaan suurta arvostusta uutistoimittajilta. Mikäli naistenlehtiä tutkitaan, takana täytyy usein olla perinpohjaiset perustelut. Naistenlehtiä rakastetaan ja niiden suosio kasvaa myös miesten keskuudessa. 1900-luvun puoleen väliin asti naistenlehtiä arvostettiin suurestikin, kunnes televisio yleisty, lehtikonseptit monipuolistuivat, lukijamäärät nousivat, julkkiskulttuuri kehittyi ja mielipidekirjoittelu nosti päätään. Naistenlehdet saivat osakseen kritiikkiä, ja niiden lukeminen saattoi olla merkki huonosta mausta. (Ruoho, Saarenmaa, 2011, 8–9)

Huomasin itsekkin vaikeuden tutkimusta aloittaessani. Aiempaa tutkimusta ei ole juurikaan tehty. Lisäksi olen kokenut tutkimusaiheeni kanssa paljon selittelemisen tarvetta, koska havaintojeni mukaan aikakauslehteä tutkimuksen aiheena pidetään kevyenä.

## **2.4 Sisustus kuvat ja semiotiikka**

Sisustuksella tarkoitetaan yksinkertaistettuna tilan viihtyisyyden lisäämistä. Viihtyisyyttä voi lisätä esimerkiksi huonekaluilla, tapeteilla ja muilla materiaaleilla, tavaroilla, kankailla ja niin edelleen. Sisustukseen voi käyttää oikeastaan mitä tahansa materiaalia, eikä sitä ole rajoitettu millään lailla.

Usein ihminen, sisustaja, pyrkii kuitenkin tekemään sisustuksesta kokonaisuuden, joka noudattaa jonkinlaisia taiteen sääntöjä, esimerkiksi väriharmoniaa ja tasapainoa. Sisustus voi olla missä tilassa tahansa. Näiden kaltaiset päätelmät selviävät lähes jokaisesta sisustuskirjasta, -ohjeesta ja -blogista.

Koti on esimerkiksi paikka, jota ihminen käyttää vakituiseen asumiseen. Kotiin vieraat voivat tulla vain luvalla ja koti nauttii kotirauhaa. Mentaalisesti koti ole välttämättä konkreettinen tila, vaan se voi olla myös mielentila tai paikka, jossa viihtyy hyvin, esimerkiksi tietty kaupunki. Ihmisellä voi olla useampiakin koteja. Ihmiset ja ajatukset tekevät kodin. Tunnettu sanonta ”Koti on siellä missä sydän on” kertoo, ettei koti tarvitse seiniä ympärilleen ollakseen koti. Koti voi olla myös esimerkiksi toisen ihmisen luona.<sup>7</sup>

Semiotiikka eli merkkioppi on osa kuvanlukutaitoa. Semiotiikka tutkii merkitysten muodostumista ja merkkijärjestelmiä. Sen juuret ulottuvat jopa antiikin filosofiaan. Semiotiikka on vaikuttanut sekä taiteen- että median tutkimukseen.<sup>8</sup> Semioottiset käsitteet toimivat kuva-analyysin apuna, niillä päästään pintaa syvemmälle. (Seppänen, 2002, 175–178.)

Sisustuslehdissä tarjotaan lukijoille ideoita ja haavekuvia. Kuviin rakennetaan erilaisia maailmoja, joihin lukija voi sijoittaa itsensä. Määritän tutkimuksessani yleistyksiä Plaza Koti -lehden rakentamille sisustusmaailmoille. Tutkin Plaza Koti -lehden kuvia denotatiivisella eli ilmeisellä tasolla, ja teen sisustusmaailmoista yleistyksiä konnotatiivisella eli tulkinnan varaisella tasolla. Konnotaatio muodostuu katsojan kohteeseen liittämien subjektiivisten tuntemusten sekä kulttuuristen arvojen pohjalta.

Kirjallisuustieteilijä, semiootikko Roland Barthes esitti, että kuva koostuu kahdesta tasosta, denotaatiosta, eli ilmeisestä tasosta, ja konnotaatiosta, eli tulkinnan varaisesta tasosta. (Seppänen, 2002, 182) Olen tehnyt systemaattista sisällönanalyysia käymällä tutkimukseeni sisältyvät kuvat läpi ensin denotatiivisella tasolla yksityiskohtaisesti. Denotatiivisella tasolla tutkiessa olen siis tulkinnut kuvista vain ilmeisiä sisältöjä ja merkityksiä, jotka näkyvät kuvasta suoraan.

Denotaatio paljastaa siis merkin, tässä tapauksessa esimerkiksi huonekalun, ilmeisen merkityksen

<sup>7</sup> Wikipedia. Koti.

<sup>8</sup> Helsingin yliopisto. Semiotiikka. [www.helsinki.fi/semiotiikka/](http://www.helsinki.fi/semiotiikka/)

ilman tulkintoja. Esimerkiksi kuva saattaa esittää olohuonetta. Kuvan sisällön denotatiivisia tulkintoja on esimerkiksi se, että kuvassa on sohva, televisio ja pöytä. Denotatiivisen tason tulkitsija näkee helposti, eli denotatiivinen tulkinta vastaa kysymykseen: mitä kuvassa on? Denotatiivinen tulkinta paljastaa kuvan ensisijaisen, ilmeisen tai pinnallisen sisällön.

Konnotatiivinen taso paljastaa puolestaan kuvan toissijaisia ja tulkinnanvaraisia tasoja. Se on tavallaan denotatiivisen tason vastakohta. Konnotaatio myös kietoutuu denotaation ympärille, tai se voi olla tulos myös väljemmistä assosiaatioista tai päättelyistä. Denotaatioon liitetyt konnotaatiot muodostavat kokonaisuuden katsojan kohteeseen liittämien subjektiivisten tuntemusten sekä kulttuuristen arvojen pohjalta. Konnotaatio tarkoittaa myös sanan lisämerkitystä ja vivahdetta.

Konnotaatio on kulttuuriin sidonnaista toimintaa. Konnotatiiviset tulkinnat riippuvat siitä, mitä asiasta tiedetään ja millaisia kokemuksia siitä on. Erwin Panofskyn semioottisissa sisällönanalyyseissä otetaan huomioon myös se, miten kuvan aihe on valittu, mitä on kuvattu, kuka työn on tehnyt, mikä on teoksen syntyajankohta, epookki, eli kuvan tyyli tai taidesuunta, ja kulttuurinen konteksti (Panofsky, 1939). Omassa tutkimuksessani on mukana se, miten teoksen aihe on valittu ja mitä on kuvattu sekä kuvan kulttuurinen konteksti. Panofskyn kehittämä metodi korostaa, ettei ole syytä analysoida vain teoksen tyyllillisiä ja formaaleja ominaisuuksia, vaan myös niiden sisältöä ja sisäisiä merkityksiä.

## **2.5 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset**

Plaza Koti -lehden silmäilyn ja laajan internet-haun perusteella voi todeta, että sisustuskuvat, joita näkyy lehdissä ja internetissä, Suomessa ja maailmalla, ovat melko samantyyllisiä.

Sisustuskuvaamiseen, tilakuvaamiseen (interior photography) löytyy paljon yleisiä, suositeltavia sääntöjä ja neuvoja. Ammattilaiskuvaajille suunnatut kirjat neuvovat esimerkiksi kokeilemaan erilaisia ja mielenkiintoisia kuvakulmia sisustuskuvissa (Harris, 2003, 140). Sisustuskuvaajaa neuvotaan panostamaan laadukkaaseen kalustoon, valovoimaisiin linsseihin, kirkkaisiin väreihin sekä ylipäättään valoisuuteen. Esimerkiksi laajakulman käyttäminen on erittäin yleistä sisustuskuvissa ympäri maailman (Harris, 2003, 141–145).

Kuvatutkimuksen perinne haluaa pitää analyysin ja tulkinnan toisistaan erillään ja ammentaa niistä lisää keskustelua. Määritän tutkimuksessani tyypillistä sisustuskuvaa tutkimieni artikkeleiden avauskuvien avulla. Avauskuva on iso kuva, joka aloittaa kotireportaasin. Kerron, millaisia elementtejä kuvista löytyy. Plaza Koti -lehti ei ole alun perin suomalainen lehti, vaan sen konsepti on haettu ruotsalaisesta Plaza Interiör -lehdestä<sup>9</sup>.

Mikäli sisustuskuvat eivät ole lavastettuja, on mahdollista, että ihmisten puuttuminen kuvista selittyy tirkistelyn käsitteellä. Se, että joku ylipäättään päästää kuvaajan ja toimittajan asuntoonsa, saattaa olla itsessään jo riittävän intiimiä. Jos itse pitäisi vielä esiintyä kuvassa, se saattaisi karsia monia asuntoonsa näyttäjiä pois. Koti on ihmiselle henkilökohtainen paikka. Maastouttaminen tai niin sanotusti haamuna esiintyminen saattavat vielä sopia. Mikäli kyseessä on esimerkiksi kirjailijan asunnon esittely, hän saattaa mielellään esiintyä kuvissa kirjahyllynsä läheisyydessä, mutta tuskin hän haluaisi kylpyhuoneeseensa poseeraamaan. Tekstistä löytyy usein ihminen, joka asuu kuvassa näkyvässä asunnossa. Rantanen sanoo, että ”*tekstin ja kuvan pitää ohjata lukijan mielikuvaa haluamaamme suuntaan. Parhaimmillaan ne muodostavat yhdessä mielikuvan, joka on enemmän kuin osiensa summa.*” (Rantanen, 2007, 19). Tähän problematiikkaan perehdyn asiantuntijahaastatteluissa.

Rantanen puhuu teoksessaan myös yksityisestä henkilökuvasta ja toteaa, että hyvässä henkilökuvassa on mukana sielu (Rantanen, 2007, 146). Sisustuskuvien maailmaan pääsee Rantasen mukaan tutkiessa rakennettuja kuvituskuvia. Rantanen kertoo, että ”*yhdistelemällä toisiinsa näennäisesti toisiinsa kuulumattomia asioita on saatu aikaan hätkähdyttäviä ja viekoittelevia visualisointeja*”. Toisaalta sisustuskuva voi olla riisuttu tuotekuva:

”*Joskus kuluttavan lukijan palvelemisen kannalta on tärkeää, että tarjoilla olevia tuotteita esitellään ja arvioidaan hänen puolestaan.*” (Rantanen, 2007, 148)

Tutkimuskohteeni on ollut alun perinkin selvä, mutta varsinaiset tutkimuskysymykset ovat tarkentuneet vasta tutkimusmatkan varrella. Käytyäni läpi 200 kotikuvaa ja haastateltuani neljää

---

<sup>9</sup>Helsingin Sanomat [www.hs.fi](http://www.hs.fi) 1.3.2006 9:32.

kotireportaasien ammattilaista, minulle vasta selvisi, mikä on oleellisinta. Kun tutkimuskysymystä rajataan, on olennaista löytää ne tärkeimmät piirteet, jotka tutkija haluaa nostaa tarkemman tarkastelun kohteeksi. (Kiviniemi 2001, 71–72.)

Etsin vastauksia seuraaviin neljään kysymykseen:

1. Mitä kotikuvat pitävät sisällään?

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni tarkastelee ylipäänsä sitä, mitä kotikuvissa näkyy. Mitkä ovat kyseiselle aikakaudelle tyypillisiä elementtejä, huoneita, huonekaluja, värejä ja niin edelleen? Mitkä elementit toistuvat kuvissa?

2. Ketkä osallistuvat kotireportaasin tekemiseen?

Toisessa tutkimuskysymyksessä perehdyn siihen, ketkä kaikki osallistuvat kotireportaasin tekemiseen. Kenen näkemys pääsee eniten esille kotireportaaseissa?

3. Millaisia tunteita vierailu tuntemattoman ihmisen kodissa herättää?

Kolmanneksi tutkin ajatusmaailmaa kotikuvausten takana. Miltä työryhmästä tuntuu mennä kuvaamaan tuntemattomien ihmisten koteihin? Millaisia kuvattavien kotien asukkaiden reaktioita työryhmä on nähnyt?

4. Mitä kotikuvilla halutaan näyttää?

Neljänneksi pohdin sitä, mitä kotikuvilla halutaan näyttää. Tämä on tutkimuskysymyksistäni haastavin, mutta samalla myös tarpeellisin. Millaisia pyrkimyksiä työryhmällä on kohti oikeanlaista kotikuvaa? Millaisia asioita kodeista halutaan kaivaa esiin?



### 3 Tutkimusaineistot ja -menetelmät

#### 3.1 Sisällönanalyysi tutkimusmenetelmänä

Perehdyn tutkimukseni sisustuskuvien mediakuvan sisällönanalyysillä.

Sisällönanalyysi (content analysis), jota kutsutaan myös sisällön erittelyksi, on yksinkertaistetusti kuvan tai tekstin muuttamista tilastoitavaan muotoon. Sisällönanalyysissä kuvat ja tekstit muutetaan järjestelmällisesti numeroiksi, aineiston määrällisiksi piirteiksi. Sisällönanalyysi on siis määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta. Kuvien elementit muutetaan numeeriseen muotoon. (Seppänen, 2005, 142)

Sisällönanalyysi sopii menetelmäksi silloin, kun toistoa on paljon, esimerkiksi silloin, kun tutkittavana on paljon kuvia, joista etsitään samantyyllisiä elementtejä. Tutkin kuvista denotatiivista, eli ilmeistä tasoa, erittelemällä, mitä kuvat pitävät sisällään. Sisällönanalyysin tuloksen luotettavuuden kannalta on tärkeää, että pystyn osoittamaan yhteyden tuloksen ja aineiston välillä.

Sisällönanalyysia on käytetty mediatutkimuksessa 1950-luvulta lähtien. Alun perin sisällön erittelyä on käytetty tekstien tulkintaan, mutta viime vuosina sisällön erittely on tullut mukaan myös mediakuvastojen analyysiin. Erittelyyn ei ole tarkkoja sääntöjä, vaan jokainen tutkija muotoilee sisällönanalyysin kysymykset omista lähtökohdistaan, peilaten omaa aineistoaan ja tutkimuskysymyksiään. (Seppänen 2005, 144–147)

Kuvan sisällönanalyysi ei varsinaisesti eroa tekstin sisällönanalyysistä. Kysymyksiä aseteltaessa on tärkeää huomioida, että aineisto myös vastaa kysymyksiin. Kysymysten on oltava siis relevantteja suhteessa aineistoon. Kysymykset riippuvat tutkimuksen tavoitteista. (Anttila 1998, 260–261)

Pääkysymykseni Plaza Koti -lehden sisustuskuvista on, mitä ne pitävät sisällään?

Seuraavassa esittelen sisällönanalyysin keskeisiä käsitteitä. *Sisältöluokka* on edesmenneen tiedotusopin professori Veikko Pietilän määrittämisen mukaan aineistossa oleva sisällöllinen ilmiö,

”josta tutkimuksessa kerätään tietoa” (Seppänen, 2005, 147). Tutkimuksessani se on siis sisustuskuva. Tästä juontuu käsite *muuttuja*, joka on tutkimuksessani esimerkiksi *tila*, jota kuva esittää. Muuttujalle määritetään erilaisia *muuttujan arvoja*, kuten keittiö, olohuone, kylpyhuone ja niin edelleen. *Aineisto* on kytköksissä tutkimuskysymykseen, ja tutkimuksessani aineisto on siis Plaza Koti -lehden vuoden 2009 vuosikerta, yhteensä 10 lehteä, ja niissä olevat sisustuskuvat. Aineisto on hyvin pitkälti tutkimuksen ratkaiseva osa ja se on keskeinen osa tutkimuksen onnistumisen kannalta. Aineisto koostuu havaintoyksiköistä eli tilastoyksiköistä, joka tarkoittaa yksikköä, jota koskevia tietoja halutaan tarkemmin käsitellä. Tässä tapauksessa havaintoyksikkö on siis sisustuskuva. Havaintoyksikkö voi pitää sisällään yhden tai useamman *koodausyksikön* eli *luokitusyksikön*. Seppänen kertooinkin teoksessaan, että ”koodausyksikkö on se osa havaintoyksikköä, jonka perusteella havaintoyksikkö saa tietyn muuttujan arvon” ja ”koodausyksikkö kertoo sen, mihin jokaisessa havaintoyksikössä kiinnitetään huomiota muuttujan arvoa koodattaessa” (Seppänen, 2005, 152). Aineisto tulee koodata eli muuttaa numeeriseen muotoon mahdollisimman johdonmukaisesti, yksiselitteisesti ja toistettavasti. Ne ratkaisevat tutkimuksen luotettavuuden. Tätä kutsutaan *reabiliteetiksi*. *Validiteetilla* tarkoitetaan muuttujan, ja tutkimuksen yleensäkin, kykyä mitata juuri sitä, mitä sen on tarkoituskin mitata.

Tutkimukseni perusjoukko on Plaza Koti -lehden vuoden 2009 vuosikerta. Otokseni perusjoukosta on ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -otsikon alla olevat artikkelit, joista mukana ovat suurimmat kuvat.

Seuraavassa esittelen tutkimukseni luokittelurungon, josta ilmenee, mitä elementtejä ja sisältöjä etsin sisustuskuvista.

## **Sisällönanalyysin luokittelurunko**

### **1. Tila**

1. eteistila (esim. tuulikaappi, eteishalli)
2. keittiö/ruokailutila
3. kylpyhuone
4. lastenhuone

5. makuuhuone
6. olohuone (esim. oleskelutila, takkahuone)
7. parveke (parveke, patio, terassi)
8. puutarha
9. työhuone

## **2. Huonekalut**

1. hylly
2. kaappi
3. keittiökalusteet (esim. jääkaappi, pakastin, hella & liesi jne.)
4. korkea laatikosto
5. korkea pöytä (esim. keittiöpöytä, työpöytä)
6. kova istuin (esim. työtuoli, jakkara, keittiötuoli, baarituoli)
7. matala pöytä (esim. sohvapöytä, apupöytä, yöpöytä)
8. matala laatikosto (esim. tv-taso)
9. pehmeä istuin (esim. sohva, nojatuoli, lepotuoli)
10. rahi
11. sänky
12. takka

## **3. Tavarat**

1. astia (esim. ruokailuastia, maljakko, kulho, tarjoiluastia)
2. elektroniikka (esim. televisio, stereot, radio, kaiuttimet, soitin)
3. kasvi (esim. viherkasvi, muovikukka, kuivakukka)
4. koriste (esim. esine, patsas)
5. kynttilätuote (esim. kynttilä, kynttilänjalka, kynttiläkulho)
6. käyttötavaraa (esim. kyniä, ruokaa, kauneudenhoitotuote)
7. laatikko (esim. säilytyslaatikko, koristelaatikko)
8. luettavaa (esim. kirja, lehti)
9. matto

10. peitto (esim. sängynpeitto, viltti)
11. taulu
12. teline (esim. lehtiteline, pyyhäteline, kori)
13. tyyny
14. valaisin (esim. lattiavalaisin, pöytävalaisin, kattovalaisin, seinävalaisin)
15. verho

#### **4. Värimaailma (mitä värejä eniten?)**

1. harmaa
2. keltainen
3. musta
4. punainen
5. ruskea
6. sininen
7. valkoinen

#### **5. Ihmiset / eläimet kuvassa**

1. ei
2. kyllä

#### **6. Elonmerkit kuvassa**

1. eläviä kasveja
2. ihminen / eläin
3. ruokaa / juomaa
4. rypyjä, sotkua, sekaisuutta
5. televisio (tai muu elektroniikka) päällä
6. tuli takassa / kynttilässä

#### **7. Erityiset yksityiskohdat kuvassa**

Muuttujia ovat siis edellämainitussa otsikot, 1. Tila, 2. Huonekalut, 3. Tavarat, 4. Värimaailma, 5. Ihmiset /eläimet kuvassa, 6. Elonmerkit kuvassa ja 7. Erityiset yksityiskohdat kuvassa. Mielestäni nämä kaikki muuttujat ovat tärkeitä, jotta päästään tyypillisen sisustuskuvan jäljille. Nämä auttavat minua määrittämään sisustuskuvissa toistuvia elementtejä. Mielestäni muuttujista tärkein on 1. Tila. Pelkästään tilan mainitseminen luo mielikuvia. Jos joku sanoo sanan ”keittiö”, se tuo lähes jokaiselle mieleen kokonaisempia asioita kuin esimerkiksi sana ”harmaa” (Muuttuja: 4. Värimaailma – 1. Harmaa). Muuttujaa 7. Erityiset yksityiskohdat kuvassa en merkinnyt taulukkoon, vaan havainnoin erityisiä elementtejä suoraan tekstiin havainnoidessani kuvia.

Omaa tutkimustani tehdessä olen havainnut selvästi, että kuvia tutkiessa mukaan saattaa tulla myös kvalitatiivisia eli laadullisia elementtejä. Vaikka teen aineistostani määrällistä tutkimusta, jossa ilmoitan numeroin, mitä kuvat pitävät sisällään, silti jotkut elementit ovat tulkinnanvaraisia. Seppänen (Seppänen, 2005, 146) toteaaakin, että sisällönanalyysissä ”tiukan rajan vetäminen kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen välille on lähes mahdotonta”. Luokittelurunkoni elää kuitenkin tutkimukseni mukana. Mikäli tutkimuksen edetessä on tarvetta lisämuuttujille, niitä pystyy melko helposti lisäämään mukaan.

### **3.1.1 Aineisto ja aiheen rajaus**

Valitsin Plaza Koti -lehden tutkimusaineistokseni, koska Plaza Koti -lehti on edullinen suomenkielinen sisustuslehti. Alun perin ruotsalainen Plaza Koti (Plaza Interiör) löytyi vuonna 2009 lähes jokaisen ruokakaupan lehtihyllystä, useasti aivan kassan vierestä. Vuonna 2009 ilmestyneistä lehdistä viisi maksoi 4,90 euroa, kaksi 3,90 euroa ja kolme 3,50 euroa. Plaza Koti -lehti on hinnaltaan yksi edullisimmista, ellei jopa kaikkein edullisin suomenkielinen sisustuslehti.

Plaza Koti -lehti ilmestyy kymmenen kertaa vuodessa ja sen levikki on 34 000 kappaletta ja lukijamäärä 35 000 henkeä.<sup>10</sup> Vertailun vuoksi Divaani-lehden lukijamäärä on 98 000 henkeä, Avotakka-lehden lukijamäärä on puolestaan 408 000 kappaletta.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Plaza Koti, mediakortti 2013.

<sup>11</sup> Divaani, mediakortti 2013. Avotakka, mediakortti 2013.

Aikakauslehtien Liiton mukaan ”aikakauslehti on julkaisu, joka ilmestyy säännöllisesti vähintään neljä kertaa kalenterivuodessa. Sen kussakin numerossa on useita artikkeleita tai toimituksellista aineistoa. Se ei sisällä pääasiassa liikealan tiedonantoja, hinnastoja, ilmoituksia eikä mainontaa. Aikakauslehti voi olla painotuote tai verkkojulkaisu ja on kaikkien tilattavissa tai laajalti saatavissa.”<sup>12</sup>

Suomessa on noin 3 400 aikakauslehtinimikettä, ja Suomessa luetaan aikakauslehtiä eniten Euroopasta. Aikakauslehdet jaetaan yleisö-, ammatti- ja järjestö- sekä asiakaslehtiin. Tutkimusten mukaan suomalainen seuraa säännöllisesti keskimäärin 12 aikakauslehteä. Aikakauslehteä ei lueta vain kerran, vaan siihen palataan uudelleen ja lehtiä säilytetään. Nykyisin aikakauslehti ei ole välttämättä enää konkreettinen paperilehti, vaan aikakauslehdet ovat levinneet nopeaan tahtiin internetiin ja niitä tunnetaan interaktiivisina medioina, joissa lukija voi rakentaa monipuolisen ja monikanavaisen suhteen lehteen.<sup>13</sup>

Mediakorttitietojen perusteella Plaza Koti -lehti luetaan yleisölehtiin ja erikoislehtiin, ja se kategorioidaan kertomaan asumisesta, rakentamisesta ja puutarhan hoidosta. Aikakausmedia mediakorttitiedoissa Plaza Koti -lehti kertoo itsestään näin:

*”Plaza Koti on lehti modernista sisustamisesta kiinnostuneelle sekä remontti- tai rakennusprojektia suunnittelevalle ja toteuttavalle lukijalle. Lehti esittelee kauniita ideakoteja ja uusinta sisustustarjontaa sekä antaa ratkaisuja sisustuspulmiin. Lisäksi jokaisessa numerossa on paljon shoppailuideoita kodin eri tiloihin. Lehti esittelee myös muotoilultaan ja ominaisuuksiltaan kiinnostavaa kodintekniikkaa. Artikkelit kertovat sisustamiseen liittyvistä uutuuksista ja antavat paljon hyödyllistä tietoa sisustajalle ja rakentajalle. Sisustamisesta innostuneelle lehti tarjoaa näköalapaikan aihealueen uusimpiin suuntauksiin ja tarjoaa runsaasti silmäniloa. Plaza Koti -lehti on Suomen suurimpien sisustusmessujen, Habitaren, päämediakumppani. Kaunis ja inspiroiva Plaza Koti -lehti sekä aktiivinen, ostokykyinen lukijaryhmä takaavat varman kohteen ilmoittajille.”<sup>14</sup>*

Mediakorttitiedot toimivat usein valitettavasti vain lehden mainospuheena.

<sup>12</sup> Aikakausmedia. Oppimateriaalit. Asiaa aikakauslehdestä. [www.aikakauslehdet.fi](http://www.aikakauslehdet.fi)

<sup>13</sup> Aikakausmedia. Oppimateriaalit. Asiaa aikakauslehdestä. [www.aikakauslehdet.fi](http://www.aikakauslehdet.fi)

<sup>14</sup> Plaza Koti, mediakortti 2013.

Aineistonani on siis Plaza Koti -lehden vuoden 2009 vuosikerta. Kun aineistonani ovat vuoden lehdet, yhteensä kymmenen lehteä, saan kattavan katsauksen Plaza Koti -lehteen. Mikäli aineistostani löytyy yhdenmukaisuutta, kyse ei voi olla silloin sattumasta.

Janne Seppänen toteaa, että ”jos halutaan saada käsitys siitä, millaisiin aiheisiin jonkun lehden kuvajournalistiset ratkaisut ovat painottuneet tietyssä vuotena, kuukauden lehtien seuraaminen ei riitä.” (Seppänen, 2005, 150) Uskon, että vuoden lehdistä pystyy hyvin määrittelemään Plaza Koti -lehden kuvajournalistisen linjan.

Valitsen aineistokseni ”Kauniita koteja & Inspiroivia Ideoita” -otsikon alla olevat artikkelit, koska haluan keskittyä kotikuviin. Kotireportaaseja lukuun ottamatta sisustuslehdet ovat täynnä tuote- ja mainoskuvia, jotka ovat varta vasten rakennettu representoimaan tiettyjä tuotteita. Kotikuvat representoivat tilaa laajemmin ja niissä on joka kerta edes jotain, kuten tausta, yksittäisen tuotteen lisäksi. Kotikuvissa ja -reportaaseissa ei myöskään kaupata erikseen tuotteita: kuvan yhteydessä saattaa lukea, mitä tuotteita kuvassa esiintyy, mutta tuotteiden hintoja ei ole koskaan näkyvillä. Paikka, josta tuote on hankittu, saatetaan mainita.

### **3.2 Teemahaastattelu tutkimusmetodina**

Pelkästään lehden sivuja katsomalla ei voi mielestäni saada selvyyttä siihen, miten kuva on oikeasti tehty ja näyttääkö kuva todellisuutta. Päästäkseni kuvien taakse, haastattelen neljää sisustusjournalismin ammattilaista, jotka kertovat kotireportaasin tekemisestä omasta näkökulmastaan. Haastattelussani on kaksi toimittajaa ja kaksi valokuvaajaa, jotka muodostavat kaksi toimittaja-valokuvaaja-työparia. Haastateltavanani on siis lähes täysilukuinen kotireportaasin työryhmä.

Toisena tutkimusmetodinani on teemahaastattelu, jonka kautta selvitän, kuinka sisustuslehdistä tuttua kotireportaasi-juttutyyppejä rakennetaan. Tein yhteensä neljä haastattelua. Haastateltavina minulla oli kaksi sisustustoimittajaa ja kaksi valokuvaajaa, joilla kaikilla on yli vuosikymmenen

ajalta kokemusta kotireportaasien tekemisestä.

Jotta tutkimukseni ei jäisi yksipuoliseksi, haastattelen sisustusjournalismin ammattilaisia teemahaastattelun keinoin. Haastateltavia on neljä ja muodostavat samalla kaksi työparia, toimittaja ja kuvaaja. Haastateltavani ovat työskennelleet sisustustoimittaja tai -kuvaaja nimikkeellä 13, 16, 34 ja 35 vuotta. Heillä on laajasti kokemusta monista suomalaisista sisustuslehdistä. Heidän avullaan selvitän, miten kotireportaaseja rakennetaan ja mitä sisustuskuvilla halutaan näyttää. Haastattelujen kautta pääsen sisustuskuvien taakse, siihen, mitä muutoksia koteihin ja sisustuksiin tehdään kuvia varten.

Haastattelukysymysten teemat oli määritelty etukäteen, mutta kysymykset muotoutuivat hieman erilaisiksi haastateltavien mukaan. Kysyin heiltä muun muassa, millainen on kodin ideaali, mitä kuvilla tavoitellaan ja mitä he kuvittelevat, että lukijan päässä liikkuu.

Teemahaastattelussa kysymykset ovat valmiina, mutta teemahaastattelu antaa tilaa myös haastateltavan omalle äänelle. Teemahaastattelua kutsutaan myös puolistrukturoiduksi haastatteluksi. Teemahaastattelu on luonteeltaan lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimaastosta. Erona avoimeen haastatteluun on se, että molemmat haastattelut vaikuttavat avoimelta keskustelulta, mutta teemahaastattelussa käydään läpi tietyt teemat.

Teemahaastattelussa kysymysten muoto on kaikille sama, mutta haastattelija saa vaihdella niiden järjestystä. Kysymykset ovat siis ennalta määrättyjä, mutta haastattelija voi vaihdella myös niiden sanamuotoja tilanteen mukaan. Olennaista on se, että jokin asia on ennalta määrätty, mutta kaikkea ei ole lyöty lukkoon. Teemahaastattelussa haastateltavan omat tulkinnat ja hänen niille antamansa merkitykset korostuvat. (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 47–48)

Teemahaastattelua käytetään usein, kun halutaan selvittää yleisesti vähän tunnettuja ja erikoisia asioita tai kun aihe on arka. Teemahaastattelu sopii tutkimusmenetelmäksi myös silloin, kun ei tiedetä, millaisia vastauksia tullaan saamaan, tai kun vastaus perustuu haastateltavan henkilön omaan kokemukseen. Teemahaastattelua käytetään myös, kun halutaan syventää tietoa jostakin asiasta. (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 35)



Teemahaastattelussa keskitytään tiettyihin aihepiireihin, kysymykset pyörivät tietyn teeman ympärillä. Teemahaastattelulle on myös ominaista, että haastateltavat ovat kokeneet tietynlaisen tilanteen. Haastattelu suunnataan tutkittavien henkilöiden omakohtaisiin kokemuksiin. Tutkijan lisäksi myös tutkittava toimii teemahaastattelun tarkentajana. Hän ikään kuin omilla vastauksillaan tarkentaa ja syventää teema-alueita. Teemahaastattelulla voidaan tutkia yksilön ajatuksia, tunteita, kokemuksia ja myös sanaton kokemustietoa. Teemahaastattelu tuo tutkittavien äänen kuuluviin. Siinä korostuu haastateltavien oma elämysmaailma.

Teemahaastattelu voi olla joko kvalitatiivinen tai kvantitatiivinen. (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 47–48, 66–67)

Haastattelun teemat ovat siis kaikille haastateltaville samat. Haastattelurunkoa rakentaessa teema-alueiden varmentamiseksi tulisi esihaastatteluja tehdä useassa vaiheessa. Niiden avulla voidaan tarkentaa kysymysten teema-alueita ja sanavalintoja. Vasta tämän jälkeen laaditaan lopullinen haastattelurunko. Esihaastattelun tarkoituksena on testata haastattelurunkoa, ja sen avulla voidaan arvioida haastattelun keskimääräinen kesto-aika. (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 72–73)

## 4 Sisällönanalyysi

Plaza Koti -lehti ilmestyy kymmenen kertaa vuodessa. Tutkimusaineistonani ovat vuoden 2009 lehdet. Plaza Koti -lehtien sivumäärä oli vuonna 2009 108 ja 172 sivun välillä, keskimäärin 133 sivua. ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -otsikon alla on kolme tai neljä artikkelia per lehti. Kahdessa viimeisessä numerossa (Numero 10/2009, Numero 11&12/2009) ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -yläotsikko jakautuu kahteen, joten kahdesta viimeisestä lehdestä tutkin ”Ihania koteja” -otsikon alla olevia artikkeleita. ”Inspiroivia ideoita” -otsikon alta löytyvät tekstit ja kuvat eivät liity enää tiettyihin asuntoihin, vaan ovat esimerkiksi ideapalstoja, joilla esitellään erilaisia sisustustuotteita. Plaza Koti -lehden graafinen ilme kokee muutoksen numeroon 10/2009. Kymmenen lehden aineistoni jakautuu siis tavallaan kahteen: kahdeksassa ensimmäisessä lehdessä graafinen ilme on sama ja kahdessa viimeisessä sama.

”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -asuntoesittelyille on varattu jokaisesta lehdestä keskimäärin 31 sivua. Sivumäärä vaihtelee 22 ja 44 sivun välillä. Näiltä sivuilta löytyy keskimäärin 42 kuvaa per lehti, kun kuvia oli 30–58 per lehti. Kokonaisuudessa tutkimuksessani mukana olevissa kotireportaaseissa on yhteensä 417 kuvaa. Näistä perehdyn tarkemmin kuitenkin 200 kuvaan, jolloin kuvia on keskimäärin 20 lehteä kohden.

417 kuvasta vain 26 kuvassa on jokin elävä, eli ihminen tai eläin. Kun kuvassa on jokin näin selkeästi elävä, tulee kuvasta tunne, että esitellyssä kodissa asuu joku. 200:ssa kuvassa, joita tutkin, ainoastaan 13:sta löytyy joku elävä. Elävät eivät jakautuneet tasaisesti joka lehteen. Esimerkiksi Plaza Koti Numero 2/2009:ssa ei ollut yhtään ihmistä tai eläintä ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -otsikon alla. Puolestaan Plaza Koti Numero 5/2009:ssa eläviä oli viidessä kuvassa, joista neljä oli yli puolen sivun kokoisia kuvia.

Kuvat, jotka ovat mukana tutkimuksessani, ovat kooltaan noin puolesta sivusta ylöspäin. Pienemmän kuvat keskittyvät usein yhteen esineeseen tai yksityiskohtaan. Ne eivät ole mukana tutkimuksessani, koska tarkoitukseni ei ole keskittyä esimerkiksi yhteen koristepatsaaseen tai nojatuoliin.

## 4.1 Kuva-analyysi

Tutkin kymmenestä Plaza Koti -lehestä asuntoesittelyartikkeleiden avauskuvat ja niitä tukevat yli puolen sivun kokoiset kuvat. Seuraavassa perehdyn kuvaan tarkemmin, lehti kerrallaan.

### 4.1.1 Plaza Koti 1/2009

Vuoden 2009 ensimmäinen Plaza Koti -lehti on 124-sivuinen. ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita”-otsikon alta löytyy kolme artikkelia, jotka valtaavat yhteensä 31 sivua. Näillä 31 sivulla on yhteensä 37 kuvaa, joista mukana on 22. 37 kuvasta kahdessa pienessä kuvassa on yksi ihminen. Isommissa kuvissa ei ole ihmisiä. Lehdessä on mukana kolme kotireportaasia eli kolme avauskuvaa.

Ensimmäinen artikkeli ”Avaraa tilaa Arabianrannassa” esittelee kulttuurihistoriallisiin maisemiin rakennetun loft-asunnon. Asunnon ilme on graafinen, musta-valkoinen, raikas ja avara. Artikkelissa on kahdeksan isoa kuvaa, joista viisi ainakin osittain keittiötä. Sanonnan mukaan keittiöhän on kodin sydän. Kahdeksasta kuvasta neljä suuntaa katseen keittiöön, kaksi olohuoneeseen, yksi keittiöön ja olohuoneeseen, yksi makuuhuoneeseen sekä yksi kylpyhuoneeseen. Asunnon värimaailma on saunaa myöten musta-valkoinen. Lattiat, seinät ja katto ovat pääosin valkoisia ja kalustus joko mustaa tai valkoista. Asunto näyttää kolkolta ja kylmältä, mutta trendikkäältä. Keltaiset ja turkoosit yksityiskohdat piristävät asuntoa.

Koska keittiö on artikkelin yleisimmin kuvattu tila, keittiön kalusteet löytyvät myös joka kuvasta. Näiden kahdeksan kuvan yleisin huonekalu on tuoli, joita on juuri keittiössä. Tuolien lisäksi myös hyllyjä on neljässä kuvassa. Yhdessäkään näistä kahdeksasta kuvasta ei ole ihmistä. Kuvissa on viherkasveja. Kuvien yhteydessä oleva teksti tuo lukijan lähelle asujia. Heitä haastatellaan ja heidän nimet paljastetaan: kyseessä on suomalainen perhe.

Tyypillisistä ja klassisista elementeistä kuvassa 1.1.1. (ks. liite 3) on olohuone, jossa on suomalaisen huonekalumuotoilija professori Eero Aarnion suunnittelema Tupla Kupla -valaisin, karvalankamatto, orkidea, iso valkoinen sohva ja musta-valkoinen maailma, jota on piristetty

keltaisella. Kuva esittää olohuonetta. Kuvassa 1.1.2. jatkuu tämä musta-valkoinen, keltaisilla yksityiskohdilla varustettu keittiö, jonka yksityiskohta on Elica Star Kristalli -liesituuletin, jota hädin tuskin tunnistaa liesituulettimeksi. Kuvassa 1.1.3. yhdistyvät nämä edellisten kuvien olohuone ja keittiö, kuvassa näkyy edelleen Tupla Kupla -valaisin. Kuvassa on myös liitutauluksi maalattua seinäpintaa. Kuvassa 1.1.4. on kuvattu keittiötä eri kuvakulmasta. Kuvassa on edelleen Elica Star Kristalli -liesituuletin ja liitutauluseinä. Kuvassa 1.1.5. on asunnon musiikkihuone, jossa on mustat hyllyt täynnä vinyylilevyjä ja seinällä neljä värikästä taulua aseteltuna vierekkäin. Kuvassa 1.1.6. on kaksi mustaa suomalaisen Woodnotesin nojatuolia yläkerran vaaleassa aulatilassa. Kuvassa 1.1.7. on musta-valkoinen makuuhuone, jossa on muhkea sänky ja seinällä vierekkäin aseteltuja tauluja. Kuvassa 1.1.8. on tummaksi sisustettu sauna- ja kylpyhuonetila.

Toinen artikkeli ”Modernin ja antiikin sulava vuoropuhelu” esittelee New Yorkissa sijaitsevan asunnon, jossa asunnon sisustussuunnittelija on äänessä ja myös näkyvissä. Asukkaat kuitataan ”nelikymppiseksi pariskunnaksi”. Tämän asunnon kuvissa huonekalujen ja värien luoma tunnelma on pääosin kylmä. Pääväri on ruskea, joka mielletään lämpimäksi väriksi, mutta se on saanut rinnalleen viileän siniharmaan ja vaalean keltaisen. Yhdeksästä kuvasta kuusi esittelee asunnon olohuonetta. Yksi kuva on työhuoneesta, yksi makuuhuoneesta ja yksi keittiöstä. Kuvien ehdoton suosikkihuonekalu on matala pöytä, esimerkiksi sohvapöytä tai apupöytä, joita on seitsemässä kuvassa.

Asunto on valoisa ja pelkistetty. Kuvat näyttävät, että luonnonvaloa tulvii asuntoon suurista ikkunoista. Talon sisustussuunnittelija Martin Raffone poseeraa yhdessä artikkelin kuvista, mutta tämä kuva on pieni, eikä lukeudu tutkimani yhdeksän kuvan joukkoon. Yhdeksässä kuvassa elonmerkkejä ovat muutamit elävät kasvit ja huolettomasti makaavat kirjat. Yhdessä kuvassa televisio on päällä.

Kuvassa 1.2.1. on olohuonetila, josta löytyy muun muassa ruskea karvalankamatto, muhkea sohva ja matala sohvapöytä, jolla on kaksi erikoista lasikoristetta. Kuva 1.2.2. on yksityiskohtainen kuva edellisessä kuvassa näkyneistä lasikoristeista. Kuvassa 1.2.3. on jälleen uusi erikoinen lasikoriste, ja taustalla näkyy lisäksi maljakoita sekä pöytälamppu. 1.2.4. on iso yleiskuva olohuonetilasta, jota kaikki edelliset kuvat ovat esittäneet. Edellä mainitut elementit näkyvät siis myös tässä kuvassa.

Kuvien järjestys on selkeän johdatteleva: kuvat paljastavat tilaa pala kerrallaan ja lopulta yksi kuva paljastaa tilan kokonaisuutena. Kuva 1.2.5. kuvaa edelleen samaa tilaa, mutta keskittyy yksityiskohtaisesti olohuoneen lukunurkkaukseen. Kuvassa on jälleen lasiesine ja karvalankamatto. Kuva 1.2.6. esittää työhuonetta, joka on sisustettu tummilla väreillä, joita täydentävät kirkkaammat värit. Tilaa ryhdittää iso taulu ja jalkalamppu. Kuvat 1.2.7. ja 1.2.8. esittävät suurta makuuhuonetta, jossa on sängyn ja sohvan lisäksi muun muassa yöpöydät, jalkarahi, nojatuoli sekä jalkalamppu. Kuvassa 1.2.9. on asunnon keittiö, joka on väriykseltään valko-ruskea. Lattialla on karvalankamatto. Taustalla näkyy eteistila, jonka seinällä on ryhmäksi aseteltuja tauluja.

Kolmas artikkeli ”Talopaketeista persoonalliseksi kodiksi” esittelee suomalaisen perheen valintaa valmiista talopaketeista. Artikkelissa on viisi isoa kuvaa. Näissä viidessä kuvassa ei ole ihmistä, mutta yhdessä pienessä ulkokuvassa joku leikkii talvisen talon pihalla. Valojen lisäksi tuli palaa kynttilöissä ja takassa. Kuvissa on myös sauna, joka on suomalaisen kodin ja kulttuurin selkeä peruselementti. Kynttilät ja takka tuovat kuviin lämpöä, mutta värisävyt ovat kuitenkin kylmiä ja karheita. Asunnossa on paljon harmaata ja valkoista. Yksityiskohdista löytyy kuitenkin silmiinpistävästi esimerkiksi pinkkiä ja vihreää. Artikkelin viidestä kuvasta kaksi kuvaa olohuonetta, joihin kuuluu tutkimuksessani takkahuone, televisiohuone ja erilaiset oleskelunurkkaukset. Kolmessa muussa kuvassa ovat makuuhuone, keittiö ja eteinen. Sohva ja nojatuoli ovat näiden kuvien yleisimmät kohteet.

Kuva 1.3.1. esittää oleskeluhuonetta. Huoneessa on puisia yksityiskohtia, jalkalamppu ja kynttilöitä. Kuva 1.3.2. on puolestaan asunnon keittiöstä, joka on väriykseltään vaalea, mutta sitä kirkastaa värikkäät yksityiskohdat ja tuoreet hedelmät ja kasvit. Keittiön pöydän ympärillä on kolme erilaista tuolia. Kuva 1.3.3. on käytäväkuva, joka johtaa käytävän päädyssä olevaan huoneeseen. Huoneessa on karvalankamatto, nojatuoli ja seinällä roikkuu koristenaamari. Kuvassa 1.3.4. on makuuhuone, jossa petivaatteet ovat sekaisin ja seinällä on rinnakkain kaksi taulua. Kuva 1.3.5. näyttää asunnon takan, jossa palaa tuli ja vierellä palaa kynttilät. Takka ja ympäristö ovat valkoisia, ja niitä täydentää ympärillä olevat ruskeat ja puiset yksityiskohdat.

Plaza Koti, Numero 1/2009 rakentaa kolme maailmaa: avaran ja modernin loft-maailman, tumman New York -maailman sekä pehmeän ja suomalaisen kotimaailman.

#### 4.1.2 Plaza Koti 2/2009

Plaza Koti -lehden vuoden 2009 kakkosnumero on myös 124-sivuinen. ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -otsikon alla on kolme artikkelia, jotka ovat 23 sivulla. Näillä sivuilla on 30 kuvaa, joista 16 on noin puolen sivun kokoisia tai isompia. Näissä 30 kuvassa ei ole yhtään ihmistä.

Ensimmäinen artikkeli ”Rock around the clock” näyttää Oslossa sijaitsevan hulpean asunnon, jonka huonekorkeus on viisi metriä. Artikkelissa on kuusi isoa kuvaa. Kuudesta kuvasta kolmessa on keittiö, kahdessa keittiö ja olohuone, yhdessä olohuone, yhdessä makuuhuone ja yhdessä työhuone. Näistä kuudesta kuvasta suosiossa ovat kaapit ja korkeat pöydät, sama keittiöpöytä näkyy kolmessa kuvassa.

Kuvien ja asunnon värimaailma on viileä, mutta toisaalta oranssi korkea seinä tuo kokonaiskuvaan lämpöä. Tässä asunnossa pelataan tauluilla: niitä on joka kuvassa. Asunnon asukas tulee esille tekstissä, mutta kuvissa hän ei esiinny. Valot ovat päällä ja kylpyammeessa vettä, mutta asukas loistaa poissaolollaan.

Kotireportaasin avaa aukeaman kokoinen kuva 2.1.1., joka on väritykseltään musta-valkoinen, mutta kuvaa piristää värikäs pop art -taideteos. Kuvassa on keittiö ja ruokailutila. Keittiöpöydällä on muovinen ja romanttinen Kartell Bourgie -pöytävalaisin. Kuvassa 2.1.1. sama keittiö-ruokailutila näytetään laajemmin. Keittiön kaapit ovat pääosin valkoisia, väriä tuovat oranssiksi maalattu seinä sekä isot taulut. Kartell Bourgie -pöytävalaisin näkyy kuvassa edelleen. Kuvassa näkyy myös hieman olohuoneen sohvaryhmää ja -pöytää. Lattialla on lehmäntaljamatto. Myös kuvassa 2.1.3. näkyy keittiötä, mutta myös oleskelutilaa ja rappuset, jotka menevät yläparvelle. Oleskelutilassa on klassinen, musta Le Corbusier -divaani, jossa on metallirunko. Kuva 2.1.4. on näkymä parvelta alakertaan. Kuvassa näkyy sekä parvea että olohuonetta. Seinällä on edelleen iso taulu. Kuva 2.1.5. on tarkemmin olohuonetilasta, joka on yleisilmeeltään musta-valkoinen. Huoneen ikkunat ovat suuret, katossa roikkuu moderni kattokruunu ja sohvot ovat mustaa nahkaa. Ikkunalaudalla on moderni kynttilänjalka. Asunnon koko alakerta on yhtä suurta tilaa. Kuva 2.1.6. esittää työhuonetta, joka kuuluu musiikki-ihmiselle. Huoneen seinällä on kitaroita sekä levyjä aseteltuna taulumaisesti vierekkäin, työpöydältä löytyy tietokone, lattialla jalallinen mikrofoni ja nurkassa kaiutin sekä

vahvistin.

Toinen artikkeli ”Isän ja pojan yhteistyöllä” näyttää suomalaisen Espoossa sijaitsevan arkkitehdin kodin. Tässäkin artikkelissa on kuusi isoa kuvaa, ja olohuone on edelleen suosikkihuone, vaikkakin kuudesta kuvasta se on vain kahdessa. Muita huoneita ovat makuuhuone, eteinen, keittiö-ruokailutila ja työhuone. Tuoleja on lähes kaikissa kuvissa. Kuvat on valaistu kirkkaasti ja luonnollisesti. Yleisin tavara kuvissa on astia, joihin lukeutuvat sekä ruokailuastiat, tarjoiluastiat että maljakot.

Asunnon värimaailma on kylmä, pääväreinä on runsaasti valkoista ja ripaus ruskeaa. Osassa huoneista on tasaisesti sekä kylmää että lämmintä värimaailmaa. Kuvissa ei ole ihmisiä, mutta asunnossa on paljon viherkasveja. Asunto on kuvissa osittain epäjärjestyksessä, esimerkiksi peitto on rypyssä. Jotkut ”epäjärjestykset” ovat kuitenkin liian laitettuja. Esimerkiksi paperikassi, jossa lukee ”All you need is home”, keskellä lattiaa on tuskin sattumaa. Asunto on runsaasti valaistu, myös lamppuja on päällä.

Yli sivun kokoisessa kuvassa 2.2.1. on asunnon olo- ja takkahuone. Olohuoneen puolella on valkoinen sohva, musta karvalankamatto ja matala valkoinen sohvapöytä. Takan vieressä polttopuut ovat esillä. Seuraavalla aukeamalla on kuva 2.2.2., joka kuvaa samaa tilaa kuin edellinen kuva, mutta siinä kuvan värimaailma on muuttunut erilaiseksi. Takka ja valkoinen sohva ovat paikallaan, mutta sohvatyyny on muuttuneet kirkkaan kukallisiksi ja lattialla oleva karvalankamatto on nyt raikkaan vihreän. Kun katsotaan näitä kahta kuvaa ja niiden lisäksi vielä yhtä pienempää kuvaa, ne ovat kaikki samasta tilasta, mutta sisustukseltaan erilaisia. Kuvassa 2.2.3. on makuuhuone, joka on sisustettu valkoisella ja harmaan sävyillä. Parisängyn vieressä on pöytä, jonka päällä on orkidea sekä koristenaamari. Kuva 2.2.4. esittää eteisaulaa ja porraskäytävää. Eteisaulassa näkyy kirkkaan vihreä nojatuoli ja seinällä on iso taulu. Kuvassa 2.2.5. on asunnon työtila, jonka ilme on musta-valkoinen, jota piristää punaiset yksityiskohdat. Lattialla on musta karvalankamatto. Kuvassa 2.2.6. on keittiö, jossa on koko seinän kokoinen ikkuna.

Kolmas artikkeli ”Intohimona kankaat – Ranskalaista tyyliä ja kodikkuutta” näyttää ranskalaisen kodin runsasta sisustusta. Asunto on Pariisin keskustassa. Tutkittavia kuvia on seitsemän, joista

neljä kuvaa olohuonetta, yksi ruokailutilaa, yksi työhuonetta, yksi makuuhuonetta. Yleisimpänä huonekaluna on sohva, nojatuoli tai muu vastaava pehmeä istuin. Kuvien ja asunnon värimaailma on lämmin. Valaisimina on lämpimän sävyisiä lampuja ja värimaailma sisältää ruskeaa, punaista ja keltaista. Asunnossa on runsaasti kangasta, esimerkiksi verhoja ja tyynyjä, jotka lisäävät asuntoon ja kuviin lämpöä. Kuvissa on valoja päällä ja kirjoja levällään, mutta muuten elonmerkit ovat vähissä. Asukkaat tulevat esille vain tekstissä.

Kuvassa 2.3.1. on ruokailutila, joka mukailee koko asunnon harmonista linjaa. Katossa on mielenkiintoisena yksityiskohtana ”muistilappuvalaisin”, eli Ingo Maurerin Zettel-valaisin, jonka pitkien kiinnikkeiden päädyissä roikkuu muistilappuja tai muita papereita. Ikkunoita reunustaa muhkeat verhot. Kuva 2.3.2. näyttää olohuoneen, jossa on runsaita tekstiilejä. Kuvassa 2.3.3. on työhuone, joka jatkaa asunnon runsasta linjaa. Pöydällä on ryhmä kehyksissä olevia valokuvia. Kuvassa 2.3.4. näkyy olohuonetta, jossa on piano, paljon kangasta ja pehmeitä sävyjä. Kuva 2.3.5. on yksityiskohta olohuoneen vihreästä sohvasta, jolla on runsaasti tyynyjä. Sohvan vieressä on valkoinen jalkalamppu. Kuvassa 2.3.6. on makuuhuoneen lukunurkkauksen valkoinen nojatuoli, jonka vieressä on pieni apupöytä ja jalkalamppu, jossa on kaksi valaisinta. Kuva 2.3.7. on makuuhuoneesta, joka edelleenkin mukailee asunnon runsasta ja pehmeää linjaa. Makuuhuoneessa ja lukunurkkauksessa on kokolattiamatto.

Neljäs artikkeli ”Pääosassa kylpyhuone” on Plaza Koti -lehden vuoden 2009 kakkosnumeron pelkistetyin, mutta samalla myös erikoisin asunto. Asunnossa on kylpyhuone keskellä kaikkea, lasiseinän takana. Asunto on tyhjä, ylimääräisiä tavaroita ei ole missään. Artikkelin on vain kolme sivua, joiden neljästä kuvasta kolme on isoja. Kaikki kuvaavat samaa kylpyhuoneen ja olohuoneen yhdistelmää. Jokaisessa kuvassa näkyvät olohuoneen soivat, mutta kylpyhuoneen amme ei kuitenkaan näy kuin kahdessa. Kuvien värimaailma on mustavalkoinen, mutta graafinen, moderni ja muodikas eli ajan hermoilla. Asukkaat pysyttelevät jälleen kerran visusti piilossa.

Kuvassa 2.4.1. näkyy musta-valkoinen olohuonetilä. Kylpyhuoneeseen johtava lasiseinä on tummennettu. Kuva 2.4.2. on puolestaan kylpyhuoneen puolelta olohuoneeseen läpinäkyvän lasin kautta. Pyöreässä takassa palaa tuli. Kuva 2.4.3. on olohuoneesta kylpyhuoneen suuntaan, kirkas lasi paljastaa nyt kylpyhuoneen. Olohuoneen puolella vain takka ja sohvatyyny tuovat väriä musta-



valkoiseen kokonaisuuteen. Puinen lattia ja keittiön puolella näkyvä puinen pöytä tuovat lämpöä.

Plaza Koti, Numero 2/2009 rakentaa neljää erilaista maailmaa. On moderni ja värikäs rock'n'roll-maailma, raikas ja skandinaavinen perhemaailma, romanttinen ja ranskalainen maailma sekä musta-valkoinen spa-maailma. Kuvissa ei ole ihmisiä, joten jokainen voi omissa haaveissaan kuvitella itsensä asumaan kuvissa näkyviin asuntoihin.

### **4.1.3 Plaza Koti 3/2009**

Plaza Koti -lehden numero 3/2009 on 132-sivuinen. ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -otsikon alla on neljä artikkelia, jotka ovat yhteensä 31 sivua. Näillä sivuilla on 43 kuvaa, joista 19 on isoja kuvia. 43 kuvasta yhdessä pienessä kuvassa on ihminen.

Ensimmäinen artikkeli ”Yllätysten talo” esittelee suomalaisen perheen musta-valkoisen kodin. Huonekorkeus on suuri, ja musta-valkoisuutta lämmittävät ruskeat yksityiskohdat sekä takkatulen loiste. Artikkelissa on kuusi isoa kuvaa. Yleisin kuvattu tila on olohuone, se on pääosassa kahdessa kuvassa. Muuten kuvissa on eteinen, keittiö-ruokailutila, makuuhuone ja kylpyhuone. Takka, matala pöytä, kova tuoli ja rahi ovat mukana kolmessa kuvassa. Asunnon värimaailma on pääosin kylmä, vaikka osittain myös neutraalimpi ruskean värin ansiosta. Musta, valkoinen ja harmaa ovat kuvien ja asunnon päävärit. Kuvat ovat valoisia.

Yllätysten talon kuvissa ei ole ihmisiä, mutta muutamassa kuvassa takassa palaa tuli ja neljässä kuvassa on eläviä kasveja tai valot päällä. Kuvien yhteydessä olevassa tekstissä talon asukkaat pääsevät kuitenkin ääneen ja heitä haastatellaan.

Kuvassa 3.1.1. on musta-valkoinen olohuone, jossa on muun muassa takka, jossa on tuli, laajakuvatelevisio, mustat nahkasohvat, musta karvalankamatto sekä matala sohvapöytä, jolla on esimerkiksi muovinen Kartell Bourgie -valaisin ja erikoisia koriste-esineitä. Kuva 3.1.2. esittää samaa tilaa, mutta ylhäältä päin kuvattuna. Kuva 3.1.3. kuvaa asunnon eteisaulaa. Seinällä on kaksi taulua, senkin päällä koriste-esineitä. Käytävän päädyssä näkyvät olohuoneen karvalankamatto sekä

takka, jossa ei enää pala tuli. Kuvassa 3.1.4. on asunnon ruokailutila ja taustalla keittiö. Ruokailutilan pöydällä on lasinen koristepallo. Ilme on edelleen musta-valkoinen, jota raikastavat vihreät kasvit.

Kuva 3.1.5. esittää asunnon makuuhuonetta, jossa valkoinen ja musta ovat saaneet seurakseen harmaan. Sänky on pedattu runsailla tekstiileillä. Lattialla on harmaa karvalankamatto, ja huoneen nurkassa on Kartell Bourgie -valaisin. Kuva 3.1.6. on kylpyhuoneesta. Se on tiivis kuva modernista kylpyammeesta. Värimaailmassa on harmaata, valkoista ja ruskeaa. Lattialla on kiviä, kasveja ja liskopatsas tuomassa maanläheistä tunnelmaa.

”Ihana rakas koti” on Plaza Koti, Numero 3 / 2009:n toinen artikkeli. Tämä ihana, rakas koti, huvila löytyy pienen matkan päästä Kööpenhaminan keskustasta. Vaikka kuvien asunto on ulkomailla, kuvissa esitellyn kodin tyyli pysyy Plaza Koti -lehdelle tuttu. Kuvien asunto on avara ja se on sisustettu valkoisella, mustalla ja ruskealla. Runsas viherkasvien määrä raikastaa asuntoa. Artikkelissa on kuusi isoa kuvaa. Näissä kuvissa ei ole ihmisiä, mutta yhdessä pienemmässä kuvassa näkyy ihminen, luultavasti talon asukas. Olohuone on suosituin kuvauksen kohde. Useasti olohuone ja keittiö linkittyvät toisiinsa, niin käy myös tässä. Yleisin huonekalu on tuoli, kuten keittiöntuoli tai afrikkalainen puutuoli, joita näkyy neljässä kuvassa. Asunto on kirkas ja valoisa.

Kuvissa ei ole varsinaisesti sotkuja, mutta kirjapinot eivät myöskään ole mitattu viivoittimella suoriksi. Kuvista näkyy elämää, jonka paljastaa tavaran paljous. Asunto ei näytä siltä, että se olisi erikseen siistitty kuviin.

Kuvassa 3.2.1. on ruokailutila, jossa ruokapöydän päällä on suuri musta lamppu, seinällä kultareunainen peili ja sekä pöydällä että ikkunalaudalla viherkasveja. Kuva 3.2.2. näyttää olohuoneen, jossa on sekä valkoinen että harmaa sohva, katossa kruunulamppu. Yksityiskohdat ovat mustan ja ruskean sävyillä. Seinällä on kaksi taulua ja ikkunalaudalla valokuvakehyksiä. Lattialla on seepran taljamatto sekä puinen koristetuoli. Valkoisen sohvan vieressä on valkoinen jalkalamppu. Kuva 3.2.3. näyttää samaa olohuonetta, mutta toisesta kuvakulmasta. Värimaailma on musta-valko-harmaa. Harmaiden sohvien edessä on kaksi lasista sohvapöytää, seinustalla on musta senkki. Sohvan vieressä on valkoinen jalkalamppu. Olohuoneen oviaukosta näkyy ruokailutilaan.

Myös kuva 3.2.4. näyttää musta-valkoista olohuonetta, jälleen eri kulmasta. Kuvassa on yksi lasinen sohvapöytä, seepran taljamatto, puinen koristetuoli, harmaat sohvut, valkoinen jalkalamppu ja pieni kaappi. Ikkunalaudoilla ja pöydällä on viherkasveja. Kuvassa 3.2.5. on puolikuva asunnon keittiöstä. Keskeisessä osassa kuvaa on lavuaari ja hana. Hanan takana ikkunalaudalla on kaksi orkideaa. Pöydällä on astioita ja mansikoita sekä hedelmiä. Ilme on musta-valkoinen, mutta tuoreet yksityiskohdat tuovat väriä. Kuva 3.2.6. kuvaa rappukäytävää sekä yläkerran aulaa. Värimaailma on pääosin valkoinen muutamalla tummalla yksityiskohdalla.

Kolmas artikkeli ”Merellistä asumista Lauttasaareissa” näyttää lukijalle Helsingin Lauttasaaren merenranta-asumista. Viiden ison kuvan artikkeli esittelee asunnon, joka näyttää avaralta ja kylmältä ja on jälleen kerran musta-valkoinen, mutta värikkäät, esimerkiksi keltaiset, yksityiskohdat piristävät asuntoa. Suurista ikkunoista tulvii luonnonvaloa. Asunnossa on myös valoja päällä ja tavaroita sekaisin. Asunto ei ole pelkkä kiiltokuva.

Olohuone on kuvaston keskipisteenä, ja ryhdikkäät, kovat tuolit yleisimpänä huonekaluna. Se, että keittiön pöydillä on valmiiksi leikattuja hedelmiä tai muuta ruokaa, tarkoittanee sitä, että joku on tulossa kohta syömään, vaikka ihmisiä ei kuvissa näykään.

Kuva 3.3.1. (ks. liite 3) on lähes aukeaman kokoinen yleiskuva musta-valkoisesta olohuoneesta, jossa on paljon keltaisia yksityiskohtia, kuten seinällä taulu, sohvalla tyyny ja viltti, laatikoston päällä maljakko ja rahin päällä hedelmiä. Olohuoneen lattialla on runsas karvalankamatto sekä iso valkoinen sohva ja kaksi valkoista nojatuolia. Lisäksi lattialla on iso, roikkuva lattiavalaisin. Keskellä olohuonetta on seepraraitainen rahi. Huoneessa on isot ikkunat, joiden kautta valo tulvii asuntoon. Seinustalla on muovinen Kartell Louis Ghost -tuoli. Kuva 3.3.2. on sama olohuone eri kuvakulmasta. Toisen valkoisen nojatuolin takaa paljastuu takka sekä ruokailutila, jossa ruokapöydän päällä on Yki Nummen Lokki-valaisin. Kuva 3.3.3. vie ruokailutilaan, jossa on valkoinen ruokapöytä tuoleineen, alla on musta karvalankamatto ja seinällä musta taulu. Raikkaita hedelmiä ja kasviksia on ympäriinsä tässä musta-valkoisessa tilassa. Kuva 3.3.4. on työhuoneesta, jossa ei ole paljon ylimääräistä. Lattialla on valkoinen karvalankamatto, työpöydän edessä Kartell Louis Ghost -tuoli, pöydällä kannettava tietokone, lamppu ja kaksi taulua. Kuva 3.3.5. vie makuuhuoneeseen, jossa on valkoinen karvalankamatto, runsaasti pedattu sänky, kattokruunu ja

nurkassa Kartell Louis Ghost -tuoli. Ilmeessä on mustaa ja valkoista.

Plaza Koti, Numero 3/2009:n neljäs artikkeli ”Dar Beida – kodista viihtyisäksi majataloksi” vie lukijan täysin erilaiseen maailmaan Marokkoon ja siellä asuntoon, joka toimii sekä kotina että majatalona. Artikkelissa on vain kaksi isoa kuvaa, joiden värimaailma on kylmä, vaikka asunnossa onkin käytetty afrikkalaisen lämpimämpiä värisävyjä. Jokainen voi aistia kuvista sen, että asuntoon astuessa sen seinät huokuvat kylmyyttä, mutta ulkona paistava aurinko lämmittää. Huonekalujen ja esineiden värisävyt ovat lämpimiä. Kuvista toinen kuvastaa parvekettä, toinen puolestaan ruokailutilaa. Yhteisiä elementtejä kuvissa on kovat istuimet, astiat, viherkasvit ja valaisimet. Katot, lattiat ja seinät ovat valkoisia. Kuvissa ei näy ihmisiä, mutta kasvit ja tavarapaljous huokuvat eloa.

Kuvassa 3.4.1. on majatalon valkoinen kattoterassi, jolle tuovat väriä muoviset punaiset tuolit sekä matala pöytä samaa sarjaa. Kuvassa 3.4.2. on ruokailutila, jossa valkoisen pyöreän pöydän ympärillä on viisi tuolia. Valkoista ympäristöä ja huonekaluja ryhdittävät harmaat ovikaaret, kattokruunu sekä viherkasvit ja hedelmät.

Plaza Koti, Numero 3/2009 rakentaa neljässä jutussa kolme erilaista maailmaa: musta-valkoisen, raikkaan ja modernin omakotimaailman, ylellisen merenrantahuvilamaailman ja lämpimän ja runsaan Marokko-maailman.

#### **4.1.4 Plaza Koti 4/2009**

Vuoden 2009 neljännessä Plaza Koti -lehdessä esitellään kolme kotia. Lehdessä on 132 sivua, joista 25 on ihanille kodeille ja inspiroiville ideoille. Kuvia on 25, joista 17 on isoja kuvia. Kahdessa näistä isoista kuvista on ihmisiä.

”Remontilla avaraa ja valoisaa” aloittaa asuntoesittelyt. 1970-luvun paritaloasunto on remontoitu 2000-luvulle. Isoja kuvia on neljä, joissa ei näy ihmisiä. Lämpimän sävyisissä kuvissa yleisin huone on keittiö, joka on kahdessa kuvassa. Kahdessa muussa on ruokailutila ja olohuone. Asunnon pohja on valkoinen, jota ovat värittämässä ruskea lattia ja violetit ja pinkit yksityiskohdat. Kuvat on

valaistu pääosin lämpimästi. Eloa ja lämpöä kuviin tuovat valojen lisäksi kynttilät ja takka. Isojen kuvien lisäksi asunnosta löytyy yllättävä elonmerkki: kylpyhuoneessa suihkun hana on auki.

Yli sivun kokoinen kuva 4.1.1. (ks. liite 3) esittää kodin olohuonetta, jossa on valkoiset sohvut, joilla on värikkäitä tyynyjä, lattialla valkoinen karvalankamatto, sohvapöydällä kynttilöitä, sivupöydällä muovinen Kartell Bourgie -valaisin. Värimaailma on vaalea ja lämmin. Kuva 4.1.2. kuvaa myös olohuonetta, mutta eri kuvakulma paljastaa asunnon yhtenäisen suuren tilan, myös keittiön ja eteisen. Olohuoneen valkoiset sohvut, karvalankamatto ja sohvapöytä näkyvät. Eteisessä on kaksi tuolia, seinillä tauluja aseteltuna ryhmiiksi. Keittiö näkyy taustalla valkoisena. Kuva 4.1.3. näyttää aasialaishenkisen ruokailutilan, jonka seinällä näkyy japanilainen kimono. Seinät ovat violetit. Sivupöydällä on orkidea, pöydät ovat tumman ruskeat, penkit valkoiset. Kuvassa 4.1.4. on valkoinen keittiö, jota piristää punainen kahvinkeitin sekä ympäriinsä sijoitetut Iittalan Kivi -kynttilälyhdyt sekä Marimekon Mariskol-astiat. Yksityiskohdat ovat pääosin punaisia, pöytäpinnat ovat ruskeaa puuta.

Toisessa artikkelissa ”Koolla on väliä” Jyllannin merenrantamaisemissa sijaitseva hulpea huvila on suurenuslasin alla. Omaperäisillä taideteoksilla koristellussa asunnossa on jälleen suuri huonekorkeus. Asunnosta on kahdeksan isoa kuvaa, joista kolme kuvastaa olohuonetta. Muita näkyviä huoneita ovat keittiö ja ruokailutila, makuuhuone ja kylpyhuone. Asunto on niin suuri, että se vaikuttaa väkisinkin kylmältä. Kuitenkin suuret ja värikkäät taulut ja kankaat tuovat lämpöä ja yrittävät piristää asunnon väritystä. Asunnossa taulujen teema pysyy samana huoneesta toiseen. Musta-valkoinen asunto on väritetty punaisen ja oranssin sävyisillä tauluilla.

Kahdeksasta kuvasta kahdessa on ihminen. Toisessa henkilö näkyy ”haamuna” taustalla, kun taas toisessa henkilö istuu selkeästi sohvalla. Ihmisten lisäksi kuviin tuovat eloa palavat kynttilät, takka ja arkiset tavarat, jotka ovat ympäri asuntoa.

Kuvassa 4.2.1. on musta-valkoinen keittiö-ruokailutila, jota on ryhditetty punaisilla yksityiskohdilla. Suuret ikkunat valaiset korkean tilan. Keskellä huonetta on musta pöytä, jonka ympärillä on mustat tuolit. Katosta roikkuu erikoinen lamppu. Kuva 4.2.2. vie olohuoneen puolelle, jossa on mustat nahkasohvat, valkoinen karvalankamatto, matala, musta sohvapöytä sekä

oranssinpunaisia yksityiskohtia. Seinällä on kolme värikästä taulua vierekkäin. Kuva 4.2.3. on jälleen keittiöstä, mutta toisesta kuvakulmasta. Kuva paljastaa myös yläkertaan menevät portaat, joissa ihminen kävelee ylöspäin. Ilme on edelleen musta-valkoinen, jota täydentävät punaiset yksityiskohdat. Kuvassa 4.2.4. on musta, nahkainen divaani, jonka päällä on kaksi värikästä tyynyä, seinällä on mustapohjainen värikäs taulu. Kuva 4.2.5. vie toiseen olohuoneeseen, jossa ovat valkoiset sohvot ja kaksi Fritz Hansenin Egg-tuolia. Lattialla on musta karvalankamatto ja nurkassa suuri viherkasvi. Sohvilla istuu nuori mies. Huone on piristetty oransseilla yksityiskohdilla. Kuva 4.2.6. on toinen ruokailutila, jossa on valkoiset tuolit ja kaapisto sekä lasinen pöytä. Seinällä on jälleen värikäs taulu. Asunto on valko-punainen. Valko-punainen värimaailma jatkuu myös kuvassa 4.2.7., joka vie makuuhuoneeseen. Siellä on valkoinen sänky ja nojatuoli ja kaksi karvalankamattoa, seinällä on kaksi isoa puna-valkoista maalausta. Sängyn päällä on puoliksi punainen peitto. Kuvassa 4.2.8. on valkoisen kylpyhuoneen ylellinen kylpyamme, joka on täynnä vaahtoa. Ammeen vierellä on ruusuja maljakossa, sekä kuohuviiniä ja lasit.

Kolmas artikkeli ”Juhlasalista tyylikkääksi loftiksi” tuo lukijan takaisin Suomeen. Asunnossa on valkoista ja ruskeaa, mutta värimaailma ei kuitenkaan ole kovin lämmin suurten valkoisten pintojen takia. Isoja kuvia on viisi, joista kaksi on olohuoneesta, muut keittiöstä, makuuhuoneesta ja kylpyhuoneesta. Matalia pöytiä näkyy kolmessa kuvassa. Jälleen kerran asunnossa on valot päällä ja viherkasveja, mutta muuten elonmerkit ovat vähissä. Yleisvaikutelma on siloteltu ja järjestetty.

Kuvassa 4.3.1. on yläkerran parvelta kuvattu näkymä alakerran olohuoneeseen, jossa on ruskea karvalankamatto, valkoinen iso sohva, lasinen sohvapöytä sekä ikkunalaudalla orkidea. Kuva 4.3.2. näyttää saman tilan toiseen suuntaan, eli keittiöön ja parvelle. Asunto on kokonaisuudessaan valko-ruskea ja avara. Valkoinen rahi näkyy, sekä ruskeaa karvalankamattoa ja keittiön valkoiset kaapit ja tuolit. Kuvassa 4.3.3. katsotaan jälleen samassa tilassa toiseen suuntaan, eli nyt keittiöstä olohuoneeseen päin. Näkyvissä ovat olohuoneessa jo mainitut elementit, eli karvalankamatto, valkoinen sohva ja orkidea, sekä keittiön pöytä ja tuolit. Kuva 4.3.4. on yläparvelta, jossa on makuuhuone. Kuvassa näkyy valkoinen sänky, joka on pedattu vihreällä päiväpeitolla, iso mustareunainen peili sekä tyynyjä ja viherkasveja. Kuvassa 4.3.5. on kylpyhuone, joka on väriykseltään valko-harmaa.

Plaza Koti, Numero 4/2009 rakentaa kaksi maailmaa: raikkaanlämpimän omakotimaailman sekä korkean ja modernin loft-maailman. Suuri huonekorkeus tuntuu tässä kohtaa olevan suosiossa.

#### **4.1.5 Plaza Koti 5/2009**

Plaza Koti, Numero 5/2009 on 116-sivuinen lehti, jossa ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -otsikon alta löytyy jälleen kolme artikkelia. Nämä artikkelit ovat 28 sivulla. Näillä 28 sivulla on 38 kuvaa, joista 20 on isoja kuvia. Kuvista löytyy yhteensä kuusi kuvaa, joissa on ihmisiä tai eläimiä. Näistä kuvista neljä on isoja.

Ensimmäinen artikkeli ”Mannereurooppalaista tyyliä” esittelee turkulaisen kodin, joka on sisustettu valkoisella, ruskealla ja mustalla. Tilat ovat avarat ja kuvat selkeitä. Asuntoa ei ole täytetty ylimääräisillä huonekaluilla tai esineillä, vaan se on kauttaaltaan siisti ja pelkistetty. Artikkelissa on kahdeksan isoa kuvaa, joista kolme kuvaa olohuonetta. Kahdessa olohuonekuvassa on mukana myös ruokailutila ja yhdessä kylpyhuonekuvassa näkyy myös olohuonetta. Muuten kuvissa on makuuhuone, työhuone, sauna ja puutarha. Yleisimmin kuvissa näkyy pöytien ääressä olevia tuoleja, ja kahdeksasta kuvasta neljässä on kynttilätuotteita, kasveja sekä tauluja. Viidestä kuvasta löytyy astioita.

Asunnon värimaailma on pääosin neutraali, sekä kylmiä että lämpimiä värejä hyvässä tasapainossa. Lämpimän ruskeat lattia- ja pöytäpinnat yhdessä valkoisten seinien ja huonekalujen kanssa luovat neutraalin kokonaiskuvan. Asunto on moderni ja selkeä. Kahdeksasta kuvasta yhdessä näkyy ihmisen heijastuma ikkunan kautta, ja yhdessä pienemmässä kuvassa on koira. Kylpyhuoneessa suihkut ovat päällä ja amme täynnä vettä. Puutarhassa sushi-tarjoilu odottaa syöjiään. Elonmerkit ovat selvät. Talon asukkaat eivät kuitenkaan paljasta kasvojaan tai nimiään kuvissa tai tekstissä.

Kuvassa 5.1.1. on suuri olohuone-ruokailutila, jonka keskipisteessä on muun muassa valkoinen sohva ja nojatuoli. Lattialla on taljamatto, jonka päällä on iso nahkainen rahi. Sivupöydän päällä on tuoreita kukkia ja Buddha-patsas. Keskellä tilaa on takka. Huone on korkea ja valoisa. Kuva 5.1.2. on sama tila eri kuvakulmasta, tässä kuvassa olohuoneesta ruokailutilaan ja keittiöön päin. Kuvassa näkyy olohuoneen elementtien lisäksi ruskea keittiönpöytä valkoisine tuoleineen sekä keittiön

valkoiset kaapistot. Seinällä on iso kello. Kuvassa 5.1.3. on työhuone, jossa on iso lasinen pöytä, jonka takana on seepra-kuvioinen työtuoli. Lattialla on jälleen taljamatto ja seinustalla näkyy valkoinen laatikosto, jonka päällä on kynttelikkö. Kuvassa 5.1.4. on työhuone, jonka lisäksi kuva näyttää myös makuuhuonetta, jossa on lattialla musta karvalankamatto, yöpöytä ja sänky. Kuva 5.1.5. on asunnon toisesta makuuhuoneesta, jossa on sängyn lisäksi muun muassa pöytä sängyn jalkapäädyssä ja korkea kynttelikkö yöpöydän vieressä. Lattialla näkyy valkoinen karvalankamatto. Kuvassa 5.1.6. on kylpyhuone, jossa ison ammeen vieressä lattialla on koristekiviä. Kylpyhuoneesta näkyy takahuoneeseen, jossa on iso musta sohva sekä seinällä punottu paneeli, joka näyttää esimerkiksi karvalankamatolta tai ryijyltä. Ilme on musta-valkoinen. Kuvassa 5.1.7. on moderni sauna. Kuva 5.1.8. vie ulos terassille, jossa on keväisesti katettu pöytä ja tarjolla sushia.

Toinen artikkeli ”Modernia muotoilua ja maalaisjärkeä” esittelee remontoitun talon Kööpenhaminan pohjoispuolelta. Talon sisustus on pääosin kylmä ja musta-valkoinen, mutta ei kovin graafinen. Tunnelma on välillä jopa romanttinen. Talon värimaailma liikkuu mustan, valkoisen, harmaan, ruskean ja violetin maailmassa. Yleisin kuvauksen kohde on olohuone, joka löytyy kahdesta kuvasta. Muut kuvat ovat ruokailutilasta, keittiöstä, portaista ja makuuhuoneesta. Kuvissa tai sisustuksessa ei ole paljoa yleistettävää, kuvissa näkyy erilaisia huonekaluja ja kuvakulmat ovat erilaisia.

Reportaasin kuudessa isossa kuvassa ei ole yhtään ihmistä, ainoita elonmerkkejä ovat kasvit, muutamat pienet sotkut ja tomaatit keittiön pöydällä. Pienemmissä kuvissa ihminen seisoo terassilla talon ulkopuolella. Talon asukkaat ovat artikkelissa mukana etunimillään.

Kuvassa 5.2.1. on lähikuva olohuoneen pöydästä. Pöydällä on patsas ja koristeena olevat lehmän sarvet, kirja sekä maljakossa sireeneitä. Kuvassa 5.2.2. on yleiskuva samasta tilasta ja matalasta pöydästä. Samat elementit ovat eri järjestyksessä ja mukaan on tullut myös kaksi kynttilää. Taustalla näkyy laatikosto, jonka päällä on lamppu. Kuva 5.2.3. on ruokailutilasta, jossa on musta pöytä ja mustat tuolit. Pöydän keskellä on kukkia ja seinillä samaa sarjaa olevia tauluja. Pöydän edustalla on lasten pyörälelu. Kuva 5.2.4. on asunnon porraskäytävästä, jossa seinällä on pitkulainen taulu ja ikkunalaudalla turkoosi maljakko. Kuvassa 5.2.5. näkyy porraskäytävää sekä keittiötä, jossa on valkoiset kaapit. Kuva 5.2.6. on makuuhuoneesta. Kuvassa näkyy muun muassa sängyn kulma,



hopeinen, paksukehyksinen peili ja näkymä on parvekkeelle päin.

Viidennen lehden viimeinen artikkeli ”Lisäosalla lisäarvoa” eroaa selkeästi kaikista aikaisemmista artikkeleista. Artikkelissa on kuusi isoa kuvaa, joista puolet kuvaa taloa ulkoapäin. Kuvista kolmessa näkyy myös ihmisiä, kahdessa he ovat perheen lapsia. Ihmiset tulevat artikkelissa esiin, mutta artikkeli ei paljasta, missä talo sijaitsee.

Kuvien värimaailma on valkoista, ruskeaa ja vihreää, eli hyvin maanläheistä ja raikasta. Jokainen kuva on valaistu valkoisella. Luonnonläheisyys ja ihmisten runsas määrä kuvissa luovat lämpöä.

Kuvassa 5.3.1. näyttää talon kokonaisuudessaan ulkoapäin. Kuva on otettu selkeästi illansuussa. Talon edustalla näkyy lasten pyörä. Kuvassa 5.3.2. on kahden talon välissä oleva lasiosa, joka on valkoinen ja avara, jossa on kirkkaita värejä piristämässä. Kuvassa 5.3.3. on ruokailutila, jossa on ruskea pöytä ja valkoiset tuolit. Seinällä on taideteoksena kartta. Taustalla näkyy valkoinen keittiö, jossa on yksi aikuinen ja kaksi lasta. Kuvassa 5.3.4. on olohuone, jonka kanssa samassa tilassa on myös työhuone. Olohuoneessa on valkoinen sohva ja kaksi harmaa-puista nojatuolia. Seinällä on cd-teline ja iso cd-soitin. Kuva 5.3.5. näyttää talon etuseinää ja siellä kasvavia tomaatteja. Lasisen oven läpi näkyy kuvan 5.3.2. lasiosaan, jossa on ihminen. Kuva 5.3.6. näyttää taloa jälleen kerran ulkoapäin. Kuvassa perheen kaksi lasta ovat keinuissa.

Plaza Koti, Numero 5/2009 luo kolme erilaista omakotimaailmaa: modernin ja viihtyisän, tumman ja kolkon sekä raikkaan ja avaran. Vaikka Plaza Koti -lehden toimitus on suomalainen, kaksi kolmesta asuntoesittelystä on kuitenkin ulkomailta. Nämä artikkelit on luultavasti julkaistu muissa Plaza Publishing Group AB:n lehdissä. Lehtiä on Plaza Koti, Numero 5/2009 -lehden mukaan 17 kappaletta.

#### **4.1.6 Plaza Koti 6-7/2009**

Plaza Koti -lehden kuudes numero vuonna 2009 on sekä kesä- että heinäkuun numero (6-7/2009). Lehti onkin tähän mennessä isoin, siinä on 164 sivua. ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita”

esitellään neljässä artikkelissa 44 sivulla. Näillä 44 sivulla on yhteensä 58 kuvaa. Näistä kuvista kolmessa on koira. Ihmisiä ei ole ollenkaan. 58 kuvasta 27 on isoja kuvia. Niistä yhdessä on koira.

Ensimmäinen artikkeli ”Vanhan talon uusi ilme” vie lukijan Lontooseen. Esittelyssä on hulppea ja moderni omakotitalo. Kuvia on kymmenen, joista kahdessa kuvataan makuuhuonetta ja kahdessa muussa puutarhaa. Muissa kuvissa on olohuone, työhuone, ruokailutila, kylpyhuone, keittiö ja eteinen. Tiloissa on sekä kylmää, lämmintä että raikkaan neutraaliakin värimaailmaa. Asunnon pohja on poikkeuksetta vaalea, mutta sitä täydentää muun muassa ruskean, vihreän ja kerman sävyt. Luonnonvalo tulvii huoneisiin. Se on selväkin: viimeinen kuva paljastaa, että yksi talon seinistä on kokonaan lasia.

Talon asukkaat ovat artikkelissa äänessä, mutta heitä ei näy kuvissa. Työhuone-kuvassa perheen koira kuitenkin istuu omistajan elkein. Muita elonmerkkejä on makuuhuone-kuvassa sängyn päälle huitaistu ruskea viltti. Luonnonvalo tekee asunnosta kylmän lähes joka kuvaan, mutta värisävyt kuitenkin palauttavat kokonaiskuvan neutraaliksi.

Kuvassa 6/7.1.1. on olohuonetila, jossa on yksi valkoinen ja yksi vihreä sohva. Matolla sohvien edessä on matala, lasinen sohvapöytä. Apupöydillä sohvien vieressä on pöytälamput. Värimaailma on luonnonläheinen ja lämmin. Kuvassa 6/7.1.2. on työhuone, joka on sisustettu pääosin mustalla, seinät ovat kuitenkin valkoiset ja lattia ruskea. Perheen koira poseeraa kuvassa etualalla. Kuva 6/7.1.3. näyttää puutarhaa. Kuvassa 6/7.1.4. on ruokailutila, jossa on ruskean pöydän ympärillä kuusi sinistä tuolia. Ikkunassa on vihertävät verhot ja katossa roikkuu kattokruunu. Kuvat 6/7.1.5. ja 6/7.1.6. näyttävät makuuhuonetta, joka on sisustettu valkoisen ja ruskean sävyin. Kuvassa 6/7.1.7. on iso kylpyhuonetila, jossa ei ole mitään ylimääräistä, paitsi ehkä tilaa. Seinät ovat valkoiset, kalusteet puolestaan ruskean ja harmaan sävyisiä. Kuva 6/7.1.8. vie keittiöön, jossa on keskellä tukeva baaripöytä. Taustalla näkyvät modernit keittiökoneet. Kaapit ovat valkoiset. Kuva 6/7.1.9. näyttää eteisaulan, jossa kunnioitetaan vanhaa. Ovien laseissa on säännölliset lasimaalaukset. Lattia on valkoisella ja mustalla kaakeloitu. Kuva 6/7.1.10. paljastaa koko talon todellisen luonteen: yksi seinä on kokonaan lasia. Lasiseinän läpi näkee muun muassa olohuoneeseen.

Suomalainen kuluttajille ja ammattilaiselle tarkoitettu koti- ja rakennustapahtuma Asuntomessut

pääsee esille toisessa artikkelissa ”Kekseliästä tilankäyttöä”. Kyseinen asunto, joka on esitelty Asuntomessuilla, on sisustettu poikkeuksellisen tummasti. Artikkelissa on seitsemän isoa kuvaa, joissa ei ole paljoakaan elonmerkkejä. Ihmiset ja eläimet puuttuvat täysin. Elonmerkkeinä on ainoastaan eläviä kasveja muutamissa kuvissa ja yhdessä kuvassa on selkeästi valot päällä.

Musta-valkoista sisustusta täydentää toisaalla violetti, toisaalla vihreä. Tiloissa on sekä lämmintä että kylmää värimaailmaa. Seiniä on väritetty tummiksi ympäri asunnon: makuuhuoneissa, keittiössä ja olohuoneessakin. Asunnon elottomuuden ja vilskeimmät sisustusratkaisu selittänee Asuntomessut. Asuntomessujen esittelykohteet ovat poikkeuksetta persoonattomia, esillä ei nähdä esimerkiksi valokuvia, tarjonnalla halutaan usein inspiroida kuluttajaa sisustamaan.

Kuva 6/7.2.1. näyttää makuuhuoneen, jonka seinällä on metsätapetti. Keskellä huonetta on musta pylvässänky. Lattialla on karvalankamatto. Ilme on vihreä-musta. Kuva 6/7.2.2. näyttää toisen makuuhuoneen, joka on sisustettu violetin ja musta sävyillä. Sängyt, laatikosto ja peili ovat mustia ja koristeellisia. Kuvassa 6/7.2.3. näkyy makuuhuoneen seinällä oleva iso, keltainen maalaus mustalla seinällä. Kuvassa 6/7.2.4. näkyy musta-valkoinen olohuonetila, jossa ovat mustat nojatuolit ja sohva. Lattialla on harmaa karvalankamatto ja seinustalla valkoinen iso takka. Taustalla näkyy violetinsävyinen makuuhuone. Kuva 6/7.2.5. on ruokailutilasta, jossa ovat harmaan karvalankamaton päällä musta pöytä ja valkoiset tuolit. Tila on jälleen musta-valkoinen. Kuvassa 6/7.2.6. on moderni harmaan, punaisen ja mustan sävyinen keittiö. Kuva 6/7.2.7. vie pukuhuoneeseen, kylpyhuoneeseen ja saunaan, jossa värimaailma on jälleen musta-valkoinen, mutta vihreät yksityiskohdat ja saunan puupinnat tuovat tilaan eloa.

Kolmas artikkeli ”Rakentamista, remontointia ja sisustusosnea” näyttää kuuden kuvan verran asuntoa, jossa on tasainen värimaailma läpi kaikkien tilojen. Kuudesta kuvasta kahdessa on olohuone, muissa työhuone, makuuhuone ja kaksi eri lastenhuonetta. Ihmisiä ei näy kuvissa, mutta asunnossa asuva suomalainen sisustussuunnittelija lähtee valottamaan ajatuksiaan sisustuksen takaa heti artikkelin alkuun. Tiloissa on eläviä kasveja ja joitakin huolettomia tavaroita, kuten laukku penkillä ja lasten lelu keskellä olohuoneen lattiaa, ja ne antavat särmää muuten rauhallisiin kuviin.

Kuvien värimaailma on kylmä ja kautta linjan värinä on valkoinen. Toisessa lastenhuoneessa

piristysruiskeena on vihreää. Tiloihin tulvii luonnonvaloa. Kokonaisuus on raikas ja puhdas.

Kuvassa 6/7.3.1. on valkoisella ja harmaalla sisustettu olohuone. Lattialla on runsas karvalankamatto, sohva on muhkea ja vaalea, lattialla on matala sohvapöytä ja nurkassa valkoinen kakluuni. Kuvan etualalla on lasten istuttava autolelu ja katossa roikkuu kattokruunu. Kuva 6/7.3.2. on samasta tilasta toiseen suuntaan. Keskellä kuvaa on lasten autolelu, seinustalla matala laatikosto ja toisella seinustalla korkea laatikosto. Karvalankamatton kulma näkyy tässäkin kuvassa. Kuvassa 6/7.3.3. on työhuone, joka on myös valkoisella sisustettu. Lattialla on karvalankamatto ja työpöydällä orkideoita ja tulppaaneja. Kuvassa 6/7.3.4. on makuuhuone, joka on sisustettu valkoisella, paitsi seinän tapetissa on punainen pohja ja valkoisia kukkia. Katossa on jälleen kattokruunu. Kuva 6/7.3.5. näyttää vihreällä sisustetun lastenhuoneen, jossa on paljon värikkäitä leluja ja muita yksityiskohtia. Kuvassa 6/7.3.6. on puolestaan toinen lastenhuone, joka on sisustettu valkoisella ja vaalean sinisellä. Lattialla on valkoinen karvalankamatto. Muutama värikäs yksityiskohta mahtuu myös mukaan. Pöydän päällä on valkoinen orkidea.

Neljännessä artikkelissa ”Kovan ja pehmeän liitto” on neljä isoa kuvaa, joissa ei ole näkyviä elonmerkkejä. Joka kuvassa on viherkasveja ja kahdessa kuvassa on valot päällä. Isojen kuvien lisäksi kahdessa kuvassa on koira ja takassa tuli. Jonkun täytyy asua tässä asunnossa. Omistajat pysyvät kuitenkin kasvottomina, heidät esitellään artikkelissakin vain ”talon omistajina”. Talon on suunnitellut arkkitehti Kay Linghoff.

Neljässä kuvassa esitellään olohuone, ruokailutila, keittiö ja makuuhuone. Värimaailma on pääosin kylmä, sisustukseen on käytetty harmaata ja valkoista sekä ripaus mustaa. Lattia on tumma luonnonkivilattia, paitsi makuuhuoneessa. Luonnonvalo kirkastaa asunnon.

Kuva 6/7.4.1. on aukeaman kokoinen kuva olohuoneesta, jossa on kaksi valkoista sohvaa ja matala lasinen pöytä. Lattia on harmaata kiveä. Olohuoneesta aukeaa ovi ja ikkunat ulos terassille. Kuvassa 6/7.4.2. on ruokailutila, jossa on pyöreä, lasinen pöytä ja neljä ruskeaa tuolia. Pöydän vieressä on korkea jalkalamppu. Taustalla seinällä on kaksi taulua vierekkäin. Kuva 6/7.4.3 on tiivis kuva keittiöstä, jossa on mustat kaapit. Pöydillä on astioita ja muita värikkäitä yksityiskohtia. Kuvassa 6/7.4.4. on yläkerran makuuhuonetila, jossa on viistokatto. Huone on sisustettu harmailta ja

ruskeilla tekstiileillä. Työpöydän edessä on muovinen Kartell Louis Ghost -tuoli. Seinällä on espanjalaisen taiteilijan Joan Mirón taulu.

Plaza Koti, 6&7/2009 -numero luo neljä maailmaa: kombon, jossa vanha ja uusi kohtaavat, messutalon, jossa inspiraatio ja käytännöllisyys kulkevat sulassa sovussa, valkoisen kodin, jossa romantiikka ja puhtaus leikkivät sekä kovan ja pehmeän liiton, jonka avaruus melkein hirvittää.

#### **4.1.7 Plaza Koti 8/2009**

Plaza Koti -lehden kahdeksas numero esittelee neljä kotia. Lehdessä on yhteensä 172 sivua. Kyseessä on huonekaluihin, sisustukseen ja designiin keskittyneiden Habitare-messujen jättinumero, jonka liitteenä on Habitare-messujen virallinen luettelo. Lehdessä on 38 sivua ”Ihania asuntoja & Inspiroivia ideoita”. Näillä sivuilla on yhteensä 52 kuvaa, joista 23 on isoja kuvia. Kaikkiaan näillä 58 sivulla on kuusi kuvaa, joissa on ihmisiä. Näistä kuudesta kolme kuvaa on isoja.

Ensimmäisessä artikkelissa ”Katajien katveessa” esitellään design-talo Helsingin Katajaharjulla Lauttasaarella. Talo on nimeltään Villa Kataya. Talon asukkaat ovat tekstissä äänessä ja kertovat siinä, millainen koti heillä oli mielessään ja miten päätyivät lopputulokseen. Asunnosta on esillä kahdeksan isoa kuvaa, joista yhdessä näkyy ihmisiä taustalla. Muita kuvien elonmerkkejä ovat päällä olevat valot sekä monet viherkasvit. Vuodesta 2012 Villa Katayaa on toiminut edustustilana.

Kahdeksasta kuvasta neljä esittää talon kylpyhuonetta. Muuten reportaasissa on kolme isoa kuvaa olohuoneesta ja yksi makuuhuoneesta. Kylpyhuoneiden ulkopuolella sohvot, nojatuolit ja keittiötuolit ovat joka kuvassa. Asunnon kylpyhuoneita on sisustettu rohkeasti tummilla väreillä. Vastapainona olohuone on puolestaan raikas ja vaalea. Värimaailma seikkailee harmaan, mustan, violetin ja valkoisen kentillä. Kuvat ovat vuoroin tummia ja salaperäisiä, vuoroin vaaleita, avoimia ja raikkaita.

Kuvassa 8.1.1. näkyy olohuone, jossa on paljon perinteisiä, suomalaisia Alvar Aallon ja Artekin

kalusteita. Värimaailma on vaaleaa, mustaa ja harmaata, mutta kukat ja tyynyt tuovat väriä. Kuvassa katsotaan olohuoneeseen lasisen seinän ja mustien koristeiden takaa. Kuva 8.1.2. näyttää olohuoneen toisesta suunnasta. Artekin kalusteet ovat edelleen paikallaan. Olohuoneen keskellä on katosta roikkuva musta Gyrofocus -takka. Kuva 8.1.3. näyttää asunnon kylpyosaston, joka on sisustettu harmaalla sekä puisilla elementeillä. Kylpyhuoneesta on lasiset seinät ja ovi muun olohuoneen puolella. Kuvassa 8.1.4. on makuuhuone, joka on sisustettu tumman violetin ja mustan sävyillä. Kaikki on kuitenkin tehty valkoiselle pohjalle. Sängyn jalkapäädyssä on puinen pöytä. Kuva 8.1.5. näyttää asunnon musta-valkoisen kylpyhuoneen, jossa ammeen ympärillä on mustia istuintyynyjä. Seinissä on mustat paneelit, joiden takaa tulee valo. Myös katossa on valot. Kuva 8.1.6. näyttää myös kylpyhuonetta, joka on tästä kuvakulmasta musta. Kuvassa 8.1.7. on saunan lepohuone, joka on sisustettu tummilla sävyillä. Lasipintojen kautta heijastuvat terassilla olevat ihmiset. Kuvassa 8.1.8. on tumman harmaa sauna.

Toinen artikkeli ”Susannan tavalla” esittelee näyttelijä-sisustussuunnittelija Susanna Indrénin kodin Helsingin Munkkiniemenrannasta (ks. liite 3). Värikkäästi ja monipuolisesti sisustetusta asunnosta on viisi isoa kuvaa, joista yhdessä on mukana asukas itse. Isojen kuvien lisäksi kahdessa pienemmässä kuvassa on perheen koira. Asunnossa on selkeästi eloa ja se välittyy myös sisustuksesta. Yleisilme ei ole viimeisen päälle sliipattu, vaan kotoisa ja lämmin. Viidestä kuvasta kaksi esittää ruokailutilaa, jossa ei ole värejä säästely. Muissa kuvissa on olohuone, makuuhuone ja yhdistetty lasten- ja työhuone.

Kuvien värimaailma on joko lämmin tai neutraali. Ruskeaa pohjaa täydentävät muun muassa violetti ja punainen. Räiskyvät värit yhdessä graafisten huonekalujen kanssa luovat elävän kokonaisuuden.

Suurin osa Plaza Koti -lehdistä vuonna 2009 on jo käyty läpi. Tässä ovat ensimmäiset sisustuskuvat, joissa suomalainen koti on täynnä värejä. Asunnossa on myös suomalaisuuden merkkejä, kuten Eero Aarnion Tupla Kupla-valaisin.

”Modernin ja vanhan harmonia”, kolmas artikkeli, vie lukijan huvilaan Kööpenhaminan esikaupunkialueelle. Isoja kuvia on yhteensä viisi ja niistä yhdessä on mukana talon asukkaita. He

ovat myös yhdessä pienemmässä kuvassa. Ihmiset, kasvit ja valot tuovat lämmön kuviin. Vaikka kuva, jossa ihminen on, on isosta valkoisesta keittiöstä, kuvassa on silti lämpöä. Kylmä ympäristö ja lämmin ihminen yhdessä luovat neutraalin kokonaisuuden.

Viidestä kuvasta kaksi kuvastaa olohuonetta, muut keittiö-ruokailutilaa, makuuhuonetta ja kylpyhuonetta. Suosituimpina huonekaluina ovat kaapit ja matalat pöydät, niitä on kolmessa kuvassa. Värimaailmasta löytyy harmaata, violetta, ruskeaa ja valkoista. Kuvat valaisee luonnonvalo. Kuvat näyttävät jälleen kerran avarilta, kylmiltä, graafisilta ja muodikkailta.

Neljännessä artikkelissa ”Täydellinen muodonmuutos” näkyy jälleen toisenlainen maailma. Artikkeliki kertoo tuusulalaisen tiilitalon muodonmuutoksesta. Artikkeliki käynnistyy talon ulkokuvilla, joista voi jo aavistella, että jotain suurta on tiedossa. Talon julkisivu on puulla päällystetty ja muodoiltaan pyöreä. Artikkeliki näyttää viiden kuvan verran avaria tiloja, joiden pääväreinä on valkoinen ja ruskea. Kuvissa ei näy ihmisiä, mutta silti kahdessa kuvassa tunnelma on lämmin. Ruskea ja punainen toimivat yhdessä. Vaalea valo täyttää asunnon.

Talossa on elonmerkkejä: siellä on esimerkiksi luettavaa siellä täällä, kirjoja avoimna hyllyillä ja sohvilla. Asunnossa näkyy myös selkeitä suomalaisia merkkejä, kuten legendaarinen Lepakko-tuoli Marimekon kankaalla, Marimekon lakanat ja Eero Aarnion Tupla Kupla-valaisin.

Vuoden 2009 kahdeksas Plaza Koti -lehti luo neljä erilaista maailmaa: suomalaisen merenrantaunelman, värejä pursuavan herkkupalan, avaran ja eurooppalaisen trendiunelman ja hulpean suomalaisen omakotimaailman.

#### **4.1.8 Plaza Koti 9/2009**

Yhdeksäs Plaza Koti -lehti kuvaa kolme kotia: kaupunkitalon Göteborgista, messutalon Valkeakoskelta ja kodiksi muuntautuneen kesämökin läntiseltä Uudeltamaalta. Numerossa on 108 sivua, joista kolmeen ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -artikkeliin on käytetty yhteensä 28 sivua. Näillä sivuilla on 38 kuvaa, joista kahdessa on ihmisiä. Isoja kuvia on 18, joista yhdessä on

ihmisiä.

Ensimmäisessä artikkelissa ”Kaupunkitalo Göteborgissa” esitellään Göteborgin keskustassa sijaitseva talo. Artikkelissa perheen äiti ja isä ovat äänessä. Kuvissa vilahtaa puolestaan lapsia. Isoja kuvia on viisi, joista yhdessä on perheen lapset. Kuvassa lapset ovat tietokoneen ääressä, ja mukana on myös liikettä lasten mekoissa. Lapset ovat myös yhdessä pienemmässä kuvassa. Muutoin kuvissa on viherkasveja, jonkin verran sekaisuutta ja tavaran paljoutta. Tilat ovat täysin valkoisia. Yleisimmin kuvattu tila on olohuone (kaksi kuvaa), ruokailutila (kaksi kuvaa) ja eteinen (kaksi kuvaa). Yksi kuva näyttää usein kahta tilaa, joista toinen on pääosassa ja toinen taka-alalla.

Tilojen värimaailma vaihtelee neutraalin ja kylmän välillä. Värisävyt ovat kylmiä ja ulkoa tuleva luonnonvalo on kylmä, mutta lämpimän sävyinen puulattia neutraloi kokonaiskuvaa. Myös tavarapaljous tekee kodista lämpimän ja kodikkaan.

Valkeakosken Asuntomessujen messutalo on suurennuslasin alla toisessa artikkelissa ”Perinnetalo modernilla otteella”. Tilat ovat huoliteltuja ja hyvässä järjestyksessä, vaikkakin tuotteita on aseteltu myös asutun näköisiksi. Asuntoa näytetään kahdeksassa isossa kuvassa, joissa ei ole ihmisiä. Ihmiset ovat häivytetty ympäristöstä, mutta tekstissä taloon muuttanut perhe on kuitenkin äänessä. Eloa kuviin tuo kasvit, ruoat ja päällä olevat valot.

Kahdeksasta kuvasta neljä kuvastaa olohuonetta, joita asunnossa on kaksi. Muissa kuvissa on työhuone, keittiö-ruokailutila, lastenhuone ja makuuhuone. Yleisimmät huonekalut ovat pehmeitä istuimia ja matalia pöytiä. Yhtä kuvaa lukuun ottamatta kaikissa kuvissa on lehtiä tai kirjoja.

Asunto on sisustettu kylmillä väreillä, kuten valkoisella, mustalla, harmaalla ja violetilla. Punainen seinä lämmittää pääoloahuoneen, jonka huonekorkeus on kahden kerroksen verran. Tämä oli yksi Valkeakosken Asuntomessujen talojen yleisimmistä piirteistä.

Kolmas artikkeli ”Kesämökistä persoonalliseksi kodiksi” näyttää nuoren perheen asunnon Uudeltamaalta. Pariskunta on äänessä tekstissä, mutta kuitenkin poissa kuvista. Artikkelissa on neljä isoa kuvaa, joista yksi on olohuoneesta, yksi makuuhuoneesta, yksi ruokailutilasta ja yksi



työtilasta. Asunto on tuttuun tapaan hulpea, mutta siitä löytyy paljon suomalaiselle kodille tuttuja elementtejä, kuten takka ja Lepakko-tuoli.

Sisustus ja värisävyt ovat hillittyjä. Asunnossa poltetaan lamppujen lisäksi kynttilöitä ja takkaa. Jokaisesta kuvasta löytyy viltti tai peitto ja valaisin. Värimaailma on kahdessa kuvassa kylmä, kahdessa lämmin. Kuvien valo on vaaleaa ja luonnollista.

Plaza Koti, Numero 9/2009 rakentaa kolme maailmaa: unelma kaupungin ytimessä, laadukas messu-unelma ja suomalainen, rauhallinen omakotiunelma.

#### **4.1.9 Plaza Koti 10/2009**

Plaza Koti, Numero 10/2009 on 116-sivuinen lehti, jossa esitellään kolme kotia. Lehden graafinen ilme kokee muutoksen tähän numeroon ja se vaikuttaa myös sisältöihin. ”Ihania koteja & Inspiroivia ideoita” -otsikko jakautuu kahteen. Lehdessä on nyt erikseen ”Ihania koteja” ja ”Inspiroivia ideoita”. ”Inspiroivia ideoita” ei ole enää Plaza Koti, numero 10/2009:stä lähtien mukana tutkimuksessani. Nämä sivut ovat niin sanottuja sälsivuja eikä asuntoesittelyitä, joihin tutkimukseni perehtyy. ”Ihania koteja” esitellään lehdessä 28 sivulla. Näillä sivuilla on 39 kuvaa, joista kolmessa on ihmisiä. Näistä kaikista 16 on isoja kuvia. Niistä yhdessä on ihminen. Ensimmäinen artikkeli ”Rivitalokodin arkkitehtuuriset neliöt” esittelee runsaasti sisustetun rivitalokodin Helsingin Marjaniemessä. Asunnosta on neljä isoa kuvaa, joista yhdessä on talon asukas. Ihminen näkyy kuvassa ohikulkevana haamuna. Asukkaat ovat myös tekstissä mukana. Lisäksi muutamassa kuvassa on viherkasveja ja valot päällä. Neljästä kuvasta kaksi esittää olohuonetta ja kaksi keittiötä ja ruokailutilaa. Tosin artikkelin avauskuva paljastaa, että nämä kaikki tilat ovat loppujen lopuksi samaa tilaa tai ainakin läheisessä yhteydessä toisiinsa. Avauskuvassa on kaikki: isojen kuvien tilat ja ihminen.

Asunnon värisävyt ovat pääosin kylmiä. Asunnossa on mustan ja valkoisen harmonia, jota tasapainottaa harmaa. Lämpöä tuovat ruskeat yksityiskohdat ja esimerkiksi ruskea lattia. Asunto on avara. Vaikka värit on kylmä, asunnossa on silti luonnonläheisiä elementtejä, kuten kiviä, kasveja

ja koristerisuja.

Toisessa artikkelissa ”Kivitalo palmujen katveessa” ei lähdetä etelän aurinkoon palmujen alle, vaan suunnataan Espooseen asuntoon, jossa on sisustuspalmuja ja spa-tyylinen kylpyosasto.

Ylellisyyksien täyteisestä asunnosta on kuusi isoa kuvaa, joista kaksi kuvaa keittiötä ja ruokailutilaa ja kaksi kylpyhuonetta. Yhdet kuvat ovat korkeasta rapputilasta ja olohuoneesta. Kolmessa kuvassa on kaappeja ja tuoleja, kaikissa kuvissa on näyttävä valaisin.

Kuvissa ei ole ihmisiä, mutta asukkaat ovat tekstissä mukana. Eloa tuovat keinovalot ja kahdessa kuvassa viherkasvit. Asunnon värimaailmassa on harmaan, ruskean, mustan ja valkoisen pohjan lisäksi muun muassa punaista, oranssia ja sinistä. Tämän asunnon sisustuksessa ei ole säästelyä. Kuudesta kuvasta neljän kuvan värimaailma on kylmä, kahden puolestaan lämmin. Suuren, erityisesti korkean asunnon sisustaminen lämpimäksi on haaste.

Kolmas artikkeli ”Yllätyksenä aasialainen kivipuutarha” vie lukijan Tukholman lähelle, mutta kuitenkin kauas hälinästä. Kuudella isolla kuvalla esitelty asunto näyttää talonasukkaita tekstin lisäksi kahdessa pienemmässä kuvassa. Ensimmäisessä kuvassa on aasialaistyylinen kivipuutarha ja keittiössä tarjoillaan sushia, mutta muuten asunto on tyyliltään skandinaavinen. Kuudesta kuvasta neljässä on matala pöytä tai apupöytä. Neljässä kuvassa on myös astioita ja kasveja.

Asunto on väritykseltään pitkälti tuttuja harmaata ja valkoista, mutta myös sininen on yleinen väri useassa tilassa. Värimaailma vaihtelee kylmän ja neutraalin välillä. Sävyt ovat kylmiä, mutta asunnossa on runsaasti tavaraa ja toimintaa, jotka tuovat lämpöä. Ilmeistä voi päätellä, että talossa asuva äiti ja pojat ovat tyytyväisiä kotiinsa. Luonnonvalo kirkastaa tilan.

Plaza Koti, Numero 10/2009 luo rakentaa kolme maailmaa: runsaan rivitalounelman, ylellisen ja graafisen etelänlomaunelman ja lämminhenkisen omakotitalounelman.

#### 4.1.10 Plaza Koti 11–12/2009

Vuoden 2009 viimeisessä Plaza Koti -lehdessä (numero 11-12/2009) on 140 sivua, joista 34 sivua täyttää neljä ”ihanaa kotia”. Näillä 34 sivulla on 53 kuvaa, joista 22 on isoja kuvia. Kaikkiaan 53 sivulla on kolme ihmistä, kun taas 22 sivulla on kaksi ihmistä.

Ensimmäinen artikkeli ”Villa Magnolia” esittelee 360-neliöisen huvilan Skånessa. Talossa on suuri huonekorkeus ja sen ilme vaihtelee jugendista lämpimään intiaanitunnelmaan. Artikkelissa on neljä isoa kuvaa, joista kolme esittää olohuonetta, neljä on ruokailutilasta. Olohuone on talon keskipiste. Ensimmäisenä asunnosta pistää silmään kattomaalaus. Asunnon värimaailma on pääosin lämmin punaisen ja ruskean sävyinen.

Joka kuvasta ja tilasta löytyy koristeita, esimerkiksi patsaita tai tauluja seiniltä. Sisustus on muutenkin runsasta. Yhdessäkään kuvassa ei ole mukana ihmisiä, mutta tuttuun tapaan talon asukkaat esittäytyvät tekstissä. Kahdessa kuvassa elonmerkkinä on viherkasvit, yhdessä kuvassa puolestaan epäjärjestys ja toisessa on valot päällä.

Toisessa artikkelissa ”Talvikoti kylpee luonnonvalossa” on oululainen omakotitalo. Värimaailma on heti ensimmäisestä kuvasta alkaen kylmä, luminen ja talvinen. Isoja kuvia on seitsemän. Heti toisessa kuvassa kylmää värimaailmaa kuitenkin lämmitetään: kynttilöitä poltetaan ulkonakin. Kuvissa ei ole ihmisiä, mutta kynttilät ja kasvit lämmittävät muuten koleaa kokonaiskuvaa. Artikkelisi paljastaa heti, että juuri valoisuus ja avaruus saivat perheen hullaantumaan kyseiseen taloon. Perhe ei kuitenkaan näyntyä artikkelin kuvissa.

Kahdessa kuvassa on olohuone ja kahdessa talo ulkoapäin. Muita huoneita ovat eteinen, keittiö, ruokailutila ja makuuhuone. Keittiötä lukuun ottamatta kaikissa tiloissa on matto. Kylmää ja osittain neutraalia kokonaiskuvaa luovat valkoisella pohjalla siniset, harmaat, mustat ja vihreät elementit.

Kolmas artikkeli ”Tekniikkaa ullakon täydeltä” esittelee Helsingin Kalliossa sijaitsevan ullakkohuoneiston, josta ei puutu ylellisiä yksityiskohtia. Esimerkiksi kylvystä voi katsoa

televisiota ja saunassa kuunnella musiikkia. Kyseessä on nuorenparin tekninen koti, jossa myös sisustus vaikuttaa tekniseltä. Viiden ison kuvan esittely näyttää muun muassa keittiötä, ruokailutilaa, olohuonetta, kylpyhuonetta ja makuuhuonetta. Keittiö ja olohuone lienevät tämän kodin sydämiä. Keittiössä tarjoillaan sushia. Viidestä isosta kuvasta kahdessa on talon asukkaita. Kylpyhuoneen televisio on auki.

Tiloissa ei ole pelätty tummia pintoja. Ilme on musta, harmaa ja graafinen. Parketti on lämpimän sävyinen, ja valot sekä kynttilät lämmittävät asuntoa. Suuri osa huonekaluista on kulmikkaita. Makuuhuone ja kylpyhuone ovat sävyiltään lämpimiä, tummia pintoja on käytetty rohkeasti. Kokonaiskuva on tiivis ja graafinen.

Vuoden 2009 viimeisen lehden viimeinen asuntoesittely, neljäs artikkeli ”Selkeää valkoista” näyttää puhtaan ja romanttisen rivitaloasunnon pääkaupunkiseudulta. Talon asukkaat ovat tekstissä äänessä, mutta kuvissa heitä ei kuitenkaan näy. Myöskään asunnon tarkempaa sijaintia ei paljasteta.

Isoja kuvia on kuusi. Kynttilät ja lamput palavat tuoden lämpöä vaaleaan asuntoon. Asunnon värimaailma on neutraali, se kulkee valkoisen, kerman ja ruskean väreissä.

Yleisimmin kuvattu huone on ruokailutila, joka näkyy kuudesta kuvasta kolmessa. Muita ovat työhuone, olohuone ja makuuhuone – perushuoneita siis. Asunnossa on suomalaisista kodeista tuttu elementti takka lämmittämässä, mutta takassa palavat vain kynttilät.

Plaza Koti, Numero 11-12/2009 luo neljä erilaista maailmaa: vanhanaikaisen ja lämpimän huvilamaailman, kylmän ja talvisen omakotimaailman, teknisen ja graafisen nuorisomaailman sekä valkoisen ja raikkaan turvamaailman.

## **4.2 Tyypilliset sisustuskuvat**

Käytyäni läpi yli 200 sisustuskuvaa, olen päässyt tyypillisen sisustuskuvan jäljille. Tein jokaisen kuvan sisällöstä merkinnät kaavioon, johon oli määritetty kahdeksan eri kohtaa: tila, huonekalut,

tavarat, värimaailma, pinnat, valonlähde kuvassa, ihmiset / eläimet kuvassa ja elonmerkit kuvassa. Jokaisella kohdalla oli eri määrä vaihtoehtoja, esimerkiksi ”tila”-otsikon alla keittiö, olohuone, kylpyhuone, makuuhuone, puutarha, ja ”värimaailma”-otsikon alla listattuna yleisimpiä värejä. Näin sain huomata, mitä elementtejä sisustuskuvissa esiintyy yleisimmin.

<b>1. Tila</b>	
eteistila (esim. tuulikaappi, eteishalli)	15
keittiö/ruokailutila	67
kylpyhuone	19
lastenhuone	5
makuuhuone	32
olohuone (esim. oleskelutila, takkahuone)	73
parveke	1
puutarha	10
työhuone	15
	/200 kuvaa

<b>4. Värimaailma (mitä värejä eniten?)</b>	
harmaa	68
keltainen	12
musta	86
punainen	30
ruskea	76
sininen	12
valkoinen	149
	/200 kuvaa

<b>7. Elonmerkit kuvassa</b>	
eläviä kasveja	97
ihminen / eläin	13
ruokaa / juomaa	31
ryppyjä, sotkua, sekaisuutta	30
televisio (tai muu elektroniikka) päällä	1
tuli takassa / kynttilässä	13
valot päällä	90
	/200 kuvaa

Yleisin huone on olohuone, toiseksi yleisin keittiö. Yleisin huonekalu on pehmeä istuin, kuten sohva tai nojatuoli. Yleisimmät tavarat ovat astia, esimerkiksi maljakko, kasvi tai jokin luettava. Värimaailma on useimmiten kylmä tai neutraali, lämmin värimaailma on vain pienessä osassa kuvia. Värityös oli useimmiten musta-valkoinen, jonka mausteena oli harmaata ja ruskeaa, sekä

välillä kirkkaampia värejä. Katot ja seinät olivat pääosin vaaleita, lattiat puolestaan tummia parkettilattioita. Luonnonvalo ja keinovalo kilpailivat keskenään, kuitenkin suurien ikkunoiden ansiosta luonnonvalo vei voiton. Kuvat ovat kuitenkin voimakkaasti keinovalaistuja kuvausta varten. Ihminen kuvassa on joka kerta yllättävää, ihmisiä on näistä 200 kuvasta vain 13 kuvassa. Kuvien yleisimpiä elämän merkkejä olivat viherkasvit, valot päällä tai kynttilät palamassa, ruokaa esillä tai tavaroiden epäjärjestystä.

Silmiinpistävän yleisiä yksityiskohtia olivat musta-valkoisuus, barokkityyliset lamput, tapetit ja kankaat, loft-tyyliset korkeat asunnot, orkideat kasveina, Tupla Kupla-valaisin, valkoinen divaani- tai kulmasohva, läpinäkyvä muovituoli tai -lamppu sekä karvalankamatot.

Tein kuvien rakentamista todellisuuksista määritelmiä. Plaza Koti -lehden rakentamat maailmat ovat muun muassa avaria, moderneja, loft-henkisiä (korkea huonekorkeus), suomalaisia ja skandinaavisia, perhehenkisiä, romanttisia, spa-henkisiä, musta-valkoisia, ylellisiä, käytännöllisiä, kovia, merenrantaunelmia, graafisia ja turvallisia.

Vertailin 35 kotireportaasien avauskuvia, jotka olivat lähes kaikki aukeaman kokoisia yleiskuvia tiloista. Jaoin kuvat neljään kategoriaan: musta-valkoiset (14 kpl), ruskea-valkoiset (10 kpl), värikkäät (7 kpl) ja ulkokuvat (4 kpl), joista etsin edellä mainittuja elementtejä. Kuvavalikoimasta oli helppo erottaa selkeästi tyypillisimmän näköiset kuvat (ks. alla). Huvittavaa oli, että kuva, josta löytyi eniten tyypillisiä elementtejä, oli koko materiaalini ensimmäisin kuva (Veikko Kallio, Plaza Koti 1/2009, s. 24–25, *Avaraa tilaa Arabianrannassa*). Lähes yhtäläillä tyypillinen sisustuskuva löytyi kolmannelle lehdestä (Pekka Vainonen, Plaza Koti 3/2009, 3.3.1, s. 46–47, *Merellistä asumista Lauttasaarella*). Kuvissa oli samanlainen värimaailma ja yhtä monta tyypillistä elementtiä.

Kaksi muuta kuvaa (Jaana Kallio, Plaza Koti 4/2009), 4.1.1, s. 20–21, *Remontilla avaraa ja valoisaa* & Veikko Kallio, Plaza Koti 8/2009, 8.2.1, s. 48–49, *Susannan tavalla*) ovat näihin tyypillisiin kuviin verrattuna värimaailmaltaan erilaisia, mutta niissäkin moni tyypillinen elementti täyttyy.



Kuva: Veikko Kallio, Plaza Koti 1/2009, 1.1.1, s.24-25, *Avaraa tilaa Arabianrannassa.*



Kuva: Pekka Vainonen, Plaza Koti 3/2009, 3.3.1, s.46-47, *Merellistä asumista Lauttasaarella.*



Kuva: Jaana Kallio, Plaza Koti 4/2009, 4.1.1, s.20-21, *Remontilla avaraa ja valoisaa.*



Kuva: Veikko Kallio, Plaza Koti 8/2009, 8.2.1, s.48-49, *Susannan tavalla.*

Neljä avauskuvaa, jotka täyttivät mielestäni parhaiten aikansa tyypillisen sisustusmuodin kriteereitä, olivat yllättäen myös kyseisten lehtien kannessa esiteltyjen kotien kuvia. Vaikka Plaza Koti -lehti on konseptilaina ruotsalaisesta Plaza Interiör -lehdestä ja Plaza Koti -lehdessä esitellään paljon koteja sekä Ruotsista että Tanskasta, silti nämä tyypilliset kuvat ovat juuri suomalaisista kodeista.

### 4.3 Plaza Koti -lehtien maailmat

Plaza Koti 1/2009 rakensi kolme maailmaa: avaran ja modernin loft-maailman, tumman suurkaupunki-maailman sekä pehmeän ja suomalaisen kotimaailman.

Plaza Koti 2/2009 rakensi neljä maailmaa: modernin ja värikkään rock'n'roll-maailman, raikkaan ja skandinaavisen perhemaailman, ranskalaisen romantiikka-maailman sekä mustavalkoisen spa-

maailman.

Plaza Koti 3/2009 rakensi kolme maailmaa: mustavalkoisen, raikkaan ja modernin omakotimaailman, ylellisen merenrantahuvilamaailman sekä lämpimän ja tuoksuvan Marokko-maailman.

Plaza Koti 4/2009 rakensi kaksi maailmaa: raikkaan ja lämpimän omakotimaailman sekä korkean ja modernin loft-maailman.

Plaza Koti 5/2009 rakensi kolme maailmaa: modernin ja viihtyisän maailman, tumman ja kolkon maailman sekä raikkaan ja avaran omakotimaailman.

Plaza Koti 6-7/2009 rakensi neljä maailmaa: maailman, jossa vanha ja uusi kohtaavat, messutalomaailman, jossa inspiraatio ja käytännöllisyys kulkevat sulassa sovussa, valkoisen maailman, jossa romantiikka ja puhtaus leikkivät sekä maailman, jossa kova ja pehmeä liittoutuvat niin, että avaruus melkein hirvittää.

Plaza Koti 8/2009 rakensi neljä maailmaa: perisuomalaisen merenrantaunelmamaailman, maailman, joka pursuaa herkullisia värejä, avaran ja eurooppalaisen trendimaailman sekä hulppean suomalaisen omakotimaailman.

Plaza Koti 9/2009 rakensi kolme maailmaa: unelmamaailman kaupungin ytimessä, laadukkaan messu-unelmamaailman ja suomalaisen, rauhallisen oma-kotimaailman.

Plaza Koti 10/2009 rakensi kolme maailmaa: runsaan rivitalomaailman, ylellisen ja graafisen etelänlomamaailman ja lämminhenkisen omakotitalomaailman.

Plaza Koti 11-12/2009 rakensi neljä maailmaa: vanhanaikaisen ja lämpimän huvilamaailman, kylmän ja talvisen omakotimaailman, teknisen ja graafisen nuorisomaailman ja valkoisen ja raikkaan turvamaailman.



## 4.4 Ihmiset kuvissa

Ensimmäinen kuva, jossa on ihminen, on Plaza Koti 1/2009 -lehdessä (s. 44). Henkilö on asunnon sisustussuunnittelija Martin Raffone, joka istuu mietteliäänä kuvassa. Asukkaat esiintyvät tekstissä vain ”nelikymppisenä pariskuntana”. Tekstissä Raffone avaa ajatuksiaan sisustuksen takaa.

Kyseessä on koti New Yorkissa. Reportaasissa rakentuu *ylellinen kerrostalokoti*.

Toinen ihmiskuva on myös Plaza Koti 1/2009 -lehdessä (s. 72). Tekstissä talossa asuva Ulla-Maija Lähteenmäki-Virtamon kolmihenkinen perhe esiintyy omalla nimellään, mutta ei kuitenkaan näytä kasvojaan. Reportaasin lopussa on yleiskuva talosta, jonka lumisella edustalla on tunnistamaton ihminen. Kyseessä on koti Suomessa. Reportaasissa rakentuu *moderni omakotitalo*.

Plaza Koti 2/2009 -lehden reportaaseissa ei ole ihmiskuvia.

Kolmas ihmiskuva on Plaza Koti 3/2009 -lehdessä (s. 41). Kolmihenkinen perhe Keller on tekstissä omilla nimillään. Kuvassa on luultavasti perheen keski-ikäinen isä, vaikka kuvateksti ei sitä paljastakaan. Mies seisoo kuvassa taka-alalla. Kyseessä on koti Tanskassa. Reportaasissa rakentuu *moderni huvila*.

Neljäs ihmiskuva on Plaza Koti 4/2009 -lehdessä (s. 35). Kodissa asuu yksinhuoltajaisä kolmen teini-ikäisen lapsensa kanssa, eli Ole Moller Hansenin perhe. Kuvassa henkilö näkyy vain haamuna matkalla ylös portaita. On mahdotonta sanoa, kuka kuvassa on. Kyseessä on koti Jyllannissa.

Viides ihmiskuva on samasta reportaasista neljännen kanssa, eli Plaza Koti 4/2009 (s. 37). Kuvassa yksi teini-ikäisistä lapsista istuu sohvalla nappikuulokkeet korvissa. Reportaasissa rakentuu *moderni huvila*.

Kuudes ihmiskuva on Plaza Koti 5/2009 -lehdessä (s. 87). Talon asukkaat esiintyvät reportaasissa omilla nimillään. Holstin viisihenkinen perheen äiti ja pienet lapset puuhailevat olohuoneen taustalla näkyvässä keittiössä. Kyseessä on koti Ruotsissa.

Seitsemäs ihmiskuva on samassa reportaasissa kuudennen kanssa, Plaza Koti 5/2009 -lehdessä (s. 89). Perheen äiti on puutarhan taustalla näkyvässä talon kaksi eri puolta yhdistävässä lasiosassa. Reportaasissa rakentuu *moderni omakotitalo*.

Plaza Koti 6–7/2009 -lehden reportaaseissa ei ole ollenkaan ihmiskuvia. Kolmessa kuvassa elonmerkkejä tuo koira.

Kahdeksas ihmiskuva on Plaza Koti 8/2009 -lehdessä (s. 43). Tekstissä esittäytyy talon omistajapariskunta, joista omalla nimellään emäntä Katja Aalto. Kuvassa he heijastuvat ikkunoiden kautta saunaosaston lepohuoneeseen, mutta heitä ei voi tunnistaa. Kyseessä on koti Suomessa. Reportaasissa rakentuu *avara ja valoisa huvila*.

Yhdeksäs ihmiskuva on myös Plaza Koti 8/2009 -lehdessä (s. 49). Reportaasi näyttää näyttelijä ja sisustussuunnittelija Susanna Indrénin perheen kodin. Kodissa asuu reportaasihetkellä aikuinen pariskunta, joka sisustaa huonetta tulevalle vauvalle. Kuvassa, jossa Indrén näkyy, hän on selkeästi keskellä kuvaa, katsoo kameraan ja hymyilee. Tämän kuvan lisäksi myös kahdessa muussa kuvassa näkyy perheen koira. Kyseessä on koti Suomessa. Reportaasissa rakentuu *moderni omakotitalo*.

Kymmenes ihmiskuva on myös Plaza Koti 8/2009 lehdessä (s. 63). Reportaasissa esiintyvässä kodissa asuu Torun ja Peter Kirkin pariskunta pienen Sophie-tyttärensä kanssa. Kuvassa perheen äiti istuu keittiöpöydän ääressä. Kuva on yleiskuva keittiöstä. Kyseessä on koti Tanskassa. Reportaasissa rakentuu *moderni kaupunkihuvila*.

Yhdestoista ihmiskuva on Plaza Koti 9/2009 -lehdessä (s.33). Reportaasi kertoo Starck-Johnssonin nelihenkinen perheen kodista. Kuvassa perheen tytöt katsovat kuvia tietokoneella avarassa työhuoneessa. Kyseessä on koti Ruotsissa.

Kahdestoista ihmiskuva on samassa reportaasissa ja samalla sivulla, Plaza Koti 9/2009 -lehdessä (s. 33). Kuvassa Starck-Johnssonin perheen tytöt leikkivät lastenhuoneessa. Reportaasissa rakentuu *romanttinen kaupunkitalo*.

Kolmastoista ihmiskuva on Plaza Koti 10/2009 -lehdessä (s. 30). Reportaasissa esitellään kolmikymppisen pariskunnan koti. Asukkaat eivät esiinny tekstissä nimillään. Kyseessä on koti Suomessa. Ihmiskuvassa nainen kulkee epäselvänä hahmona ala-aulan läpi. Reportaasissa rakentuu *moniulotteinen rivitaloasunto*.

Neljästoista ihmiskuva on myös Plaza Koti 10/2009 -lehdessä (s. 91). Reportaasissa yksinhuoltajaäiti ja kaksi poikaa, Eleanor, William ja Douglas, esiintyvät etunimillään. Kuvassa he hymyilevät kameralle. Kyseessä on koti Ruotsissa.

Viidestoista ihmiskuva on samassa yhteydessä. Kuvassa toinen perheen pojista istuu tietokoneella työhuoneen yleiskuvassa. Reportaasissa rakentuu *moderni maalaishuvila*.

Kuudestoista ihmiskuva on Plaza Koti 11–12/2009 -lehdessä (s. 43). Reportaasissa esitellään Paolan ja JP:n eli pariskunnan sekä heidän poikansa huvila. Kyseessä on koti Ruotsissa. Ihmiskuva on lähikuva Paolasta, joka puhuu puhelimesta ja katsoo jotakin tietokoneelta. Reportaasissa rakentuu *avara maalaishuvila*.

Seitsemästoista ihmiskuva on Plaza Koti 11–12/2009-lehdessä (s. 79). Tekstissä esiintyy asukas nimeltä Henry, mutta kuvista päätellen asunnossa asuu nuori pariskunta. Kyseessä on koti Suomessa. Ihmiskuvassa nainen puuhailee taka-alalla keittiössä. Hänet on kuvattu takaapäin ja kuvassa on tarkennus etualalla olevassa ruokapöydässä.

Kahdeksastoista ihmiskuva on samassa reportaasissa, Plaza Koti 11–12/2009 (s. 80). Kuva on yleiskuva samasta keittiöstä, jossa nuori pariskunta puuhailee taka-alalla.

Yhdeksästoista ihmiskuva on edelleen tästä samasta reportaasista, Plaza Koti 11–12/2009 (s. 80). Kuvassa nainen istuu taka-alalla sohvalla. Kuvan tarkennus on jälleen etualalla. Reportaasissa rakentuu *moderni ullakkohuoneisto*.

Suuri osa ihmisistä, jotka näyttävät kotinsa lisäksi kasvonsa sisustuslehden sivuilla, esiintyvät yleensä omalla nimellään. Plaza Koti -lehden vuoden 2009 vuosikerrassa oli yhteensä 34

kotireportaasia, joista 13:sta oli mukana ihmisiä. Näistä reportaaseista kymmenessä asukkaan esiintyivät omilla nimillään, kolmessa heidät esiteltiin melko epämääräisesti omistajapariskuntina tai vain etunimillä. Läheskään jokaisessa reportaasissa nimiä ja kasvoja ei varsinaisesti yhdistetty. Plaza Koti -lehden kuvateksteissä esiteltiin tosin vain kuvissa näkyvää sisustusta, vaikka ihminen olikin mukana.

Kodit, jotka saivat kasvoja, olivat lähes poikkeuksetta moderneja ja suuria huvilamaisia asuntoja. Näiden 13 reportaasin, joissa oli mukana ihmiskuvia, joukossa oli kaksi kerrostaloasuntoa. Kaikki kodit olivat moderneja ja avaria, sekä ylellisiä, valoisia ja moniulotteisia. Reportaaseista viidessä asui pariskunta, kuudessa vanhemmat ja lapsia sekä kahdessa yksinhuoltaja lapsineen. Kaikki kuvissa esiintyvät näyttävät iloisilta ja hyvinvoivilta. Pääosin kuvien ihmiset ovat nuoria ja tekstin perusteella menestyviä aikuisia, lukuun ottamatta pariskuntien ja yksinhuoltajien lapsia ja teini-ikäisiä.

## 5 Teemahaastattelu

Ennen varsinaisia asiantuntijahaastatteluja tein yhden esihaastattelun. Esihaastattelun tarkoituksena oli selvittää, miten kysymysrunkoni toimii (ks. liite 1.) ja saisin sillä vastauksia tutkimuskysymyksiini. Tosiasiassa tutkimuskysymykset muokkaantuivat hieman haastattelujen myötä.

Haastattelin naistoimittajaa, joka on ollut sisustustoimittajana seitsemän vuotta. Taustallaan hänellä oli toimittajaopintoja ja sisustusarkkitehdin tutkinto. Hän kirjoittaa Suomen suurimpiin sisustuslehtiin. Tapasimme rauhallisessa kahvilassa Helsingin Punavuorella. Lisäksemme pienehkössä kahvilassa oli vain muutama henkilö, joten saimme olla rauhassa. Kahvila oli ympäristönä sopivan rento tällaiselle aiheelle. Jos olisimme olleet haastateltavan kanssa vain kahden, vastaukset kysymyksiin olisivat voineet olla tarkempia.

Esihaastateltavani ei ollut nähnyt kysymyksiä etukäteen, joten tiesin hänen tarvitsevan miettimisaikaa. Heti alkuun minulle selkeni, että haastateltavat haluavat todennäköisesti pysyä nimettöminä, jotta he uskaltavat kertoa rehellisesti tekemistään kotireportaaseista. Nämä kaksi asiaa varmisti minulle, että teen haastattelut sähköpostitse. Silloin haastateltavani saavat kunnolla aikaa miettiä kysymyksiä ja he pysyvät varmasti anonymeinä. Haastateltavat ovat minulle tuttuja media-alalta, mutta en tunne heitä henkilökohtaisesti. En siis yhdistä erikseen vastauksia ja kasvoja. Henkilökohtaiset suhteet saattaisivat vääristää tulkintojani haastatteluista.

Huomasin, että osa alkuperäisistä kysymyksistäni oli osittain päällekkäisiä ja osa oli irrelevantteja. Tein muutamia kysymysmuutoksia esihaastattelun jälkeen lopulliseen haastattelurunkoon.

Koehaastateltavan vastauksilla sain hyvin vinkkiä, mitä varsinaiset haastateltavani saattavat kertoa. Haastateltava kertoi, että yleensä kotireportaasin tekemiseen osallistuvat toimittaja ja kuvaaja, loppuvaiheessa aina myös lehden päätoimittaja ja taittaja. Varsinainen kotikeikka hoidetaan kuitenkin useimmiten työparina, toimittaja ja kuvaaja.

Haastateltavan mukaan koti valitaan yleensä näyttökuvien perusteella. Sitten tutustutaan asukkaisiin, suunnitellaan kuvauspäivää ja sen kulkua. Mukaan kuvauspaikalle otetaan yleensä korkeintaan tuoreita leikkokukkia, mutta ei muuta varsinaista sisustustavaraa. Joskus kevättalvella kuvataan koteja esimerkiksi joululehteen tai juhannusnumeroon, joten silloin mukaan laitetaan ajankohtaan sopivia koristeita. Kumpikin työryhmästä pitää huolen, että heillä on omat tekniset välineensä mukana.

Varsinaisessa kuvaustilanteessa toimittaja haastattelee perheen, mutta myös rakentaa kuvia kuvaajan kanssa: asettelee tavaroita paikoilleen ja auttaa kuvaajaa valaisussa. Pääosin toimittajan tehtävä on saada asukkaat rentoutumaan ja olemaan luonnollisia kuvissa.

Haastateltavan mukaan sisustuslehdet haluavat tarjota lukijoilleen ideoita, joiden avulla kehittää oman kodin sisustusta. Yleisesti ottaen sisustuslehdet haluavat näyttää klassisia tai erikoisia koteja ja näyttää klassikkohuonekaluja sekä uusien suunnittelijoiden tuotteita.

Alkuperäisessä kysymysrungossani kysymykset olivat osittain päällekkäisiä. Minun täytyi tehdä selkeä ero esimerkiksi siinä, haenko joissakin kysymyksissä haastateltavan vai hänen työnantajansa eli lehden näkemystä. Muokkasin kysymyksiä myös selkeämmiksi ja tarkemmiksi.

Esihaastattelun tekemisessä meni aikaa noin tunti. Ajallisesti se ei ole paljon, mutta meidän oli vaikea löytää sopiva aika haastateltavani kanssa. Erityisesti freelancerina työskentelevien toimittajien ja kuvaajien aika on kortilla, joten esihaastattelun perusteella päädyin siihen, että haastattelut on tehtävä jotenkin muuten kuin kasvotusten.

Jotta haastateltavalla on aikaa perehtyä kysymyksiin ja ehkäpä vertailla joitakin lehtijuttuja eri vuosilta, päätin tehdä haastattelut sähköpostitse, vaikka useimmiten teemahaastattelu tehdään kasvokkain. Otin yhteyttä moniin toimittajiin ja lehtitoimituksiin, mutta sain vastauksen vain muutamilta henkilöiltä. Alun perin ajatuksenani oli tehdä tapaustutkimus yhdestä kotireportaasista, mutta sen toteuttaminen osoittautui lähes mahdottomaksi. Usein sisustuslehtien sivuilla haastatellaan esimerkiksi julkisuuden henkilöitä, jotka eivät halua ylimääräisiä koteihinsa. Sinänsä yllätyin tästä, koska he ovat kuitenkin valmiita näyttämään kotinsa

sisustuslehdissä. Toisaalta sisustuslehdessä saatetaan esitellä pieni koti, johon ei yksinkertaisesti mahdu ylimääräistä henkilöä varsinaisen työryhmän, heidän kuvausvälineidensä ja kodin asukkaan lisäksi. Yleisemmällä tasolla kotireportaasien tutkiminen tuntui siis mielekkäämmältä. Kotireportaaseja kuvataan myös melko harvakseltaan, esimerkiksi ei oikeastaan ollenkaan talvella, ja usein kuvaukset tehdään sään ehdoilla.

Sain mukaan tutkimukseeni neljä sisustusreportaasien ammattilaista, joista kaksi oli valokuvaajia ja kaksi toimittajia. He muodostivat myös kaksi työparia, toimittajan ja kuvaajan. Mielestäni oli tärkeää, että tutkimuksessani on mukana henkilöitä, jotka työskentelevät saman projektin parissa eri näkökulmista. Kaikki haastateltavat olivat lopulta innoissaan tutkimuksestani ja taivastelivat sitä, ettei tällaista tutkimusta ole tehty aiemmin. He olivat myös todella avuliaita, koska olivat tehneet itsekin tutkimusta aiemmin. Haastateltaviksi suostuneet olivat kaikki tyytyväisiä siihen, että he esiintyvät nimettöminä tutkimuksessani. Haastateltavani olivat olleet alalla vuosia ja heitä ei tarvinnut houkutella vastaamaan kysymyksiin laajasti, koska he tiesivät vastausten tärkeyden tutkimuksen kannalta jo etukäteen.

Koska haastattelut tehtiin sähköpostitse, välttyttiin haastatteluille tyypillisiltä ongelmilta, kuten haastatteluympäristön, äänen painon tai aikataulun vaikutukselta haastatteluun. Toki jotakin saattoi jäädä pois, koska haastattelu tehtiin sähköpostitse, mutta sain kaikilta haastateltavilta niin kattavat vastaukset, etten osannut jäädä kaipaamaan mitään.

Annoin haastateltaville kaksi viikkoa aikaa vastata kysymyksiini, ja sainkin tässä ajassa vastaukset kaikilta. Koin, että kaksi viikkoa oli sopiva aika, jonka aikana viestini ei ehtinyt hukkuu muiden sähköpostien joukkoon ja unohtua muutenkin mielestä. Palasin vastausten jälkeen asiaan kahden haastateltavan kanssa vielä puhelimitse, jotta sain tarkennusta vastauksiin. Kun haastatteluaineisto oli minulla paperilla, lähdin varsinaisen tutkimuksen pariin.

Seuraavaksi vuorossa on teemoittelu. Teemoittelussa määritän aineistostani keskeiset teemat. Tarkastelen, mitä haastateltavani ovat kertoneet, mitä asioita on korostettu ja mistä on puhuttu eniten. Järjestän haastattelujen tulokset teemoittain.

Haastattelujen teemoittelemisessa ja tulkitsemisessä minun tulee olla ennakkoluuloton. Voin

käyttää apunani esimerkiksi erilaisia taulukoita, joidenka avulla järjestän tulokset eri teemoihin. Tämä taulukointi onnistuneet tekstinkäsittelyohjelmalla. Teemahaastatteluista tulee sitaatteja mukaan tutkimuspaperiini. Jokainen mukaan tuleva sitaatti harkitaan erikseen.

Teemoittelun jälkeen alkaa vasta varsinainen analyysi, eli tekemäni tulkinnat haastattelumateriaalista. Mitkä haastatteluissa ovat yleisimpiä teemoja, milloin useampi kuin yksi haastateltava kertoo samasta asiasta, nämä ovat tutkimuksessani keskeisessä osassa. Mitä haastatteluissani selviää, sitä on vaikea ennustaa etukäteen ja tutkia esihaastatteluilla.

## **5.1 Analyysi ja tutkimustulokset**

Koska haastattelut olivat minulla suoraan paperilla, varsinaista litterointia ei tarvittu. Pehdyttyäni haastateltavien vastauksiin, järjestin ne teema-analyysin eli teemoittelun avulla. Tarkastelin, kuinka neljä kotireportaasien ammattilaista näkee projektin rakentumisen kodin valitsemisesta aina lehden sivuille asti. Koetin löytää haastatteluista yhtenäisyyksiä ja vastauksia myös rivien väleistä. Koska haastattelut oli tehty sähköpostitse, varsinaisia tulkintoja oli hankalampi tehdä. Toisaalta, koska haastattelut tehtiin sähköpostitse, haastateltavat saivat olla rauhassa rehellisiä ilman, että heidän tarvitsi miettiä, miten haastattelija reagoi.

Haastattelun tarkoituksena oli löytää yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Koen, että haastateltavani ovat alansa terävintä kärkeä. Vaikka tutkimustulokseni ei välttämättä päde kaikkiin maailman kotireportaaseihin, uskon, että se kattaa hyvin suomalaiset sisustuslehdet. Haastateltavani olivat yhteensä kuitenkin tehneet juttuja lähestulkoon kaikkiin suomeksi julkaistaviin sisustuslehtiin. Siitä huolimatta neljä asiantuntijaa ei riitä universaaleihin yleistyksiin. Jos haluaisin tehdä tilastollisia tuloksia, haastateltavia tulisi olla todella paljon enemmän. (Alasuutari, 1999, 39)

Analyysissä perehdyn teemoihin, joita löysin aineistostani neljä. Teemojen erottamista aineistosta kutsutaan siis teemoitteluksi, aineiston järjestämiseksi erilaisten aihepiirien mukaan. Nämä neljä teemaa ovat työnjako, tunteet, persoonallisuus ja tarina. Kaikki nämä nousivat vahvasti esiin kaikissa haastatteluissa tavalla tai toisella. Kävin haastattelut läpi ja järjestin vastaukset näiden teemojen alle, ja valitsin haastatteluista mukaan tulevat sitaatit.



Haastateltavillani oli paljon tärkeää sanottavaa, joten sitaattien valitseminen oli haastavaa. He ovat kaikki alansa ammattilaisia ja osasivat vastata kysymyksiini pysyen anonyymeina.

Haastattelin siis neljää sisustusjournalismin ammattilaista, kolmea naista ja yhtä miestä, joista jokaisella oli yli kymmenen vuoden kokemus alalta ja he kaikki tekevät edelleen töitä sisustuslehdille. Kaksi haastateltavaani oli toimittajia, kaksi kuvaajaa, jotka muodostivat yhteensä kaksi työparia. Toinen pareista työskentelee freelancerina, toinen vakituisesti lehtitalossa. Haastateltavat kertoivat minulle näkemyksensä, kuinka sisustuslehdistä tuttuja kotireportaaseja rakennetaan ja mitä tällaisilla kotireportaaseilla haetaan.

Seuraavaksi analysoin tarkemmin nämä neljä haastatteluista noussutta teemaa: työnjako, tunteet, persoonallisuus ja tarina. Käyn teemat läpi tässä järjestyksessä, koska tässä järjestyksessä ne ilmenevät myös varsinaisessa kotireportaasiprojektissa. Haastattelujen tarkoitus on määrittää, kuinka sisustuslehden kotireportaasi rakennetaan.

### **5.1.1 Työnjako**

Haastateltavani olivat toimittajia ja kuvaajia – eli työnkuvaltaan ehdottoman tärkeitä kotireportaasin toteutumisen kannalta. Jokainen heistä kertoi, että nykypäivänä kotireportaasit tehdään pääosin kahden hengen voimin, siis toimittajan ja kuvaajan. Vain harvoin paikalla on muitakin. Loppuvaiheessa, kun lehteen meneviä kuvia valitaan, projektiin liittyvät myös lehden päätoimittaja ja AD.

*”Ihannetilanteessa paikalla on kirjoittava toimittaja, kuvauksista vastaava toimittaja sekä kuvaaja.”*

*”Ennen aikaan mukana saattoi olla myös sisustussuunnittelija tai -toimittaja. Nykyään toimittaja on pitkälti ”ohjaaja”, joka virittelee kuvauskohdetta kuvaan parhaalla mahdollisella tavalla, siis eräänlainen lavastaja.”*

Ennen varsinaista kuvaustilannetta kohteesta hankitaan näyttökuvia, joiden perusteella ylipäänsä valitaan, otetaanko asunto mukaan lehteen. Joskus toimittajat käyvät katsomassa asunnon etukäteen ja suunnittelevat jo mahdollisia kuvakulmia sekä tutustuvat perheeseen, ja ottavat näyttökuvia asunnosta. Freelancerit lähettävät näyttökuvia lehtiin, ja kun hyväksyntä tulee, projekti etenee seuraavaan vaiheeseen. Tietyt lehdet hakevat tietynlaisia koteja.

*”Saatamme myös yhdessä mieltä, mille lehdelle juttua tarjotaan.”*

Tietyissä lehdessä työskentelevät perehtyvät asukkaan tai jonkun muun ottamiin näyttökuviin.

*”Niistä näkee ikkunoiden ja valon määrän, tyyliä ja kuinka paljon stailausta kuvaus vaatii. Jos mahdollista, käymme kuvat valokuvaajan kanssa läpi. Toimituksessa mietitään lähestymistapaa juttuun ja jutun tyyli.”*

Freelancerit tekevät kotijutun usein vasta kun projektille on saatu hyväksyntä näyttökuvien perusteella, mutta joskus projekteja tehdään myös valmiiksi ja ne myydään valmiina pakettina.

*”Näyttökuvista kokoamme valitun lehden profiliin sopivan myyvän paketin, joka toimitetaan lehden päättävälle henkilölle (päätoimittaja, tuottaja, graafikko). Mukaan myyvä teksti ja sitten odotetaan vastausta. Joskus teemme valmiit kuvat ja yritämme myydä kohdetta pakettina.”*

Ennen juttukeikalle menemistä haastateltavani sopivat kuvauspäivän kulusta asukkaiden kanssa: keitä asukkaita on paikalla, onko kodissa eläimiä, eiväthän asukkaat siivoa liikaa. Työpari selvittää kohteen osoitteen ja varmistaa sinne ajomatkan. Näyttökuvien perusteella kuvakulmia luonnostellaan etukäteen. Aamulla tarkistetaan säätilanne ja pakataan sen mukaiset tarvikkeet mukaan: pimeänä päivänä kuvaajan täytyy ottaa mukaan esimerkiksi lisävaloja. Erityisesti kuvaajahaastateltavat korostivat syömisen tärkeyttä aamulla ennen kotikeikkaa: päivän aikana ei tiedä milloin ehtii seuraavan kerran syömään.

Kuvaustilanteessa toimittajan työhön kuuluu kuvakulmien valitseminen yhdessä kuvaajan

kanssa, kuvattavien kohtien stailaaminen sekä tietysti haastattelujen tekeminen. Toimittaja toimii myös seuraneitinä pitäen asukkaille seuraa läpi kuvausession.

Kuvaajan työhön kuuluu kuvaustilanteessa valokuvauksen lisäksi kuvakulmien miettiminen yhdessä toimittajan kanssa, valaisu ja asunnon pikastailaus eli pieni siistiminen ja tavaroiden järjestäminen. Myös valokuvaajan työhön kuuluu asukkaiden kanssa seurustelu ja vuorovaikuttaminen. Työpari pyrkii poikkeuksetta tekemään mahdollisimman vähän muutoksia kodissa, mutta pienet huonekalujen ja tavaroiden liikuttelut ovat usein välttämättömiä hyvän kuvan takia.

*”Teemme kuvan tasapainoisen sommitelman kannalta välttämättömiä muutoksia. Kaksiulotteisessa kuvassa perspektiivi litistyy ja tästä johtuen kalusteita joudutaan siirtämään niin, ettei näytä siltä, että esimerkiksi sohvan ja pöydän väliin ei mahdu istumaan. Maksimissaan tämä tarkoittaa noin 50 senttimetrin siirtoa.”*

Pölyjä ja roiskeita täytyy joskus pyyhkiä kuvattavilta pinnoilta, mutta varsinaista siivoamista työparit eivät ala tekemään.

### **5.1.2 Tunteet**

Koti on ihmiselle erittäin henkilökohtainen paikka. Toimittajille ja kuvaajille on suurin kunnian- ja luottamuksen osoitus päästä tekemään julkista lehtijuttua toisen kotiin. Haastateltavilla nousi esiin samankaltaisia tunteita, kuten kunnioitus, luottamus, kiusallisuus ja herkkyyks.

Joskus saatetaan törmätä noloon tilanteeseen jo ennen kuin koko kotireportaasista on sovittu.

*”Joskus eteen tulee vaikeita tilanteita, jos on mennyt vaikkapa jonkun tutun antaman vihjeen takia katsomaan jotain kotia. Se on hyvin herkkä tilanne, jossa voi loukata kodin omistajaa syvästikin. Hyvä toimittaja ja kuvaaja miettivät aina, voiko kotikohteen vihjeen antajan makuun luottaa vai ei. Näin vältetään tällaiset kiusalliset vierailut, joiden alussa*

*tietää vuorenvarmasti, että kotia ei koskaan tulla näkemään lehdissä.”*

Kaikki haastateltavat pyrkivät tekemään kuvauskohteissa mahdollisimman vähän muutoksia ja näyttämään kodin lukijoille juuri sellaisena kuin se on. Yhden haastateltavani mukaan on myös kovin noloa poistaa kodin elementtejä kuvista.

*”(...) sisustustoimittajien käytännöt vaihtelevat, mutta minä lähdän siitä, että kuvauskohteen täytyy olla sellainen, ettei sinne tarvitse tuoda ylimääräisiä kalusteita, astioita tai tekstiileitä. Se on mielestäni myös asukkaan ja hänen kotinsa kunnioittamista. Emme kuvaa lavastuksia, vaan aitoja koteja.”*

*”Koti on niin henkilökohtainen paikka, että on äärimmäisen suuri luottamuksen osoitus päästä kuvaamaan niitä. Kuvaustilanne on erittäin hienovarainen tilanne, jossa toimittajan tärkein tehtävä on mielestäni kunnioittaa asukasta ja hänen ratkaisujaan. Tarkoitus ei ole kaivaa esille sisustuksen heikkouksia tai dramatiikkaa elämästä, vaan esitellä koti ja sen asukas positiivisessa ja inspiroivassa valossa.”*

Kuten missä tahansa asiakaspalvelussa, myös kuvaustilanteessa toimittajan ja kuvaajan täytyy luoda asukkaalle tilaisuus käyttäytyä niin, että asukkailla on heistä luottavainen olo, ja että hän on niin sanotusti hyvissä käsissä. Työparin tulee olla otteissaan varma ja ammattimainen alusta loppuun sekä käyttäytyä luottamusta herättävästi.

*”Yhteistyö valokuvaajan ja toimittajan välillä on tärkeää ja siinä yhteisellä työkokemuksella on lopputuloksen kannalta merkitystä. Se vaikuttaa myös kodin asukkaiden luottamukseen.”*

### **5.1.3 Persoonallisuus**

Sanaan ”persoonallisuus” kiteytyy kaikkien haastateltavieni näkemys kodista, jollainen sisustuslehdessä halutaan esitellä. Periaatteessa kodin ideaali vaihtelee kuitenkin lehdestä

riippuen, koska jokaisella lehdellä on oma konseptinsa. Haastateltavieni omat näkemykset kohtaavat myös hyvin pitkälti lehtien toivekotien kanssa. Halutaan näyttää kauniita ja persoonallisia koteja, joista lukijat voivat inspiroitua ja löytää ideoita omiin koteihinsa.

*”Minusta ideaali kotijutun tekemistä ajatellen on persoonallisesti, enemmän ideoilla ja kekseliäisyydellä kuin isolla rahalla remontoitu tai sisustettu koti. Tyyliltään ja tunnelmaltaan tasapainoinen ja harmoninen.”*

*”Kuviin halutaan sellaista rentoutta, että joku oikeasti asuu tässä kodissa, eikä se ole vain näyttelytila. Koti ei saa olla liian hieno mutta sen pitää olla jollain tasolla sivistynyt ja ehdottomasti hyvän maun mukainen. Pompööseja ja varakkuutta esitteleviä koteja on vaikea myydä muualle kuin juorulehtiin. Lukijan pitää kyetä samaistumaan ja ajattelemaan, että tuo koti voisi olla minunkin kotini. Kodissa pitää olla tavoiteltavaa ja sen pitää olla hiukan edellä sitä, mitä suuri yleisö tekee.”*

Vaikka lehdet haluavat näennäisesti näyttää persoonallisia koteja, haastateltavani antavat myös kritiikkiä sisustuslehtien samankaltaisuudesta ja mukavuusalueelle pysymisestä. Suurella osalla sisustuslehdistä on melko samanlainen linja.

*”Kaikki haluavat tietynnäköisiä, hyvin samankaltaisia koteja. Iäkkäiden ihmisten koteja esitellään harvemmin kuin nuorten ja parhaassa työiässä olevien ihmisten koteja. Haetaan persoonallisuutta mutta sitä ei saa olla liikaa. Lehden tekijät varovat sitä, että joku voisi kyseenalaistaa heidän valintakriteerinsä ja makunsa. Uskon, että lukijat ovat huomattavasti joustavampia ja haluaisivat nähdä koteja, jotka muistuttavat enemmän heidän omia kotejaan.”*

Koteja valitaan myös muun muassa kiinnostavan asukkaan tai sijainnin mukaan, eikä aina haluta nostaa esiin vain pääkaupunkiseudulla olevia koteja.

## 5.1.4 Tarina

Kotireportaaseissa haetaan usein tarinallisuutta: mitä siistityn pinnan alta löytyy, millaisia ihmisiä kodeissa asuu, kuka kodin on sisustanut, mistä olohuoneen kulmikas sohvapöytä on peräisin ja niin edelleen. Haastateltavieni mukaan kerroksien alla on tarinoita, joita uteliaat lukijat haluavat tietää. Sisustuslehti ei ole kuitenkaan oikea foorumin dramatiikan esittelylle.

Lähes poikkeuksetta lehdet haluavat kuviin mukaan ihmisiä. Ihmiset tuovat kuviin lämpöä ja kuviin ja sisustukseen on helpompi samaistua, kun niissä näkyy ihmisiä.

*”Ihmiset elävöittävät kuvaa. He antavat mittakaavaa tilalle, antavat toimivuutta.”*

*”Persoonalliset kodit kaipaavat mielestäni asukkaan. He kertovat olemassaolollaan lisää kyseisestä kodista.”*

Joskus asukkaat kieltäytyvät tulemasta kuviin. Silloin syyt ovat moninaisia, paljon muutakin kuin vain kameranpelkoa.

*”Kun henkilöt eivät halua kuviin, he antavat kodin anonyymisti. He saattavat pelätä varkaita, verottajaa, saada kadehtivia katseita, turhia puheita. Ylipäänsä, miksi koti tulisi antaa esittelyyn ja vielä omalla kuvalla? Henkilöt voivat olla myös teennäisiä kuvissa.”*

Kodissa tulisi aina olla jokin punainen lanka, jota kuvauksissa seurataan. Jos kodista löytyy jokin mielenkiintoinen tarina, sisustuksen ei välttämättä tarvitse olla niin erityinen. Esimerkiksi valaisulla kuvaaja voi tehdä paljon parannusta keskinkertaiseenkin kotiin.

*”Kodissa pitää olla ideaa, kauneutta, mielenkiintoa herättäviä asioita tai jokin tarina mahdollisesti, kuten vanhan talon kunnostus tai vaikka koko suvun yhteinen kerrostalo. Hyvällä tarinakulmalla vähän vaatimattomammankin kodin saattaa saada myytyä johonkin aikakauslehteen. Silloin kuvissa keskitytään fiiliksiin ja ihmisiin.”*

Kaikki haastateltavani kertoivat myös kiinnostuksesta julkisuuden henkilöiden koteihin. Kyseessä voi olla esimerkiksi korkeassa asemassa olevan henkilön, näyttelijän tai muusikon lisäksi tunnettu suunnittelija tai arkkitehti.

*”Julkisuuden ihmisten kodit ovat aina olleet kiinnostavia, kiinnostavaa luettavaa, esiteltävää aineistoa niin kustantajan, toimituksen kuin lukijankin mielestä. Koti saa ikään kuin kasvot ja kasvot kodin.”*

Toisaalta julkisuuden henkilö voi myös olla erityisen tarkka omasta julkisuuskuvastaan ja anonymitteetistään.

Hyvä kotikuva kiteytyy muutamalla sanalla.

*”Hyvä sommitelma, hyvä valo, tavoite on välittää lukijalle kodin pääidea ja tunnelma. Toiset kuvat kertovat tarinaa ja toiset tukevat edellisen lisäksi tunnelmaa.”*

## 6 Johtopäätökset

Tässä luvussa tiivistän olennaisimpia tuloksia tutkimuksestani. Käyn läpi tärkeimmät tutkimuskysymykseni, ja lopussa pohdin tutkimustani kokonaisuutena ja kuinka aihetta voisi tutkia lisää.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten sisustuslehtien kotireportaaseja rakennetaan ja mitä niissä näkyvät kuvat pitävät sisällään. Vastaan neljään tutkimuskysymykseeni. Vastaukset näihin eivät ole yksiselitteisiä tai kaikkialle yleistettäviä, koska tutkimusaineistonani on ollut vain yksi lehti. Uskon kuitenkin, että teemahaastatteluiden tuloksia voi yleistää hyvin suomalaisen sisustusjournalismin kenttään. Ala on kuitenkin melko suppea ja samat tekijät työskentelevät monille eri lehdille.

### 6.1 Tutkimustulokset

Tärkeimpänä tutkimuskysymyksenäni selvitin, mitä kotikuvat pitävät sisällään. Tutkimissani sisustuskuviissa on paljon samaa, minkä kuvien semioottinen sisällönanalyysi paljastaa. Kuviissa toistuu paljon samoja elementtejä, joten tyypillisen sisustuskuvan jäljille on melko helppo päästä. Muutenkin jokainen lehden lukija voi nähdä kuviissa tuttuja elementtejä ja asetelemia lehdestä ja kuvasta toiseen.

Määritin semioottisessa sisällönanalyysissä ensin denotatiivisella tasolla, mitä kuvat pitävät sisällään, jonka jälkeen tein konnotatiiviset tulkinnat kuvista kokonaisuuksina. Nimitän näitä tulkintoja yleisemmin "maailmoiksi", joita sisustuslehtien kuvat rakentavat.

Plaza Koti -lehden rakentamat maailmat ovat muun muassa avaria, moderneja, korkeita ja loft-tyylisiä, suomalaisia ja skandinaavisia, perhehenkisiä, romanttisia, spa-henkisiä, mustavalkoisia, ylellisiä, käytännöllisiä, kovia, merenrantaunelmia, graafisia ja turvallisia. Nämä edustavat yleisesti 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen lopun sisustusmuotia.

Yleisin tila, joka Plaza Koti -lehden kuvat esittävät, on olohuone, esimerkiksi takkahuone,



televisiohuone tai muu vastaava oleskelutila. Useasti yhdessä artikkelissa saattaa olla sama tila kuvattuna moneen kertaan, vain kuvakulma on vaihtunut.

Plaza Koti -lehdessä tyypilliseen sisustuskuvaan eivät kuulu ihmiset. Joissakin toisissa suomalaisissa sisustuslehdissä ihmiset ovat puolestaan tärkeä osa sisustuskuvia. Heitä on lähes joka reportaasissa ja reportaasien tekijät haluavat ihmisiä mukaan kuviin. Ihmiset tuovat lämpöä ja eloa. Usein sisustuskuvat ovat niin klinisiä ja puhtaita ja tarkkoja, että lukija saattaa pitää niitä lavastettuina.

Plaza Koti -lehden sisustuskuvassa ihmisestä saattaa näkyä vain häivähdys tai ihminen on saatettu niin sanotusti maastouttaa ympäristöönsä, esimerkiksi pukemalla hänet ympäristöön sopivaan väriin. Sisustuskuvassa ihminen ei ole pääosassa. Se, että ihminen on jätetty pois kuvasta, antaa lukijalle ja katsojalle mahdollisuuden sijoittaa itsensä kuvaan. Sisustuskuvat ovat haavekuvia, joissa jokainen pääsee unelmoimaan itsestään kauniissa asunnoissa. Sisustuslehdissä esitellään usein koteja, mihin suurella osalla lukijoista ei ole varaa. Sisustuslehdet antavat lukijoilleen palan tätä ylellisyyttä.

Sisustuslehtien kuvat ovat aikansa peilejä: oma koti ja asuminen heijastuvat myös ihmisten muille elämän alueille. Vaikka kuvat näyttävätkin usein vain kodin sisustusta ja kodin muotia, tämä muoti kertoo myös jotain pukeutumismuodista ja ihmisistä esitettynä aikakautena. Kuvat kertovat tarinoita aikakautensa ihmisistä. Ilmeisin ja selkein sisustuskuvien tarkoitus on sisustusvinkkien ja -inspiraation antaminen.

Vaikka kotireportaasi on yksi sisustuslehtien kantavista juttutyypeistä, nykypäivänä niitä tehdään vain pienellä työryhmällä. Selvitin tutkimuksessani sisustusjournalismin ammattilaisten kautta, ketkä ovat mukana rakentamassa kotireportaasia. Useimmiten kuvauspaikalla on vain toimittaja ja kuvaaja sekä kodin asukkaat. Työparina toimittaja ja kuvaaja suunnittelevat, mitä kuvataan ja järjestävät tilan kuvauskuntoon. Toimittaja tekee sisustukseen pieniä muutoksia, kuten siirtää huonekaluja tai esineitä muutamia kymmeniä senttejä. Tarkoituksena ei ole muuttaa ja sisustaa tilaa, vaan korostaa sen parhaita puolia ja asetella kuvan elementit tasapainoon. Työryhmä saattaa tuoda asuntoon esimerkiksi tuoreita leikkokukkia. Kuvaaja valaisee tilan ja miettii parhaat kuvakulmat.

Joskus reportaasiin osallistuu erikseen kirjoittava toimittaja, joka haastattelee kodissa asuvan perheen erikseen. Yleensä kuitenkin yksi toimittaja hoitaa sekä tilan ehostamisen kuviin että jutun kirjoittamisen. Vuosia ja jopa vuosikymmeniä sitten kotireportaaseja tehtiin isolla porukalla, jolloin paikalla saattoi olla myös sisustussuunnittelija tai -arkkitehti. Reportaasin loppuvaiheessa lehden päätoimittaja ja ulkoasuvastaava päättävät, mitkä kuvat otetaan mukaan.

Toimittajat tuntevat lehtien konseptit valmiiksi ja osaavat useimmiten tarjota tietynlaisia koteja tietynlaisille lehdille.

Työryhmälle on suurin kunnian- ja luottamuksen osoitus päästä tuntemattoman ihmisen kotiin ja tehdä kodista reportaasi lehteen. Työryhmälle on tärkeää käyttäytyä kunnioittavasti asuntoja kohtaan ja arvostaa sinne tehtyä sisustusta jo valmiiksi, eikä niinkään arvostella ja tehdä siihen muutoksia. Työryhmällekkin on noloa kehottaa asukkaita muuttamaan sisustusta reportaasia varten. Tästä asukkaat voivat loukkaantua, vaikka eivät sitä näyttäisikään. Koti on ihmisille henkilökohtainen ja herkkä paikka, ja työparin tulee suhtautua siihen kunnioittavasti.

Haastateltavieni mukaan sisustuslehdet haluavat poikkeuksetta näyttää persoonallisia koteja. Kodeissa tulee olla ideaa, jokin punainen lanka, tarina ja kekseliäitä ideoita, joita lukijat voivat soveltaa oman kotinsa sisustukseen. Kotireportaaseihin halutaan asukkaansa näköisiä koteja. Siinä mielessä myös asukkaan näyttäminen koetaan tärkeäksi. Ehkä kaikista tärkeimpänä: kotireportaaseihin halutaan aitoja koteja, joissa on myös elämän jälkiä. Tämän vuoksi asukkaita saatetaan kieltää järjestelemästä paikkoja sen kummemmin ennen reportaasin tekemistä.

Kotireportaaseilla halutaan kertoa tarinoita, niin kuvissa kuin tekstissäkin. Sisustuslehti ei ole skandaalin- tai draamanhakuinen media, vaan kodit ja niiden asukkaat halutaan esittää aina positiivisessa valossa. Kauniit ja trendikkäät kodit ovat lukijoiden mieleen. Kuvista halutaan tunnelmallisia niin valaisun kuin ihmistenkin puolelta.

Sisustuslehtien kotikuvilla halutaan näyttää trendikkäitä ja kauniita koteja ja luoda näillä haavekuvia. Vaikka oma koti ei olisikaan kovin kummallinen, sisustuslehden avulla niistä pääsee

unelmoimaan. Sisustuslehdet haluavat luoda haavekuvia, joita luodaan persoonallisten kotien ja asukkaiden avulla.

## 6.2 Pohdintaa

Kun aloin tehdä tutkimustani, samaa aihetta ei ollut tutkittu aiemmin, enkä pystynyt rinnastamaan kiinnostuksenkohteitani selkeästi mihinkään. Tiesin, että haluan tutkia intohimoani, sisustuslehtien kuvia, mutta suurin kysymys oli miten ja mikä minua niissä kiinnostaa. Lopulta rajasin aiheeni kuvien sisältöihin ja kuvien rakentamiseen. Päädyin tutkimaan Plaza Koti -lehteä, koska se on aina ollut ajatuksia herättävä lehti: tavallaan siinä on todella kauniita kuvia, mutta myös hengettömiä kuvia, koska kuvat ovat lähes poikkeuksetta ilman ihmisiä. Asiantuntijahaastattelut olivat tutkimukselleni erittäin tärkeä lisä.

Tutkimusaiheeni kohtaan minulla on suuri intohimo ja tutkimuksen tekeminen oli koko ajan mielekästä. Välillä turhaannuin aiheen ja aineiston laajuuden ja tavallaan suppeuden edessä, koska materiaalina oli vain yksi lehti. Toisaalta, jos olisin laajentanut aineistoani esimerkiksi niin, että olisin ottanut mukaan muitakin sisustuslehtiä, olisin luultavasti turhautunut liian laajan aineiston kanssa.

Oli melko vaikeaa saada mukaan haastateltavia, koska erityisesti freelancer-toimittajat ja -kuvaajat ovat toki avuliaita, mutta myös kiireisiä aiheidensa tiimoilta. Lopulta kun päädyin tekemään haastattelut sähköpostitse, sain todella hyvät asiantuntijat mukaan tutkimukseeni.

Sähköpostihaastattelut tekivät vastauksista joillakin haastateltavilla melko suppeita, mutta kukaan ei kieltäytynyt täydentämästä vastauksiaan jälkikäteen puhelimitse. Haastateltavien vastaukset olivat todella samankaltaisia, mistä oli helppo tehdä yleistyksiä. Toisaalta sähköpostitse tehdyt haastattelut antoivat haastateltaville mahdollisuuden olla rehellisiä ja kritisoidakin sisustuslehtien toimintaa ja samankaltaisuutta.

Mielestäni onnistuin kiteyttämään tutkimukseen hyvin sisustusreportaasien ja -journalismin maailmaa. Uskon, että tutkimukseni – kuten Järvisenkin työ – voi toimia hyödyllisenä materiaalina

sisustusosalalle aikoville, niin sisustustoimittajille ja -kuvaajille kuin -suunnittelijoillekin. Vaikka tutkimukseni varsinainen kohdeyleisö on melko marginaalinen, uskon, että tutkimustulokseni voivat olla hedelmällisiä myös muille aikakauslehtitutkimuksesta kiinnostuneille sekä lehtikonseptien kehittäjille.

Sisustusjournalismista ja sen tutkimisesta tekee mielenkiintoista se, että sisustuslehtien kuvat näyttävät usein todella stailatuilta ja lavastetuilta. Lukijaa kiinnostaa, mikä on totta ja mikä ei. Kuten aiemmin jo nostin esiin ”*Miksi ihmisten sitten pitäisi tietää, miten heitä päivittäin pommittavat mediaesitykset on tehty?*” (Seppänen, 2005, 214); sisustuslehtiä luetaan haaveille ja uteliaina, mitä toisten ihmisten kodeista löytyykään.

## Lähteet

### Julkaistut lähteet

#### Lehdet

Plaza Koti, vuosikerta 2009

#### Kirjallisuus

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2001): *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.

Järvinen, Kaisa (2009): *Sisustustoimittajan työnkuvan esittely, toimintamalli Avotakka*.  
Opinnäytetyö Metropolia, muotoilun koulutusohjelma, sisustuspainotteinen tekstiilisuunnittelu.

Konttinen, Riitta & Laajoki, Liisa (2000): *Taiteen sanakirja*. Otava.

Michael Harris (2003): *Professional Interior Photography*. 3. painos. Focal Press.

Panofsky, Erwin (1939): *Studies in Iconology*. New York: Oxford University Press.

Rantanen, Lasse (2007): *Mistä on hyvät lehdet tehty? Visuaalisen journalismin keittokirja*. Hill and Knowlton Finland Oy.

Ruoho, Iris & Saarenmaa, Laura (2011): *Edunvalvonnasta elämänpolitiikkaan: Naistenlehdet journalismina ja julkisuutena*. Juvenes Print.

Seppänen, Janne (2002): *Katseen voima. Kohti visuaalista kulttuuria*. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Seppänen, Janne (2005): *Visuaalinen kulttuuri: teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Töyry, Maija (2005): *Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat. Neuvotteluja lukijasopimuksista*. Väitöskirja Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos, Viestinnän julkaisuja 10. Gummerus Kirjapaino Oy.

Töyry, Maija (2008): *Naistenlehtien keskinäiset erot ja samankaltaisuudet*. Tiedotustutkimus.

## Sähköiset lähteet

Aikakaulehtien Liiton Aikakausmedia: Mediakortit, mediakasvatus, tietoa ja tutkimuksia aikakauslehdistä: <http://www.aikakauslehdet.fi/> (12.5.2013)

Johtamisviestinnän konsultointiyritys Compositor: Konsepti pitää lehden ryhdissä. <http://www.compositor.fi/fi/popup/5/> (12.5.2013)

Helsingin Sanomat: Artikkelit: Suomeen tulee uusi ruotsalainen sisustuslehti 1.3.2006 9:32 [www.hs.fi](http://www.hs.fi) (12.5.2013)

Helsingin yliopiston semiotiikan verkkosivut: [www.helsinki.fi/semiotikka/](http://www.helsinki.fi/semiotikka/) (12.5.2013)

Uutiskoostopalvelu Kookas: Mitä on konstruktivistinen taide? <http://www.kookas.fi/articles/read/1342> (12.5.2013)

Wikipedia: Määritelmä kodista, saatavissa osoitteessa <http://fi.wikipedia.org/wiki/Koti> (12.5.2013)

## Liite 1. Sisällönanalyysin luokittelurunko ja tulokset

<b>Kuva-analyysiluettelo</b>	
<b>1 Tila</b>	
eteinen (esim. tuulikaappi, eteishalli, portaat)	15
keittiö/ruokailutila	67
kylpyhuone	19
lastenhuone	5
makuuhuone	32
olohuone (esim. oleskelutila, takka)	73
parveke	1
puutarha	10
työhuone	15
<b>2 Huonekalut</b>	
hylly	22
kaappi	50
keittiökalusteet (esim. jääkaappi, pakastin, hella & liesi jne.)	30
korkea laatikosto	31
korkea pöytä (esim. keittiöpöytä, työpöytä)	77
kova istuin (esim. työtuoli, jakkara, keittiöntuoli, baarituoli)	93
kylpyhuonekalusteet	15
matala laatikosto (esim. tv-taso)	21
matala pöytä (esim. sohvapöytä, apupöytä, yöpöytä)	72
pehmeä istuin (esim. sohva, nojatuoli, lepotuoli)	79
rahi	24
sänky	37
takka	26
<b>3 Tavarat</b>	
astia (esim. ruokailuastia, maljakko, kulho, tarjoulustia)	130
elektroniikka (esim. televisio, stereot, kaiuttimet, soitin)	45
kasvi (esim. viherkasvi, muovikukka, kuivakukka)	108
koriste (esim. esine, patsas)	92
kynttilätuote (esim. kynttilä, kynttilänjalka, kynttiläkulho)	55
käyttötavaraa (esim. kyniä, ruokaa, kauneudenhoitotuote)	80
laatikko (esim. säilytyslaatikko, koristelaatikko)	16
luettavaa (esim. kirja, lehti)	64
matto	80
peili	22
peitto (esim. sängynpeitto, viltti, pyyhe)	65
taulu	100
teline (esim. lehtiteline, pyyheteline, kori)	24
tyyny	83
valaisin (esim. lattiavalaisin, kattovalaisin, seinävalaisin)	136
verho	44
<b>4 Värimaailma (mitä värejä eniten?)</b>	
harmaa	68
keltainen	12
musta	86
punainen	30
ruskea	76
sininen	12
valkoinen	149
<b>5 Ihmisiä/eläimiä kuvassa</b>	
ei	187
kyllä	13
<b>6 Elonmerkit kuvassa</b>	
eläviä kasveja	97
ihminen / eläin	13
ruokaa / juomaa	31
ryppyjä, sotkua, sekaisuutta	30
televisio (tai muu elektroniikka) päällä	1
tuli takassa / kynttilässä	13
valot päällä	90
/200 kuvaa	



**Liite 2.** Teemahaastattelun runko: Tutkimus kotireportaasien ja sisustuskuvien rakentamisesta.

### **Taustatiedot**

- Sukupuoli?
- Työnimikkeesi?
- Työnkuvasi?
- Kuinka kauan olet työskennellyt edellä mainitulla nimikkeellä?
- Millainen koulutustausta sinulla on?

### **Kotireportaasin taustaa**

- Ketä kaikkia osallistuu kotireportaasin tekemiseen?
- Miten suunnittelette kotireportaasia etukäteen?
- Miten valmistaudutte kotireportaasin tekemiseen?
- Millainen on mielestänne kodin ideaali?
- Millä perustein lehtien sivuille päätyvät kodit valitaan? (esimerkkejä, ei tarvitse päteä kaikkiin tilanteisiin)

### **Kotireportaasi**

- Mitä työnkuvaasi kuuluu kotireportaasissa?
- Millaisena näet oman roolisi kotireportaasissa?
- Ketä kuuluu työryhmäänne kotireportaasia tehdessä?
- Millaisia muutoksia työryhmänne tekee kodissa? (esim. siivousta, muutoksia tai lisäyksiä sisustukseen jne.)
- Mitä mielestäsi kotikuvan tulee sisältää?
- Mitä tavoittelette, kun rakennatte kuvia?
- Mitä kuvittelette, että lukija miettii kotikuvista? (erimerkkejä)
- Halutaanko kodin asukkaita mukaan kuviin? Miksi tai miksi ei?
- Mitä kotikuvilla halutaan näyttää?

### **Vapaa sana**

**Liite 3.** Tyypillisiä sisustuskuvia



Kuva 1: Kuva: Veikko Kallio. Plaza Koti 1/2009, kuva 1.1.1, s.24–25. *Avaraa tilaa Arabianrannassa.*



Kuva 2: Kuva: Pekka Vainonen. Plaza Koti 3/2009, kuva 3.3.1, s.46–47. *Merellistä asumista Lauttasaarella.*



Kuva 3: Kuva: Jaana Kallio. Plaza Koti 4/2009, kuva 4.1.1, s.20–21. *Remontilla avaraa ja valoisaa.*



Kuva 4: Kuva: Veikko Kallio. Plaza Koti 8/2009, 8.2.1, s.48–49. *Susannan tavalla.*