



Hanna-Mari Ikonen

# Muutu ihmiseksi, joka olet

*Maalla*-lehti jälkimodernin työntekijän ja paikan kuvaajana

**Become the person you are – a postmodern employee and place as presented in the Country Living magazine**

In this article, the connection between (post)modern people and the postproductivist countryside is analyzed through a close reading of the Finnish lifestyle magazine *Maalla* (Country Living). It is argued that many well-off Western people are not happy in their hectic and full urban working lives but rather strive to find their more “authentic” selves. For certain affluent, middle-class and hardworking people, the Northern version of rural idyll provides temporary escape from their present working lives or even a total life change. In the analyzed magazine, the countryside is represented as a place of increased subjective well-being and alternative hedonism that is consumed selectively and from individualistic perspectives. This is understandable since the countryside has an ambivalent role among current Western lifestyles: rural places are different and distant from the everyday experiences in urban environments. At the same time, rurality has become nostalgized and idylized and, therefore, appealing to many urban dwellers.

**Keywords:** working life, alternative hedonism, countryside, lifestyle magazine

Työikäisten, urbaanien ja keskiluokkaisten ihmisten jälkimodernilla elämäntyyllillä on kahtalainen suhde maaseutuun. Maaseutu mielletty etäiseksi niin maantieteellisesti, ajallisesti kuin kulttuurisestikin, mutta samanaikaisesti urbaanin nopeatahtisuuden

näkökulmasta katsottuna maaseutumaisuus on nostalgista ja idyllisoitua. Maaseudulla työ ei näytä hallitsevan elämää, vaan ihminen hallitsee tekemänsä työn määrää ja tapaa. Maaseutu perinteineen muodostaa jyrkän mutta kulttuurisesti tunnistettavissa olevan poikkeaman länsimaiden nykyiseen elämisen ja työnteon muotoon. Tässä artikkelissa tarkastelen, miten elämäntapalehti *Maalla* ilmentää jälkimodernia ihmistä sekä ihmisten ja maaseudun suhdetta ja samalla uudelleen koodaa työtä ja paikkaa. Lehden tarjoama vastaus on, että ”aidon minuuden” toteuttaminen ja ehkä täydellinen elämänmuutoskin onnistuu maaseutuidyllissä.

Artikkeli perustuu kolmeen jälkimodernin työelämän ja postproduktivistisen ”kulutusmaaseudun” tutkimuksen perusteella muodostamaan väittämään. Ensimmäinen länsimaiset kiireiset, kaupunkilaiset, hyvinvoivat ja keskiluokkaiset ihmiset eivät läheskään aina ole täysin tyytyväisiä nykyisessä elämässään. Työelämän koetaan olevan huonoa, ja työstä ja sen ympärille kutistuvasta koko elämäntyylistä halutaan jopa paeta. Toiseksi maaseudun nähdään muodostavan tunnistettavan mutta jo eksoottisia sävyjä saavan poikkeaman tämän kohderyhmän elämäntyylistä. Ei suinkaan kaikkien, mutta joidenkin unelmoima elämäntyyli löytyy maaseudulta. Usein idylli tiivistyy maaseudun ja suomalaisuuden nostalgisointiin. Kolmanneksi, kun maaseutu tulee osaksi edellä kuvatun kaltaisten ihmisten käytäntöjä, sitä kulutetaan hyvin valikoivasti ja omista kulttuurisista ja taloudellisista lähtökohdista käsin.

## Uusi työ, uusi maaseutu – mitä(än) yhteistä?

Elinkeinoelämän imagotyössä 2000-luvun Suomi nähdään mieluusti kaupungistuneena, teknisesti edistyksekkäänä, vauraana, tuottavana ja kilpailukykyisenä jälkimodernina maana (esim. Ylä-Anttila 2005; Ympäristöministeriö 2006). Samalla kuitenkin jo varoitellaan, että vauhtisokeus, liika hektisyys, samanmielisyyt ja yhden toimintatavan ihannoitinta voi olla vaarallista. Kun vaikkapa viennin kilpailukyky on jo kääntynyt lievään laskuun, suomalaisten erityispiirteiden, kuten puhtaan pohjoisen luonnon ja turvallisuuden, tulisi ohjata kansalaisia löytämään omat vahvuutensa. Myös monet työelämän tutkimukset (Vähämäki 2003; 2009; Siltala 2004; 2007; Julkunen 2008) osoittavat, että suomalainen ”uuden työn” yhteiskunta tuottaa monenlaisia epämuokkauksia ja kielteisiä kokemuksia. Ongelmat ovat erityisesti keskiluokkaisen yksilön ongelmia eivätkä enää työntekijöiden yhteistä vastarintaa ja työmarkkinaosaapuolten vastakkainasettelua. Työ on henkilökohtaistunut, kollektiiviset suojat ovat kadonneet monilta työntekijöiltä, työhön liittyvät ongelmat ovat tieteellistyneet, medikalisoituneet ja psykologisoituneet. Lisäksi työhyvinvointia ja yksilöllisiä minuuksia on alettu pohtia yhä enemmän. Nämä keskustelut tarjoavat ihmisille uusia itsensä asemoimisen paikkoja (esim. Julkunen 2008).

Sekä uutta työtä (postfordistinen tietotyö, prekarisoituvaa työtä) että uutta maaseutua (postproduktivistinen kulutusmaaseutu) on tutkittu melko paljon. Näitä ei kuitenkaan ole tutkittu yhdessä, koska ensin mainittu on liitetty kiinteästi kaupunkiympäristöön. Kaupunkilähtöistä on kuitenkin myös maaseudun uudelleenkuudaus, sillä varsinkin sen kulttuuriset merkitykset uudistuvat juuri urbaanista näkökulmasta. Erityisen pitkään postproduktivistisesta, muuta kuin maataloustyötä tarjoavasta maaseudusta on keskusteltu Iso-Britanniassa (esim. Halfacree 1997). Maaseudun käyttötottumukset ja -mahdollisuudet ovat historiallisesti erilaiset brittikontekstissa kuin pitkään maaseutuvaltaisena pysyneessä, pienmaatilojen ja jokamiesoikeuksien Suomessa, joten näitä ei voi suoraan verrata toisiinsa. Kuitenkin niin Suomessa kuin muualla länsimaissa voi helposti osoittaa useiden maaseudun (media)esitysten ja mielikuvien olevan idyllisoituja, romantisoituja ja nostalgisia (esim. Short 1991; Halfacree 1995; Vepsäläinen & Pitkänen 2010). Tällaisina representaatioina ne ovat nimenomaan tietyt sosiaaliluokan merkkejä esiin nostavia. Tämä luokkaeritys osoittaa työn ja

ammattiasemien oleellisuuden maaseudun kulttuurisen, sosiaalisen ja taloudellisen muutoksen tarkastelussa.

Kuvaan seuraavassa osiossa artikkelin aineistona olevaa *Maalla*-lehteä sekä käyttämäni analyysimenetelmää. Sitten käyn läpi kahta teoreettista keskusteluteemaa – maaseudun (kulttuurista) gentrifikaatiota ja työelämän (kulttuurista) muutosta – sekä kerron, miten näiden kautta voi tehdä tulkintoja maaseutuaiheisesta aikakauslehdestä. Varsinaisen analyysin aloitan tarkastelemalla *Maalla*-lehden kuvamaailmaa. Seuraavissa analyysiosioissa lähiluen lehteä kolmesta eri tulokulmasta. Tarkastelen ensinnäkin mielekkäämmän ja tekemisen makuisen työn kaipuuta ja toiseksi postproduktivistisen, uudella tavalla tuotteistetun maaseudun koettua elämyksellisyyttä ja estetiikkaa. Kolmanneksi käsitteelen sitä, miten *Maalla*-lehti kuvaa itsensä etsimisen ja löytämisen prosesseja eli eräänlaisia yksilöllisiä minuuksia.

## Lehtiaineisto ja tutkimusmenetelmä

*Maalla* on melko uusi lehti, jonka levikki oli 86 594 vuonna 2009 (Otavamedia 2010). Se oli kasvattanut vuosina 2008–2009 levikkiään 32,9 prosenttia (Levikkitiedote 2010). Sen englanninkielinen esikuva on vanhempi: Iso-Britanniassa *Country Living* on vakiintunut lehti, joka on antanut nimensä koko genrelle, mutta Suomessa lehti on ilmestynyt vasta vuodesta 2005 Yhtyneiden Kuvalehtien (nyk. Otavamedia) julkaisemana. Samantyyllisiä lehtiä ilmestyy useimmissa länsimaissa, ja esimerkiksi Ruotsissa on lukuisia maaseutu- ja elämäntapaa, asumista ja kodin laittamista käsitteleviä lehtiä<sup>1</sup>. Suomen *Maalla*-lehti ilmestyi ensimmäisenä vuonna kaksi kertaa. Vuonna 2006 julkaistiin kolme numeroa, ja sittemmin lehti on alkanut ilmestyä neljästi vuodessa. Kuten alkuaikoina, sen levikkiä pyritään edelleen lisäämään tarjoamalla lehteä tilaajalahjaksi yhtymän muiden julkaisujen tilauksiin. Tässä artikkelissa tarkastelen vuoden 2008 loppuun mennessä ilmestyneitä lehtiä, joita on yhteensä 13 numeroa.

Oman kuvauksensa mukaan lehti kirjoittaa ”ihmisten elämäntalouksista, tarinoista, sukutiloista, toteutuneista talohaaveista ja tunnettujen henkilöiden piilopaikoista” (Lehdistötiedote 2004). Erityisesti elämäntaloutta etsinnän kohteena on ”uusi suunta elämälle”. Niissä kuvataan suurta elämäntaloutta, jossa uusi asuin- tai työpaikka on ollut raju ja yllättävä valinta entiseen elämään verrattuna. Lehden pääkirjoitukset, pikkukjutut, mainokset, reseptit ja tuote-esittelyt tuottavat niin ikään

kuvaa siitä, millainen on jälkimodernin ihmisen maaseutu. Lisäksi lehdessä käsitellään muutamaa vakioaihetta: vanhoja tavaroita ja antiikkia, ruokaa ja puutarha-aiheita.

*Maalla* on elämäntapalehti, jonka synty heijastaa yksilöllisten, tiedostettujen ja stailattujen elämäntapojen kasvavaa tärkeyttä erityisesti jälkimodernissa taloudessa. Vaikka puhutaan elämäntapalehdistä, *Maalla*-lehdessä kyse on pikemminkin elämäntyylistä eli kulttuurisista ja erityisesti kulutukseen liittyvistä valinnoista. Samastumisen kohteet kytkeytyvät luokkaan, sukupuoleen, ikään, etnisyyteen ja muihin suuriin yhteiskunnallisiin kategorioihin, mutta ne eivät selity pelkästään tällaisilla tekijöillä (ks. myös Thomas 2008: 282). Elämäntyylin kysymykset ovat elämäntapaa liikkuvampia, jopa hetkellisiä ja aikaan kytköksissä siten, että juuri kulutus ja vapaa-aika luovat mahdollisuudet valikoida elämäntyyliään (Chaney 2001: 82–83, myös Ahponen & Järvelä 1983).

Ihmisten elämänmuutoksia ja ammatinvaihtoja kuvataan monissa muissakin (naisten)lehdissä (ks. Kautiainen 2006), ja samoin maaseudulle sijoituvia ilmiöitä ja muutoksia esitellään satunnaisesti monenlaisissa lehdissä (esim. Rantanen 2008). *Maalla* ei ole siis suinkaan ainoa elämäntapalehti eikä sisällöltään ainutlaatuinen; sen ominaispiirteenä on vain lähes kaikkien lehdessä julkaistujen juttujen kiertyminen maaseututeeman ympärille.

Analyysini lähtökohtana on käsitys siitä, että paitsi mediatekstejä, maailmaa laajemminkin tuotetaan kielellisesti. Tämän sosiaalisen konstruktionismien ajatuksen mukaisesti lehtitekstit ovat ikkuna erilaisiin ilmiöihin, joiden merkitysten tuottamiseen ne samalla osallistuvat. Tekstien tuottajilla on esitettävän materiaalin valitsemisen valta, mutta teksteissä konstruoiduista erilaisista todellisuuden esityksistä, representaatioista, voi lukija valita haluamansa. Valinnoilla, samastumisella ja eronetoilla lukija luo omaa identiteettiään (Berger & Luckman 1994; Fairclough 1997; Jokinen & Juhila 1999).

Lehtiaineiston analyysini hyödyntää lähilukua (Fairclough 1997, myös Palin 2004; Lüthje 2005). Diskursiivinen lähiluku tarkoittaa erittelevää ja jäsentävää lukemista, jolla aineisto käydään tiheästi ja toistuvasti läpi; käytännössä esimerkiksi alleviivaten, teemoja luokitellen, purkaen ja uudelleen järjestäen. Pyrin pääsemään kiinni siihen, miten ihmisen ”itsen” muutos maaseutuympäristössä perustellaan ja esitetään. Maaseutuna esitettyjen paikkojen oletetaan vaikuttavan ihmiseen aivan erityisellä tavalla, samalla kun kyse on siitä, että lehdessä paikkaa tuotetaan valikoidulla tavalla.

Luen lehden artikkeleita sekä läheltä ja tarkasti että koko lehden ja laajemmin vaihtoehtoisia elämäntyyliä etsivän kulttuurin kontekstissa. Havainnoin tarinoiden tuottamisen tapaa ja niiden toistoa ja tyypillisyyksiä. Sitaateilla osoitan lehdestä löytämäni toistuvat puhettavat. Kokonaistulkinnat muodostuvat lehden eri juttutyyppistä ja myös kuvamaailmaa ristiinlukemalla. Tavoitellen sosiokulttuurista jatkumoa, jotain mitä ”tässä ajassa” on (Fairclough 1997: 71–73; Jokinen & Juhila 1999: 56–62), joten tulkintojani ohjaavat myös muut aihepiiriä ja ajankuvaa sivuavat tekstit.

Aineistossa on myös selkeästi narratiivisia elementtejä, sillä osa lehden artikkeleista on elämänmuutosjuttuja. Näissä ilmenee tarinarakenteelle tyypillinen katkos, jonka jälkeen itselle kerrotaan uutta identiteettiä (Hyvärinen & Löyttyniemi 2005). Tosin kyseessä on samalla jatkuvuuden kertominen, sillä tarinoiden lopputulemana on perimmäisen itsen löytäminen nimenomaan (biografisen) katkoksen ansiosta. Valitsemani sitaatit ilmentävät näitä juonenkäännteitä. Myös lehden kuvamaailman tarkastelu on pienessä roolissa analyysissäni. Kuvat konstruivat yksittäisiä artikkeleita ja koko lehden esittämää sanomaa; toisinaan kuvat ja teksti taas ovat jännitteisessä suhteessa toisiinsa (Fairclough 1997: 267).

### Maaseudun kulttuurinen gentrifikaatio

Mitä tapahtuu, kun maaseutu saa uusia merkityksiä vanhojen päälle? Millaisia nämä merkitykset ovat, kuka niitä tuottaa ja ketä ne erityisesti puhuttelevat? Kaupunkitutkimuksessa gentrifikaatio on vakiintunut termi, mutta maaseutuun tai kaupunkien reunamia syrjäisempiin alueisiin sitä ei ole juuri liitetty. Urbaania kehitystä tutkittaessa gentrifikaatiolla on tarkoitettu kaupunkien keskus- ja aiemmin sosiaalisesti huonoina mutta saavutettavuudeltaan hyvinä pidettyjen alueiden muuttamista hyvin toimeentulevien ihmisten halutuiksi asuinalueiksi ja siitä seuraavaa asuntojen hintojen nousua, keskiluokkaistumista ja laajemmin alueen symbolista muutosta. Tosin gentrifikaatioilmiötä kuvataan hyvin erilaisin painotuksin (esim. Phillips 2002).

Maaseudun gentrifikaatio lähtee hieman eri tavoitteista, sillä maallemuuttajat tulevat pääasiassa asuinalueen vehreyden perässä (Phillips 2004). Tosin molemmat ääripäät – periurbaani syke ja maaseutumainen rauha – voivat olla samojen ihmisten utopioiden kohteena ja tarjota vaihtoehdon ennen kaikkea esikaupunkimaisemalle (Caulfield 1994: 163–164; Phillips 2004: 15). Maaseudun

tapauksessa gentrifikaatiossa kiinnostavia ovat varsinkin kulttuuristen merkitysten muutokset eli bourdieulaisittain kulttuurisen pääoman, maun ja habituksen kysymykset, joilla on yhteys myös maallemuuttajien taloudellisiin resursseihin. Kun muuttaminen on sosiaalisesti selektiivistä (Phillips 2002), gentrifikaatio näkyy materiaalisestikin. Onkin todettu, että sinänsä vähän tutkitussa maaseudun gentrifioitumisen prosessissa alueet eivät vain keskiluokkaistu vaan samalla syrjäyttävät alkuperäisiä asukkaita (Phillips 2002: 285). Varsinkin kulttuuristen käytäntöjen kohdalla muutosta tapahtunee Suomessakin: maaseudun tuotteistaminen, kuluttaminen ja uudelleenmerkityksellistäminen on lähtöisin urbaaneista tai laajemmista globaaleista ”makumarkkinoista” käsin. Media ja mainonta ovat luomassa näitä markkinoita (esim. Phillips *et al.* 2001). Paikkojen representoiminen vaikuttaa siihen, miten paikkoja – ja niitä koskevia kulttuurituotteita, kuten *Maalla*-lehteä – kulutetaan ja miten niiden perusteella omaa minuutta tuotetaan. Eri paikoissa – ja eri esityksissä – maaseudun piirteet ja muutokset ilmenevät toisistaan poikkeavasti. Jokainen aika ja yhteiskunta kuvittelee, uusintaa ja ylläpitää omiin arvoihinsa perustuvan tilan ja sen sosiaaliset käytännöt (Lefebvre 1991).

Samaan muutokseen kuin gentrifikaatio viittaa vastakaupungistuminen (esim. Halfacree 1997). Kyse on siitä, että maaseudulle, varsinkin lähimpänä suuria kaupunkeja sijaitseville alueille, muuttaa uutta väkeä niin että väkiluku kasvaa ja samalla alue muuttuu myös kulttuurisesti ja sosioekonomisesti (esim. Duenckmann 2010). Vastakaupungistumisen yhtenä selittäjänä on käytetty maaseudun vetovoimaa, mutta tällöin on huomattava vetovoimaisuuden kulttuurisesti tuotettu, eiluonnollinen ja ei-spontaani tausta (ks. Halfacree 1997). *Maalla*-lehden analyysillä pääsee katsomaan juuri muutoksen kulttuurista ulottuvuutta, ei paikan päällä havaittavaa todellisuutta. Ihmiset tulevat hakemaan tiettyä mielikuvaa, jonka he tahtoisivat elää ja jonka he ovat tietyissä tilanteissa arvelleet tavoittelemisen arvoiseksi. Keith Halfacree (1997) hahmottelee vastakaupungistumisen selitykseksi muun muassa maaseutumaisen elämäntavan omaksumista jonkinlaisena (enemmän tai vähemmän pinnallisena) uusheimolaisuutena ja pintana tai vaihtoehtoisesti nostalgiana, paluuna vanhaan, ajattomaan ja turvalliseen lapsuusmaisemaan urbaanin tyrannian sijasta. Henri Lefebvre (1991) toteaa niin ikään, että juuri urbaanissa tilassa kapitalismin piirteet kasautuvat yhteen. Ajatusta on mahdollista soveltaa niinkin, että representaation

tilaa eli täytenä elettyä, todellista, vaihtoehtoista tilaa voi haaveilla löytävänsä varsinkin kaupunkien ulkopuolelta.

Lehdessä ”maaseudulla” asuvat tai sinne muuttaneet ovat tulleet hyvin monenlaisilta alueilta. Lehti osoittaaakin etäisyyden olevan yhä symbolisemmaksi käyvä käsite. ”Maalla”-nimiseen lehteen voi päätyä kaupunkien keskusta-alueiden koteja, kuten puutalo Turun Port Arthurista. Juuri Port Arthuria on käytetty esimerkkinä kaupungin gentrifikaatiosta Suomessa (Jauhiainen 1997). Lehteen päätyy myös syvän maaseudun elämäntavan ja asumisen kuvauksia. Moninaisuus ei toki ole yllättävää, sillä koetut ja kulutetut paikat eivät ole selkeitä, muuttumattomia eivätkä kaikkien samalaisina mieltämiä kokonaisuuksia vaan aina tuotettuja ja esitettyjä (esim. Lefebvre 1991; Urry 1995; Massey 2008). Useimmiten maaseutu näyttää tarkoittavan eteläsuomalaista ydin- tai kaupunkien läheistä maaseutua (ks. Malinen *et al.* 2006) ja eritoten siellä sijaitsevia mökkejä. Yhteistä on, että maalla olemista peilataan aina kaupunkiin – urbaanin elämän tunteminen on oletettu lähtökohta, ja juuri se luo tarvittavan kulttuurisen pääoman arvostaa maaseudun erilaisuutta. Maalla ollessa etäisyys kaupunkiin ei olekaan lopulta kovin pitkä. Vaikka kaupungin korostetaan jääneen kauas, juuri tämän sanominen osoittaa, että asia on symbolisesti ja kulttuurisesti päinvastoin.

### Työelämän kulttuurinen muutos: epämukavuus, ambivalenssi ja vaihtoehtoinen hedonismi

Monet nykyajan ihmiset kokevat ambivalenssia hyvinvoivasta, kulutuskeskeisestä elämästään, koska etuoikeuksistaan huolimatta sillä on runsaasti negatiivisia seurauksia heille itselleen. Erityisesti työ on rankkaa: se vaatii työntekijältä liikaa, mutta silti sen loppumista pelätään; rajanveto työn ja muun elämän välillä on vaikeaa. Esimerkiksi suomalaisen työelämän tutkija Raija Julkunen (2008) on puhunut työn tulkintaansa hakevista epämukavuuksista ja historioitsija Juha Siltala (2004; 2007) on kirjoittanut työelämän huonontumisesta kaksikin ”historiaa”. Myös yhteiskuntatutkijat Jakke Holvas ja Jussi Vähämäki (2005) kuvaavat, miten nykyään oma identiteetti löydetään työprojekteissa. Uusi työ on odotustila, jossa päivystetään palkatta, koska olennaista on olla varattuna, siis haluttu, tarvittu ja tärkeä. Pysähtyä ei voi, sillä koko ajan ollaan kiinni pyydetyissä projekteissa ja tilauksissa.

Erään nykyisen, erityisesti keskiluokkaisen työelämän diskurssin Julkunen (2008) tiivistää paaksi

työstä. Tällöin työstä paetaan joutilaisuuteen tai johonkin mielekkäämpään ja autonomisempaan toimintaan. Julkunen osoittaa, miten haaveet joutilaisuudesta ovat vanhaa perua, mutta viime vuosina menestyksen hylkäämistarinat ovat kenties yleistyneet (ks. myös Hodgkinson 2006). Sosiologi Arlie Hochschildiin (1997) viitaten Julkunen toteaa, että työhön sitoutunut keskiluokka toivoo löytävänsä toisen minänsä, joka olisi jotenkin erilainen, ompiempi ja viihtyisämpi. Tarvitaan vain tilaisuus päästä se esiin. Nimenomaan tällaisesta haaveilevat *Maalla*-lehden henkilöt – eivätkä vain haaveile, vaan lehti esittää tarinoita, joissa elämämuutos, suunnanvaihdos tai pako oravanpyörästä on toteutettu. Erityisesti muutuskertomusten juttutyypin kuvaava näitä pakoja ja suunnanmuutoksia.

Työssä olevien tyytymättömyys, joka ilmenee esimerkiksi epämääräisenä ahdistuneisuutena, saa etsimään muutosta: tyydytystä toisenlaisella tavalla. On alettu etsiä *vaihtoehtoista hedonismia* (Soper 2008; Thomas 2008). Siinä kulutuskeskeinen, konsumeristinen elämäntyyli ja sen mahdollistamiseksi tarvittava kova työnteko halutaan hylätä, koska se ei tuotakaan onnea (Binkley 2008). Kuitenkaan elämäntyyliä ei korvata kivikautisella yksinkertaisuudella ja puritaanisuudella vaan uudella elämänsisällöllä, jotka tuottavat mielihyvää oletetusti kestävämmiin. Elämän kaikkinaisen *hidastaminen* on olennaista tässä kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin tähtäävässä projektissa. *Downshifting*-termiä on alettu viljellä suomalaisessakin julkisuudessa (esim. *HS Kuukausiliite* 8/2010 käsittelee aihetta useassa artikkelissaan). Oravanpyörästä pakenemista kuvaavien muutuskertomusten ulottuminen laajaan julkisuuteen kertoo työelämämme paradokseista: ovathan nopeus ja muutosvalmius valtteja yksilön työelämässä pärjäämisen ja elinkeinoelämän rattaiden pyörimisen kannalta, ja paikoilleen jääminen on pahasta (esim. Sennett 2002; Vähämäki 2009). Hidastamishaaveet vaikuttavat myös kulutuskäyttäytymiseen, joten kuluttamisessa korostuvat aistimellisuus ja hidas elämyksellisyys menneiden elämämuotojen hengessä (Binkley 2008: 613). Tällaisessa vaihtoehtoisessa kuluttamisessa tai anti-konsumerismissa on myös vapaaehtoisen yksinkertaisen asumisen piirteitä (Binkley 2008: 616), jolloin luonnonläheinen maaseutuasuminen ja maaseudun kulttuurinen gentrifikaatio tulevat kiinnostavaksi sekä tiettyjen ihmisten mielissä että tutkimuskohteena (myös Phillips 2004).

Uutta on myös se, että sinänsä vanhaa perua olevaa nautinnonhakuista mutta hiljentävää elä-

mäntapaa muokkaa pohjimmiltaan kaupallisuus, ainakin kun irtiottoja kuvataan tyylikkäässä ja värikkäässä aikakauslehdissä. Kuluttajat ovat tottuneita poimimaan toimintaesimerkkejä julkisuudesta ja viihdeteollisuudesta, ja lähes kaikki onkin jo opittu tuotteistamaan, myös hiljaisuus (ks. Haanpää & Veijola 2006). Tuotteiden ja tuotteistamisen tavoitteena on luoda kuluttajalle elämyksiä, kokemuksia ja tunteita, eikä taloudellista tavoitetta julisteta avoimesti (ks. Rautiainen-Keskustalo 2008: 30). Kulttuurintutkija Lyn Thomas (2008) on analysoinut laajaa tositelvisioilmiota vaihtoehtoisen hedonismin näkökulmasta. Hän on käyttänyt aineistona tosi-tv-sarjoja, joiden aihepiirejä yhdistää ”*downshifting*” – työajan ja -määrän vähentäminen, inhimillisyyden ja henkisyden korostaminen sekä pääsy lähelle luontoa. Kuten *Maalla*-lehdessä, näissä tositelvisiosarjoissa hiljentämisen ja kulutuskeskeisyyden vähentämisen motiivit ovat itsekkäitä ja individualistisia identiteetti- ja projektteja (myös Binkley 2008: 608). Niin televisiossa kuin elämäntapalehdissäkin kuluttamista pohditaan kriittisesti, mutta samalla lehtien ja ohjelmien ”vaihtoehtoiset” tavoitteet ovat kaupallistuneita.

### **Maalla-lehden kuvamaailma**

*Maalla*-lehti esittää ja tarjoaa johdonmukaisesti eräänlaista rustiikkia ruraalisuutta, joka on mahdollisesti yhä useammille ihmisille yksi samastumisvaihtoehto. Rustiikilla ruraalisuudella tarkoitetaan elämisen ja sisustuksen tyyliä, jossa talonpoikaista maalaiselämästä on valittu tiettyjä elementtejä, kuten romanttisuus, menneisyyshakuisuus ja sopivasti säröillyt kuluneisuus. Työ kuvataan rentona ja rosoisuudessaankin kauniina, mieluusti jotenkin fyysisenä aktiviteettina. Kesänumeroissa (joita useimmat ovat, sillä lehti ei ilmesty tasaisesti vaan keskittyy kesäkauteen) mökkielämä on paljon esillä. Muutenkin maaseutuaiheisessa aikakauslehdessä, varsinkin sen kuvissa, korostuu kesä ja sen estetiikka – hyvällä säällä (kuva 1). Joulun ja talven tunnelmat ovat toinen tärkeä aihepiiri (kuva 2).

Elämäntapalehdille tyypillisesti visuaalisuus korostuu. Varsin paljon kuvataan pieniä yksityiskohtia, kuten sopivasti vanhaa tuolia, ruosteista esinettä tai koloista hirsiseinää. Työtä on kuvissa varsin vähän: käsityöläinen saattaa olla työssään, samoin matkailun tai maatalouden harjoittaja tiluksillaan, mutta pääsääntöisesti kuvitus keskittyy tällaisissakin jutuissa kauniiseen ympäristöön ja rakennusten, sisustuksen tai pihapiirin yksityiskohtiin. Selvissä elämäntapalehtien jutuissa kuvitus voi keskittyä aivan muuhun kuin uuteen työ-





*Malja kesälle!  
Metsämansikat  
on poimittu mök-  
sän omasta piha-  
piiristä.*

*Pilvipolun möksä  
on pieni ja vaat-  
imaton. Siinä  
on tupakeittiö  
ja koko perheen  
yhteinen makuu-  
alkovi. Toisessa  
päässä on sauna.*

*Kasvimaalla kas-  
vaa komeita ke-  
säkurpitsoja.*



*Muurin pohjaletujen paistami-  
sessa Miska-äiti on mestari.*



12 maalla



Kuva 1. Kesäistä estetiikkaa Maalla-lehden sivuilla. Lähde: *Maalla* 3/2008: 12.

Figure 1. Summer time aesthetics in the Finnish Country Living magazine. Source: *Maalla* 3/2008: 12.

hön tai edes minkäänlaiseen aktiiviseen puuhaan, vaikka tekstit korostavan työteliäisyyttä – joka ei tietenkään ole pakkotahtista, epämääräistä ja päätymätöntä, kuten entisessä kaupunkilaiselämässä

(myös Vuolteenaho 2001: 140). Juttujen pinta-alasta selvästi yli puolet, jopa noin 4/5 on kuvia. Lehti haluaa tiedostetusti tarjota eväitä tunnelmointiin ja unelmointiin. Selailu on sallittua eikä



Kuva 2. Myös talviset tunnelmakuvat ja yksityiskohdat ovat näyttävästi esillä. Lähde: *Maalla* 3b/2006: 49.

Figure 2. Also the wintery atmosphere and details are a frequently used theme in the Finnish Country Living magazine. Source: *Maalla* 3b/2006: 49.

lukijan ole edes tarkoitus saada yksityiskohtaisesti selville, miten haave on onnistuttu toteuttamaan (myös Siivonen 2006: 231–232). Toimeentulon kysymyksiä, esimerkiksi elannon saamiseksi perustettujen yritysten kannattavuutta, ei korosteta. Myös Thomasin (2008) analysoimassa perinteisen (brittiläisen) maalaiskeittiön antimiiin keskittyvässä kokkausohjelmassa lopputulosta ja varsinaisia ohjeita tärkeämpiä olivat kauniit maisemat ja ruoka

visuaalisessa mielessä. Nostalgisen, jopa utooppisen haaveilun kohteena ovat yhteisöllisyys, luonto, seikkailullisuus ja luovuus (Thomas 2008: 686).

*Maalla* on suunnattu maalaiselämästä kiinnostuneille ja jo maalla asuville, mutta mitä ilmeisimmin ei siis niille, joille maaseutu on liian tuttua ja jotka eivät osaa reflektoida omaa maalaismaisuuksaan (myös Vuolteenaho 2001: 140–141). Lukijan oletetaan tunnistavan tietyn elämäntyylin merk-



kimaailman (Thomas 2008: 686). Ihmisistä on yleensä mukavaa assosioitua keskiluokkaisuuden tunteen kanssa, olivat he itse millaisesta sosiaalisesta ympäristöstä tahansa (Phillips *et al.* 2001: 21–22). Kiinnostavaa on juuri se, millaisille ihmisille *Maalla*-lehti tarjoaa maaseutua. Eräässä julkaisijan kuvauksessa määritelläänkin pääkohderyhmään kuuluviksi ”*hyvin koulutetut, taloudellisesti vakaa-ta elämänvaihetta elävät naiset, miehet ja perheet*” (Lehdistötiedote 2004).

## Tekemisen maku

*Maalla*-lehti ruokkii nostalgista toivetta jatkuvas-ta menestyksen kilvoittelusta ja tulotason kasvusta luopumisesta, rauhallisesta elämisen tahdist ja ruumiillisesta työstä, joka olisi selkeästi omassa hallinnassa ja jonka tuloksen näkisi helposti. Tällainen työ ja elämänmeno assosioituvat agraariin (mielen)maisemaan ja voivat aikaansaada kaipuun maalle.

Lehden jutuille on hyvin tyyppillistä, että niissä kuvatut paikat ovat ensin huonokuntoisia, rappeutumaaan jätettyjä ja hoitamattomia, mutta täynnä mahdollisuuksia, jotka paikalle avoimin mielin ja runsain henkisin eväin tuleva henkilö välittömästi huomaa. Alkeellisuuden muuttaminen esitetään ansiona. ”*Alussa mukavuuksina olivat kylmä vesi, kamiina, puucee ja pihasauna*” (2/2008: 76). ”*Ensivaikutelma ei ollut lupaava. [...] Pariskunta arveli, että kova työ ja muutama purkki maalia saisivat ihmeitä aikaan*” (2/2008: 67). ”*Työ alkoi pöpelikön raivaamisella*” (2/2006: 57). ”*Virkailija totesi hämmästyneenä, että siinä osoitteessahan on pelkkä rytkäsa*” (4/2007: 75). ”*Kukaan ei ollut halunnut ostaa niin vinksallaan olevia rakennuksia eikä niin umpeen kasvanutta tonttia*” (1/2006: 56–57).

Vaikka töitä on tiedossa, tällaisiin rötelöihin halutaan. Ihmiset tahtovat kunnostaa niitä, mutta eivät liikaa, sillä ”*vanhaan taloon kuuluu sekin, että talvella on vilpoista*” (2/2008: 36), kuten on yksin lemmikkeineen asuvan rakennusarkkitehtinainen talossa. Ihmiset haluavat jättää paikkoihin oman kädenjälkensä, mutta samalla tahtovat, että heidän jälkensä ei ole ainoa. Yhtä ihmistä pidemmän ajan kokeminen on tärkeää. Tällaisiin paikkoihin asettuneet ihmiset kestävät hieman epämuksuutta menneen maailman tapaan ja nauttivat samalla haasteista eivätkä halua kaikkea heidän puolestaan valmiiksi suunniteltuna. Lehdessä vetoisuus merkityksellistyy asiaankuuluvaksi vilpoisuudeksi.

Maalle tullaan usein ennalta tuttuun paikkaan: perittyyn tai jos ostettuun, oman tai puolison kotikunnan kautta tuttuun (Pitkänen & Kokki 2005:

141–142). Erityisesti maatiloja ja osia tilojen maista on peritty, ja niitä käytetään kesäpaikkoina (Granberg 2004: 423). *Maalla*-lehdessä kerrotaan kuitenkin myös tarinoita, joissa erona punaiseen tupaan syntyamiseen ja sen perimiseen on se, että mökin löytämiseksi ja kunnostamiseksi on tehty aktiivisesti työtä. Jutuissa ihannoidaan fyysisiin haasteisiin tarttumista. Jokainen ”ydinsuomalainen” tunnistaa kulttuurisesti haaveen punaisesta tuvasta maalla, ja juuri tällaisia kesäparatiiseja päähenkilöt ovat itse itselleen rehkinet. Samalla he ovat oppineet käden taitoja, joita keskiluokkaiset asiantuntijatyötä toimistoissaan tekevät ”päätyöläiset” eivät nykyään automaattisesti osaa.

Toisinaan tehdään selvä ero kaupunkikotiin ja siihen elämänpiiriin kuuluvaan työhön, sillä niitä hallitsevat erilaiset tyylit ja trendit kuin maalla. Maalle haalitaan kauniita eriparisia kuppeja ja viehätetään vinksallaan olevista ikkunanpielistä. Jos kaupunkikoti sisustetaan ”*eleettömän tyylikkäästi*”, maalla päähenkilö on ”*päästänyt valloilleen romanttisen sisustajaminänsä*” (2/2008: 70). Valloilleen päästämisen mainitseminen antaa ymmärtää, että kaupunkilaisessa työssä, asumisessa ja elämisessä on jatkuvasti pidäteltävä jotakin – todellista itseään tai olennaista osaa minuudestaan. Kaupungin eleetön tyylikkyys ja hillitty tehokkuus kuluttavat, mutta maaseudulla ihminen saa olla pidäkkeetön, pursuileva ja rönsyilevä. Jos kyseessä on vain maalle sijoittuva mökkeily, kaupunkilaisesta elämäntyylistä ei päästetä kokonaan irti, vaan kaupunki- ja maaseutuelämä tai työ- ja loma-arki vuorottelevat ja eroavat toisistaan (ks. myös Väisänen 2008: 212). Molemmassa elämäntyyliessä ja kahtalaisissa paikoissa eläminen sopii yhteen sen kanssa, että nykyään ihmisen on vaikea tietää paikkaansa, ja parhaiten menestyy se, joka pystyy nopeimmin luopumaan kerran omaksumastaan (Julkunen 2008: 232). Itserefleksiivisyys ja liikkuvuus ovat erityisesti keskiluokan pääomaa (Skeggs 2004). Elämäntyylien shoppailu resurssoi ihmisen tähän muutokseen ja joustavuuteen ja tuo elämähallinnan tunnetta.

Eräässä *Trendi*-lehden kolumnissa (Rantanen 2008: 40) osoitetaan, miten juuri menestyvä kaupunkilainen osaa reflektoida maaseutusuhdettaan ja siinä tärkeitä toimia. Kontrastointi tehdään ironisoiden. Saaristossa kasvanut ja sinne paluumuuttanut Laura Rantanen kirjoittaa itsensä ja kaltaistensa maaseutusuhteesta, kuten eksotisoivasta suhteesta puuhellaan, marjapensaisiin ja maakellariin. Hän kulkee ympäriinsä korostamassa, että ei ole ”mikä tahansa kaupunkilaisheitukka”, koska on lapsesta asti haistellut meri-ilmaa isoisänsä kanssa.



Hän kirjoittaa ironisesti myös, että tausta ei tee hänestä taitavaa maalaista, koska hän on osallistunut peltotöihin lähinnä katselemalla niitä ikkunasta. Siksi hän muiden kaltaistensa lailla hurmioituu mehunkeitosta sen sijaan, että ostaisi mehua halvalla kaupasta; käsipelillä kaivamisesta, vaikka ikänsä maalla asuneet ovat jo kauan hoitaneet työn uudemmilla välineillä; ja omien kanojen munien syönnistä sen sijaan, että hankkisi ne helposti kaupasta. Hän tunnistaa ideaksi juuri sen, että helpolla ei saa itseään päästää. Helpon nuoruuden eläneellä on oltava tekemistä, joka tuntuu joltakin ja täyttää sisimmän. Jopa trendibaarissa ulkonäöstään ja sujuvasta tilanteen hallinnastaan huolimatta nuori nainen ”*tietää hyvin, miltä marjamättäät tuntuvat jalkojen alla. Hän tekisi mielellään omenahilloa kansasi. Kaupunkilaisuus on vain pintaa. Sisältä olemme metsäläisiä kaikki*” (Rantanen 2008: 40).

Oleellista on, että mökin, omakotitalon tai muun piilopirtin suojissa aivot saavat vapaata ja työ on touhua: ”*Mieli lepää silloinkin, kun kädet ovat työn toubussa*” (2/2008: 24). Maaseutupuuhissa opittuja taitoja voi sopivana yhdistelmänä käyttää oman kokonaispätevyyden lisäämiseen. Sosiaaligerontologian professori Antti Karisto on kommentoinut osuvasti sitä, miten hetkellisessä maaseutuoleskelussa saavutetut tiedot ja taidot muuttuvat työarjessa pääomaksi – tässä lainauksessa ehkä erityisesti miehille: ”*Tuttu kalastaja, sabdintekijä tai peräti saamelaisystävä ovat vahvoja valtreja talvisissa kaupunkikeskusteluissa*” (Rautava 2009).

Erityisesti *Maalla*-lehden juttutyylissä maaseudulla puuhaamista käytetään kuitenkin oman hyvinvoinnin lisäämiseen. Kun koulutetun keskiluokan konkreettinen työ on epämääräistynyt tai se piileksii alihankinta- ja palveluketjuissa ja työtehtävät ovat päällekkäisiä, tätä sekaannusta on työntekijän vain siedettävä sisällään (Vähämäki 2009: 29). Tästä arjesta kaikkialle seuraavasta tunteesta voi haaveilla pääsevänsä pakoon maaseudun askareissa. Myös Martin Phillips (2002) huomauttaa, että gentrifioituneilla maaseutualueilla asuvat olivat jossain määrin halunneet paeta nykyistä kapitalistista kehitystä. Hänen tutkimuksessaan, kuten *Maalla*-lehden muutosjutuissa, muuttajat löysivät itsestään agraarista maalaishenkeä ja käyttivät tätä sosiaalisena identiteettinä, ainakin sen eksoottisena lisänä.

### Estetiikkaa ja elämyksiä

Niin mökki- kuin vakituisekin maalaiselämän kuvaukset rakentuvat lehdessä kansalliskuvasto-

maiselle suomalaisuudelle, sisustukseen keskittyvässä jutuissa myös maalaisranskalaiselle estetiikalle. Maaseutu ja agraariajan suomalaisuus ovat kaihon kohteena. Menneiden aikojen ja paikkojen nostalgisointi ei toki ole vain suomalaismökkeilijän, lehden selaajan tai sen tuottajan piirre. Maantieteilijä David Bell (2005: 150) toteaa, että moni idylli perustuu luonnon, autenttisuuden, romanttisuuden ja yksinkertaisen elämänmuodon tiivistymään, joka on naulattu maalle ja sen asukkaisiin. Kansallisia stereotyyppioita hyödynnetään erityisesti matkailussa (Ruuska & Valkonen 2008), ja maaseutu on kansallisuuden (ja rajatumpien paikallisuuksien) symbolinen paikka useassa maassa (Sharp 1991; Bell 2005: 151; Raento & Brunn 2005). Varsinkin anglosaksisissa maissa maaseutuidyllin tyyliksi ja mauksi kaupallistettuja versioita on lukemattomia (Cloeke 1994). Maaseutuidylli on kuitenkin olemassa vain mielikuvituksessa, symbolisessa maisemassa, ja tällöin se esiintyy nimenomaan urbaanin toisena (Bell 2005: 150).

Bell (2005) huomauttaa pääasiassa anglo-amerikkalaiseen tutkimuskirjallisuuteen perustuen, että idyllimäinen maaseutu on varsin ulossulkeva ja ylellinen paikka, joka myös kiinnittää etniset ja sukupuolten väliset suhteet perinteisille paikoilleen. Suomalainen maaseutu on etnisesti yhä varsin yhtenäinen, joten tästä ei Suomen kontekstissa voi juuri tehdä päätelmiä. Sukupuoli- ja luokkarakenteesta on sen sijaan esitetty pohjoismaisesta näkökulmasta toisenlaisia näkemyksiä ja samalla todettu, että nämä ovat aina paikallisia sosiaalisia konstruktioita. Maantieteilijät Nina Gunnerud Berg ja Gunnel Forsberg (2003) ovat eritelleet brittiläistä maaseutuidyllin käsitettä skandinaavisen perinteen kannalta. Pohjoismaissa maaseutu ei esimerkiksi ole ollut harvojen suurmaanomistajien yksinoikeutta, vaan jokamiehenoikeudet ja pienmaatilojen perinne ovat taanneet konkreettiset ja monipuoliset maaseudulla toimimisen kokemukset isolle osalle väestöä. Näin maaseutu ei myöskään ole ollut vain erityisen eliitin paikka.

*Maalla*-lehti yhdistelee pohjoismaista ”kaikkien maaseutua” sekä makuna ja tyylinä ilmenevää keskiluokkaista, tietyn merkkipaailman mukaista eikä jokaiselle yhtä avointa maaseutua. Työläisammateissa olevien ihmisten esittely on lehdessä vähäisempää mutta kuitenkin mukana ehkä siksi, että monenlainen lukijakunta saisi lehdestä irti jotain, vaikka kohderyhmää ovat keskiluokkaiset tietotyöläiset (myös Puustinen *et al.* 2006: 39–40). Esimerkiksi lehdessä 2/2008 on artikkeli, jonka päähenkilöt ovat sellaisessa luokka-asemassa, että sormien likaantuminen ei ole vain eksoottinen ke-

säpäivien lisä. Toisin kuin suin päin tuntematto- maan ryhtyneet toimistotyöläiset, tämän perheen peltiseppäisiä sanoo, että vanhan talon ostaessaan tietää hankkivansa ikuisen työmaan, ei pelkkiä elämyksiä. Tällä perheellä ei ole keskustakotia, jossa jatkaa siistiä sisäelämää. Kaikki tehdään hitaasti itse, sillä siten säästää kustannuksissa – tämä kuulostaa realistiselta kuvaukselta monen perheen ja ammattiryhmän arjesta, mutta elämäntapalehdissä mahdollisimman edullisesti tekemistä ei yleensä juuri korosteta. Artikkelissa on mahdollista lukea puutalon kunnostus hitaana ja konkreettisenä ja siten ihailtavan etuoikeutettuna työnä.

Maaseutu- ja lomatarinoissa sukupuoliroolit näyttävät yleensä melko joustavilta. Naisella on kädet öljyssä eikä mieskään osaa sisäsyntyisesti rakentaa vaan tekeminen on harjoittelua. Koska tekstien päähenkilöt ovat usein henkisen työn tekijöitä, konkreettinen, ruumiillinen, käsillä tehtävä ja näkyvää tulosta tuottava työ on minuusmatka niin naisille kuin miehillekin. Kun kumpikaan ei näitä töitä etukäteen osaa, ainakaan aluksi ei välttämättä noudateta sukupuolenmukaista työnjakoa. Lehdissä on melko paljon sinkkunaisista kertovia juttuja, ja erityisesti näissä nainen tarttuu suvereenisti kaikkiin töihin. Jos päähenkilönä on mies, hänen tekemiään perinteisiä naisten töitä ei sitä vastoin kuvata. Samalla äsken mainitussa työväenluokkaisesta perheestä kertovassa jutussa työnjako on paljon perinteisempi. Äidin ammattia ei jutussa mainita, mutta ilmi tulee, että työnjako on perheessä perinteisen sukupuolittunut.

### Elämä muuttuu, minuus muuttuu

*Maalla*-lehden joissakin artikkeleissa pääsisältönä on prosessi, jossa oma, ”aito” minä on löydetty piileskelemästä häiritsevän ja vaativan muun aineksen takaa. Kuitenkin tuo kaupungissa ja työssä kertynyt, nyt kielteiseksi merkityksellistynyt aines on ollut tärkeä kasvattaja nyt löydetylle uudelle minuudelle. Helppoa ”aitouden” esillepääsy ei ole, vaan turhan aineksen korjaaminen tieltä pois on kova ponnistus. Elämänsä muuttaneet ihmiset kuvataan erityisen kyvykkäinä, visionäärisinä ja itsensä tuntevina yksilöinä, joilla on rohkeutta tunnistaa perimmäiset haaveensa ja lähteä toteuttamaan niitä. Heidän hyvä itsetuntemuksensa vahvistaa heitä puskemaan eteenpäin. Nimenomaan siksi, että he ovat muuttaneet maalle, he ovat lehden esitysten mukaan vahvoja ihmisiä.

Elämänmuutosjuttujen sisällön voi tiivistää sanontaan *vaikeuksien kautta voittoon*. Kuvattuja maalaiselämän muotoja ei esitetä silkkana onne-

na, vaan haasteita, tiukkoja paikkoja ja epäuskon hetkiä on mukana, mutta lehtijutuille tyypillisesti kerrotaan myös, että niistä on selvitty. Esimerkiksi sopivan paikan löytymisen haasteita kuvataan usein. Samoin kerrotaan, miten paljon kunnostusta paikka vaati mutta miten päähenkilö näki piilevät mahdollisuudet ja oman onnensa avaimet. Ingressit ovat kuvaavia:

*Ennen kuin laulaja Veikko Lavin isoisälle kauan sitten kuuluneen pihapiirin navetta muuttui antiikkimyymäksi ja taidegalleriaksi, Kirsi K:n piti olla rohkea ja vähän hullukin. Kuten unelmien toteuttamisessa aina. (1/2006.)*

*Lasitaitelija Hilka R. muutti elämänsä suunnan keski-ässä. Hän myi kaiken omistamansa polkupyörää lukuun ottamatta, osti rappiorakennuksen kotikylästään ja kunnosti siitä kodin ja ateljeen. (2/2006.)*

*Diplomi-insinööri Jutta C. asettui perheineen pysyvästi maalle. Lampaissa ja mansikoissa riittää työtä, mutta elämänmuutos kannatti. (3/2008.)*

Lähtökohtatilanteita ovat olleet tyytymättömyys entiseen työelämään tai muuhun elämään, jolloin työ on tavalla tai toisella järjestettävä uusiksi, jotta työntekijöiden ohella voimakas vetotekijä eli maaseutuasuminen järjestyisi. Artikkelissa ”Torppa toi ajan takaisin” (2/2005) taustalla ovat negatiiviset muutokset vaimon työssä sairaalassa. Hoivatyön painostava kiire ja kiristynyt tunnelma väsyttivät jutun päähenkilön. Ensivavaksi viikonloppujen latautumista varten vuokrattiin torppa, mistä löytyikin elämäniloa ja mielekkään tekemisen myötä työn iloa. Syksyn tullen paluu ansiotyöhön tuntui edelleen raskaalta, joten vaimo jäi vuorotteluvapaalle. Mies kävi työssä mökiltä käsin. Kun vuorotteluvapaakin loppui, vaimo irtisanoutui työstään ja pari muutti vakituisesti mökille. Sen kunnostustyöt estivät liiat pohdinnat ja katumisen, vaikka muutos ja irtisanoutuminen saivatkin muistelemaan vuosia, jolloin hoitotyö oli antoisaa.

Entinen ja nykyinen tilanne rakennetaan vahvasti vastakohtaisiksi. Jutussa kerrotaan, että vielä kymmenen vuotta sitten pari asui ”*urbaanisti unelmien kerrostalossa Espoon Kivenlahdessa meren äärellä penthouse-tyylisessä kattoasunnossa*” (2/2005: 99). Tällä luodaan taustaa myöhemmän muutoksen rajuudelle – kukapa vaihtaisi Espoon hyvän alueen, hienon talon ja trendikkään huoneiston maaseututorppaan? Ei uupumukseen ajautunut vaimo itsekkään ollut tällaista ajatellut, sillä hän oli

”aina elänyt tasaisesti ja varmasti tavallista elämää oikeassa järjestyksessä. Ensin oli koulu ja opiskelu, ammatti ja sitten turvallinen ja varma virkasubde sairaalassa eläkeikään asti. Näin hän oli ajatellut.” (2/2005: 99, 103.) Tavallinen ja tyylikäs keskiluokaelämä kuitenkin jäi työelämän itsestä riippumattoman muutoksen takia. Useissa elämänvalintajutuissa taakse jätetään entinen tai mahdollinen tuleva, odotettavissa oleva työelämä. Työn suuria trendejä ei ole itse helppo muuttaa; muuta elämäänsä on mahdollista itse enemmän ohjailla. Ammatinvaihtajia lehtiaineiston kautta tarkastellut Hanna Kautiainen (2006: 60) oivaltaa, että ”muutos yhteiskunnassa ja työmarkkinoilla on käynnistänyt heissä yksilötason vastareaktion, ironista kylläkin: muutoksen”.

Monissa jutuissa on paettu entistä työtä, mutta ei työtä sinänsä. Päinvastoin: kyseessä ovat ahkerat ja työteliäät ihmiset. Lehdessä ei anneta kuvaa maaseudusta vain levon ja rauhan paikkana, vaan sielläkin touhutaan koko ajan ja keksitään uutta toimintaa, kun ajatukset saavat muhia päässä. Itselle oikean valinnan tehtyään ei enää kaipaa kaupunkiin eikä ehdi matkustaa tai haaveilekaan siitä. ”Elämysmatkaksi Jutalle riittää, kun hän ajelee traktorilla pellolle” (3/2008: 51), ja ”maalla kuluttaminen vaihtuu olemiseksi” (3/2006: 19). Kuluttamismahdollisuuksia ei toden totta ole kaupunkien lailla, mutta maalla myös todetaan katoavan jatkuvan kuluttamisen tarpeen. Ihminen löytää ilon, onnen ja rauhan idealisti pelkämästä itsensä ja luonnon kanssa olemisesta.

### Lopuksi: työn, kulutuksen ja itsensä toteuttamisen yhteenkuroutuminen

Työelämän prosessit ja erityisesti keskiluokkaisen ihmisten kokemukset niistä sekä maaseudun kuluttaminen ja esittäminen kuroutuvat yhteen *Maalla*-lehdessä. Monissa artikkeleissa maaseutu näyttyy nykykehityssuuntien vastatrendinä: joko hetkittäisenä irtiottona tai radikaalina elämänmuutoksena, mutta molemmissa tapauksissa pakona työstä ja kaupungista. Tilaa, myös maaseutua, tuotetaan sosiaalisesti ja diskursiivisesti, mitä olen tässä kirjoituksessa kuvannut nostalgian värittämänä kulttuurisena gentrifikaationa. Mennyt on tietysti ihannoitu kautta historian. Jo Jean-Jacques Rousseau (1755/2000: 84–85, 107) ihaili luonnollista ihmistä, haikaili paluusta luontoon ja harmitteli 1700-luvun yhteiskuntaa, jossa ihmisen oli oman etunsa takia teeskenneltävä tiettyjä kykyjä ja ominaisuuksia. Myöhemmistä teoreetikoista muun muassa Frankfurtin koulukunnan edustajat

ja Lefebvre (1991) ovat nähneet, että kiivasrytmisen kaupunkielämä sekä teknistyvä ja esineistävä kulttuuri vieraannuttavat yksilöt heidän omaehtoisista haluistaan ja tarpeistaan.

*Maalla*-lehti tarjoaa oman ainutlaatuisen minuuden toimipaikaksi maaseutua. Samalla kun lehti kuvastaa ja tuotteistaa yksilöllisten elämäntyylien, irtiottojen ja oman minuuden löytämistä yksilöllisenä valintana, näiden valintojen kertominen muille on tärkeää lehdelle ja sen lukijoille. Kuluttaminen on siis sosiaalista (esim. Urry 1995: 221). Lehti ilmentää kahtalaista suhdetta kuluttamiseen, sillä se kuvaa nostalgialle rakentuvaa, työn ja elintasokilpailun hallitsemaalle arjelle vaihtoehtoista elämisen tapaa mutta on samalla itse aika-kauteemme sopiva, voittoa tavoitteleva kaupallinen tuote (myös Gough-Yates 2003, sit. Töyry 2006: 222). Se on tehnyt maaseudusta omiin tarkoituksiinsa sopivan tuotteen ja tarjoaa sitä sellaiselle lukijajoukolle, joka oletettavasti haluaa maaseudusta tiettyjä elementtejä, kuten maalaismaisemaa, luontoa, perinnettä ja aidoksi miellettyä yhteisöllisyyttä (esim. Woods 2005: 172–185). Lehteä tarjotaan hankittavaksi, ja samalla tarjotaan paikkaa eli hyvin laajasti määrittyvää maaseutua kulutettavaksi. Sitä tehdään valikoivasti poimien maaseudusta elementtejä yksilöllisiin tarpeisiin sopivasti.

Nykyisen työelämän vaatimusten aiheuttama tyytymättömyys ja epämukavuuden tunne, joka ilmenee lähes epidemiaksi saakka stressinä, uupumuksena ja masennuksena (esim. Julkunen 2008; Tontti 2008), saa monet haaveilemaan maaseutumaisesta elämänmenosta. Jälkimodernin ajan ihannehminen ei voittopuolisesti enää ole protestanttinen raataja vaan hedonistinen nauttija, jolla on vapaa-aikaa ja kulutusperustainen identiteetti (Urry 1995: 212), vaikka tämä ei identiteetin kantajalle onnea takaakaan. Elämme brändien hallitsemaa aikaa, jossa paikkoja ja niihin liittyviä kulttuureja tuotteistetaan ja muokataan. Samalla paikkoja nostalgisoidaan: maaseutu ei ole joutunut pahoinvointia tuottavan ajan saastuttamaksi (Woods 2005). *Maalla*-lehden perustaminen Suomessakin heijastelee sitä, että maalle haluamisen ilmiö on kaupallisesti kannattavan kokonaisen joukon kiinnostuksen kohteena. Historiallisen maantieteen tunnettu nimi David Lowenthal (1985: 8) on sanonut nostalgian olevan muistia, josta kipu on poistettu. Suomalaisessa kansallisessa maaseutusuhhteessa tämä voisi tarkoittaa, että agraarisesta menneisyyttä ei vältellä tai häpeillä vaan jopa päinvastoin: maalle halutaan paeta. Kun monilla ihmisillä ei olekaan enää henkilökohtaista maaseututaustaa, siihen liitetty henkiset kasvukivut



hellittävät. Siksi maaseutu voidaan nähdä – kuten *Maalla*-lehdessä – romanttisena, eksoottisena, nostalgisena ja stereotyyppisenä haaveiden paikkana. Siellä näyttää kauniilta, ja siellä on paljon konkreettista ja mielekästä työtä tehtävänä. Siellä on tilaa ja mahdollisuuksia toteuttaa omia visioitaan, löytää syvin minuutensa ja tutustua uudelleen vierantuneeseen itseensä.

Yleisesti maaseudun kuluttaminen liitetään matkailuun, jolloin maaseutua ja sen tarjoamia (kulttuuri)tuotteita tullaan kuluttamaan turisteina. *Maalla*-lehdessä kuvataan kuitenkin myös ihmisiä, jotka ovat halunneet saada maaseudun arkiseksi ympäristökseen, vaikka omakohtaista maalla asuminen historiaa ei välttämättä ole takana. Elämänmuutokset näyttävät yksilöllisiltä ratkaisuilta aikana, jolloin työelämän syvempiä epämukavuuksia ei pystytty tai edes haluta yrittää muuttaa. Ratkaisuja ei jäljitetä pitkällä aikavälillä eikä kovin yksityiskohtaisesti: lehteä seuraamalla ei selviä, kääntyykö esimerkiksi tuoreen työvaltaisen alan yrittäjän elämä kokonaisvaltaisesta tyydytyksestä ajan myötä rankaksi ja pakkotahtiseksi. Yksilökeskeisessä yhteiskunnassa *Maalla*-lehden minuumatkojen kuvaukset ja lukijan samastuminen niihin ovat osa aikamme identiteettityötä. Tietyn paikan, ”maaseudun”, ja lukijan siihen liittämien ominaisuuksien helliminen tarjoaa ennen kaikkea mentaalisen pakopaikan epämukavuutta aiheuttavasta, pakkotahtisesta arjesta. Samalla maaseutu, tai ainakin lehden tarjoama kuva siitä, muuttuu erityisesti kulttuurisilta merkityksiltään. Etäisyys ei tarkoita fyysistä matkaa vaan maalainen voi olla ajasta ja paikasta riippumatta, myös hetkellisesti.

### Kiitokset

Artikkeli on kirjoitettu osana Suomen Akatemian Työn ja hyvinvoinnin tulevaisuus -tutkimusohjelman hanketta Sukupuolten tasa-arvo, emotionaalinen ja esteettinen työ ja hyvinvointi työssä (nro 1124327).

### Alaviitteet

1. Suomessa alkoi vuoden 2008 lopussa ilmettyä myös toinen maaseutuaiheinen aikakauslehti: ruotsalaiskustantaja LRF Median AB:n *Maalaisunelma*, jonka suora esikuva on ruotsalainen *Lantliv*. Selailun perusteella siinä on hyvin paljon samaa kuin *Maalla*-lehdessä: tunnettujen henkilöiden haastatteluja, unelmatalojen esittelyjä, sisustus-, puutarha- ja ruokavinkkejä. Kuvallisuutta ja mainosmaisia vinkkipalstoja on kenties enemmän

kuin *Maalla*-lehdessä, artikkeleita vähemmän. Lehti pyrkii tarjoamaan ”*ripauksen luksusta tavaliseen arkeen*” (Maalaisunelma 2009).

### Lähteet

- Ahponen, Pirkkoliisa & Järvelä, Marja (1983). *Maalta kaupunkiin, pientalalta tehtaaseen. Tehdastyöläisten elämäntavan muutos*. WSOY, Helsinki.
- Bell, David (2005). Variations on the rural idyll. Teoksessa Woods, Michael (toim.) *Rural geography. Processes, responses and experiences in rural restructuring*. Sage, London, 149–160.
- Berg, Nina Gunnerud & Forsberg, Gunnel (2003). Rural geography and feminist geography: discourses on rurality and gender in Britain and Scandinavia. Teoksessa Öhman, Jan & Simonsen, Kirsten (toim.) *Voices from the North. New trends in Nordic human geography*. Ashgate, Aldeshot, 173–190.
- Berger, Peter & Luckmann, Thomas (1994). *Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen*. Vastapaino, Tampere.
- Binkley, Sam (2008). Liquid consumption. Anti-consumerism and the fetishized de-fetishization of commodities. *Cultural Studies* 22:5, 599–623.
- Caulfield, Jon (1994). City form and everyday life: Toronto's gentrification and critical social practice. University of Toronto Press, Toronto, Buffalo & London.
- Chaney, David C. (2001). From ways of life to lifestyle: rethinking culture as ideology and sensibility. Teoksessa Lull, James (toim.) *Culture in the communication age*. Routledge, London, 75–87.
- Cloke, Paul (1994). (En)culturing political economy: a life in the day of a “rural geographer”. Teoksessa Cloke, Paul, Doel, Marcus, Matless, David, Phillips, Martin & Thrift, Nigel *Writing the rural. Five cultural geographies*. Paul Chapman, London, 149–190.
- Duenckmann, Florian (2010). The village in the mind: applying Q-methodology to re-constructing constructions of rurality. *Journal of Rural Studies* 26:3, 284–295.
- Fairclough, Norman (1997). *Miten media puhuu*. Vastapaino, Tampere.
- Gough-Yates, Anna (2003). *Understanding women's magazines. Publishing, markets and readership*. Routledge, London.
- Granberg, Leo (2004). Joka niemeen, notkoon... Teoksessa Markkola, Pirjo (toim.) *Suomen maatalouden historia III: suurten muutosten aika. Jälleenrakennuskaudesta EU-Suomeen*. SKS, Helsinki, 422–423.
- Halfacree, Keith (1995). Talking about rurality: social representations of the rural as expressed by residents of six English parishes. *Journal of Rural Studies* 11:1, 1–20.
- Halfacree, Keith (1997). Contrasting roles for the post-productivist countryside: a postmodern perspective on counterurbanisation. Teoksessa Cloke, Paul & Little, Jo (toim.) *Contested countryside cultures: otherness, marginalisation and rurality*. Routledge, London, 109–122.
- Haanpää, Minni & Veijola, Soile (2006). *Hiljaisuuden tuoteistaminen Lapin matkailussa*. Monitieteinen proseminaaritö. LEO / Lapin yliopisto, Rovaniemi.
- Hochschild, Arlie (1997). *The time bind. When work becomes home and home becomes work*. Metropolitan Books, New York.

- Hodgkinson, Tom (2006). *Joutilaisuuden ylistys*. Basam Books, Helsinki.
- Holvas, Jakke & Vähämäki, Jussi (2005). *Odotustila. Pamfletti uudesta työstä*. Teos, Helsinki.
- Hyvärinen, Matti & Löyttyniemi, Varpu (2005). Kerronnallinen haastattelu. Teoksessa Ruusuvuori, Johanna & Tiittula, Liisa (toim.) *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Vastapaino, Tampere, 189–222.
- Jauhiainen, Jussi S. (1997). *Urban development and gentrification in Finland. The case of Turku*. *Scandinavian Housing & Planning Research* 14:2, 71–79.
- Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi (1999). Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta. Teoksessa Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Vastapaino, Tampere, 54–97.
- Julkunen, Raija (2008). *Uuden työn paradoksit. Keskusteluja 2000-luvun työprosess(e)ista*. Vastapaino, Tampere.
- Kautiainen, Hanna (2006). Työelämän selviytyjät uusilla urilla – ammatinvaihtajat suomalaisissa aikakauslehdissä. Julkaisematon yhteiskuntapolitiikan pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto. 14.9.2010, <http://urn.fi/URN:NBN:fi:juyu-2007358>
- Lefebvre, Henri (1991). *The Production of Space*. Basil Blackwell, Oxford.
- Lehdistötiedote (2004). Uusi Maalla-lehti esittelee lomamasentomessujen sisustuksen. 14.9.2010, [http://www.asuntomessut.fi/uutiset/lehdistotiedotteet/vuosi2004/fi\\_FI/maalla/](http://www.asuntomessut.fi/uutiset/lehdistotiedotteet/vuosi2004/fi_FI/maalla/)
- Levikkitiedote (2010). Tarkastettujen lehtien levikeissä ei merkittäviä muutoksia. 14.9.2010, <http://www.levikintarkastus.fi/uutisia/Levikkitiedote2010.pdf>
- Lowenthal, David (1985). *Past is a foreign country*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Lüthje, Monika (2005). Se mukava maaseutu siellä jossain. Maaseutumatkailu kokemusten, mielikuvien ja markkinoinnin kohteena. *Acta Universitatis Lapponiensis* 91, Rovaniemi.
- Maalaisunelma (2009). Ilmoitushinnasto 2009. 14.9.2010, [http://www.markkansi.fi/pdf/2009/fi\\_maalaisunelma.pdf](http://www.markkansi.fi/pdf/2009/fi_maalaisunelma.pdf)
- Malinen, Pentti, Kytölä, Liisa, Keränen, Heikki & Keränen, Reijo (2006). Suomen maaseututyypit 2006. *Maa- ja metsätalousministeriö* 7/2006.
- Massey, Doreen (2008). *Samanaikainen tila*. Vastapaino, Tampere.
- Otavamedia (2010). Maalla-lehti huikeassa kasvussa. 14.9.2010, <http://mediatiedot.otavamedia.fi/mediauutiset/maalla-lehti-huikeassa.aspx>
- Palin, Tutta (2004). *Oireileva miljöömuotokuva. Yksityiskohdat sukupuoli- ja säätyhierarkian haastajina*. Kustannus Oy Taide, Helsinki.
- Phillips, Martin (2002). The production, symbolization and socialization of gentrification: impressions from two Berkshire villages. *Transactions of the Institute of British Geographers* 27:3, 282–308.
- Phillips, Martin (2004). Other geographies of gentrification. *Progress in Human Geography* 28:1, 5–30.
- Phillips, Martin, Fish, Rob & Agg, Jennifer (2001). Putting together ruralities: towards a symbolic analysis of rurality in the British mass media. *Journal of Rural Studies* 17:1, 1–27.
- Pitkänen, Kati & Kokki, Ruut (2005). Mennäänkö mökille? Näkökulmia pääkaupunkilaisten mökkeilyyn Järvi-Suomessa. *Savonlinnan koulutus- ja kehittämiskeskuksen julkaisuja* n:o 11.
- Puustinen, Liina, Ruoho, Iris & Mäkelä, Anna (2006). Feministisen mediatutkimuksen näkökulmat. Teoksessa Puustinen, Liina, Ruoho, Iris & Mäkelä, Anna (toim.) *Sukupuolishow. Jobdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Gaudeamus, Helsinki, 15–44.
- Raento, Pauliina & Brunn, Stanley D. (2005). Visualizing Finland. Postage stamps as political messengers. *Geografiska Annaler Series B* 87:2, 145–163.
- Rantanen, Laura (2008). Maan ystävät. *Trendi* 9, 40.
- Rautava, Timo (2009). Kuin silloin ennen. *Helsingin Sanomat* 19.4.2009, F1.
- Rautiainen-Keskustalo, Tarja (2008). Marginaalista menestystarinaksi. Suomalainen populaarimusiikki ja myöhäismoderni kulttuuri. *Kulttuurintutkimus* 25:2, 25–34.
- Rousseau, Jean-Jacques (1755/2000). *Tutkielma ihmisten välisen eriarvoisuuden alkuperästä ja perusteista*. Vastapaino, Tampere.
- Ruuska, Petri & Valkonen, Jarno (2008). Pohjoisen safariopaat kansallisten kategorioiden käyttäjinä. *Kulttuurintutkimus* 25:1, 3–16.
- Sennett, Richard (2002). *Työn uusi järjestys*. Vastapaino, Tampere.
- Siivonen, Jonita (2006). Lohduttaja ja piinaava naistenlehti. Teoksessa Puustinen, Liina, Ruoho, Iris & Mäkelä, Anna (toim.) *Sukupuolishow. Jobdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Gaudeamus, Helsinki, 226–243.
- Short, John Rennie (1991). *Imagined country: environment, culture, and society*. Routledge, London.
- Siltala, Juha (2004). *Työelämän huonontumisen lyhyt historia*. Otava, Helsinki.
- Siltala, Juha (2007). *Työelämän huonontumisen lyhyt historia. Mukana uudet huononukset*. Otava, Helsinki.
- Skeggs, Beverley (2004). *Class, self, culture*. Routledge, London.
- Soper, Kate (2008). Alternative hedonism, cultural theory and the role of aesthetic revisioning. *Cultural Studies* 22:5, 567–587.
- Thomas, Lyn (2008). Alternative realities. Downshifting narratives in contemporary lifestyle television. *Cultural Studies* 22:5, 680–699.
- Tontti, Jukka (2008). *Monimielinen masennus. Arjen reseptiä elämäntaudin hoitoon*. Vastapaino, Tampere.
- Töyry, Maija (2006). Käytösoppaasta naistenlehteen. Teoksessa Puustinen, Liina, Ruoho, Iris & Mäkelä, Anna (toim.) *Sukupuolishow. Jobdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Gaudeamus, Helsinki, 207–225.
- Urry, John (1995). *Consuming places*. Routledge, London.
- Vepsäläinen, Mia & Pitkänen, Kati (2010). Second home countryside. Representations of the rural in Finnish popular discourses. *Journal of Rural Studies* 26:2, 194–204.
- Vuolteenaho, Jani (2001). Työn lopun kaupunki. Arjen maantiede, työttömyys ja kulttuurinen muutos. *Nordia Geographical Publication* 30:3.
- Vähämäki, Jussi (2003). *Kuuhurien kerho*. Tutkijaliitto, Helsinki.
- Vähämäki, Jussi (2009). *Isen alistus. Työ, tuotanto ja valta tietokyykkapitalismissa*. Tutkijaliitto & Like, Helsinki.
- Väisänen, Marjaana (2008). Paluu juurille – Sivakka ja Rasimäki lomalaisten kohtauspaikkoina. Teoksessa Knuuttila,

- Seppo, Rannikko, Pertti, Oksa, Jukka, Hämynen, Tapio, Itkonen, Hannu, Kilpeläinen, Heidi, Simula, Mikko, Vakimo, Sinikka & Väisänen, Marjaana *Kylän paikka. Uusia tulkintoja Sivakasta ja Rasimäestä*. SKS, Helsinki, 208–225.
- Woods, Michael (2005). *Rural geography. Processes, responses and experiences in rural restructuring*. Sage, London.
- Ylä-Anttila, Pekka (2005). *Suomi kansainvälisessä työnjaossa – toimialojen ja klustereiden kilpailukyky ja kasvupotentiaali*. Taustapaperi Kestävän kulutuksen ja tuotannon toimikunnalle 2005. 14.9.2010, <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=37614>
- Ympäristöministeriö (2006). *Kilpailukykyä, hyvinvointia ja ekotehokkuutta. Suomen aluerakenteen ja alueidenkäytön kehityskuva. Suomen ympäristö 31*, Helsinki. 14.9.2010, <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=55618&lan=fi>