

Kulutustutkimus.Nyt

Vol 13 No 2 / 2019

Kuluttaja yksilönä ja osana yhteisöjä

Kokeilemalla kestäviin energiakäytäntöihin - yksin vai yhdessä?

Perheen kanssa teatterissa. Lapsuudenperheen ylläpitäminen yhteisellä teatterin kulutuksella

Kuluttajan psykologinen voimaantuminen

Lectio praecursoria: Managing Circular Business Models: Essays on Customer Value Creation, Dynamic Capabilities and Value Networks in the Circular Economy

Kirja-arvio: "Naiseni on oma itsensä". Rakennettu luonnollisuus, ruumiilliset kulutustuotteet ja nuorten sukupuolten murros 1961–1973.

English abstracts

Kulutustutkimus.Nyt

on Kulutustutkimuksen seura ry:n julkaisema monitieteelliseen kulutustutkimuksen keskittyvä tieteellinen lehti. Lehden tarkoituksena on edistää kulutuksen, kuluttajakäyttäytymisen ja kotitalouden monitieteistä tutkimusta ja sen käyttöä sekä siihen perustuvaa keskustelua.

Lehdessä julkaistaan aikaisemmin julkaisemattomia, kulutustutkimuksen ajankohdaisia kysymyksiä ja teemoja käsitteleviä empiirisiä, teoreettisia ja metodologisia tieteellisiä artikkeleita. Julkaistavat kirjoitukset valitaan tieteellisin perustein ja ne läpikäyvät arviointiprosessin.

Lehden toimituskunta koostuu Kulutustutkimuksen seura ry:n hallituksen jäsenistä, ja lehden päätoimittajana toimii seuran hallituksen puheenjohtaja.

Julkaistavaksi ehdotettavat artikkelikäsi-kirjoitukset lähetetään journal.fi/kulutustutkimus -sivuston kautta. Kirjoitusohjeet löytyvät verkosta osoitteesta <http://www.kulutustutkimus.net>.

Päätoimittaja 2019

Outi Uusitalo
professori
Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu

Muut toimituskunnan jäsenet

Visa Heinonen
professori
Helsingin yliopisto
kuluttajaekonomian oppiaine

Hanna Leipämaa-Leskinen
apulaisprofessori
Vaasan yliopisto
Kauppatieteellinen tiedekunta
Markkinoinnin laitos

Petteri Repo
yliopistotutkija, dosentti
Helsingin yliopisto
Kuluttajatutkimuskeskus

Eliisa Kylkilähti
tutkija
Helsingin yliopisto

Tarja Hatakka
yliaktuaari
Tilastokeskus

Elina Närvänen
yliopistonlehtori
Tampereen yliopiston
johtamiskorkeakoulu

Toimitussihteeri

Tiina Kemppainen
tohtorikoulutettava
Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu

Kulutustutkimus.Nyt

Kulutustutkimuksen seuran julkaisu

Pääkirjoitus	4
Kokeilemalla kestäviin energiakäytäntöihin - yksin vai yhdessä?	6
Perheen kanssa teatterissa. Lapsuudenperheen ylläpitäminen yhteisellä teatterin kulutuksella	30
Kuluttajan psykologinen voimaantuminen	48
Lectio praecursoria: Managing Circular Business Models: Essays on Customer Value Creation, Dynamic Capabilities and Value Networks in the Circular Economy	66
Kirja-arvio: "Naiseni on oma itsensä". Rakennettu luonnollisuus, ruumiilliset kulutustuotteet ja nuorten sukupuolten murros 1961–1973.	71
English abstracts	74

Pääkirjoitus

Kuluttaja yksilönä ja osana yhteisöjä

Eliisa Kylkilahti, Jenniina Sihvonen ja
Outi Uusitalo

Kulutustutkimuksessa on kyse kuluttajan hyvinvoinnista, kotitalouksien kestävästä käytännöistä, muuttuvista perheistä, arjesta ja vapaa-ajasta. Koska kiinnostuksen kohteena on laaja kirjo erilaisia kulutuksen ilmiöitä, kentän syvempi ymmärrys edellyttää erilaisia näkökulmia, teorioita ja menetelmiä. Innovatiivista kulutustutkimusta tarvitaan niin kuluttajia ja kulutuksen ilmiöitä valottavien käsitteiden jäsentämiseen kuin kehittämään keinoja kannustaa kuluttajia muutokseen.

Kulutustutkimus.Nyt -lehden numerossa 2/2019 kulutustutkimuksen moninaisista näkökulmista esiin nousevat yhtäältä kuluttaja itsenäisenä ja voimaantuneena toimijana, toisaalta osana yhteisöjään ja kulttuuriaan sekä niiden rakentamista. Etenkin kestävyuden teemoissa havaitaan uusien sosiaalisten käytäntöjen merkitys yhteiskunnallisena muutosvoimana.

Kaisa Matschoss kollegoineen tarkastelevat artikkelissaan *Kokeilemalla kestäviin energiakäytäntöihin – yksin vai yhdessä?* sitä, miten erilaiset kokeilut kannustavat energiankulutuksen muutoksiin. Vaikka tarkasteltavana ovat kotiin sijoittuvat kuluttajien lämmitys- ja pyykinpesukäytännöt, tutkimuksessa tartutaan kokeilujen kautta kuluttajien ja kotitalouksien välisen yhteisöllisyyden ulottuvuuteen. Artikkelia voi lukea myös menetelmällisen kiinnostuksen kautta; tämä käytäntöteoreettisesti asemoitunut tutkimus yhdistelee erilaisia toisiaan täydentäviä määrällisiä ja laadullisia aineistoja.

Artikkelissaan *Perheen kanssa teatterissa - Lapsuudenperheen ylläpitäminen yhteisellä teatterin kulutuksella* Jani Varpan tutkimuskohteena on teatterissa käyminen perhettä rakentavana vapaa-ajan kulutuskäytäntönä. Artikkelit tuo esiin, miten erityisesti aikuistuvien nuorten ja äitien välinen perhesuhde rakentuu kodin ulkopuolella ja kietoutuu kulttuuripääoman uusintamiseen.

Samuel Pihan *Kuluttajan psykologinen voimaantuminen* -käsitteanalyysissä liikutaan yksilöllisellä, sosiaalisella ja institutionaalisella tasolla ja ammennetaan teoreettisia välineitä antiikin ajatuksista. Artikkelit erittelee ja asemoi aiempaa tutkimusta kuluttajan voimaantumisen ja antaa suuntaviivoja tulevalle tutkimukselle

aihepiirin parissa. Artikkelit kannustaa meitä kulutustutkijoita käymään tieteenfilosofisia pohdintoja siitä, mitä seurauksia usein tavoiteltavana pidetyllä kuluttajan vallan lisääntymisellä voi olla.

Tässä numerossa julkaistaan myös Erwan Mouazanin lektio *Managing Circular Business Models: Essays on Customer Value Creation, Dynamic Capabilities and Value Networks in the Circular Economy*. Lisäksi Visa Heinonen arvioi Matleena Friskin väitöskirjan "*Naiseni on oma itsensä*". *Rakennettu luonnollisuus, ruumiilliset kulutustuotteet ja nuorten sukupuolten murros 1961–1973*.

Lehti kutsuu kirjoittajia tarjoamaan artikkelikäsikirjoituksia. Käsikirjoituksia voi lähettää toimituskunnalle milloin tahansa osoitteessa journal.fi/kulutustutkimus.

Lukailoa Kulutustutkimus.Nyt-lehden parissa!

Päätoimittajatiimi

Eliisa Kylkilahti, Jenniina Sihvonen & Outi Uusitalo



Kokeilemalla kestäviin energiakäytäntöihin - yksin vai yhdessä?

Kaisa Matschoss, Tuija Kajoskoski, Senja Laakso, Eeva-Lotta Apajalahti, Eva Heiskanen ja Virve Luomaniemi

ABSTRAKTI

Tässä artikkelissa tarkastelemme kestävästä kulutuksesta kokeilua, jossa kotitaloudet kokeilivat keinoja vähentää energiankulutusta kahdessa arkisessa käytännössä, lämmityksessä ja pyykinpesussa. Koska yhteisön tuen merkitystä kulutuksen muutoksessa on painotettu kirjallisuudessa, kokeilun tutkimusasetelmana oli vertailla kotitalouksien mahdollisuuksia muuttaa käytäntöjään joko yksinään tai osana kotitalouksista muodostettua yhteisöä. Kokeilu toteutettiin samanaikaisesti kahdeksassa eri maassa syksyllä 2018. Tässä artikkelissa analysoimme sitä, eroaako yhteisöllinen kokeilu käytäntöjen tai energian kulutuksen muutosten osalta yksilöllisestä kokeilusta, ja miten osallistujat kokivat yhteisöllisyyden yrittäessään muuttaa käytäntöjään. Tutkimuksemme perustuu laajaa määrällistä aineistoa sekä Suomea koskevaa laadullista aineistoa yhdistelevään lähestymistapaan kulutuskäytäntöjen muuttamisen mahdollisuuksista. Tutkimuksemme osoittaa, että yhteisöllinen ja yksilöllinen lähestymistapa voivat tuottaa erilaisia tuloksia. Syyt liittyvät yhteisöstä saatavaan vertaistukeen, sosiaaliseen oppimiseen ja mahdollisuuteen haastaa sosiaalisia normeja.

Johdanto

Ilmastonmuutos ja ylikulutus suhteessa luonnon järjestelmien kantokykyyn on ongelma, johon etsitään kiivaasti ratkaisuja (esim. Rockström ym., 2009). Yksi suurista yhteiskunnallisista haasteista on siirtyminen kestävämpään energiankäyttöön. Kotitalouksien energian käytön tavat ovat yksi osa ongelmaa - ja sen ratkaisua. Kotitalouksien käytäntöihin liittyvä energiatutkimus onkin yleistynyt viime vuosien aikana (Corsini ym., 2019). Energiajärjestelmien muuttuessa kuluttajien roolin odotetaan yhä kasvavan heidän ryhtyessään energian tuottajiksi kuluttamisen ohella (e.g. Ruggiero ym., 2015; Haukkala, 2019; Summerton, 2004). Myös uudenlaisten energiapalveluiden ja energiankäyttötapojen odotetaan yleistyvän markkinoilla (Hörisch, 2018; Kallio, 2019; Söyrinki ym., 2018).

Kotitaloudet käyttävät energiaa kotonaan hankkiakseen, säilyttääkseen ja valmistakseen ruokaa, pestäkseen vaatteita ja peseytyäkseen, katsoakseen televisiota ja rentoutuakseen, monien muiden kotoisten rutiinien joukossa, ja näitä tapoja ohjaavat monenlaiset tekijät. Esimerkiksi kodin lämmitykseen liittyy erilaisia kulttuurisia käsityksiä siitä, mikä on miellyttävä lämpötila tai millaisia

lämpötilaeroja eri asuintilojen välillä hyväksytään. Myös sosiaaliset merkitykset vaikuttavat energian käyttöön: esimerkiksi puhtauteen liittyvät normit ohjaavat peseytymisen ja pyykinpesun tapoja ja siten niihin kuluvan energian tarvetta. Näiden lisäksi infrastruktuuri ja muut materiaaliset olosuhteet vaikuttavat omalta osaltaan siihen, kuinka paljon energiaa kodeissa käytetään, kuten myös mahdollisuuksiin vähentää kodin energiankulutusta (Gram-Hanssen, 2017). Nämä kaikki edesauttavat arkipäivän toimien rutinoitumista, mikä voidaan nähdä esteenä käyttäytymisen muutokselle. Muutos arkisissa toimissa vaatii kyseisen toiminnan reflektointia, joka rutiineissa ei ole sisäänrakennettuna. Rutiineja voidaan kuitenkin haastaa ja siten tutkia, kuinka siirtymää ekologisesti kestäväan elämäntapaan voisi helpottaa (Id ja Laaksonen, 2012).

Tässä artikkelissa tarkastelemme kestäväan kulutuksen kokeilua, jossa 308 eurooppalaista kotitaloutta yhteensä kahdeksassa maassa¹ (Irlanti, Englanti, Hollanti, Saksa, Suomi, Sveitsi, Tanska ja Unkari) pyrkivät vähentämään arkista energiankulutusta lämmityksessä ja pyykinpesussa. Lämmityksen osuus eurooppalaisten kotitalouksien energiankulutuksesta on merkittävä, keskimäärin 78 prosenttia (EC, 2016) ja pyykinpesu puolestaan on lisääntynyt huomattavasti Euroopassa viimeisen viidenkymmenen vuoden aikana. Tämä on seurausta muun muassa teknologian kehityksestä, joka on tuonut mukanaan pesemisen helppouden ja edullisuuden, mutta samalla kasvattanut puhtausvaatimuksia (Shove, 2003). Tällä hetkellä kotitaloudet Euroopassa pesevät pyykkiä keskimäärin 3,8 kertaa viikossa (Schmitz ja Stamminger, 2014). Kokeilu perustuu niin sanottuun living lab -lähestymistapaan, jossa tutkimusta uusien ratkaisujen käyttöönotosta tehdään yhdessä käyttäjien ja muiden toimijoiden kanssa kokeillen tavallisen arjen kontekstissa (Schliwa ja McKormick, 2016). Näin pyrimme löytämään erilaisia keinoja vähentää arkista energiankulutusta sekä ymmärtämään ja haastamaan energiankäytön taustalla vaikuttavia tekijöitä.

Eriyistä kokeilussa oli se, että osallistujat jaettiin kahteen ryhmään: kotitaloudet pyrkivät muuttamaan rutiinejaan joko itsenäisesti tai osana yhteisöä, joka muodostettiin kokeilussa asuinpaikkaan perustuen. Aiemmassa kirjallisuudessa on havaittu, että kontekstilla, jossa interventio toteutetaan, on merkitystä sen lopputuloksille (Breukers ym., 2011; Heiskanen ym., 2015). Kotitalouksien energiankulutukseen liittyvät interventiot ovat yleensä kohdistuneet yksittäisiin toimiin, kuten tiedon lisäämiseen tai teknisiin ratkaisuihin (Spurling ym., 2013), mutta tutkimuksia, joissa tarkastellaan energian kulutukseen liittyviä sosio-kulttuurisia tapoja yhteisöissä, on yhä vähän (Shove ym., 2012). Empiirisiä tarkasteluja, joilla yhteisöllisyyden merkitystä pyrittäisiin selvittämään kokeilullisessa living lab -asetelmassa useassa maassa, ei myöskään juuri ole. Tämän artikkelin tarkoitus on analysoida sitä, *eroaako yhteisöllinen kokeilu käytäntöjen tai energian kulutuksen muutosten osalta yksilöllisestä kokeilusta, ja miten osallistujat kokivat yhteisöllisyyden yrittäessään muuttaa käytäntöjään.*

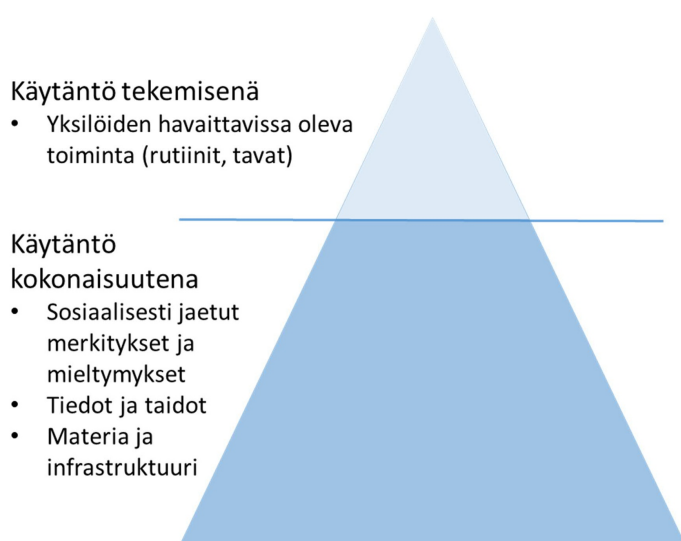
¹ Kokeilu toteutettiin Euroopan komission rahoittamassa ENERGISE-projektissa: www.energise-project.eu (GA 727642).

Pohdimme myös tulosten merkitystä mahdollisten tulevien tutkimusten ja interventiohankkeiden näkökulmasta.

Seuraavaksi tarkastelemme aiemman tutkimuskirjallisuuden näkökulmia siihen, mitä käytännöt ovat ja miten niitä voidaan muuttaa. Kolmannessa luvussa esittelemme kokeilun tutkimuskohteena sekä aineiston, jota hyödynnämme analyysissä. Neljännessä luvussa esittelemme tutkimustulokset osoittaen, että yhteisöllinen ja yksilöllinen kokeilu voivat tuottaa erilaisia tuloksia. Viimeisessä luvussa keskustelemme havainnoista ja pohdimme, mitä tutkimustuloksista voidaan oppia.

Teoreettinen tausta

Kotitalouksissa tapahtuvia arkisia, rutinoituneita tapoja ja toimintoja kuvataan usein käytäntöinä ja kulutusta voidaan käsitteellistää käytäntöjen kautta (esim. Alhonnoro, 2014, Hargreaves, 2011; Sahakian ja Wilhite, 2014; Warde, 2005). Käytäntöteoriassa käytännöt nähdään kulttuurisesti jaettuina kokonaisuuksina, joita toistetaan ja ylläpidetään tekemisen kautta (Schatzki, 1996; Warde, 2005). Käytännöt kokonaisuuksina muodostuvat muun muassa infrastruktuureista, teknologioista ja muista materiaalisista elementeistä, sekä yhteiskunnallisesti jaetuista ymmärryksistä siitä, millainen toiminta on normaalia ja sopivaa (kuviot 1, myös esim. Gram-Hanssen, 2011; Spurling ym., 2013). Tavat ja rutiinit, kuten se, miten pesemme pyykkiä, ovat käytäntöjen arkisia ilmentymiä sekä keskeisiä arjen jäsentäjiä, joita tarkastelemalla voidaan ymmärtää kulutuksen säännönmukaisuutta (Heinonen, 2012, Sahakian ja Wilhite, 2014). Samaa käytäntöä voidaan kuitenkin toteuttaa hyvin eri tavoin: eri ihmiset voivat liittää eri merkityksiä samaan käytäntöön tai toteuttaa käytäntöä erilaisten materiaalistien elementtien avulla - esimerkiksi pyykinpesu on hyvin vakiintunut käytäntö, jota kuitenkin toteutetaan mitä moninaisimmin tavoin (Shove ym., 2012). Tällaisen monimuotoisuuden ja kokeilemisen kautta käytännöt voivat myös muuttua ja uudet käytännöt levitä



Kuvio 1. Käytäntöjen elementit (sovitettu Spurling ym., 2013, s. 8 mukaan)

yhteisössä (Närvänen, 2014; Shove ja Pantzar, 2005; Shove ja Walker, 2010; Warde, 2005). Näin käytäntö tekemisenä ja käytäntö kokonaisuutena ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa.

Käytännöt ovat kontekstiin sidottuja, jolloin ne määrittyvät omien sosiaalisten, kulttuuristen ja rakenteellisten dynamiikkojensa, mutta myös niitä toteuttavien ihmisten oppimisen ja päämäärien kautta (Backhaus ym., 2015; Sahakian ja Wilhite, 2014). Jaetut, paikkaan ja teknologian kehitykseen sidotut rakenteet ohjaavat ihmisten jokapäiväisiä valintoja ja valinnanmahdollisuuksia – esimerkiksi sitä, onko asukkaalla käytössään taloyhtiön pyykkitupa, vai onko asukkaan järjestettävä pyykinpesumahdollisuudet itse. Sosiaaliset suhteet puolestaan varmistavat, että kyseiset käytännöt säilyvät oppimisen kautta ja että käytäntöjä jäljennetään, mutta toisaalta ne mahdollistavat myös käytäntöjen kollektiivisen kyseenalaistamisen ja haastamisen (Davies ja Doyle, 2015; Hargreaves, 2011; Kent, 2015; Laakso, 2017).

Käytäntöihin tarttuvan intervention tarkoituksena on horjuttaa, uudelleen järjestää, innovoida, uudelleen suunnata tai muuten muokata käytäntöä tekemisenä ja sitä myöten myös haastaa käytäntöjä kokonaisuutena (Spurling ym., 2013; Strengers ym., 2015). Käytäntöteoriaan perustuvat interventiot pyrkivät muuttamaan käytäntöjen toteuttamista esimerkiksi kotitalouksissa tai työpaikoilla (Evans ym., 2012; Welch, 2016). Näin ne tarttuvat keskeiseen heikkouteen perinteisissä energiansäästöinterventioissa, jotka ovat keskittyneet käytäntöjen yksittäisiin elementteihin esimerkiksi teknisten innovaatioiden tai tiedon jakamisen kautta: kuluttajia on ohjattu valitsemaan kestävämpiä vaihtoehtoja tai kuluttamisesta on teknologian avulla tehty tehokkaampaa (Spurling ym., 2013). Koska tällaiset interventiot eivät pohjimmiltaan pyri muuttamaan tapojen taustalla vaikuttavia käytäntöjä tai haastamaan totuttuja rutiineja, mahdollisuudet laajempaan muutokseen energiankäytössä jäävät pieniksi (Røpke, 2009; Spurling ym., 2013).

Käytäntöihin vaikuttavat sosiaaliset normit ovat jääneet vähemmälle huomiolle kotitalouksien energiankäyttöön liittyvissä interventioissa. Sosiaaliset normit ovat ääneen lausumattomia sääntöjä, jotka määrittävät ja ohjaavat yleisesti hyväksytyjä toimintatapoja yhteiskunnassa tai lähiyhteisössä (Heiskanen ym., 2009; Sahakian ja Wilhite, 2014). Koska ne ovat näkymättömiä ja osittain myös tiedostamattomia, niitä on vaikeaa tunnistaa ja muuttaa. Ne kuitenkin ohjaavat voimakkaasti käytäntöjä ja ihmisten elämäntyyliä esimerkiksi asumisessa (ks. esim. Kempainen ym., 2017). Yhteisöjä pidetään yksittäisiä kotitalouksia hedelmällisempinä paikkoina normien haastamiseen, koska sosiaaliset normit pohjimmiltaan kuvastavat ihmisten odotuksia toisilleen (Opp, 2001). Yhteisön sovinnaisuussäännöt opitaan, niitä ylläpidetään sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ja niiden avulla ihmisten välinen vuorovaikutus on vaivatonta ja ennustettavaa. Yhteisöissä odotuksia, ja siten sosiaalisia normeja, voidaan myös kyseenalaistaa yhdessä, ja normien muuttaminen onkin mahdollista vain sosiaalisessa kontekstissa, sosiaalisen oppimisen ja yhteisen neuvottelun sekä yhteisiin tavoitteisiin sitoutumisen kautta (Heiskanen ym., 2019; 2017).

Käytäntöihin kohdistuvat interventiot voivat siten tarjota työkaluja arjen rutiinien ja niihin liittyvien sosiaalisten normien tunnistamiseen ja haastamiseen arjen kontekstissa ja erilaisissa yhteisöissä. Yksi tapa järjestää interventio on living lab -menetelmä, joka tarkoittaa "elävää laboratoriota". Kulutuksen ja elämäntapojen kontekstissa living labit eivät kohdistu vain palveluihin tai teknologioihin vaan myös siihen, kuinka teknologiat ja arjen tavat vuorovaikuttavat keskenään (Laakso ja Heiskanen, 2017; Laakso ym., 2017). Living labeissa kuluttajat ovat tasa-arvoisia tiedon yhteisluojia tutkijoiden ja muiden osallistujien kanssa ja keskeistä on oppiminen vuorovaikutuksen kautta. Tällaisen kokeilun tila on ajallisesti, maantieteellisesti ja/tai institutionaalisesti rajattu, ja kokeilemista ohjaa ajatus ennakoimattomuudesta ja epävarmuudesta (Almirall ym., 2012; Evans ym., 2015; Karvonen ja van Heur, 2014). Koska living labeissa opitaan tuottamalla tietoa samalla, kun kokeillaan muutoksen tuottamista tutkijoiden, kansalaisten sekä eri sidosryhmien kanssa, niiden kautta on mahdollista myös laajempia yhteiskunnallisen oppimisen prosesseja yhteiskunnallisen muutoksen aikaansaamiseksi.

Tutkimusasetelma, aineisto ja menetelmät

Tutkimusasetelma

Tutkimuksemme tavoitteena on selvittää laajan aineiston avulla, millä tavoin kokeilu voi tuottaa erilaisia tuloksia riippuen siitä, ovatko kotitaloudet osallistuneet siihen yksin vai yhdessä. Erityisesti meitä kiinnostaa, tuottaako yhteisöllisempi kokeilu yksilöllistä parempia mahdollisuuksia haastaa sosiaalisesti jaettuina normeina. Tutkimus on eksploratiivinen ja pyrkii vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Eroaako yhteisöllinen kokeilu käytäntöjen tai energian kulutuksen muutosten osalta yksilöllisestä kokeilusta?
2. Miten osallistujat kokivat yhteisöllisyyden yrittäessään muuttaa käytäntöjään?

Keskeistä tutkimuksessamme on tarkastella yksilöllisen ja yhteisöllisen kokeilun eroavaisuuksia, sekä miten yhteisöllisyys mahdollisesti auttaa muuttamaan käytäntöjä. Yhteisöjä voi olla monenlaisia: esimerkiksi paikkaan perustuvia yhteisöjä, kuten asukasyhdistykset, tai yhteiseen kiinnostuksen kohteeseen perustuvia yhteisöjä, kuten harrastusryhmät (Laakso ym., 2017). Tässä tutkimuksessa on mukana 137 yksilöllisiin ja 127 yhteisöllisiin kokeiluihin osallistunutta kotitaloutta seitsemästä maasta. Kaikki yhteisöllisiin kokeiluihin osallistuneet kotitaloudet rekrytoitiin samalta alueelta eli paikkaan perustuvista yhteisöistä.

Suomalaisen yhteisöllisen kokeilun 18 kotitaloutta asuivat kaikki samassa kaupunginosassa Helsingin Merihaassa. Lisäksi Merihaassa on paljon yhteisöllistä toimintaa ja muun muassa aktiivinen asukasyhdistys. Tutkimuksen puitteissa

pyrimme edistämään yhteisöllisyyttä tuomalla ihmisiä yhteen ryhmätapaamisiin sekä perustamalla Facebook -ryhmän, jossa osallistujilla oli mahdollisuus jakaa kokeilun aikaisia kokemuksia ja vinkkejä. Yksilöllisellä kokeilulla tarkoitamme tässä kotitalouskohtaista kokeilua, jossa emme aktiivisesti yhdistäneet osallistujia esimerkiksi yhteisillä tapaamisilla. Yksilöllisessä kokeilussa mukana oli 19 omakotitaloasujaa eri asuinalueilta Porvoosta.

Koko kokeilun tavoitteena oli tavoittaa yhteensä 320 kotitaloutta kahdeksassa Euroopan maassa: Irlannissa, Englannissa, Hollannissa, Saksassa, Suomessa, Sveitsissä, Tanskassa ja Unkarissa. Kotitalouksien valintakriteerinä oli, että heillä oli mahdollisuus pestä pyykkiä omassa kodissaan sekä mahdollisuus vaikuttaa kotinsa lämpötilaan. Tämän lisäksi halusimme mukaan kotitalouksia, jotka eivät olleet ennestään osallistuneet aktiivisesti energiansäästöhankeisiin. Pyrimme valitsemaan osallistujat keskimääräisen maakohtaisen demografisen jakauman mukaan siten, että asumismuoto, ikä ja sosiaalinen status olisivat mahdollisimman edustavat maakohtaisesti. Lopulta kokeiluun osallistui yhteensä 308 kotitaloutta. Suomesta mukana oli yhteensä 37 kotitaloutta.

Käytimme kokeilun interventiomenetelmänä haastetta. Tämä valinta pohjautui analyysiimme yli tuhannesta kestävään energiankulutukseen tähtäävästä eurooppalaisesta hankkeesta (Jensen, 2017; Jensen ym., 2017), minkä pohjalta laadimme yhteenvedon erilaisista interventiomenetelmistä, jotka mahdollisesti toimisivat useissa erilaisissa konteksteissa (Heiskanen ym., 2018). Haasteessa ei annettu kotitalouksille tarkkoja ohjeita, vaan pohdittiin yhdessä kotitalouksien kanssa keinoja vähentää energian kulutusta kahden arkisen käytännön osalta: pyykinpesun ja lämmityksen. Valitsimme nämä kaksi energiakäytäntöä tutkimuskohteeksemme yhdessä eri maiden tutkijoiden kanssa yhtäältä siksi, että lämmitys on merkittävä energian kuluttaja kotitalouksissa, ja pyykinpesu kiinnostaa kotitalouksia ja osallistujien on helppo vaikuttaa siihen. Toisaalta nämä käytännöt valikoituivat kokeiltaviksi myös käytännön syistä: niihin kohdistuva kokeilu oli mahdollista toteuttaa kaikissa osallistuvissa maissa ja niitä on verrattain yksiselitteistä vertailla. Pyykinpesun osalta kotitaloudet pyrkivät vähentämään pyykinpesumääriään, joko tutkijoiden asettaman tavoitteen mukaan puoleen aiemmasta, tai asettamalla oman tavoitteen, esimerkiksi vähentämällä pyykkimäärää kolmasosalla. Lämmityksen osalta kotitaloudet pyrkivät alentamaan sisälämpötilaa, joko tutkijoiden asettaman tavoitteen mukaan 18 asteeseen, tai asettamalla oman lämpötilatavoitteen. Toivomuksena oli kuitenkin, että asetetut tavoitteet olivat haastavia kotitalouksille.

Kokeilut pyrittiin toteuttamaan mahdollisimman samankaltaisina ja samaan aikaan eri maissa. Suomessa kokeilut alkoivat tapaamalla kevään ja kesän aikana rekrytoidut kotitaloudet elokuun lopussa 2018. Kotitaloudet rekrytoitiin käyttämällä monenlaisia menetelmiä eri maissa, kuten lehti- ja ilmoitustauluilmoituksin, yhteydenotoin tutkijoiden yhteistyöverkoston kautta ja rekrytoimalla kotitalouksia kadulla. Ensimmäisessä tapaamisessa toimimme koteihin sähkönkulutusmittarit, lämpömittarit ja päiväkirjat, joihin kotitaloudet merkitsivät viikoittain sisälämpötilan

ja jokaisen pyykinpesukerran noin neljän viikon seurantajakson aikana syyskuussa 2018 (viikot 37-40). Tämän seurantajakson päätyttyä tapasimme kaikki kotitaloudet ja keskustelimme siitä, mitä havaintoja kukin oli tehnyt pyykinpesuun ja lämmitykseen liittyen. Tapaamisessa asetimme pyykinpesukertojen ja sisälämpötilan vähennystavoitteet yhdessä kotitalouksien kanssa (eli kotitaloudet määrittelivät omat tavoitteensa keskustelun perusteella) sekä jaoimme kotitalouksille pyykinpesuun ja lämmitykseen liittyvät paketit, jotka sisälsivät haastetta tukevia vinkkejä sekä tarvikkeita, kuten vaateharjat ja esiliinat sekä villasukat ja erilaisia lämpimiä juomia. Lokakuun alussa käynnistyi neljän viikon pyykinpesuhaaste (viikot 41-44), joka jatkui marraskuulle neljän viikon lämmityshaasteella (viikot 44-47). Lopuksi pohdimme yhdessä kotitalouksien kanssa, mikä oli muuttunut ja miksi tai miksei.

Aineistot

Kokeilun aikana keräsimme mittavan määrän sekä laadullista että määrällistä aineistoa. Määrällisen aineiston avulla pyrimme todentamaan energian kulutuksessa ja lämmitykseen ja pyykinpesuun liittyvissä käytännöissä tapahtuneita muutoksia ennen kokeilua, sen kuluessa ja sen jälkeen. Koska kokeiluun osallistui yli 300 kotitaloutta, haastatteluina toteutettuna vastaava seuranta olisi vaatinut huomattavia henkilöresursseja, mitä tutkijaryhmällä ei ollut käytettävissä. Koska kuitenkin halusimme selvittää myös käytäntöjen muutokseen johtaneita syitä ja taustalla vaikuttaneita sosiaalisia normeja, pyrimme syventämään ymmärrystä kotitalouksien kokemuksista kokeilussa kotitalouksien kanssa käydyillä haastatteluilla, mitä kyselyaineistolla ei olisi ollut mahdollista selvittää. Koko hankkeen aineistoja ja tuloksia esitellään yksityiskohtaisemmin muualla (ENERGISE, 2019; Sahakian et al., 2019); tässä keskitymme yksilöllisen ja yhteisöllisen kokeilun mahdollisiin eroihin.

Tässä artikkelissa käytämme laadullisena aineistona Suomessa tekemiämme haastatteluja ja ryhmätapaamisia (Taulukko 1) ja määrällisenä aineistona seitsemässä maassa kerättyjä kyselyaineistoja (Taulukko 2). Niin seurantajakson ajan kuin myös haastejaksojen ajan kotitaloudet vastasivat viikoittaisiin lyhyisiin sähköisiin kyselyihin sekä täyttivät viikkopäiväkirjoja. Tätä kotitalouksien itse keräämää päiväkirjadataa sekä koko kokeilun ajan sisälämpötilaa mittaavan ja tallentavan lämpömittarin dataa on hyödynnetty mahdollisen energiansäästön todentamiseen.

Kotitalouksia haastateltiin haasteen alkaessa ja loppuessa. Haastattelun teemat liittyivät kotitalouksien pyykkihuolto- ja lämmityskäytäntöjen merkityksiin, osaamiseen ja rutiineihin sekä materiaalsiin elementteihin kuten laitteisiin ja tiloihin ennen ja jälkeen kokeilun. Merihaassa yhteisöllisessä kokeilussa järjestettiin yhteensä neljä ryhmäkeskustelua: kaksi haasteen alussa ja kaksi sen lopussa. Ryhmähaastatteluja järjestämällä pyrittiin tukemaan yhteisöllisyyttä Merihaassa ja siten vahvistamaan tutkimusasetelmaa. Porvoon yksilöllisessä kokeilussa kotitalouksia haastateltiin kotikäynneillä. Haastatteluaineisto on kerätty ja

analysoitu systemaattisen teoriaohjaavan muistiinpanorungon avulla, joissa jokaisen haastateltavan kotitalouden osalta on kirjattu ylös vastaukset samoihin kysymyksiin². Ryhmähaastatteluissa esitettiin periaatteessa muuten samat kysymykset kuin yksilöhaastatteluissa, mutta niissä oli lisäksi kysymyksiä, jotka pyrkivät selvittämään yhteisöllisten elementtien merkitystä haasteissa. Haastatteluista tehtiin muistiinpanot, ja lisäksi kaikki ryhmäkeskustelut sekä osa yksilöllisistä haastatteluista litteroitiin nauhoitteiden pohjalta. Aineistossa haastateltavat koodattiin yksilöllisin numeroin huomioiden sukupuoli joko M- tai N-kirjaimella. Tutkimuksessa on hyödynnetty myös kolme kuukautta haasteiden loppumisen jälkeen Helsingissä ja Porvoossa järjestettyjen loppuseminaarien keskusteluja, joita ei kuitenkaan dokumentoitu varsinaiseksi tutkimusaineistoksi.

Taulukko 1. Haastatteluaineisto

Haastattelu	Aikaväli	Osallistujia / kotitalouksia	Tekstimateriaalin määrä, sivuja (muistiinpanot ja litteraatiot)
Ryhmäkeskustelut, alku	4.10.2018	8 / 7	28
	8.10.2018	19 / 9	53
Ryhmäkeskustelut, loppu	27.11.2018	12 / 5	37
	3.12.2018	18 / 9	79
Yksilölliset haastattelut, alku	27.9.-9.10.2018	28 / 19	345
Yksilölliset haastattelut, loppu	26.11.-5.12.2018	27 / 18	149

Määrällinen aineisto koostuu useasta kyselystä, jotka on toteutettu kaikissa kahdeksassa maassa rekrytointivaiheessa, kokeilun alkaessa, sen aikana, lopussa ja kolme kuukautta sen päättymisen jälkeen. Määrällisessä tarkastelussa on hyödynnetty dataa seitsemästä maasta³ ensimmäisen kolmen kyselyn osalta. Seurantakyselyn aineisto on ollut käytettävissä vain Suomesta. Perustiedot kaikista kyselyistä on koottu taulukkoon 2.

Rekrytointikysely selvitti kotitalouksien perustietoja kuten esimerkiksi kotitalouksien jäsenten määrää, ikiä, koulutustaustoja, ammattiasemaa ja lämmitysmuotoja sekä sitä, onko kotitaloudella käytössään pesukone. Tässä tutkimuksessa rekrytointikyselyä on hyödynnetty lähinnä vastaajien perustietojen

² Hankkeessa hyödynnetyt haastattelurungot, -oppaat ja kyselyrungot ovat avoimesti saatavilla hankkeen kotisivuilla: http://www.energise-project.eu/livinglab_materials.

³ Englannissa yhteisöllisen haasteen muodostamisessa oli suuria ongelmia jo ennen kokeilujakson alkua. Yhteisöllisessä kokeilussa oli lopulta vain 5 kotitaloutta. Jouduimme jättämään Englannin määrällisen analyysin ulkopuolelle liian pienen havaintomäärän vuoksi.

osalta. Alkukyselyssä kysyttiin kotitalouksien rutiineista ja tavoista lämmittää ja pestä pyykkiä. Loppukysely kohdistui samoihin teemoihin ja kysymyksiin kuin alkukysely, mutta lisäksi kysyimme, mikä muuttui haasteen aikana sekä kotitalouksien kokemuksista. Tässä tutkimuksessa tarkastelemme kyselyaineistosta sitä, olivatko kotitaloudet muuttaneet käytäntöjään haasteen alkuun verrattuna, sekä poikkesiko tämä yksilöllisen ja yhteisöllisen kokeilun välillä. Vertailussa hyödynsimme myös päiväkirja-aineistoja ja sähköisiä viikkokyselyjä, joihin kotitaloudet vastasivat haasteiden aikana. Seurantakyselyssä haluttiin selvittää, säilyivätkö uudet rutiinit ja tavat, ja toisaalta vaikuttiko osallistuminen jollain uudella tavalla kotitalouksien käytäntöihin tai ajatteluun. Olemme lihavoineet taulukkoon 2 aineistot, joita olemme suoraan hyödyntäneet tämän artikkelin analyysissa.

Taulukko 2. Vastaajien määrä eri kyselyissä ja niiden ajat

	n (kaikki)	n (Suomi)	keräysaika
Rekrytointikysely	266	43	kesäkuu - lokakuu 2018
Alkukysely	261	39	elokuu - marraskuu 2018
Loppukysely	241	36	marraskuu - helmikuu 2018
Päiväkirja-aineisto	239	37	syyskuu - marraskuu 2018
Viikkokyselyt	260	28-34	syyskuu - marraskuu 2018
Seurantakysely	-	34	maaliskuu 2019

Menetelmät

Määrällistä aineistoa on analysoitu SPSS-ohjelman avulla (versio 25.0). Ensimmäiseksi tarkastelimme eroavatko yksilöllinen ja yhteisöllinen kokeilu toisistaan siinä, kuinka kotitaloudet laskivat huonelämpötilaa ja vähensivät pyykinpesua haasteiden aikana. Selitettävät muuttujat huonelämpötilan osalta olivat olohuoneen ja makuuhuoneen lämpötilan keskiarvojen erot seurantajakson ja haastejakson välillä. Selitettävä muuttuja pyykinpesun osalta oli suhteellinen muutos viikoittaisissa pyykinpesukerroissa seurantajakson ja haastejakson välillä. Seuraavaksi tarkastelimme yhteisöllistä oppimista toisilta osallistujilta väittämien avulla, jotka koskivat erilaisten käytäntöjen käyttöönottoa. Loppu- ja seurantakyselyn väittämät kuvasivat pyykinpesun vähentämiseen ja lämmitykseen liittyviä käytäntöjä.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan viisiportaisella Likert-asteikolla (1=Huomattavasti harvemmin, 5=Huomattavasti useammin), kuinka paljon enemmän tai vähemmän he ovat toteuttaneet käytäntöjä haastejaksojen alettua. Muodostimme väittämistä summamuuttujat laskemalla yhteen Likert-asteikolliset vastaukset kullekin vastaajalle ja palauttamalla summamuuttujat alkuperäiselle asteikolle (1-5).

Arvioimme aineiston muuttujien tilastollista merkitsevyyttä riippumattomien otosten t-testillä sekä summamuuttujien luotettavuutta Cronbachin alfa-kertoimen avulla. Sisällytimme lämmitystä koskevaan summamuuttujaan seitsemän väittämää ja pyykinpesua koskevaan summamuuttujaan kuusi väittämää, jotka tarkastelivat muutoksia käytännöissä.

Laadullisen haastatteluaineiston sisällönanalyysissä hyödynsimme systemaattista muistiinpanorunkoa, jonka avulla haastatteluaineisto oli teemoitettu. Muistiinpanorungon teemat perustuivat käytäntöteoriaan ja liittyvät muun muassa pyykinpesun ja lämmityksen tapoihin ja niihin kytkeytyviin materiaaliin ja sosiaalisiin elementteihin, sekä näissä tapahtuneisiin muutoksiin haasteiden myötä. Haastatteluissa kysyttiin yhtäältä kotitalouksien tavoista ja rutiineista ja toisaalta taidoista ja kompetensseista. Käytäntöjen toteuttamisen lisäksi haastatteluissa tarkasteltiin pyykinpesuun ja lämmitykseen liittyviä sosiaalisia normeja, joilla pyrittiin selvittämään käytäntöjä kokonaisuuksina.

Sisällön analyysissä kiinnitimme erityistä huomiota siihen, miten osallistajat kertoivat osallistumisestaan yhteisölliseen tai yksilölliseen kokeiluun, sekä kuinka yhteisöllisyys (tai sen puute) koettiin. Haastatteluissa kysyimme osallistujilta, olivatko he käyneet keskusteluja muiden kanssa, kuten työpaikalla tai naapureiden kesken. Yhteisölliseen kokeiluun osallistuneilta kysyimme, millaisia kokemuksia heillä oli kanssakäymisestä muiden osallistujien kanssa ja tuntuiko heistä, että sillä oli ollut vaikutusta haasteeseen osallistumiseen. Sisällönanalyysi osallistujien kokemuksista nosti aineistosta esiin kolme keskeistä teemaa yhteisöllisyyden merkityksestä kokeilussa: sitoutumista vahvistavan vertaistuen, sosiaalisen oppimisen sekä sosiaalisten normien haastamisen. Huolimatta käytäntöteoreettisiin lähtökohtiin perustuvasta kysely- ja muistiinpanorungosta, sisällönanalyysin tulokset ovat enemmän aineistolähtöisiä kuin teoriaohjautuvia.

Tulokset

Kansainvälisen kyselyaineiston tuloksia

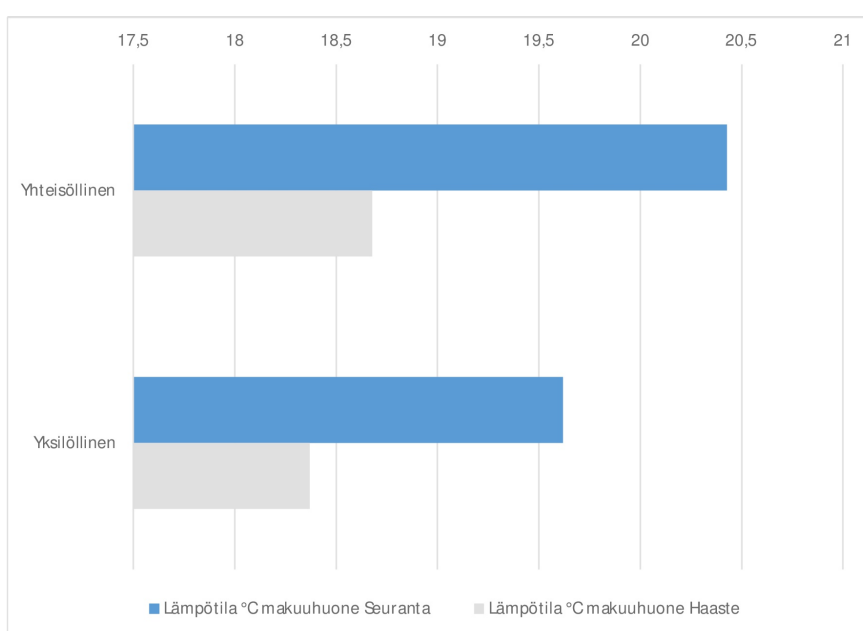
Tulokset kappaleessa esittelemme ensin määrällisen aineiston analyysin tulokset ja sitten analysoimme haastatteluissa osallistujien esiintuomia ajatuksia yhteisöllisyydestä ja sen merkityksestä yhteisölliseen ja yksilölliseen kokeiluun osallistumisesta. Taulukko 3 kuvaa osallistujien taustatietoja. Kaikissa maissa yksilölliseen kokeiluun osallistui hieman enemmän omakotiloasujia kuin yhteisölliseen kokeiluun, jossa osuudet olivat asumismuodon osalta melko saman suuruisia. Suomessa yhteisölliseen kokeiluun osallistui vain kerrostaloasujia ja yksilölliseen kokeiluun vain omakotitalossa asuvia kotitalouksia. Perheeseen ja kontaktihenkilön iän osalta kokeilut eivät eronneet suuresti toisistaan. Yksilöllisissä kokeiluissa oli jonkin verran enemmän suuria kotitalouksia (yli 5 perheenjäsentä).

Sisälämpötilat laskivat kaikkien maiden osalta noin yhdellä asteella: lämpötila laski makuuhuoneessa yhteisöllisissä kokeiluissa 20,4 asteesta 18,7 asteeseen ja

yksilöllisissä kokeiluissa 19,6 asteesta 18,4 asteeseen (Kuvio 2). Suomessa Merihaan yhteisöllisessä kokeilussa lämpötila laski olohuoneessa 22,5 asteesta 21,6 asteeseen ja makuuhuoneessa 22,4 asteesta 21,4 asteeseen. Porvoon yksilöllisissä kokeiluissa lämpötila laski olohuoneessa 20,6 asteesta 19,7 asteeseen ja makuuhuoneessa 20,3 asteesta 19,4 asteeseen. Kuvioista nähdään, että koko kokeilussa yksilöllisten kokeilujen huonelämpötilojen keskiarvot ovat alhaisemmat sekä seuranta- että haastejaksolla. Sitä voi selittää omakotitalouksien suurempi osuus yksilöllisessä kokeilussa. Omakotitaloissa lämmityskustannukset ovat yleensä suurempia, jolloin niissä pyritään säästämään jo lähtökohtaisesti enemmän.

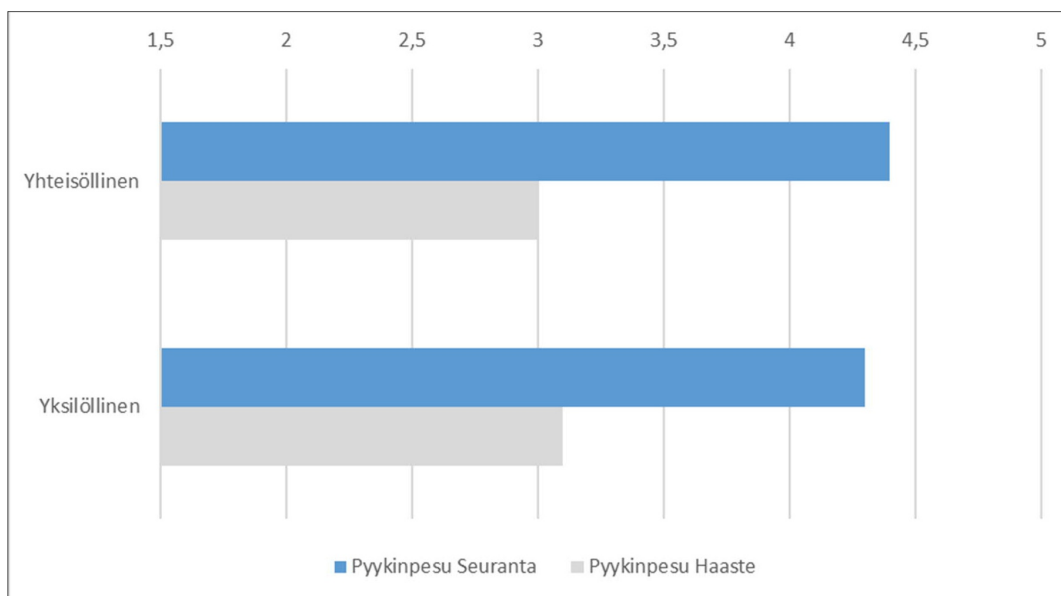
Taulukko 3. Kotitalouksien taustatietoja

		Yhteisöllinen		Yksilöllinen	
		n	%	n	%
Asumismuoto	Omakotitalo	42	33,1%	79	57,2%
	Rivi- tai paritalo	36	28,3 %	34	24,6 %
	Kerrostalo	46	36,2%	23	16,7%
	Muu	3	2,4%	2	1,4%
Perhekoko	1-2 henkilöä	54	42,5%	61	44,5%
	3-4 henkilöä	61	48,0 %	51	37,2 %
	5 tai enemmän	12	9,4%	25	18,2%
Kontaktihenkilön ikä	25-34	12	9,5%	16	11,7%
	35-44	36	28,6 %	33	24,1 %
	45-54	42	33,3%	37	27,0%
	55-64	15	11,9%	34	24,8%
	65-	21	16,7 %	17	12,4 %
Yhteensä		127		137	



Kuvio 2. Huonelämpötilojen keskiarvot seuranta- ja haastejaksolla makuuhuoneessa koko aineistossa (yhteisöllinen n=113, yksilöllinen n=129)

Kaikkien maiden osalta kotitaloudet vähensivät viikoittaisia pyykinpesukertoja: yhteisöllisissä kokeiluissa keskiarvot laskivat 4,4 pyykinpesukerrasta 3,0 kertaan ja yksilöllisissä kokeiluissa keskiarvot laskivat 4,3 kerrasta 3,1 kertaan (Kuvio 3). Suomessa pyykinpesukertojen keskiarvo laski 4,0 kerrasta 2,5 kertaan yhteisöllisissä kokeiluissa ja noin 3,5 kerrasta 2,7 kertaan yksilöllisissä kokeiluissa.



Kuvio 3. Viikoittaisten pyykinpesukertojen keskiarvot seuranta- ja haastejaksolla, (yhteisöllinen n=105, yksilöllinen n=127)

Tarkastelimme riippumattomien otosten t-testillä eroavatko yhteisölliset ja yksilölliset kokeilut toisistaan sen suhteen, kuinka paljon kotitaloudet ovat laskeneet huonelämpötilaa ja vähentäneet pyykinpesukertoja koko kokeilun tasolla. Testin mukaan yhteisöllisten kokeilujen makuuhuoneiden lämpötilan muutoksen keskiarvo 1,59 (keskihajonta = 1,31; n = 113) poikkesi yksilöllisten kokeilujen makuuhuoneiden lämpötilan muutoksen keskiarvosta 1,27 (keskihajonta = 1,20; n = 128) merkitsevästi: $t(239) = -1,988$; $p = 0.048$; 2-suuntainen. Olohuoneen lämpötilan muutoksen ja pyykinpesukertojen muutoksen osalta ero ei osoittautunut tilastollisesti merkitseväksi. Yhteenveto tuloksista on taulukossa 4.

Keskeinen kysymys tutkimuksessamme on, erosivatko yhteisölliset ja yksilölliset kokeilut toisistaan erilaisten lämmitykseen ja pyykinpesuun liittyvien käytäntöjen muutosten osalta. Tarkastelimme eroja sen suhteen, miten kotitaloudet ottivat kantaa väittämiin (viisiportainen Likert-asteikko, jossa 1 = Huomattavasti vähemmän kuin ennen ja 5 = Huomattavasti enemmän kuin ennen), jotka koskivat erilaisia lämmitykseen ja pyykinpesuun liittyviä tapoja. Väittämät, vastausten keskiarvot ja keskihajonnat on esitetty taulukossa 5 (lämmitys) ja taulukossa 6 (pyykinpesu). Kuvioissa 4 ja 5 esitämme koko kokeilun lämmitystä ja pyykinpesua koskevien väittämien keskiarvot.

Taulukko 4. Yhteenveto riippumattomien otosten t-testin tuloksista koskien lämpötilan alentamista ja pyykinpesukertojen vähentämistä

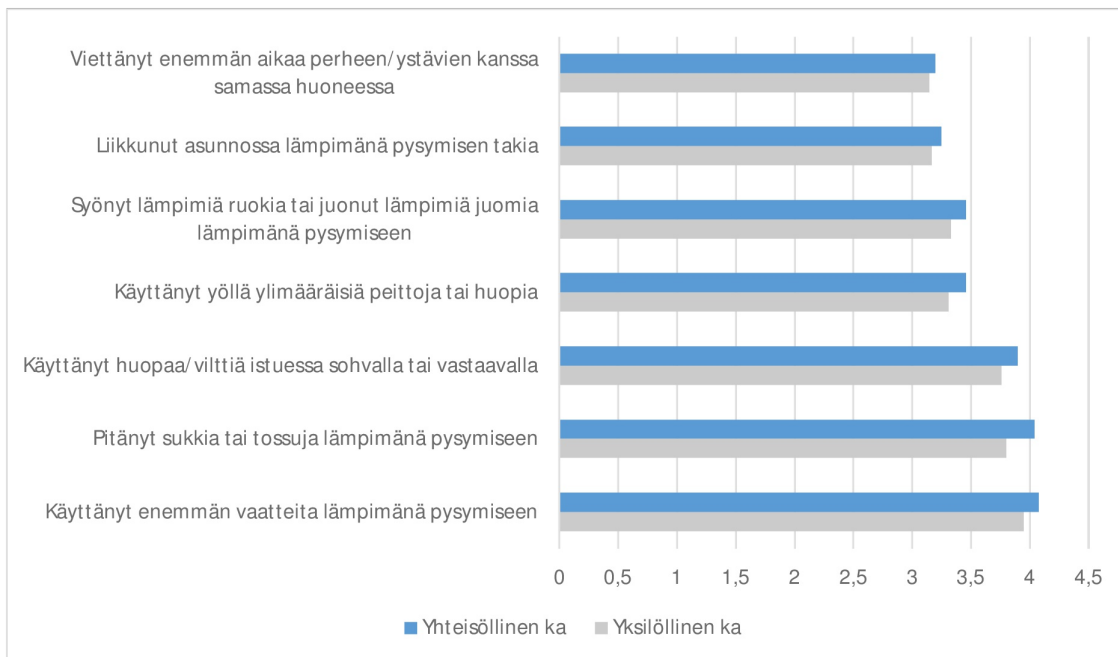
Muuttuja		Yksilöllinen	Yhteisöllinen	t	p
Olohuoneen lämpötilaero	ka	0,94	1,10	-1,047	.296
	SD	1,15	1,26		
	n	128	114		
Makuuhuoneen lämpötilaero	ka	1,27	1,59	-1,988	.048
	SD	1,20	1,31		
	n	128	113		
Pyykinpesukertojen muutos %	ka	23,24	29,79	-1,340	.182
	SD	44,60	29,07		
	n	126	104		

Taulukko 5. Lämmitystä koskevien väittämien keskiarvot ja keskihajonnat

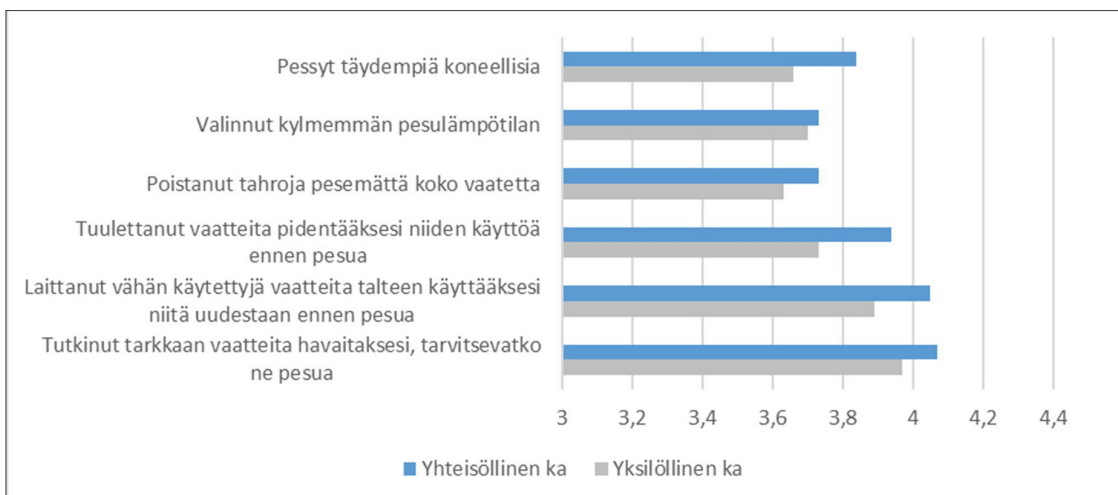
Lämmitys	Yhteisöllinen		Yksilöllinen	
	ka	SD	ka	SD
Väittäjä				
Käyttänyt enemmän vaatteita lämpimänä pysymiseen	4,08	0,758	3,95	0,708
Pitänyt sukkia tai tossuja lämpimänä pysymiseen	4,04	0,801	3,80	0,784
Käyttänyt huopaa/vilttiä istuessa sohvalla tai vastaavalla	3,90	0,801	3,76	0,696
Käyttänyt yöllä ylimääräisiä peittoja tai huopia	3,46	0,708	3,31	0,696
Syönyt lämpimiä ruokia tai juonut lämpimiä juomia lämpimänä pysymiseen	3,46	0,627	3,33	0,590
Liikkunut asunnossa lämpimänä pysymisen takia	3,25	0,491	3,17	0,471
Viettänyt enemmän aikaa perheen/ystävien kanssa samassa huoneessa	3,20	0,569	3,15	0,487
n	113		128	

Taulukko 6. Pyykinpesua koskevien väittämien keskiarvot ja keskihajonnat

Pyykinpesu	Yhteisöllinen		Yksilöllinen	
	ka	SD	ka	SD
Väittäjä				
Tutkinut tarkkaan vaatteita havaitaksesi, tarvitsevatko ne pesua	4,07	0,741	3,97	0,819
Laittanut vähän käytettyjä vaatteita talteen käyttääksesi niitä uudestaan ennen pesua	4,05	0,705	3,89	0,711
Tuuletannut vaatteita pidentääksesi niiden käyttöä ennen pesua	3,94	0,717	3,73	0,748
Poistanut tahoja pesemättä koko vaatetta	3,73	0,771	3,63	0,772
Valinnut kylmemmän pesulämpötilan	3,73	0,876	3,70	0,817
Pessyt täydempiä koneellisia	3,84	0,830	3,66	0,806
n	113		126	



Kuvio 4. Lämmitystä koskevien väittämien keskiarvot



Kuvio 5. Pyykinpesua koskevien väittämien keskiarvot

Muodostimme väittämistä summamuuttujat ja testasimme niiden luotettavuutta Cronbachin alfa-kertoimen avulla. Lämmitystä koskevassa summamuuttujassa oli seitsemän väittämää ($\alpha = 0,828$) ja pyykinpesua koskevassa summamuuttujassa kuusi väittämää ($\alpha = 0,614$). Alfa-kertoimen arvon ollessa enemmän kuin 0,6 summamuuttujaa voidaan pitää tarpeeksi luotettavana muuttujana (Metsämuuronen, 2000). Toisin sanoen alfa-testin perusteella väittämistä rakennetut summamuuttujat ovat sisäisesti yhdenmukaisia.

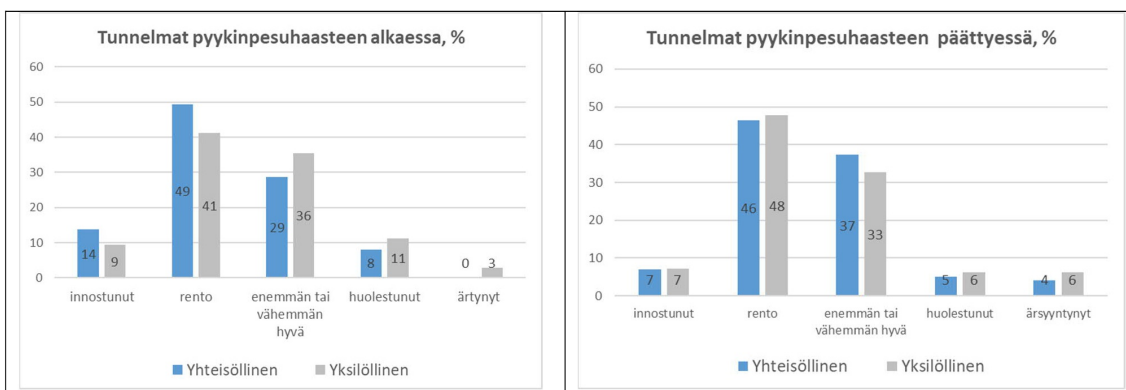
Koko kokeilussa yhteisöllisen kokeilun summamuuttujan keskiarvo 3,63 (keskihajonta = 0,488; $n = 113$) poikkesi yksilöllisen lämmitystä koskevan summamuuttujan keskiarvosta 3,50 (keskihajonta = 0,442; $n = 128$). Ero osoittautui merkitseväksi riippumattomien otosten t-testillä: $t(239) = -2,177$; $p =$

0.030; 2-suuntainen. Yhteisöllisen kokeilun summamuuttujan keskiarvo 3,90 (keskihajonta = 0,450; n = 113) poikkesi yksilöllisen kokeilun pyykinpesun summamuuttujan keskiarvosta 3,77 (keskihajonta = 0,455; n = 126). Ero osoittautui merkitseväksi riippumattomien otosten t-testillä: $t(237) = -2,206$; $p = 0.028$; 2-suuntainen. Yhteenvedo tuloksista esitetään taulukossa 7.

Taulukko 7. Yhteenvedo summamuuttujien vertailusta yhteisöllisen ja yksilöllisen kokeilun välillä

Muuttuja		<u>Yhteisöllinen</u>	<u>Yksilöllinen</u>	<i>t</i>	<i>p</i>
Summamuuttuja lämmityksen keinot	ka	3,63	3,50	-2,177	.030
	SD	0,488	0,442		
	n	113	128		
Summamuuttuja pyykinpesun keinot	ka	3,90	3,77	-2,206	.028
	SD	0,450	0,455		
	n	113	126		

Tarkastelimme myös sitä, oliko osallistujien tunnelmissa eroja haasteen alkaessa ja jatkuessa riippuen siitä, kumpaan kokeiluun he osallistuivat. Tällä halusimme arvioida sitä, oliko yhteisöllisyyden vahvistamisella ryhmäkeskustelujen muodossa vaikutusta kotitalouksien suhtautumiseen haasteeseen. Viikkokyselyissä seurattiin, ovatko osallistujien tunnelmat innostuneet, rennot, enemmän tai vähemmän hyvät, huolestuneet tai ärtyneet. Kuvio 6 kuvaa osallistujien tunnelmia viikolla 5, jolloin haasteet alkoivat ja ryhmäkeskustelut oli juuri käyty ja kuvio 7 kuvaa tunnelmia pyykinpesuhaasteen päättyessä viikolla 8.



Kuviot 6. ja 7. Osallistujien tunnelmat pyykinpesuhaasteen alkaessa (n=194), % ja päättyessä (n=212), %

Ensimmäisellä haasteviikolla yhteisöllisessä kokeilussa 63 prosenttia vastanneista oli joko innostuneita tai rentoja, kun taas yksilöllisessä kokeilussa heidän osuutensa oli 50 prosenttia vastanneista. Huolestuneita tai ärtyneitä oli 8 prosenttia yhteisöllisessä kokeilussa ja yksilöllisessä 14 prosenttia. Yleisesti voi huomata, että mielialat olivat pääasiallisesti positiivisia niin yhteisöllisissä kuin myös yksilöllisissä kokeilussa haastejakson alkaessa. Sama yleinen positiivisuus jatkui läpi kokeilun,

mutta erot kokeilujen välillä tasoittuivat sen edetessä. Pyykinpesuhaasteen päättyessä noin 55 prosenttia vastanneista oli innostuneita tai rentoja, kun taas huolestuneita tai ärsyyntyneitä oli noin kymmenesosa.

Lyhyesti yhteen vetäen voidaan sanoa, että yhteisöllisissä kokeiluissa on otettu enemmän käyttöön uudenlaisia lämmitykseen ja pyykinpesuun liittyviä käytäntöjä aiempaan verrattuna kuin yksilöllisissä kokeiluissa. Lisäksi kokeiluissa oli tilastollisesti merkitsevä ero makuuhuoneen lämpötilojen laskun osalta: yhteisöllisissä kokeiluissa makuuhuoneen lämpötilan lasku oli suurempi yksilöllisissä kokeiluissa. Nämä koko kokeilun määrällisen aineiston analyysiin perustuvat tulokset osoittavat, että yhteisöllinen osallistuminen voi tuottaa erilaisia tuloksia kuin yksilöllinen osallistuminen. Laadullisen aineiston tarkastelun avulla pyrimme selvittämään osallistujien kokemuksia yhteisöllisyydestä erojen mahdollisina selittäjinä.

Haastatteluaineiston tuloksia Suomesta

Suomessa kerätyn haastatteluaineiston avulla pyrimme selvittämään osallistujien kokemuksia kokeilusta. Seuraavaksi havainnollistamme sitaatein analyysin tuloksia siitä, miten osallistujat kokivat yhteisöllisyyden tai sen puuttumisen kokeilusta. Jokaisella osallistujalla on oma koodi, jossa merkintä N tai M liittyy joko nais- tai miespuoliseen vastaajaan.

Yleisesti yhteisöllisen kokeilun osallistujat toivat esille tyytyväisyyttä siitä, että olivat mukana yhteisöllisessä haasteessa. Lisäksi keskustelujen analysoinnin myötä vahvistui se näkemys, että kokeilun kontekstina paikkaan liittyvä yhteisö oli toimiva ratkaisu, jota kaksi alla olevaa sitaattia kuvastavat.

”Joo mun mielestä se et oli just tämmönen yhteisö niinku Merihaassa missä väkisinki törmää johonki ja niiden kanssa keskustellu niin on. Et jos ois ollu ympäri Suomea, nelkyt perhettä niin ei ehkä olis tällästä” (5,N).

”Semmonen Sahramin perhe[talo] tääl on Sahrami mis voi lapsiperheet käydä niin siellä oon kovaan ääneen, oon puhunu muidenki ku X:n kans, ketkä on siin haastees. Ja sit siin on muut kuullu ja sit me on selitetty mikä se on et silleen” (14,N)

Ylläolevat sitaatit kertovat myös siitä, miten osallistujat olivat innokkaita puhumaan ja jakamaan kokemuksiaan lähiyhteisössä. Haastatteluaineistosta nousi kolme tärkeää yhteisöllisyydestä saatua asiaa: vertaistuki ja sitoutuminen, yhdessä oppiminen ja mahdollisuus haastaa sosiaalisia normeja.

Ensiksi, ryhmästä sai tukea omalle tekemiselle. Oli tärkeää tietää, että myös muissa kotitalouksissa pyrittiin kehittämään keinoja selviytyä haasteista, ja ettei sitä toteuttanut yksin. Vertaistuen lisäksi yhteisö auttoi sitoutumaan hankkeeseen paremmin. Erityisesti tieto siitä, että ryhmä tapaisi uudelleen vaihtaakseen

kokemuksia, auttoi osallistujia pysymään mukana haasteessa, kuten kaksi osallistujaa esimerkiksi totesivat:

”Mun mielestä oli kyllä aika motivoivaa jotenki, mä en ollu siinä ekassa keskustelussa mut se että tiesi et tässä tulee tällänen [ryhmäkeskustelu] näin niin ihan eri tavalla ku se et joku ois tullu vaan ja keränny tän lomakkeen pois tai ois pitäny lähettää ne jonnekin. En tiedä olisko niit jaksanu täyttää niitä pyykkijuttuja esimerkiks samalla tavalla. Mutku täs oli tämmönen tiivis seuranta niin, se motivoi”. (7,N)

”Tuli just semmonen sitoutunu olo siihen et kun tälleen ensin yhdessä keskusteltiin siitä ja näin et siitä oli semmonen, et ei ehkä ois tullu samanlaista fiilistä siihen sitte et jos vaan ois jaettu jossain ne laput ja sit ois vaan ruvettu täyttämään”. (11,N)

Yksilölliseen haasteeseen osallistuneiden kokemukset kuvaavat myös kokeiluun osallistumisen myötä kasvanutta tietoisuutta omista rutiineista ja siitä, että asiat voi tehdä toisinkin. Samalla ne vahvistivat vertaistuen tärkeyttä:

”Mä olisin kaivannut vähän tietoa että miten muut, esimerkiksi vaikka tää pyykinpesu, että miten muut, kuinka paljon keskimäärin ihmiset pesee pyykkiä.” (37,N)

”Ja tähän liittyen, tähän kun olis vielä saanu semmosen sosiaalisen puolen, että teillä olis ollu joku foorumi, Facebookissa tai jossain, missä olis saanu vertaistukee, että olis voinut keskustella, että kamalaa, mulla meni tällä viikolla viis koneellista, miten teillä on menny, ja olis voinu saada vinkkejä ja muuta.” (37,M)

Sitaateista käy myös ilmi, että vuorovaikutusta ja vertailutietoa kaivattiin. Toiseksi, ryhmässä tapahtunut yhdessä oppiminen koettiin tärkeäksi. Yhteisölliseen haasteen osallistujille järjestetyssä lopputilaisuudessa eräs osallistuja totesi keskusteluiden avartaneen omaa ymmärrystä siitä, kuinka monin tavoin vaatteiden ja kodintekstiilien pesua toteutetaan, sekä, miten muutkin kokivat lämmityshaasteen vaikeuden, kun lämpötilaa kerrostaloissa oli hankalaa saada laskemaan. Ryhmähaastatteluissa korostettiin sitä, että yhteisössä oppi toisten tekemisistä ja huomasi, ettei oma totuttu tapa tehdä jokin arjen toiminto olekaan se ainoa tai oikea tapa.

”Joo oli sitä ainaki mukava seurata sitä Facebookkii tavallaan ja siinä voi kuitenkin pohtii asioita semmosia ihan samanlaisia ajatuksia mitä itellä on ollu tai.. Tai jotain uusiaki, niin se on, ihan sinne tavallaan rohkasevaa lähtee siihen toimintaan nyt silleen, ihan vaan lukemallaki sitä ja kattoo et ai ehkä tota vois tollleenki ajatella.” (15,M)

”Siin on tullu esimerkiks puhees et kuinka usein pestään lakanapyykkii. Et siin on, niinku jännä ollu huomata. Ja just sitä kulutusta et miten se kuluttaakaan...” (14,N)

Osallistujat saivat siten sekä samaistumisen kohteita, että erilaisuuden kokemuksia ja rohkaistuivat kokeilemaan samoja asioita kuin toisetkin. Kolmanneksi, yhteisö auttoi haastamaan sosiaalisia normeja. Esimerkiksi monet pitivät pyykinpesumäärien vähentämistä helppona ja vapauttavana sekä kokivat puhtaustason pysyvän ennallaan. Haasteiden turvin saattoi kyseenalaistaa esimerkiksi sitä, että vaatteet tulee pestä tiettyjen käyttökertojen jälkeen ja että pyykkikori ei saa pursuta pyykkiä, tai jo lapsuuden kodissa opittuja sääntöjä, kuten että lakanat tulisi aina pestä 60 asteessa.

”Just tää on napshtanu päässä et voi käyttää niit vaatteita monta kertaa, siis pitää niit semmosessa henkaroinnissa et sielt vaan nappaa sit jonku käytetyn vaatteen taas.” (5,N)

”Mut jossain lakanoissa vaikka laskettiin se pesulämpötila neljäänkymmeneen asteeseen niin en mää jotenki huomaa mitään, eroo siinä. Et pesen ne kuudessakymppissä tai neljässäkymppissä niin, ihan samanlaiset.” (11,N)

Toisten tuki oikeutti myös pyykinpesuvälien pidentämisen ja pyykinpesutarpeen kyseenalaistamisen tapauksissa, joissa vaatteissa ei aistinvaraisesti ollut huomattavissa eroa käyttämättömiin tekstiileihin. Eräs yhteisöhaasteen osallistuja, joka kertoi rakastavansa pyykinpesua, löysi muiden osallistujien tavoista uusia keinoja huolehtia pyykistä ja kanavoida huolenpitoa vaatteista uusiin tapoihin. Tämä herätti keskustelua laajemmasta normien haastamisesta, joka voisi tapahtua pienten tekojen ja laajemman keskustelun kautta, kuten eräs osallistuja pohti ryhmätapaamisessa:

”Ja jotenki mulla tuli se ajatus että mitäs jos, kaikki toimis samalla tavalla et täähän on hirveen matalan kynnyksen tapa vähentää kun miettii että teot ei tarvi olla kovin isoja mitä tekee että voi olla ihan pienilläkin, niin voi olla ihan isoja vaikutuksia jos vaan tarpeeksi ihmisiä toimis samalla tavalla. Ja must tuntuu silleen et tää on nyt hirveen hyvää aikaa käydä tälläst keskustelua että sitä tulee niin monesta suunnasta. Et ihmiset helposti rupee keskustelemaan energiansäästöstä ja tavoista ja...” (6,N)

Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset

Tässä artikkelissa olemme kuvanneet muutoksia kahdessa arkisessa energiakäytännössä, lämmityksessä ja pyykinpesussa, joita tarkastelimme kahdessa erilaisessa kokeiluasetelmassa seitsemässä Euroopan maassa. Suomalaisen kotitalouksien haastattelujen ja ryhmäkeskustelujen laadullinen analyysi täydentää näissä maissa kerätyn kyselyaineiston määrällistä analyysia.

Tutkimuksemme osoittaa, että yhteisöllinen kokeilu voi tuottaa eroja energiankulutuksessa verrattuna yksilölliseen kokeiluun. Myös käytäntöjen haastamisen ja muuttamisen osalta yhteisöllinen kokeilu voi tuottaa monipuolisempia tuloksia kuin yksilöllinen kokeilu.

Tutkimuksen tulokset osoittavat sen, että yhteisölliseen haasteeseen osallistuvat kokivat saavansa tukea ryhmästä. Ryhmästä saatu **vertaistuki** auttoi sitoutumaan kokeiluun ja pysyttelemään mukana haasteissa loppuun saakka. On toki muistettava, että myöskin yksilölliseen haasteeseen osallistuneet olivat sitoutuneita hankkeeseen, mutta tähän vaikuttivat muut tekijät kuin yhteisön tuki. Vaikka yksilölliseen haasteeseen osallistuneet tapasivat tutkijaryhmän jäsenet hankkeen aikana useamman kerran, yksilöllisessä haasteessa kaivattiin myös muun yhteisön tukea (vrt. Heiskanen ym., 2015). Kokemusten jakaminen ryhmässä toi osallistujille sekä käytännön tietoa ja vinkkejä että ymmärryksen siitä, miten eri tavoin jaetuiksi kuviteltuja käytäntöjä voidaan toteuttaa. Kyseessä oli siis **sosiaalinen oppimisprosessi** (esim. Sahakian ja Wilhite, 2014). Ryhmässä tapahtuva oppiminen ja pohdinta toi vahvemmin esiin **sosiaalisten normien haastamisen**. Ryhmässä saatiin uusia näkökulmia arkisiin rutiineihin esimerkiksi keskustelemalla siitä, kuinka usein vaatteita ja muita kodin tekstiilejä tulee pestä. Haasteiden turvin saattoi kyseenalaistaa sosiaalisia normeja (vrt. esim. Opp, 2001, Spurling ym., 2013).

Kaikkiin kokeilun lopputuloksiin ei kuitenkaan ollut merkitystä sillä, osallistuiko kotitalous yhteisölliseen vai yksilölliseen kokeiluun, vaan käytäntöihin vaikuttaa myös moni muu asia. Esimerkiksi olohuoneen lämpötiloihin vaikuttavat koko perheen mukavuuden kokemukset, kun taas makuuhuoneen lämpötilat kohdistuvat vain perheen aikuisiin olettaen, että lapset nukkuvat omissa huoneissaan, jolloin lämpötilojen alentaminen makuuhuoneessa on helpompaa. Pyykinpesumääriin puolestaan vaikuttavat voimakkaasti muun muassa perheen jäsenten iät ja harrastukset.

Myös toimivan yhteisön löytäminen tai sellaisen muodostaminen voi olla haasteellista. Tässä tutkimuksessa yhteisöllisen kokeilun muodostamisessa oli hankaluuksia muun muassa Englannissa, jossa suurin osa rekrytoiduista osallistujista irtautui kokeilusta jo ennen sen alkua. Hollannissa, Irlannissa ja Sveitsissä yhteisöllisten haasteiden osallistujamäärät ovat olleet noin viidenneksen pienempiä haasteen alkaessa kuin yksilöhaasteeseen osallistuneiden määrät. Lisäksi yksilöllinen ja yhteisöllinen kokeilu eivät eronneet toisistaan niin paljon kuin tutkimuksen kannalta olisi ihanteellista: myös yksilöllisissä kokeiluissa oli paljon vuorovaikutusta kotitalouksien ja tutkijaryhmän välillä. Tällä on voinut olla vaikutusta määrällisen analyysin tuloksiin ja siihen, ettei merkitseviä eroja löytynyt kaikissa selitettävissä muuttujissa. Suomalainen yhteisö muodostettiin maantieteellisesti tiiviiseen ja rajattuun paikkaan, jossa osa ihmisistä oli tuttavilla keskenään, mikä varmasti osaltaan vaikutti siihen, että moni pysyi mukana loppuun saakka. Alueellisen sijainnin sijasta yhteisö olisi voinut kuitenkin perustua myös esimerkiksi yhteisiin arvoihin tai intresseihin. Vaikkapa työyhteisöissä tai

harrastuksen ympärille rakentuneissa yhteisöissä ihmiset tuntevat toisensa entuudestaan ja vuorovaikuttavat keskenään ilman kokeiluakin (mm. Hargreaves, 2011). Tämä on arvokasta, sillä kokeilu yksin ei ehkä riitä luomaan tarpeeksi vahvaa yhteisöllisyyttä (Laakso, 2017; 2019).

Tutkimuksemme menetelmällinen kontribuutio liittyy määrällisen ja laadullisen aineiston analyysin yhdistämiseen. Tämä ei ole ollut kovin yleistä käytäntöjen empiirisessä tutkimuksessa, ja esimerkiksi Närvänen (2014) on havainnut, että käytäntöjä on tutkittu vähemmän määrällisin menetelmin. Tässä tutkimuksessa kahden menetelmällisesti erilaisen analyysin yhdistäminen tuotti syvempää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Määrällinen analyysi mahdollisti todennettavien erojen havaitsemisen eri kokeilutyypin välillä ja laadullinen analyysi tarjosi mahdollisuuden tarkastella yhteisöllisyyden merkitystä ja vaikutuksia lopputulokseen. Vaikka yhteisöllisyyden merkitys ei näkynyt vahvasti määrällisessä aineistossa, se nousi esille laadullisessa aineistossa. Haastatteluaineisto täydensi siten analyysiamme ja nosti esille muun muassa sitoutumiseen liittyviä vaikutuksia, joita ei oltu osattu kysyä kvantitatiivisesti mitattavilla kysymyksillä.

Tutkimuksen teoreettinen kontribuutio liittyy käytäntöteoreettisen lähestymistavan hyödyntämiseen kestävästi energiakulutuksen interventiossa, jossa pyritään ymmärtämään paremmin kulutuksen yhteisöllisyyttä. Vaikka tutkimuksemme on indikoiva ja kokeileva, tuloksemme viittaavat siihen, että yhteisöllisessä asetelmassa käytäntöjä on mahdollista haastaa ei vain toimintana vaan myös kokonaisuuksina (esim. Corsini ym., 2019, Shove ja Pantzar, 2005). Tällaisella lähestymistavalla on mahdollista parantaa intervention vaikuttavuutta. Kun käytäntöjä voidaan haastaa molempien ulottuvuuksiensa kautta, niiden muuttaminen näyttäisi tehostuvan. Yksi jatkotutkimuksen aihe on tarkentaa, kuinka yhteisöllisyys vaikuttaa kokeiluun sitoutumiseen tai kuinka vertailu edistää sosiaalisten normien haastamista. Lisäksi jatkotutkimusta voisi suunnata kotitalouksien käytäntöihin keskittyvien interventioiden pitkän aikavälin vaikutuksiin, tarkastelemalla, jääkö kokeiluista kotitalouksiin pysyviä muutoksia ja miten ne leviävät paikallisyhteisössä. Yhteisöllisetkin kokeilut kohdistuvat usein pieneen joukkoon ihmisiä eikä ole varmaa, että ne muuttavat pysyvästi yhteiskunnallisesti jaettuja käytäntöjä kokonaisuutena (Shove ja Pantzar, 2005).

Tutkimuksemme positiiviset tulokset ja osallistujien myönteinen palaute rohkaisevat järjestämään lisää kotitalouksien arkeen vaikuttavia interventioita ja haastamaan kenties muitakin sosiaalisia normeja sekä kotitalouksien käytäntöjä ja rutiineja. Osallistujien kokemus siitä, että pienilläkin muutoksilla voi kokea voimaantumista, kannustaa jatkamaan kokeiluja kotitalouksien kanssa. Tutkimustulosten valossa kannattaa kiinnittää huomiota henkilökohtaiseen vuorovaikutukseen ja osallistujien kokemuksen huomioonottamiseen uusien hankkeiden suunnittelussa (vrt. Heiskanen ym., 2018), joko resursoimalla osallistujien ja tutkijoiden yhteistä keskustelua, tai panostamalla yhteisöllisiin interventioihin.

Kiitokset

Kirjoittajat haluavat kiittää hankkeeseen osallistuneita kotitalouksia hyvästä yhteistyöstä ja sitoutumisesta hankkeeseen. Kirjoittajat kiittävät myös kansainvälistä projektikonsortiota maakohtaisen tutkimusaineiston keräämisestä ja jakamisesta tutkijoille. Kiitos myös kolmelle anonyymille arvioijalle arvokkaista lausunnoista käsikirjoitukseen. Tutkijat kiittävät Euroopan komission horisonttiohjelmaa rahoituksesta ENERGISE-hankkeelle (rahoitussopimusnumero 727642).

Lähteet

- Alhonnoro, L. (2014). Practice as a patterned network of heterogeneous materials – an actor-network approach to practice theory. *Kulutustutkimus.Nyt* 2/2014, 17-28. http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2014/12/KTS_2_2014_Alhonnoro_ANT.pdf
- Almirall, E., Lee, M. & Wareham, J. (2012). Mapping living labs in the landscape of innovation methodologies. *Technology Innovation Management Review*, 2(9), 12–18. <https://timreview.ca/article/603>
- Backhaus, J., Wieser, H., & Kemp, R. (2015). Disentangling practices, carriers and production-consumption systems: a mixed-method study of (sustainable) food consumption. In E. Huddart Kennedy, M. J. Cohen, & N. T. Krogman (Eds.), *Putting Sustainability into Practice: Applications and advances in research on sustainable consumption* (pp. 109-133). Edward Elgar Publishing.
- Breukers, S. C., Heiskanen, E., Brohmann, B., Mourik, R. M. & Feenstra, C. F. J. (2011). Connecting research to practice to improve energy demand-side management (DSM). *Energy*, 36(4), 2176-2185. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2010.06.027>
- Corsini, F., Laurenti, R., Meinherz, F., Appio, F. P. & Mora, L. (2019). The advent of practice theories in research on sustainable consumption: Past, current and future directions of the field. *Sustainability* 11(2), 341, 1-19.
- Davies, A. R., & Doyle, R. (2015). Waterwise: Extending Civic Engagements for Co-creating more Sustainable Washing Futures. *ACME: An International Journal for Critical Geographies*, 14(2), 390–400.
- EC (2016). Commission Staff Working Document. Review of available information. Accompanying the document Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on an EU Strategy for Heating and Cooling. Brussels, 16.2.2016, SWD (2016) 24 final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/?uri=CELEX:52016SC0024>
- ENERGISE (2019). ENERGISE Living Lab Country Reports. Verkossa: http://energise-project.eu/livinglab_country_reports
- Evans, D., McMeekin, A. & Southerton, D. (2012). Sustainable Consumption, Behaviour Change Policies and Theories of Practice. In A. Warde & D. Southerton, eds. *The Habits of Consumption. Studies across Disciplines in the Humanities and Social Sciences* 12. Helsinki: Helsinki Collegium for Advanced Studies, 113–129.
- Evans, J., Jones, R., Karvonen, A., Millard, L., & Wandler, J. (2015). Living labs and co-production: university campuses as platforms for sustainability science. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 16, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2015.06.005>
- Gram-Hanssen, K. (2011). Understanding change and continuity in residential energy consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11, 61–78. <https://doi.org/10.1177/1469540510391725>
-

- Gram-Hanssen, K. (2017). New needs for better understanding of household's energy consumption – behaviour, lifestyle or practices? *Architectural Engineering and Design Management*, 10(1-2), 91-107. <https://doi.org/10.1080/17452007.2013.837251>
- Hargreaves, T. (2011). Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to pro-environmental behaviour change. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 79-99. <https://doi.org/10.1177/1469540510390500>
- Haukkala, T. (2019). The wicked problem of a low carbon energy transition. Structure, agency and framing in the multi-actor process of solar PV deployment in Finland. Aalto University publication series, Doctoral dissertations 65/2019.
- Heinonen, V. (2012). Arkielämän tutkimusperinteet, kulutus ja rutiinit. *Kulutustutkimus.Nyt* 1/2012, 60-74. http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2012/05/Heinonen__KTS_1_2012.pdf
- Heiskanen, E., Johnson, M., Saastamoinen, M., Robinson, S., & Vadovics, E. (2009). Yhteistoiminta kestävässä kulutuksessa: esimerkkinä hiilipäästöjen vähentäminen. *Janus: Sosiaalipolitiikan ja sosiaalityön tutkimuksen aikakauslehti* 3/2009, 200-218. <https://journal.fi/janus/article/view/50522/15290>
- Heiskanen, E., Jalas, M., Rinkinen, J., & Tainio, P. (2015). The local community as a "low-carbon lab": Promises and perils. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 14, 149-164. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2014.08.001>
- Heiskanen, E., Laakso, S., Matschoss, K., Backhaus, J., Goggins, G., & Vadovics, E. (2018). Designing real-world laboratories for the reduction of residential energy use: Articulating theories of change. *GAIA-Ecological Perspectives for Science and Society*, 27(1), 60-67. <https://doi.org/10.14512/gaia.27.S1.13>
- Heiskanen, E., Nissilä, H., & Tainio, P. (2017). Promoting residential renewable energy via peer-to-peer learning. *Applied Environmental Education & Communication*, 16(2), 105-116. <https://doi.org/10.1080/1533015X.2017.1304838>
- Hörisch, J. (2018). How business actors can contribute to sustainability transitions: A case study on the ongoing animal welfare transition in the German egg industry. *Journal of Cleaner Production*, 201, 1155-1165. doi:10.1016/J.JCLEPRO.2018.08.031.
- Id, V. & Laaksonen, P. (2012). Tavoitteena ympäristöystävällisemmät rutiinit: Motiiviperustaisen viitekehyksen rakentaminen. *Kulutustutkimus.Nyt* 1/2012, 42-59. http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2012/05/Id_Laaksonen_KTS_1_2012.pdf
- Jensen, C. (2017). Catalogue of existing good practice examples of programmes and interventions. *ENERGISE – European Network for Research, Good Practice and Innovation for Sustainable Energy*, Deliverable 2.1. <http://www.energise-project.eu/sites/default/files/content/WP2%20Deliverable%202%201%20FINAL.pdf>
- Jensen, C., Goggins, G. & Fahy, Frances (2017). Construction of Typologies of Sustainable Energy Consumption Initiatives. *ENERGISE – European Network for Research, Good Practice and Innovation for Sustainable Energy*, Deliverable 2.4. http://www.energise-project.eu/sites/default/files/content/ENERGISE_D2.4_271117_Final.pdf
- Kallio, L. (2019). Uudet liiketoimintamallit energiamurrosta suuntaamassa: Farmivirta-palvelu osana energiapolitiikan tarinalinjoja. Pro gradu -tutkielma. Bio- ja ympäristötieteellinen tiedekunta, Helsingin yliopisto, 107.

- Karvonen, A. & van Heur, B. (2014). Urban laboratories: Experiments in reworking cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(2), 379–392. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12075>
- Kemppainen, T., Uusitalo, O. & Kuoppamäki, S.-M. (2017) Asumisnormit vai yksilölliset haaveet? Asumistoiveet eri elämänvaiheissa. *Kulutustutkimus.Nyt* 1/2017, 33-47. http://www.kulutustutkimus.net/wp-content/uploads/2017/08/Kulutustutkimus.nyt_1_2017.pdf
- Kent, J.L. (2015). Still Feeling the Car – The Role of Comfort in Sustaining Private Car Use. *Mobilities*, 10(5), 726–747. <https://doi.org/10.1080/17450101.2014.944400>
- Laakso, S. (2017). A practice approach to experimental governance. Experiences from the intersection of everyday life and local experimentation. University of Helsinki.
- Laakso, S. (2019). Experiments in Everyday Mobility: Social Dynamics of Achieving a Sustainable Lifestyle. *Sociological Research Online*, 1–16. <https://doi.org/10.1177/1360780418823222>
- Laakso, S. & Heiskanen, E. (2017). Good practice report: capturing cross-cultural interventions. ENERGISe – European Network for Research, Good Practice and Innovation for Sustainable Energy, Deliverable 3.1. http://www.energise-project.eu/sites/default/files/content/ENERGISe_D3.1_Good%20practice%20report%20capturing%20cross-cultural%20interventions_0.pdf
- Laakso, S., Heiskanen, E. & Matschoss, K. (2017). ENERGISe Living Labs background report. ENERGISe – European Network for Research, Good Practice and Innovation for Sustainable Energy, Deliverable 3.2. http://www.energise-project.eu/sites/default/files/content/ENERGISe_D3.2_141117_FINAL_0.pdf
- Metsämuuronen, J. (2000). *Mittarin rakentaminen ja testiteorian perusteet*. Helsinki: International Methelp.
- Närvänen, E. (2014). Studying marketplace cultures and communities using practice theories: Methodological challenges. *Kulutustutkimus. nyt*, 8(2), 4-15.
- Opp, K. D. (2001). How do norms emerge? An outline of a theory. *Mind & Society*, 2(1), 101-128. <https://doi.org/10.1007/BF02512077>
- Rockström, J., Steffen, W., Noone, K., Persson, Å., Chapin III, F. S., Lambin, E. F., ... & Nykvist, B. (2009). A safe operating space for humanity. *Nature*, 461(7263), 472. <https://www.nature.com/articles/461472a>
- Røpke, I. (2009). Theories of practice — New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological Economics*, 68(10), 2490–2497. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2009.05.015>
- Ruggiero, S., Varho, V. & Rikkonen, P. (2015). Transition to distributed energy generation in Finland: Prospects and barriers, *Energy Policy*. 86, 433–443. doi:10.1016/j.enpol.2015.07.024.
- Sahakian, M., Wallenborn, G. & Godin, L. (2019). Report on the analysis of ENERGISe Living Labs data across all eight participating countries. ENERGISe – European Network for Research, Good Practice and Innovation for Sustainable Energy, Grant Agreement No. 727642, Deliverable No. 5.2. Verkossa: <http://www.energise-project.eu/deliverables>
- Sahakian, M. & Wilhite, H. (2014). Making practice theory practicable: Towards more sustainable forms of consumption. *Journal of Consumer Culture* 14.1 (2014): 25-44.
- Schatzki, T. (1996). *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Schliwa, G., & McCormick, K. (2016). Living labs: Users, citizens and transitions. Teoks. Evans, J., Karvonen, A. & Raven, R. (toim). The experimental city. London: Routledge, 163-178.
- Schmitz, A. & Stamminger, R. (2014). Usage behaviour and related energy consumption of European consumers for washing and drying. *Energy Efficiency*, 7, 937-954. <https://doi.org/10.1007/s12053-014-9268-4>
- Shove, E. (2003). *Comfort, cleanliness and convenience: the social organization of normality*. Oxford/ New York: Berg.
- Shove, E. & Pantzar, M. (2005). Consumers, producers and practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, 5, 43-64. <https://doi.org/10.1177/1469540505049846>
- Shove, E., Pantzar, M. & Watson, M. (2012). *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and how it Changes*, London: Sage Publications.
- Shove, E., & Walker, G. (2010). Governing transitions in the sustainability of everyday life. *Research policy*, 39(4), 471-476. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.01.019>
- Spurling, N., McMeekin, A., Shove, E., Southerton, D. & Welch, D. (2013). Interventions in practice: re-framing policy approaches to consumer behaviour. Sustainable Practices Research Group Report. Available at: <http://www.sprg.ac.uk/uploads/sprg-report-sept-2013.pdf>
- Strengers, Y., Moloney, S., Maller, C., & Horne, R. (2015). Beyond behaviour change: Practical applications of social practice theory in behaviour change programs. In Y. Strengers & C. Maller, eds. *Social Practices, Intervention and Sustainability*. Abingdon, Oxfordshire: Routledge, 63-77.
- Summerton, J. (2004). Do electrons have politics? Constructing user identities in Swedish electricity. *Science, Technology & Human Values*, 29, 486-511. doi:10.1177/0162243904264487.
- Söyrinki, S., Heiskanen, E. & Matschoss, K. (2018). Piloting Demand Response in Retailing: Lessons Learned in Real-Life Context. *Sustainability* 10, 3790. doi:10.3390/su10103790.
- Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131-153. <https://doi.org/10.1177/1469540505053090>
- Welch, D. (2016). Social practices and behaviour change. In F. Spotswood, ed. *Beyond Behaviour Change. Key Issues, Interdisciplinary Approaches and Future Directions*. Bristol: Policy Press, 237-255.

Kirjoittajatiedot

Kirjoittajat ovat Helsingin yliopiston tutkijoita ja opiskelijoita: VTT (Dr.rer.pol.), dosentti Kaisa Matschoss, yliopistotutkija, Kuluttajatutkimuskeskus, kaisa.matschoss@helsinki.fi; KTM Tuija Kajoskoski, tuija.kajoskoski@helsinki.fi; FT (ympäristömuutos ja -politiikka) Senja Laakso, tutkijatohtori, Kuluttajatutkimuskeskus, senja.laakso@helsinki.fi; KTT (Econ. and Bus. Admin.) Eeva-Lotta Apajalahti, tutkijatohtori, Kuluttajatutkimuskeskus, eeva-lotta.apajalahti@helsinki.fi; FT, dosentti Eeva Heiskanen, professori, Kuluttajatutkimuskeskus, eva.heiskanen@helsinki.fi; MMK Virve Luomaniemi, virve.luomaniemi@helsinki.fi.



Perheen kanssa teatterissa. Lapsuudenperheen ylläpitäminen yhteisellä teatterin kulutuksella

Jani Varpa

ABSTRAKTI

Tässä artikkelissa tarkastellaan teatterissa käymistä vanhempien ja heidän aikuisten lastensa yhteisenä ajanvietteenä. Ydinperheen rooli on nyky-yhteiskunnassa entistä keskeisempi, mikä näkyy muun muassa julkisilla paikoilla tapahtuvassa perheen yhteisessä kulutuksessa. Tällaisen yhteisen kulutuksen voidaan nähdä ylläpitävän perhettä myös silloin, kun perheenjäsenet asuvat eri kodeissa. Artikkelissa tarkastellaan teatterissa käymistä vapaa-ajan viettönä ja kulutuksen muotona laadullisin menetelmin. Tutkimus keskittyy perheen elämänvaiheeseen, jossa perheen aikuiset lapset ovat jo muuttaneet kotoaan, mutta jossa lapsuudenperhettä pidetään yllä yhteisellä vapaa-ajan kulutuksella. Tulokset kertovat sekä perheen uusintamisesta yhteisen teatterissa käymisen avulla että perheen merkityksestä teatterissa käymisen käytännöissä. Sidos lapsuudenperheeseen ilmenee siinä, että aikuistuttuaankin jotkut haluavat mieluummin käydä teatterissa omien vanhempiensa ja sisarustensa kuin nykyisen perheensä kanssa. Tutkimuksen perusteella äidin rooli on keskeinen niin teatterissa käymisen aloitteentekijänä kuin koko perheen ylläpitäjänäkin.

Johdanto

Yhtenä postmodernin aikakauden tunnuspiirteenä on pidetty sitä, että perinteiset instituutiot ovat menettäneet otettaan yksilöllisyydelle ja yksilön valinnalle (Giddens, 1992; Beck, 1992). Tällaisena perinteisenä instituutiona voidaan pitää myös perhettä, jolla vielä agraariyhteiskunnassa oli merkittävä rooli maatalouden perustuessa pääasiassa perheen ja suvun väliseen yhteistyöhön (Durkheim, 1968; Jokinen & Saaristo, 2006; Tönnies, 2001). Vaikka maatalouden ja siinä yhteistyössä toimivan perheen merkitys saattaakin olla vähentynyt, myös perheen käsite elää ajassa. Siinä missä perhe on aiemmin ymmärretty laajasti käsittäen myös hieman etäisempiä sukulaisia, nykyään perheenä käsitetään pääosin niin sanottu vanhemmista ja yhden polven lapsista koostuva ydinperhe (Jallinoja, 2000, s. 188). Ajateltaessa perhettä tästä näkökulmasta sen merkityksen väheneminen ei ole enää itsestään selvää. Jallinoja (2006) puhuukin familistisesta käänteestä. Sillä hän tarkoittaa sitä, että ydinperhe on yhteiskunnallisessa keskustelussa noussut uudelleen keskiöön ja sen merkityksen voidaan näin ajatella jopa kasvaneen. Tämä perheen keskiöön nostaminen on näkynyt viime vuosikymmeninä paitsi julkisen keskustelun niin myös yhdessä vietetyn ajan määrän kasvuna (Jallinoja, 2009).

Perheen olemassaolon oikeutus on muuttunut samoin kuin se, ketä perheeseen lasketaan kuuluvaksi. Sekä Morgan (1996; 2011) että Jallinoja (2000) ovat muotoilleet perheestä aiempaa dynaamisemman määritelmän, jonka mukaan perhe ei enää ole olemassa pelkästään staattisena syntyperäisenä yksikkönä, vaan sitä rakennetaan jatkuvasti sellaisissa arkipäivän käytännöissä, jotka yleisesti käsitetään perheen toimintaan kuuluvaksi. Tällainen näkemys perheen jatkuvasta rakentumisesta ja muokkaamisesta synnyttää sillan perheen ja sen päivittäisen toiminnan keskinäiselle riippuvuudelle: Päivittäiset kulutus päätökset ja perheenjäsenten kulutustottumukset eivät siis ole perheen näkökulmasta yhdentekeviä. Ne vaikuttavat merkittävästi siihen, millaiseksi kuva hyvästä perhe-elämästä muotoutuu, sekä siihen, missä ja miten perhettä tuotetaan.

Korkeakulttuuri on perinteisesti nähty legitiimiksi kulttuuriksi, jota kuluttavat erottuvat edukseen monien mittarien, kuten koulutuksen ja sosiaalisen pääoman avulla (Bourdieu, 1984; DiMaggio & Useem, 1978; Purhonen ym., 2014). Lasten sosiaalistaminen tällaisen kulttuurin kuluttajiksi voitaisiin siis nähdä osaksi ”hyvän vanhemmuuden” käytäntöä. Perheen näyttäytyminen kulttuurisena onkin yleensä ollut äitien tehtävä (Parsons, 1955a; 1955b). Henkilön kulttuurisen aktiivisuuden näkökulmasta vanhempien kulttuurinen aktiivisuus onkin nähty tärkeänä (Willekens & Lievens, 2016). Sosiaalistamisen lisäksi vapaa-ajan yhteisellä kulutuksella on tärkeä merkitys perheen ylläpitämisessä esimerkiksi perheen yhteisyyden tunteen tai kommunikaation lisääntymisenä (Palmer ym., 2007; Shaw & Dawson, 2001), kun perheenkeskeistä ”laatu-aikaa” on saatu kiireiseen arkeen ulkoistamalla joitakin kotitöitä (Karsten ym., 2015) tai kun yhteinen ajanvietto on lisännyt keskinäistä luottamusta (Minahan & Huddleston, 2010; 2013).

Perheen ylläpitäminen jatkuu myös sen jälkeen, kun lapset ovat jo muuttaneet pois lapsuudenkodistaan. Tällöin lapsuudenperheen yhteisen vapaa-ajanvieton merkitys kasvaa, kun arkipäivää vietetään erillään mahdollisesti jo uusissa perheissä. Lapsuudenperheessä kehittyneen käytännöt kantavat perheyhteyttä myös tässä perheen elinkaaren uudessa vaiheessa. Tässä artikkelissa tarkastelen teatterissa käymistä perheen ylläpitämisen näkökulmasta tilanteessa, jossa perheen lapset ovat jo itsenäistyneet. Ensin käyn läpi aiempaa tutkimusta, joka liittyy perheeseen, sen kuluttajuuteen, sekä päätöksenteon jakautumiseen perheissä vapaa-ajan, erityisesti teatterin ja korkeakulttuurin kulutuksen, osalta. Tämän jälkeen kuvaan analyysini kehyksenä toimivat käytäntöjen teorit sekä käyttämäni haastatteluaineiston. Itse analyysi jakautuu kahteen lukuun, joista ensimmäisessä käsittelen teatterissa käymistä ylipäänsä perheen näkökulmasta ja sen jälkeen keskittyen erityisesti äitien rooliin teatterin kulutuksen liikkeellepanevana voimana. Lopulta johtopäätöksissä vedän yhteen keskeiset tulokset ja pohdin niiden merkitystä teatterin kulutukselle sekä perheyhteyden ylläpitämiselle tilanteessa, jossa perheen lapset ovat jo aikuistuneet ja muuttaneet omilleen.

Perheen ylläpitäminen käytäntönä

Perhettä on sosiologiassa pidetty yhtenä yhteiskunnan kulmakivenä. Erityisesti

yhdysvaltalainen Talcott Parsons (1952) on pitänyt perhettä tärkeänä niin lasten kuin vanhempienkin sosiaalistamisen ja yhteiskunnan jatkuvuuden turvaajana. Perinteinen suomalaisessakin yhteiskunnassa vallalla oleva perhekäsitys on lähtenyt rakenteellisesta ydinperheen käsitteestä, jossa äiti, isä ja lapset asuvat samassa taloudessa (Beck & Beck-Gernsheim, 1995, s. 147; Jallinoja, 2000, s. 188). Tämä varsin staattinen näkemys ei kuitenkaan ota huomioon perheeseen nykyään yhdistettäviä tekijöitä kuten ajallista ja paikallista liikkuvuutta (Finch, 2007). Morgan (1996) onkin hahmotellut perheen käsitettä perhekäytäntöjen kautta: Perhe ei tässä ymmärryksessä ole olemassa staattisena rakenteena. Se hahmotetaan arkipäivässä toistuvina perheeseen liittyvinä käytäntöinä, joiden kautta se uusintuu.

Perhe on käsitteenä sidoksissa muuhun yhteiskunnan kehitykseen (Beck, 1992; DeVault, 2000, Giddens, 1992). Toisinaan perheen on nähty vain reagoivan ympäröivän yhteiskunnan kehitykseen, kun taas toisinaan perhettä on pidetty yhtenä yhteiskunnallisen muutoksen ajureista (Smart & Neale, 1999, s. 4–5). Yksilöllisyyden noustua yhteiskunnan keskiöön perinteinen perheen asema on kuitenkin heikentynyt (Durkheim, 1968; Giddens, 1992) ja perhe itsessään muuttunut moninaisemmaksi ja joustavammaksi, kuten esimerkiksi avioerojen ja uusien perhetyyppien määrän kasvusta voidaan päätellä (Smart & Neale 1999, s. 10; Jallinoja, 2000). Tällainen perheen käsitteellinen joustavuus aiheuttaa sen, että haluttuja perhesuhteita voidaan pitää yllä yhteisen kulutuksen kautta, vaikka perhe olisikin esimerkiksi hajautunut eri paikkakunnille esimerkiksi töiden takia (Epp ym., 2014). Perheen yhteinen kulutus nouseekin merkittävänä esiin silloin, kun perhe nähdään toistuvien käytäntöjen tuloksena.

Ydinperheeseen liittyvässä kulutuskeskustelussa voidaan nähdä ainakin kolme erilaista keskustelua. Ensimmäinen liittyy lasten sosiaalistamiseen: perheen merkitystä lasten kuluttajaksi sosiaalistumisessa voidaan tuskin yliarvioida (John, 1999; van Hek & Kraaykamp, 2015; Minahan & Huddleston, 2010; 2013; Lachance & Choquette-Bernier, 2004; Neeley, 2005; Martens ym., 2004; Shaw & Dawson, 2001; Helve, 2009). Toinen keskustelu liittyy huoleen perheen selviytymisestä markkinataloudessa. Huolenpidon on perinteisesti nähty olevan perheen yhteisyyden keskiössä ja työelämän viedessä aikaa perinteiseltä kotona tapahtuvalta huolenpidolta perheyhteisyyden yllä pysyminen on aiheuttanut huolta (Thompson, 1996; Epp & Velagaleti, 2014). Kolmas keskustelu liittyy siihen, kuinka perhettä pidetään yllä kulutuksen avulla.

Yhteinen ostoksilla käyminen voidaan nähdä sekä äidin ja tyttären välisenä laatuaikana, että kasvatustilanteena, jossa äidin asenteet, ajatukset ja mieltymykset kuluttamiseen liittyen osittain siirtyvät seuraavalle sukupolvelle, joskaan vaikutus ei ole ainoastaan yksisuuntainen (Minahan & Huddleston, 2010; 2013; Moore ym., 2001). Nykypäivän ostoskeskukset tarjoavat kuitenkin tavanomaista shoppailua laajemmat mahdollisuudet elämyskokemuksiin (Haytko & Baker, 2004) ja toisinaan kauppakeskukset saattavat toimia enemmänkin äitien ja tyttärien yhteisen laatuajan näyttämönä pelkkien ostosmahdollisuuksien

tarjoamisen asemesta. Tällöin kauppakeskuksessa voidaan viettää runsaasti aikaa ilman varsinaisten ostosten tekoa (Minahan & Huddleston, 2010). Vaikka äitien merkitys kuluttajakasvatuksessa on kiistaton, myös perhettä kokonaisuutena voidaan pitää yllä kulutuksen avulla. Joidenkin toimintojen ulkoistamisella perhe voi pystyä keskittymään rajalliseen laatuaikaansa kokonaisvaltaisemmin. Näin esimerkiksi perheenä ulkona syöminen voi edistää paitsi perheen esittämistä muille (Finch, 2007), myös yhdessä oloa, kun ruuanlaittoon, tiskaamiseen ja kaupassa käyntiin kuluu vähemmän aikaa (Karsten ym., 2015). Myös tavaroilla on nähty olevan rooli perheyhteyden ylläpitämisessä ja kehittämisessä (Epp & Price, 2008). Yhdessä vietetty aika sekä annetut lahjat edistävät myös laajemman perheyhteisön kuten isovanhempien ja lastenlasten tuntemaa yhteyttä (Hebblethwaite & Norris, 2011; Hurdley, 2006).

Voidaan nähdä, että mainitsemani kolme keskustelua menevät osittain päällekkäin. Esimerkiksi lasten sosiaalistaminen kuluttajaksi vaatii vanhempien ja lasten yhteistä kulutusta ja toisaalta taas osan huolenpidosta siirtämisessä markkinoiden tehtäväksi voidaan paitsi huolestua perinteisten perheen tehtävien lipsumisesta toisten hoidettavaksi, niin myös saada ostettua arvokasta laatuaikaa perheen kesken näin ylläpitäen sitä.

Perhe teatterissa: äitien aloitteesta, lasten parhaaksi

Perhettä voidaan siis nähdä ylläpidettävän kulutuksen avulla. Perhe ei kuitenkaan ole yhtenäinen kulutusyksikkö, vaan kulutus ja siitä päättäminen jakaantuvat perheissä eri toimijoiden kesken. Perinteinen työnjako kotitaloudessa muuttuu hitaasti. Funktionalistit näkivät 1950-luvulla, että naisten tehtävä on ylläpitää perheen yhteisyyttä, kun taas miesten toiminta perheen ylläpitämisessä keskittyi kodin ulkopuolella toimimiseen (Parsons, 1955a; 1955b; Zelditch, 1955). Myöhemminkin naisten tehtäväksi on usein nähty ostaa ruokatarpeet (Pahl, 1989, s. 69–72; Zelizer, 1997, s. 64–65), kun taas miesten kulutus on painottunut autoon ja elektroniikkaan (Raijas & Wilska, 2008, s. 253). Tämä on looginen seuraus sille, että myös työnjako kodin piirissä noudattaa melko vakaasti samaa linjaa (Raijas & Varjonen, 2007). Päätöksistä vastaa siis enemmän se, jonka ”asiantuntemuksen piiriin” kulutuksen kohde kotitaloudessa kuuluu. Vapaa-ajan kustannuksiin puoliset osallistuvat nyky-Suomessa kuitenkin melko tasaisesti, vaikka kulttuuri on perinteisesti kuulunut enemmän naisten aktiivisuuteen (Raijas & Wilska, 2008, s. 253).

Naiset harrastavat korkeakulttuuria miehiä aktiivisemmin niin Suomessa kuin muuallakin (esim. Alasuutari, 2009; Bihagen & Katz-Gerro, 2000; Liikkanen, 1996; 2009). Sukupuolen merkitys korkeakulttuurin kulutuksen tekijänä on kuitenkin sivuutettu pitkään (DiMaggio, 2004). Bourdieulaisittain kulttuuripääoma on keskeinen länsimaisissa yhteiskunnissa, ja tästä syystä naisten suurempi kiinnostus korkeakulttuuriin on hieman ristiriidassa naisten yleisen yhteiskunnallisen aseman kanssa (Christin, 2012; Lagaert & Roose, 2018). Willekens ja Lievens (2016)

ovatkin huomanneet, että naisten osallistuminen kulttuuritapahtumiin laskee, kun kahden hengen työssäkävystä taloudesta siirrytään perheeseen, jossa on pieniä lapsia. Tämä voisi viitata siihen, että naisten vastatessa usein edelleen kodin ylläpidosta kulttuuriharrastuksiin käytettävä aika saattaa lasten syntyessä vähentyä (Green ym., 1990). Yhteiskunnan tasa-arvoisuuden rooli naisten korkeakulttuurin kulutuksessa onkin viime vuosina herättänyt tutkijoiden kiinnostusta (Bihagen & Katz-Gerro, 2000; Katz-Gerro & Jæger, 2015; Lagaert & Roose, 2018).

Naisten rooli korkeakulttuurin kuluttajina vaikuttaa kiistattomalta, vaikka keskustelu ilmiön syistä jatkuu. Naiset paitsi kuluttavat itse enemmän korkeakulttuuria, niin saavat myös puolisonsa ja koko perheen yhdessä käymään teatterissa useammin (Upright, 2004; Purhonen ym., 2014, s. 254; 267; Helve, 2009). Naisten roolia koko perhettä kulttuurin pariin liikuttavana voimana on selitetty sillä, että naiset ovat miehiä enemmän vastuussa perheen näyttäytymisestä kulttuurisena (Bourdieu, 2001; Bihagen & Katz-Gerro, 2000; Collins, 1988). Tämä naisten aktiivisuus selittää osittain sen, miksi naiset vapaa-ajan kulujen jaon tasaisuudesta huolimatta tekevät pääosin päätökset teatterin kulutuksesta (Raijas & Wilska, 2008, s. 255).

Vanhemmilla on suuri merkitys lastensa kulttuuriselle aktiivisuudelle käytännön toiminnan kautta. Kotitalouksissa, joissa vanhemmat aktiivisesti kuluttavat korkeakulttuuria tai omistavat esimerkiksi soittimia, myös lapset ovat aktiivisempi samoilla alueilla (Kraaykamp & van Eijck, 2010). Myös suomalaisessa kontekstissa vanhempien aktiivisuudella on todettu olevan merkitystä (Hanifi, 2009). Jos seurataan bourdieulaisittain ajatusta siitä, että legitiimin kulttuurin kulutuksella kasvatetaan kulttuurista pääomaa, aktiivinen korkeakulttuurin kulutus yhdessä lasten kanssa voidaan nähdä hyvän vanhemmuuden kulmakivenä, jolla pyritään hankkimaan lapsille mahdollisimman hyvät eväät elämään paitsi koulutuksen, myös kulutuskäytäntöjen kautta.

Käytäntöjen teoriat korkeakulttuurin kulutuksen tutkimuksessa

Käytäntöjen teoriat ovat viime vuosina nousseet yhdeksi keskeiseksi teoriaperinteeksi kulutustutkimuksessa holistisen näkökulmansa ansiosta (Halkier & Jensen, 2011; Halkier ym., 2011). Teatterin kulutuksen kontekstissa kulutuksen holistinen ymmärtäminen laajentaa aiempaa kulttuurisosiologista tulkintakehystä. Aiemmin korkeakulttuurin kulutusta on analysoitu pääasiassa symbolisen kulutuksen ja distinktioiden näkökulmasta (esimerkiksi Alasuutari, 1997; Bourdieu, 1984; Peterson, 1992; Purhonen ym., 2014). Myös käytäntöteoreettisessa tulkinnassa on mahdollista ottaa makuasiat huomioon, mutta teatterin kulutus voidaan ymmärtää myös laajemmin erilaisten käytäntöjen risteyksenä. Hyödynnän tässä artikkelissa käytäntöjen teorioiden lähtökohtaa siitä, että käytäntöjen kantajan toiminta ei tapahdu täysin itsenäisenä päätöksentekona, mutta ei toisaalta myöskään täysin kulttuurin ja ympäristön sanelemana (Reckwitz 2002; Warde, 2005).

Käytännöt eivät ole staattisia ja muuttumattomia, mutta tietynlainen jatkuvuus on niille tyypillistä (Bourdieu, 1990). Toisin sanoen käytännöt elävät koko ajan ja uusia yhteyksiä muodostuu eri elementtien välille, mutta käytäntö kokonaisuutena on toistuva (Hui ym., 2016; Shove ym., 2012, s. 29–35). Tätä kautta on ymmärrettävissä myös tulkinta perheen uusintamisesta päivittäisen toiminnan avulla: Vanhemmat eivät toista lapsiaan teatteriin viedessään robotinomaisesti aiempaa käyttäytymistä, mutta eivät myöskään tee päätöksiään täysin itsenäisesti. Toimintaan vaikuttavat siis käytännöt, kuten käsitys hyvästä vanhemmuudesta sekä se, millaisiksi perheen käytännöt ovat aiemmin muodostuneet ja minkälaisia verkostoja ne muodostavat.

Aineisto ja menetelmät

Tämän tutkimuksen aineisto koostuu kahdestatoista teemahaastattelusta, jotka on suoritettu keväällä ja kesällä 2017 pääkaupunkiseudulla asuvien Helsingin ruotsalaisessa teatterissa kävijöiden keskuudessa. Haastattelujen kokonaiskesto on noin kahdeksan tuntia. Yksittäisen haastattelun kesto vaihteli noin kahdenkymmenen kahden minuutin ja puolentoista tunnin välillä. Yksi mahdollinen syy haastattelujen keston melko suureen vaihteluun on se, että haastateltavan ei tarvinnut olla aktiivinen ja innokas teatterissa kävijä. Näin joukossa on myös sellaisia haastateltavia, joille teatteri saattaa olla etäinen instituutio, jossa on käyty vain koulun kanssa lapsena. Tällaiset haastateltavat tuovat lisää ymmärrystä siitä, miksi teatteria ei ehkä nähdä houkuttelevana vaihtoehtona tai minkä muiden vapaa-ajan käytäntöjen kanssa se joutuu kilpailemaan. Jokainen haastattelu nauhoitettiin haastateltavan luvalla, minkä jälkeen ne litteroitiin kirjalliseen muotoon analyysiä varten. Kymmenen haastatteluista tehtiin ruotsiksi ja kaksi suomeksi. Haastattelutilanteessa haastateltava sai itse valita haluamansa keskustelukielen.

Haastateltavista kaksi oli miehiä ja loput naisia. Tämä saattaa johtua osittain haastateltavien keräämisessä hyödyntämästäni lumipallomenetelmästä. Lumipallomenetelmää käytin haastateltavien etsimisessä, sillä suomenkielisenä pääsyini suomenruotsalaisten piiriin oli rajattu ja haastateltavia löytyi paremmin, kun minulla oli ryhmään kuuluva ”suositteleva” (Browne, 2005). Haastateltavien suositellessa muita haastateltavia osallistujien sukupuoli on osittain valikoitunut ystäväpiiriin kautta. Tästä syystä olen käyttänyt haastateltavien rekrytoinneissa useampia lumipalloja: yhdessä on haastateltavissa painottuneet nuoret, omaa itsenäistä elämäänsä aloittelevat aikuiset ja toisessa eläkeikää lähestyvät. Haastateltavien edustaessa eri ikäkausia ja elämäntilanteita vapaa-ajan käytäntöjen moninaisuus nousee esiin paremmin tuoden eri näkökulmia teatterin kulutukseen. Nuorten aikuisten lumipallossa korostuivat sukupuolena nainen ja suoritettu tai suoritteilla oleva korkeakoulututkinto. Aiemman tutkimuksen perusteella tämä ryhmä on erityisen innokas korkeakulttuurin kuluttaja ja on saattanut myös vaikuttaa siihen, miksi niin moni haastateltavistani kuuluu tähän ryhmään (DiMaggio, 1982, Liikkanen, 1996; Katz-Gerro, 1999; Bihagen & Katz-Gerro, 2000; Purhonen ym., 2014).

Olen analysoinut litteroitua aineistoa ensin teemoittelemalla. Alustava analyysi nosti aineistosta esiin toistuvia teemoja, joista tässä artikkelissa käsiteltävä perheen yhteinen vapaa-ajan vietto teatterissa on yksi. Olen syventänyt analyysiä edellisessä luvussa lyhyesti esittelemieni käytäntöjen teorioiden perusajatusten kautta. Käytäntöjä tutkittaessa on usein hyödynnetty havainnointia, sillä haastatteluaineistolla ei välttämättä ole uskottu päästävän tarpeeksi syvälle käytäntöihin (Fuentes ym., 2019; Hitchings, 2012). Bourdieun (1990, s. 55) mukaan käytäntöjen kantajan kyky järkeillä omaksumiensa käytäntöjen ulkopuolella on rajallista, mikä ylläpitää yksilön habitusta. Yksilö toisin sanoen tulisi älyllisesti sokeaksi oman arkisen toimintansa vaihtoehdoille. Monin paikoin rutiininomaisissa toimissa voikin olla niin, ettei yksilö tule aktiivisesti harkinneeksi vaihtoehtoisia tapoja tehdä arkipäivän askareitaan. Kuitenkin esimerkiksi Hitchings (2012) on omassa tutkimuksessaan havainnut haastateltaviensa voivan halutessaan hyvin polveilevasti eritellä omaa arkista toimintaansa sekä sen syitä ja seurauksia.

Haastatteluaineiston käyttöön kohdistetusta kritiikistä huolimatta sillä on omat etunsa kulutuskäytäntöjen tutkimisessa ja artikkelini tavoitteiden näkökulmasta haastattelu on perusteltu valinta. Teatterin kulutus perheen kesken ei traditionakaan ole niin arkista toimintaa, että se Bourdieun (1990, s. 55) tarkoittaman arkisen toiminnan mukaisesti tapahtuisi täysin automaattisesti ilman tiedostettuja pyrkimyksiä. Fuentes (2019) kollegoineen on omassa musiikin kulutusta koskevassa tutkimuksessaan perustellut haastattelujen käyttöä muun muassa sillä, että havainnoimalla ei saataisi käsitystä nykyisten musiikin kuuntelutapojen lisäksi myös aiemmista tavoista. Samaa logiikkaa seuraten myöskään perheen kanssa teatterissa käymisen toistuvuudesta tai siihen johtaneesta keskustelusta kuten näytelmän valinnasta ja aloitteiden tekemisistä ei havainnoinnilla saisi niin kokonaisvaltaista käsitystä.

Aikuisten lasten kanssa teatterissa

Morgan (1996) näki perheen käytäntönä, joka syntyy ja jota ylläpidetään erilaisissa toiminnoissa. Aineistoni perusteella teatterissa käyminen näyttäytyy tällaisena käytäntönä. Useammassa haastattelussa esiin nousi se, kuinka teatteriin mennään juuri oman lapsuudenperheen kanssa. Seuraavassa haastateltava kertoo teatterin kulutuksestaan, jossa perheen rooli on keskeinen:

Kun olin pieni, tiedätkö, perhe kävi aina katsomassa suuret näytelmät. Siis kun olin nuorempi sanoisin että se oli ehdottomasti perinne että kaikki suuret esitykset jotka Svenska teaternissa tehtiin, niin kävimme katsomassa ja ehkä tietty osa edelleen niinku kun ajatellaan missä olen viimeksi käynyt niin ehkä perheen kanssa -- näkisin että toki äidin kautta hänellä on tapana luulisin enimmäkseen vain varata liput ja ilmoittaa että.. mennään teatteriin.. silloin ja silloin. Nainen 25, kirjoittajan käänös.

Haastateltavan ollessa nuori perheellä oli tapana käydä yhdessä katsomassa ”kaikki suuret esitykset”. Teatterissa käyminen on toisin sanoen kuulunut perheen tapoihin

ylläpitää itseään. Finch (2007) korostaa, että nykypäivän entistä moninaisemmissa perhekäytännöissä pelkän perheen "tekemisen" asemesta tulisi puhua myös perheen "esittämisestä", jolloin perhe tuodaan tietoisesti muiden nähtäville. Viemällä lapsensa teatteriin vanhemmilla, ja tässä tapauksessa erityisesti äidillä, saattaa olla erityinen tarve näyttää julkisesti "hyvää vanhemmuuttaan". Se, mitä hyväksi vanhemmuudeksi puolestaan ymmärretään, muodostuu yhteiskunnassa vallalla olevista arvoista ja niiden uusintamisesta. Paitsi että Parsons (1955b) näki äidin roolin tärkeänä perheen ylläpitäjänä ja lasten sivistämisestä vastaavana, hän näki perheen roolin tärkeänä juuri näiden yhteiskunnassa voimassa olevien arvojen ylläpitäjänä ja yhteiskunnallisen vakauden turvaajana. Äitien rooliin lasten teatteriaktiivisuuden lisääjänä perehdytään tarkemmin seuraavassa luvussa. Ajatukseen hyvän vanhemmuuden toteuttamisesta saattaa viitata myös se, että perhe on käynyt yhdessä katsomassa "kaikki suuret esitykset". Tällöin hyvä vanhemmuus on noussut esiin niin vanhemmuuden saaman yleisön määränä kuin lasten kasvattamisena tietynlaiseen kuluttajuuteen. Kuten aiemmin todettiin, vanhempien käytännön toimilla on varsin suuri merkitys sille, millaiseksi heidän lastensa kulttuurisuhde muodostuu: Tästä syystä yhteisellä teatterissa käymisellä varsinkin lasten ollessa pieniä on voinut olla suuri merkitys haastateltavieni nykyiseen teatterisuhteeseen (Kraaykamp & van Eijck, 2010; Hanifi, 2009). Käytäntöteoreettisesti "hyvä vanhemmuus" voidaan nähdä osa perheen käytäntöä sisältäen tietynlaisen käsityksen siitä, mitä hyvään vanhemmuuteen kuuluu (Reckwitz 2002; Warde, 2005).

Teatterissa käymisen käytäntöön viittaa haastateltavan kertomuksessa sekin, että toiminta on käytännöille tyypillisesti jatkunut lapsuudesta saakka suhteellisen vakiintuneena ja samalla tavalla toistuvana (Bourdieu, 1990; Shove ym., 2012), sillä perheen äidillä on edelleen tapana "vain varata liput ja ilmoittaa että.. mennään teatteriin.. silloin ja silloin." Vaikka käytäntöjen teorioita on yleensä käytetty erityisesti arjen toiminnan analyysiin (Gronow & Warde, 2001), antaa teatterissa käymisen jatkuvuus ymmärtää, että vaikka se ei usein tapahdu niin toistuvasti kuin esimerkiksi ruuanlaitto (Torkkeli ym., 2018), niin sitä voidaan vakiintuneen luonteensa takia analysoida käytäntönä.

Se, että lapsuudenperheen kanssa käydään vielä itsenäistymisen jälkeenkkin yhdessä teatterissa, saattaa viitata siihen, että teatterissa käymällä uusinnetaan nimenomaan lapsuudenperhettä, mitä edesauttaa se, että käytäntö on pysynyt hyvin samanlaisena. Käytäntö luo perheelle jatkumon lapsuudesta aina itsenäistymisen jälkeiseen yhteydenpitoon. Toinen haastateltava, 58-vuotias mies, kuvailee ruotsalaisessa teatterissa käymistä näin: "jonkun kerran on ollut niin, että kun äiti tulee jollakin linja-autolla teatteriin, niin hän kutsuu minut". Siinä missä aiemman sitaatin lausui suhteellisen hiljattain kotoaan muuttanut nuori nainen, voidaan tästä huomata, että yhteisestä teatterissa käymisestä voi tulla hyvinkin pysyvä vapaa-ajan käytäntö. Myös roolien pysyvyys nousee sitaatissa hyvin esiin, sillä vaikka äiti saapuu teatteriin toiselta paikkakunnalta linja-autolla, hän on edelleen se, joka kutsuu poikansa teatteriin kanssaan.

Perhekäytäntöjen selitysvoimaa lisää sekin, että kun lapset ovat muuttaneet erilleen, arkipäiväinen kanssakäyminen vähentyy ja yhdessä vietetyn ajan ja siihen liittyvien käytäntöjen kuten yhteisten aterioiden merkitys kasvaa (Jallinoja, 2000, s. 203; Melkas, 2009). Esimerkiksi erilaiset juhlapyhät ovat tällöin olleet tärkeitä perheen ylläpitäjiä (Wallendorf & Arnould, 1991), mutta teatterissa käymisellä samantyyliiseen, ainakin joidenkin haastateltavien mukaan, juhlavaan kulutukseen on saatu ajallista joustoa. Seuraavassa sitaatissa haastateltava kertoo koko perheen yhteisestä teatterissa käymisestä:

H1: Toki käyn teatterissa aina silloin tällöin, useimmiten silloin, kun vanhempani sanovat, että hei mennäänkö teatteriin?

JV: He siis ehdottavat?

H1: Joo. Ja sitten tiedätkö kun joku kaveri on ollut mukana tuotannossa tavalla tai toisella niin tapaan mennä.

JV: Onko joitakin muita ihmisiä joiden kanssa käyt?

H1: Veljelläni ja hänen tyttöystävällään on tapana olla mukana -- toki olemme joskus olleet jonkun kaverin kanssa myös. Mutta useimmiten se on ollut perheen kanssa. Nainen 37, kirjoittajan käännös.

Samoin kuin aiemmassa sitaatissa, myös yllä olevassa lainauksessa haastateltava kertoo käyvänsä teatterissa useimmiten omien vanhempiensa aloitteesta. Erona edelliseen haastateltavaan on se, että haastateltava on jo ehtinyt perustaa oman perheen. Melkas (2009) toteaa, että "kaikesta päätellen nykyihmiselle tärkeä sukuyhteisö pysyy koostumukseltaan suunnilleen samana korkeintaan muutaman vuosikymmenen." Melkaksen mukaan oman perheen perustaminen on esimerkki tällaisesta tilanteesta. Tässä yhteydessä perheen perustaminen ei ole kuitenkaan korvannut täysin oman lapsuudenperheen kanssa vietettyä aikaa. Lapsuudenperhettä pidetään aktiivisesti yllä yhteisillä teatterivierailuilla. Tämä korostuu siinä, että haastateltavan ja hänen vanhempiensa lisäksi teatterikäynteihin osallistuu usein myös haastateltavan veli perheineen. Teatterissa käyminen mahdollistaa sen, että vanhempien ja heidän aikuisten lastensa välinen yhteydenpito ei ole ainoastaan kahdenkeskistä, vaan teatterissa käymällä pidetään yllä nimenomaan lapsuudenperhettä kokonaisuutena. Sekä Melkas (2009) että Jallinoja (2009) ovatkin todenneet sisarusuhteiden väljentyneen. Kutsumalla koko perheen teatteriin vanhemmilla onkin oiva mahdollisuus ylläpitää paitsi suhdetta lapsiinsa, niin myös tukea sisarusten keskinäistä suhdetta ja näin ollen koko perheyhteyttä.

Seuraavassa sitaatissa haastateltava kertoo, kuinka näytelmästä tai musikaalista keskusteleminen on merkittävä osa teatterissa käymisen käytäntöä:

JV: Ja sitten kun olette nähneet jotakin, niin onko sinulla tapana keskustella siitä jonkun kanssa, vai..?

H2: Joo tokihan sitä tapaa keskustella niiden kanssa, jotka ovat olleet mukana

-- Ja sitten jos se on tiedätkö sellainen näytelmä, jonka tietää, että monta kaveria on nähnyt. Olen sitä mieltä että kaikki kävi katsomassa Kristina från Duvemålan niin siitä puhuttiin toki kavereiden kanssa myös. Mitä piditte, joko olette käyneet katsomassa? Nainen 37, kirjoittajan käännös.

Siitä, mitä teatterissa ollaan nähty, keskustellaan tässä usein niiden kanssa, jotka ovat olleet mukana. Tällöin voidaan nähdä, että teatteri yhdistää perhettä samalla tavoin kuin televisio: "Perhe -- saattaa käyttää televisiota täyttämään kiusalliset hiljaisuudet epämukavassa, mutta tärkeässä keskustelussa esimerkiksi isän ja tyttären välillä." (Epp & Price, 2008, s. 55). Näin yhteisestä teatterikokemuksesta voidaan tarvittaessa ammentaa aihetta keskusteluun ja luoda yhteisyyttä jaetun kokemuksen muistelemisella.

Äidit ja lapset teatterissa

Edellisen luvun ensimmäisestä sitaatista kävi ilmi, että äidin rooli tyttären kulttuurin kulutuksen ohjaamisessa on ollut merkittävä vielä tämän kotoa muuttamisen jälkeenkin. Haastateltavan mukaan äiti varaa liput koko perheelle ja sen jälkeen ilmoittaa muille, milloin teatteriin ollaan menossa ja mitä siellä katsotaan. Huomionarvoista aineistossa onkin, että haastateltavat lähes poikkeuksetta viittasivat teatterin kulutuksesta keskusteltaessa omaan äitiinsä tai harvoissa tapauksissa vanhempiin yhdessä. Tätä äidin merkitystä kulttuurin kulutukselle korostaa erityisesti yksi haastateltavista:

En ole koskaan käynyt isäni kanssa teatterissa, vaan se on aina ollut sellainen äidin ja minun juttu. Ja enimmäkseen niinku ollaan menty äidin kanssa teatteriin niin se on aina ollut todella spontaania, että hän ehkä on enemmän spontaani ihminen, se ei ole koskaan ollut niin että olemme varanneet liput pitkälle etukäteen, että olisi niin että nyt tiedätkö mennään teatteriin vaan se on ollut silleen mitä teet huomenna? Mennäänkö teatteriin? Nainen 26, kirjoittajan käännös.

Erona edellisen luvun nuoreen naiseen teatterissa käyminen on tässä tapauksessa nimenomaan äidin ja tyttären välille kehittynyt käytäntö. Ehkä osittain tästä kahdenkeskisyydestä johtuen teatterissa käyminen on huomattavasti aiempaa haastateltavaa suunnittelemattomampaa, kun menoa ei tarvitse aikatauluttaa koko perheen kesken toisin kuin aiemmassa sitaatissa, jossa teatterissa käyminen ajoitettiin vanhempien sekä heidän molempien aikuisten lastensa mukaan. Äidin ja tyttären teatterikäytännössä on nähtävissä jatkuvuus: tytär alleviivaa kuvauksessaan sitä, kuinka hän ei ole koskaan käynyt isänsä kanssa teatterissa eikä lippujakaan koskaan ole hankittu merkittävästi etukäteen. Vaikka teatteri paikkana ei vastaakaan monipuolisuudessaan ostoskeskusta, se tarjoaa silti äidille ja tyttärelle vastaavanlaisen fyysisen paikan suhteen rakentamiselle kuin ostoskeskukset Minahanin ja Huddlestonin (2010) tutkimuksessa. Vaikutelmaa vahvistaa myös haastateltavan kuvaus siitä, miten hän suhtautuu kyseiseen tilaan:

Sanoisin, että Svenskis on niinku, se on mukava, se on kodikas, menen sinne, tiedätkö, arkena töiden jälkeen ja tiedätkö uppoutuu nojatuoliin ja silleen. Mutta se on apropå itse rakennus niin minulla on tapana mennä sinne ja syödä lounasta muutoinkin teatterikahvilassa. Nainen 26, kirjoittajan käänös.

Haastateltava tuntuukin jakavan melko tarkasti äitinsä näkemyksen siitä, kuinka teatterissa käymiseen tulee suhtautua. Erinomaisen esimerkin kulutukseen liittyvien arvostusten ja niihin liittyvien oletusten siirtymisestä sukupolvelta toiselle antaa seuraava sitaatti:

--Kun me oltiin deittailtu ehkä joku pari kuukautta, päätettiin pitää treffi-ilta arki-iltana. Hän oli silleen, hei mitä sinä haluat tehdä? -- Minä olin silleen hei -- että mennäänkö oopperaan? -- Hän oli että joo, okei -- ja minä sitten seisoin siellä oopperan edessä olin, tiedätkö, että missä hän on? -- Minä olin sitten että piru, enkä tuntenut häntä vielä niin kovin hyvin, että olin, että okei, nyt mun täytyy soittaa tälle pojalle. Soitin ja olin silleen että hei että moi että missä sinä olet, että sinun piti olla täällä kymmenen minuuttia sitten, että he soittavat kelloja. Ja hän oli että täällä minä olen ulkopuolelle ja minä vaan että missä? Turns out hän seisoi Ooppera-baarin edessä, hän oli silleen joo joo, nähdään täällä ja mennään sitten tyyliin ulos syömään tai jotakin. Minä olin että ei, meidän piti mennä oopperaan. Ja hän oli vaan että kuka tekee sellaista? Nainen 26, kirjoittajan käänös

Sitaatissa haastateltava kertoo sekaannuksesta, joka hänellä tapahtui poikaystävänsä kanssa seurustelun alkuaikoina liittyen oopperassa käymiseen arki-iltana. Aiemmin haastateltava oli kertonut, kuinka oli ensimmäistä kertaa ollut oopperassa poikaystävänsä vanhempien kanssa, ja kuinka hän oli kummastunut heidän saapumisestaan paikalle puvuissa. Sekaannus on hyvä esimerkki siitä, kuinka yhteisen kulutuksen avulla vanhemmat, useimmiten äidit, siirtävät omia kulutukseen liittyviä ajatuksiaan ja arvostuksiaan lapsilleen (Minahan & Huddleston, 2010). Sillä, että äiti ja tytär jakavat ainakin jossakin määrin yhteiset arvot ja näkökulmat kulutuksen suhteen, on merkitystä paitsi lasten kuluttajaksi kasvattamisen myös näiden perheenjäsenten kokeman samanlaisuuden, tai perheidentiteetin, näkökulmasta (Epp & Price, 2008).

Perheiden päätöksentekoa koskevan tutkimuksen perusteella ei ole mitenkään tavatonta, että juuri naiset ovat vastuussa vapaa-ajan kulutuksesta erityisesti kulttuuritapahtumien osalta (Raijas & Wilska, 2008). Tämä saattaa osittain selittyä naisten korkeammalla kulttuurisella aktiivisuudella (DiMaggio, 1982; Liikkanen, 1996; Katz-Gerro, 1999; Bihagen & Katz-Gerro, 2000; Purhonen ym., 2014). Aineistoni tukee tätä aiempaa huomiota naisten merkityksestä perheen korkeakulttuurin kulutukselle.

Collins (1988; 1992) näkee, että naisten rooli etenkin yläluokkaisissa perheissä on perinteisesti keskittynyt statuksen ylläpitämiseen vastaamalla korkeakulttuurin kulutuksesta perheen vapaa-ajalla. Christin (2012) huomauttaa lisäksi, että suuri

osa tästä korkeakulttuurin kulutuksen sukupuolittuneisuudesta johtuisi tyttöjen voimakkaammasta sosiaalistamisesta taiteeseen. Tämä voi myös näkyä tutkimuksessani. Haastateltavistani suurin osa on naisia, mikä saattaa osittain johtua naisten suuremmasta kiinnostuksesta osallistua teatterin kulutusta koskevaan tutkimukseen. Toisaalta taas haastateltavat nostivat sukupuolesta riippumatta merkitseväksi juuri oman äitinsä roolin teatterissa käymisen aloitteen tekijänä. Tuloksena näyttäisi olevan lumipallo, jossa teatterissa käymiseen sosiaalistuneet äidit vievät omia lapsiaan – tässä tutkimuksessa useimmiten tyttöjä, teatteriin, jolloin siitä kehittyi heille luonteva vapaa-ajan käytäntö.

Naisten korkeampaa kulttuurista osallistumista on liitetty sosiaalistumisen lisäksi myös muihin tekijöihin kuten heidän valitsemaansa koulutusalaan ja rooliin työelämässä (Bihagen & Katz-Gerro, 2000). Tätä tukee jossakin määrin myös se, että joissakin tutkimuksissa naisten ja miesten sosiaalistamisessa ei ole löydetty merkittäviä eroja perheen sisällä (Katz-Gerro & Jæger, 2015). Kaikki haastatteluihini osallistuneet elivät jo itsenäistä elämää lapsuudenperheensä ulkopuolella. Tässä tilanteessa voidaan olettaa, että vaikka haastateltavista suurin osa oli naisia, yhteisen teatterissa käymisen tarkoitus ei enää liity suoranaisesti lasten sosiaalistamiseen korkeakulttuuriin vaan yhteiseen vapaa-ajan viettoon ja perheyhteyden ylläpitoon.

Teatterissa käymistä voidaan analysoida paitsi naisten korkeammalla kulttuurisella osallistumisella ja kiinnostuksella niin myös perheen rooleista käsin. Edellisessä luvussa viittasin ”kaikkien suurten esitysten” katsomaan viemisellä ”hyvään vanhemmuuteen” erityisesti äideillä (Collins, 1992). Teatterissa käymisen ja hyvän vanhemmuuden käytäntöjen voidaan siis nähdä risteävän (Hui ym., 2016; Hui, 2016; Shove ym., 2012 s. 35–37). Vanhempien aktiivisella kulttuurisella osallistamisella on todettu olevan merkittävä rooli lasten kulttuuriseen osallistumiseen myöhemmin elämässä (Hanifi, 2009; Nagel, 2010; van Hek & Kraaykamp, 2015), mikä lisää entisestään ”hyvän vanhemmuuden” merkitystä yhteiskunnan uusintamisessa.

Äitien roolia teatterissa käymisestä vastaavana henkilönä korostaa sekin, että useimmiten äidit ovat vastuussa perheen yhteydenpidosta (Jallinoja, 2009). Koska naiset tutkimusten perusteella näyttävät miehiä useammin perhettä ylläpitävänä voimana, on loogista, että äidit ovat isäiä aktiivisempia aloitteentekijöitä perheen yhteistä ajanviettoa koskien. Tällöin huomio ei välttämättä kiinnity itse teatterissa käymiseen vaan yhteiseen perhettä ylläpitävään vapaa-aikaan. Tästä näkökulmasta käytäntöjen jatkuvuus on merkittävä seikka. Vaikka käytäntöjä poistuu ja uusia kehittyy koko ajan erilaisten elementtien uudelleenjärjestelyissä (Shove ym., 2012, s. 24–25), ne eivät tapahdu ajallisessa tyhjiössä. Schatzki (2010) korostaakin sitä, että vaikka käytännöt suoritetaan hetkessä, niillä on historia ja tulevaisuus. Aikuisten lasten vieminen teatteriin voidaan perheen näkökulmasta nähdä tällaisena käytäntönä, joka on syntynyt lasten jo ollessa pieniä, mutta joka nykyisin, ehkä hieman eri elementeistä koostuen, pitää edelleen perhettä yhdessä. Käytännön merkitystä lisää erityisesti se, että perhe on lasten kasvettua hajautunut

asumaan eri talouksissa, jolloin yhdessä vietetty aika on vähentynyt.

Johtopäätökset

Tässä artikkelissa olen analysoinut teatterissa käymisen sosiaalisuutta lapsuudenperheen ylläpitämisen näkökulmasta. Aiemmat yhteiskuntatieteelliset tutkimukset teatterin, ja laajemmin korkeakulttuurin, kulutuksesta ovat usein keskittyneet bourdieulaiseen luokkayhteiskunnan uusintamisen sekä sosiaalisen ja kulttuurisen pääoman tarkasteluun (esim. Bourdieu, 1984; DiMaggio, 1982; Peterson & Kern, 1996; Purhonen ym., 2014). Teatterin kulutuksen analysoiminen käytäntöjen teorioiden kautta tarjoaa perinteistä kulttuurisosiologista näkemystä täydentävän tulkinnan sille, mitä teatterissa käydessä tapahtuu ja minkälaiset tekijät nousevat teatteriin liittyvässä puheessa tärkeiksi.

Aineistoni perusteella perheellä on merkittävä rooli teatterissa käymisessä. Haastatteluissani nousi usein esiin se, että lapsuudenperheen kanssa käytiin yhdessä teatterissa vielä senkin jälkeen, kun lapset ovat jo aikuistuneet ja muuttaneet kotoaan. Teatterissa yhdessä käymisen käytännöt ovat useiden haastateltavieni tapauksissa alkaneet jo lapsuudessa. Tällöin voi olla kyseessä erityisesti äidin tarve toisaalta esittää perhe hyvän vanhemmuuden mukaisesti kulttuurisena (Bourdieu, 2001; Bihagen & Katz-Gerro, 2000; Finch, 2007) ja toisaalta taas sosiaalista lapsensa tietynlaiseen kuluttajuuteen käytännön esimerkin avulla (Kraaykamp & van Eijck, 2010; Hanifi, 2009).

Käytännöille tyypillinen jatkuvuus ylläpitää lapsuudenperheen yhteistä ajanviettoa ja suhdetta myös lasten jo itsenäistyttyä (Bourdieu, 1990). Lasten aikuistuttuakin aloite teatterissa käymiseen tuli usein perheen vanhempien taholta, ja erityisesti äidin merkitys aloitteen tekijänä ja katsottavan näytelmän valitsijana näyttäytyy keskeisenä. Naisten korkeakulttuurisen orientaation (Alasuutari, 2009; Bihagen & Katz-Gerro, 2000; Liikkanen, 1996; 2009) ja bourdieulaisten kulttuuripääoman siirtämisen lisäksi toiminta voidaan ymmärtää perhettä ylläpitävänä käytäntönä, jossa muuttuneista olosuhteista huolimatta on voimassa vanhat ymmärrykset kuten se, kenen tehtävä on tehdä aloite perheen yhteisestä teatteriin menosta (Reckwitz, 2002; Warde, 2005).

Nyky-yhteiskunnassa perhe on entistä moninaisempi instituutio. Perheen rakentuminen osittain kodin ulkopuolella on luonteva jatkumo sille, että perheeksi ymmärrettävä yksikkö ei enää välttämättä asu enää yhdessä osoitteessa (Jallinoja, 2000). Erityisesti ydinperheen merkitys on kuitenkin kaikkea muuta kuin häviämässä, ja myös yleinen ilmapiiri on muuttunut jopa perheille myönteisemmäksi (Melkas, 2009; Jallinoja, 2006; 2009). Tutkimukseni perusteella perheen yhteinen kulutus ei suinkaan pääty siihen, kun lapset muuttavat pois lapsuudenkodistaan. Päinvastoin voidaan olettaa, että tällainen toiminta niin kodissa kuin sen ulkopuolellakin korostuu silloin, kun perheyhteydestä halutaan pitää kiinni lasten itsenäistyessä ja aloittaessa omaa elämäänsä lapsuudenkodin ulkopuolella. Mahdollinen ydinperheen kasvanut merkitys saattaa tutkimukseni

osalta näkyä siinä, että haastateltavat käyvät perheensä kanssa teatterissa ja toisaalta myös siinä, että he ovat haastattelutilanteessa kuvanneet teatterissa käymistä juuri perheen kautta. Tämä artikkeli on nostanut esiin erityisesti hiljattain itsenäistyneiden nuorten aikuisten vanhempiensa kanssa tapahtuvan teatterin kulutuksen.

Perhettä ylläpidetään kodin ulkopuolella monin eri tavoin. Myös yhteinen teatterissa käyminen näyttäisi yhdistävän perhettä usealla tavoin. Ensinnäkin siinä missä yhteydenpito lapsuudenperheen kanssa on pääosin kahdenvälistä kattaen vanhemman ja yhden lapsen kerrallaan (Melkas, 2009), teatteriin saatettiin mennä koko lapsuudenperheen voimin ja näin uusintaa juuri koko perhettä. Toinen tapa, jolla yhteinen teatterikokemus saattoi toimia perheen yhdistäjänä, oli se, että teatterikäynnistä usein keskusteltiin jälkikäteen itse käyntiin osallistuneiden kesken. Näin yhteistä kulttuurikokemusta voitiin hyödyntää myöhemminkin yhteisyyden tuntemisessa. Kolmantena tapana, joka nousi esiin erityisesti eräässä äidin ja tyttären välisessä suhteessa, yhteisyyttä saattoi luoda myös jaettu ymmärrys siitä, miten teatteri tai oopperaan instituutioon tai ylipäänsä paikkana on hyvä suhtautua. Teatteri tuntuikin tässä tilanteessa tarjoavan äidille ja tyttärelle jopa ostoskeskuksen kaltaisen fyysisen paikan suhteensa ylläpitämiseen (Minahan & Huddleston, 2010).

Tutkimukseni laajentaa perinteistä bourdieulaista tulkintaa teatterin kulutuksesta kulttuuripääoman uusintamisena. Käytäntöjen näkökulmasta lasten vieminen teatteriin voidaan nähdä myös enemmän perheen kuin yhteiskunnallisen kilpailun näkökulmasta. Lasten sivistäminen ja teatterissa käyminen voidaan nähdä osana hyvää vanhemmuutta, joka liittyy laajemmin hyvään perheeseen liitettäviin käytäntöihin. Käytäntöihin liittyy jatkuvuus, ja usein haastateltavat kantavatkin perheen vakiintunutta teatterissa käymisen käytäntöä vielä muutettuaan lapsuudenkodistaan. Merkittävä havainto tutkimuksessani on se, että jotkut haastattelemistani henkilöistä aikuistuttuaan edelleen haluavat käydä teatterissa nimenomaan oman lapsuudenperheensä, ei välttämättä niinkään omien lastensa tai puolisonsa, kanssa. Tällöin voidaan hyötyä tulkinnan laajentamisesta käytäntöjen teorian puolelle. Lapsiperheen on helpompaa ylläpitää itseään arjen käytännöissä, kun taas teatterissa käyminen on tässä yhteydessä varattu lapsuudenperheelle, jota ei ole yhtä yksinkertaista uusintaa arkipäivässä.

Lähteet

- Alasuutari, P. (1997). Kulttuuripääoma summamuuttuja valossa. *Sosiologia*, 34 (1), 3–14.
- Alasuutari, P. (2009). Snobismista kaikkiruokaisuuteen: musiikkimaku ja koulutustaso. Teoksessa Liikkanen, M. (toim.), *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat*. (s. 81–100). Helsinki: Gaudeamus.
- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. Lontoo: Sage.
- Beck, U. & Beck-Gernsheim, E. (1995). *The Normal Chaos of Love*. Cambridge: Polity Press.
- Bihagen, E. & Katz-Gerro, T. (2000). *Culture consumption in Sweden: The stability*

- of gender differences. *Poetics*, 27 (5), 327–349.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Lontoo: Polity Press.
- Bourdieu, P. (2001). *Masculine domination*. Stanford: Stanford University Press.
- Browne, K. (2005). Snowball Sampling: Using Social Networks to Research Non-heterosexual Women. *International Journal of Social Research Methodology*, 8 (1), 47–60.
- Christin, A. (2012). Gender and highbrow cultural participation in the United States. *Poetics*, 40 (5), 423–443.
- Collins, R. (1988). Women and Men in the Class Structure. *Journal of Family Issues*, 9 (1), 27–50.
- Collins, R. (1992). Women and the production of status cultures. Teoksessa Lamont, M. & Fournier, M. (toim.) *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. (s. 213–231). Chicago: University of Chicago Press.
- DeVault, M. L. (2000). Producing Family Time: Practices of Leisure Activity Beyond the Home. *Qualitative Sociology*, 23 (4), 485–503.
- DiMaggio, P. (1982). Cultural capital and school success: The impact of status culture participation on the grades of US high school students. *American Sociological Review*, 47 (2), 189–201.
- DiMaggio, P. (2004). Gender, networks and cultural capital. *Poetics*, 32, 99–103.
- DiMaggio, P. & Useem, M. (1978). Culture democracy in a period of cultural expansion: the social composition of arts audiences in the United States. *Social Problems*, 26 (2), 179–197.
- Durkheim, E. (1968). *The Division of Labor in Society*. 6. painos. Toronto: Collier-Macmillan Canada Ltd.
- Epp, A. M. & Price, L. L. (2008). Family Identity: A Framework of Identity Interplay in Consumption Practices. *Journal of Consumer Research*, 35 (1), 50–70.
- Epp, A. M., Schau, H. J. & Price, L. L. (2014). The Role of Brands and Mediating Technologies in Assembling Long-Distance Family Practices. *Journal of Marketing*, 78 (3), 81–101.
- Epp, A. M. & Velagaleti, S. R. (2014). Outsourcing Parenthood? How Families Manage Care Assemblages Using Paid Commercial Services. *Journal of Consumer Research*, 41 (4), 911–935.
- Finch, J. (2007). Displaying Families. *Sociology*, 41 (1), 65–81.
- Fuentes, C., Hagberg, J. & Kjellberg, H. (2019). Soundtracking: music listening practices in the digital age. *European Journal of Marketing*. Ennakkojulkaisu verkossa. DOI: 10.1108/EJM-10-2017-0753.
- Giddens, A. (1992). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Green, E., Hebron, S. & Woodward, D. (1990). *Women's leisure. What leisure*. Lontoo: Macmillan.
- Gronow, J. & Warde, A. (2001). *Ordinary Consumption*. Lontoo: Routledge.
- Halkier, B. & Jensen, I. (2011). Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study on handling nutritional
-

- contestations of food consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11 (1), 101–123.
- Halkier, B., Katz-Gerro, T. & Martens, L. (2011). Applying practice theory to the study of consumption: Theoretical and methodological considerations. *Journal of Consumer Culture*, 11 (1), 3–13.
- Hanifi, R. (2009). Musiikin aktiiviset harrastajat. Teoksessa Liikkanen, M. (toim.) *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat.* (s. 225–249). Helsinki: Gaudeamus.
- Haytko, D. L. & Baker, J. (2004). It's all at the mall: exploring adolescent girls' experiences. *Journal of Retailing* 80, (1), 67–83.
- Hebblethwaite, S. & Norris, J. (2011). Expressions of Generativity Through Family Leisure: Experiences of Grandparents and Adult Grandchildren. *Family Relations*, 60 (1), 121–133.
- Helve, H. (2009). Nuorten vapaa-aika, luottamus ja sosiaalinen pääoma. Teoksessa Liikkanen, M. (toim.) *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat.* (s. 250–269). Helsinki: Gaudeamus.
- Hitchings, R. (2012). People can talk about their practices. *Area*, 44 (1), 61–67.
- Hui, A. (2016). Variation and the intersection of practices. Teoksessa Hui, A., Schatzki, T. & Shove, E. (toim.) *The nexus of practices. Connections, constellations and practitioners.* (s. 52–67). Lontoo: Routledge.
- Hui, A., Schatzki, T. & Shove, E. (2016). Introduction. Teoksessa Hui, A., Schatzki, T. & Shove, E. (toim.) *The nexus of practices. Connections, constellations and practitioners.* (s. 1–7). Lontoo: Routledge.
- Hurdley, R. (2006). Dismantling Mantelpieces: Narrating Identities and Materializing Culture in the Home. *Sociology*, 40 (4), 717–733.
- Jallinoja, R. (2000). *Perheen aika.* Helsinki: Otava.
- Jallinoja, R. (2006). *Perheen vastaisku. Familistista käännettä jäljittämässä.* Helsinki: Gaudeamus.
- Jallinoja, R. (2009). Perhe yhdessä vapaa-aikana. Teoksessa Liikkanen, M. (toim.) *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat.* (s. 49–77). Helsinki: Gaudeamus.
- John, D. R. (1999). Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 26 (3), 183–213.
- Jokinen, K. & Saaristo, K. (2006). *Suomalainen yhteiskunta.* Porvoo: WSOY.
- Karsten, L., Kamphuis, A. & Remeijnse, C. (2015). 'Time-out' with the family: the shaping of family leisure in the new urban consumption spaces of cafes, bars and restaurants. *Leisure Studies*, 34 (2), 166–181.
- Katz-Gerro, T. (1999). Cultural Consumption and Social Stratification: Leisure Activities, Musical Tastes and Social Location. *Sociological Perspectives*, 42 (4), 627–646.
- Katz-Gerro, T. & Jæger, M. M. (2015). Does Women's Preference for Highbrow Leisure Begin in the Family? Comparing Leisure Participation among Brothers and Sisters. *Leisure Science*, 37 (5), 415–430.
- Kraaykamp, G. & van Eijck, K. (2010). The Intergenerational Reproduction of Cultural Capital: A Threefold Perspective. *Social Forces*, 89 (1), 209–232.
- Lachance, M. & Choquette-Bernier, N. (2004). College students' consumer competence: a qualitative exploration. *International Journal of Consumer Studies*, 28 (5), 433–442.

- Lagaert, S. & Roose, H. (2018). Gender and highbrow cultural participation in Europe: The effect of societal gender equality and development. *International Journal of Comparative Sociology*, 59 (1), 44–68.
- Liikkanen, M. (1996). Culture Consumption in Finland. Distinctive Characteristics. *Nordicom Review*, 2, 211–227.
- Liikkanen, M. (2009). Suomalaisen makukulttuurin erityispiirteitä. Teoksessa Liikkanen, M. (toim.) *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat*. (s. 161–200). Helsinki:
- Melkas, T. (2009). Suomalaisten yksityiselämän sosiaalisuudesta. Teoksessa Liikkanen, M. (toim.) *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat*. (s. 21–48). Helsinki: Gaudeamus.
- Martens, L., Southerton, D. & Scott, S. (2004). Bringing Children (and Parents) into the Sociology of Consumption. Towards a theoretical and empirical agenda. *Journal of Consumer Culture*, 4 (2), 155–182.
- Minahan, S. & Huddleston, P. (2010). Shopping with mum – mother and daughter consumer socialization. *Young Consumers*, 11 (3), 170–177.
- Minahan, S. & Huddleston, P. (2013). Shopping with my mother: reminiscences of adult daughters. *International Journal of Consumer Studies*, 37 (4), 373–378.
- Moore, E., Wilkie, W. & Alder, J. (2001). Lighting the torch: how do intergenerational influences develop? *Advances in Consumer Research*, 28, 287–293.
- Morgan, D. H. J. (1996). *Family Connections. An introduction to Family Studies*. Cambridge: Polity Press.
- Morgan, D. H. J. (2011). *Rethinking Family Practices*. Basingstoke: Palgrave MacMillan
- Nagel, I. (2010). Cultural participation between the ages of 14 and 24: Intergenerational transmission or cultural mobility? *European Sociological Review*, 26 (5), 541–556.
- Neeley, S. (2005). Influences in consumer socialization. *Young Consumers*, 6 (2), 63–69.
- Pahl, J. (1989). *Money and Marriage*. Lontoo: MacMillan.
- Palmer, A. A., Freeman, P. A. & Zabriskie, R. B. (2007). Family Deepening: A Qualitative Inquiry into the Experience of Families Who Participate in Service Expeditions. *Journal of Leisure Research*, 39 (3), 438–458.
- Parsons, T. (1952). *The Social System*. Lontoo: Tavistock Publications Limited.
- Parsons, T. (1955a). The American Family: Its Relations to Personality and o the Social Structure. Teoksessa Parsons, T. & Bales, R. F. (toim.) *Family, Socialization and Interaction Process*. (s. 3–35). Illinois: The Free Press.
- Parsons, T. (1955b). Family Structure and the Socialization of the Child. Teoksessa Parsons, T. & Bales, R. F. (toim.) *Family, Socialization and Interaction Process*. (s. 35–133). Illinois: The Free Press.
- Peterson, R. A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21, 243–282.
- Peterson, R. A. & Kern, R. M. (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American Sociological Review*, 61, 900–907.
- Purhonen, S., Gronow, J., Heikkilä, R., Kahma, N., Rahkonen, K. & Toikka, A. (2014). *Suomalainen maku. Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Helsinki: Gaudeamus.

- Raijas, A. & Varjonen, J. (2007). "Minä vastaan vaatteista, sinä autosta". Muuttuuko kotitöiden jakaminen suomalaisissa lapsiperheissä? *Janus*, 15 (3), 261–279.
- Raijas, A. & Wilska, T.-A. (2008). Kulutus päätökset perheissä: Kuka päättää mistäkin? Teoksessa Ahlqvist, K., Raijas, A., Perrels, A., Simpura, J. & Uusitalo, L. (toim.) Kulutuksen pitkä kaari. Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin. (s. 241–264). Helsinki: Gaudeamus.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices. *Journal of Social Theory*, 5 (2), 243–263.
- Schatzki, T. (2010). *Timespace and Human Activity*. Lanham: Lexington Books.
- Shove, E., Pantzar, M. & Watson, M. (2012). *The Dynamics of Social Practice. Everyday life and how it changes*. Lontoo: Sage.
- Shaw, S. & Dawson, D. (2001). Purposive leisure: Examining parental discourses on family activities. *Leisure Sciences*, 23 (4), 217–231.
- Smart, C. & Neal, B. (1999). *Family Fragments?* Cambridge: Polity Press.
- Torkkeli, K., Mäkelä, J. & Niva, M. (2018). Elements of practice in the analysis of autoethnographical cooking videos. *Journal of Consumer Culture*. Ennakkojulkaisu verkossa. DOI: 10.1177/1469540518764248
- Tönnies, F. (2001). *Community and Civil Society*. Käänt. Jose Harris & Margaret Hollis. Cambridge: Cambridge University Press. Alkuperäisjulkaisu 1887.
- Upright, C. B. (2004). Social capital and cultural participation: spousal influences on attendance at art events. *Poetics*, 32 (2), 129–143.
- Wallendorf, M. & Arnould, E. J. (1991). "We Gather Together": Consumption Rituals of Thanksgiving Day. *Journal of Consumer Research*, 18 (1), 13–31.
- van Hek, M. & Kraaykamp, G. (2015). How do parents affect cultural participation of their children? Testing hypotheses on the importance of parental example and active parental guidance. *Poetics* 52, 124–138.
- Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 5 (2), 131–153.
- Willekens, M. & Lievens, J. (2016). Who participates and how much? Explaining non-attendance and the frequency of attending arts and heritage activities. *Poetics*, 56, 50–63.
- Zelditch, M. Jr. (1955). Role Differentiation in the Nuclear Family: A comparative Study. Teoksessa Parsons, T. & Bales, R. F. (toim.) *Family, Socialization and Interaction Process*. (s. 307–352). Illinois: The Free Press.
- Zelizer, V. A. (1997). *The Social Meaning of Money*. New Jersey: Princeton University Press.

Kirjoittajatiedot

MMM Jani Varpa valmistelee kuluttajaekonomian väitöskirjaa Helsingin yliopiston taloustieteen osastolla. jani.varpa@helsinki.fi.



Kuluttajan psykologinen voimaantuminen

Samuel Piha

ABSTRAKTI

Psykologinen voimaantuminen on jäänyt melko vähälle huomiolle kuluttajan voimaantumista käsittelevässä kirjallisuudessa. Tämän käsitteellisen artikkelin tarkoituksena on tarkastella kuluttajan psykologisen voimaantumisen suhteutumista voimaantumistutkimuksen kokonaiskenttään ja muodostaa tätä suhdetta kuvaava dynaaminen viitekehys. Artikkelissa analysoidaan aluksi kuluttajan voimaantumista kolmen tarkastelutason – yksilöllisen, sosiaalisen ja institutionaalisen – kautta. Analyysin pohjalta laaditaan Senecan filosofiaan perustuva synteettinen viitekehys, joka korostaa tarkastelutasojen keskinäistä vuorovaikutusta ja psykologista voimaantumista tasoja ylittävänä dynaamisena käsitteenä. Työ on käsitteellisesti kytkeytynyt kuluttajan voimaantumisesta käytävään tieteelliseen keskusteluun, ja asiasisällöllisesti artikkeli täydentää kuluttajan hyvinvointiin tähtäävää kuluttajapsykologista kirjallisuutta.

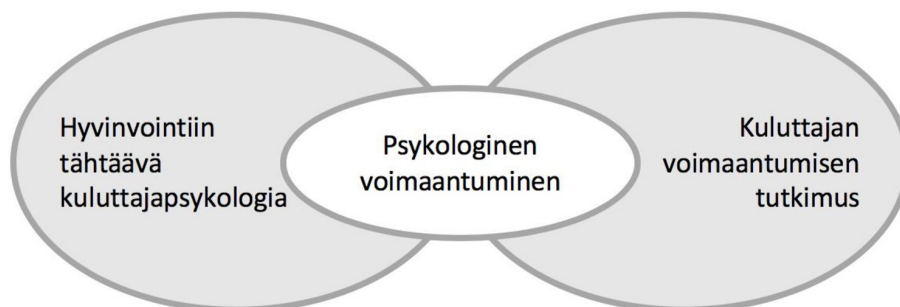
Johdanto

Voimaantuminen (engl. *empowerment*) on monella yhteiskuntatieteellisellä tieteenalalla sovellettu käsite (esim. Rynänen & Nivala, 2017; Funnell & Anderson, 2003; Speitzer, 1995). Kuluttajatutkimuksessa vastaava käsite, kuluttajan voimaantuminen (engl. *consumer empowerment*), on niin ikään saavuttanut tieteenalalla vakiintuneen aseman (esim. Wathieu ym., 2002). Voimaantumiseen kuitenkin viitataan paitsi akateemisessa keskustelussa myös sen ulkopuolella toisinaan huolettomasti (Buehler & Maas, 2018; Wilkinson, 1998). Osittain taustalla on käsitteen monitulkintaisuus, joka johtuu voimaantumisen kytkeytymisestä sosiaalisessa todellisuudessa kaikilla tasoilla läsnä olevaan perusainekseen, valtaan (esim. Denegri-Knott, Zwick & Schoeder, 2006; Shankar, Cherrier & Canniford, 2006). Käsitteanalyttisiä tutkimuksia kuluttajan voimaantumisesta on tehty useita, kuten esimerkiksi *European Journal of Marketing* -lehdessä ilmestynyt voimaantumista käsittelevä erikoisnumero osoittaa (Wright, 2006; ks. myös yllä viitatu artikkelit).

Olemassa oleva kuluttajatutkimus korostaa voimaantumisen yhtymäkohtia vallan institutionaalisuuteen, esimerkiksi foucaultlasiin valtakäsityksiin (Shankar ym., 2006). Tämä sinänsä ansiokas fokus on jättänyt vähemmälle huomiolle ajatuksen psykologisesta voimaantumisesta (Piha, 2018; Zimmerman, 1995), vaikka työ- ja arkielämän puheissa esiintyy taajaan siihen kytkeytyviä teemoja, kuten omien voimavarojen löytäminen, kukoistaminen ja selfhelp. Myös akateemisen kuluttajatutkimuksen maaperä on psykologisen voimaantumisen lähemmälle tarkastelulle otollinen (Pechmann, 2015), mistä esimerkkeinä ovat tuoreet

kuluttajatutkimukset tietoisuustaidoista (eng. *mindfulness*; Bahl ym. 2016; Van De Veer, Van Herpen & Van Trijp, 2016), teoretisoinnit kuluttajan viisaudesta (Luchs & Mick, 2018; Mick, Spiller & Baglioni, 2012; myös *Association for Consumer Psychologyn* pääkonferenssi on vuonna 2019 tematisoitu otsikolla "Becoming Wise"¹) sekä *Journal of Consumer Psychology* -lehden tekeillä oleva teemanumero "Consumer Psychology for the Greater Good"².

Kuluttajatutkimuksessa voidaan odottaa voimaantumisen käsitteen sovellusalan laajentumista institutionaaliselta tasolta psykologiselle tasolle. Siksi tämän artikkelin tarkoituksena on tarkastella kuluttajan psykologisen voimaantumisen suhteutumista olemassaolevan voimaantumistutkimuksen kokonaiskenttään ja muodostaa tätä suhdetta kuvaava dynaaminen viitekehys. Artikkelin kytkeytyy siis käsitteellisesti tieteellisiin keskusteluihin kuluttajan voimaantumisen, ja asiasisällöllinen kontribuutio kohdistuu kuluttajan hyvinvointiin tähtäävään kuluttajapsykologiseen kirjallisuuteen (Pechmann, 2015). Kyseinen kirjallisuudenhaara ymmärretään erityisesti niiksi kuluttajapsykologian suuntauksiksi, jotka korostavat markkinoinnillisten näkökulmien sijasta kuluttajan näkökulmaa (Bazerman, 2001). Tähän yhdistyy tavallisesti ajatus kuluttamisesta nimenomaan hyvinvoinnin tai onnellisuuden lähteenä (esim. Säaksjärvi, Hellén & Desmet, 2017; Dunn, Gilbert & Wilson, 2015; Gilovich, Kumar & Jampol, 2015; Guevarra & Howell, 2015; Mogilner, Aaker & Kamvar, 2012). Teoreettinen asemointi on havainnollistettu kuviossa 1.



Kuvio 1. Teoreettinen asemointi

Artikkelin menetelmänä on käsiteanalyysi. Jo aiemmin mainittiin, että voimaantumisen käsitteen ominaispiirre on sen käytön monitasoisuudesta johtuva häilyvyys. Tästä syystä käsiteanalyyttisenä kehikkona on luontevaa käyttää yhteiskuntatieteellisessä kirjallisuudessa (ml. kuluttajatutkimuksessa) yleistä kolmen tarkastelutason mallia, jossa tasot jaotellaan hierarkkisesti esimerkiksi yksilölliseen, sosiaaliseen ja institutionaaliseen (esim. García-de-Frutos, Ortega-Egea & Martínez-del-Río, 2018; Närvänen, Mesiranta & Mattila, 2018; Syrjälä & Leipämaa-Leskinen, 2018; Jepperson & Meyer, 2011). Kukin näistä

¹ <https://www.acrwebsite.org/web/acr-conference/welcome.aspx> (viitattu 7.10.2019)

² <https://www.jcpthegreatergood.com/> (viitattu 7.10.2019)

tarkastelutasoista nähdään teoreettisena linssinä (Kallio, 2006), jonka avulla tutkija hahmottaa voimaantumisen erilaisia monimutkaisuuden tasoja (Algesheimer & Gurău, 2008).

Analyysin jälkeen artikkeli pyrkii synteisiin (Niiniluoto, 1983) sijoittamalla voimaantumisen eri tasot yhtenäiseen viitekehykseen. Viitekehyksen pyrkimyksenä on korostaa tarkastelutasojen välistä vuorovaikutusta ja erityisesti psykologisen voimaantumisen roolia tasoja ylittävänä dynaamisena käsitteenä. Viitekehyksen taustalla olevassa stoalaisen Senecan filosofiassa (esim. Torkki, 2018) korostuvat hyvin samankaltaiset ulkoisista ja sisäisistä voimista vapautumiseen kytkeytyvät teemat, jotka ovat esillä myös nykyaikaisessa voimaantumiskeskustelussa. Kuluttajatutkimuksen kirjallisuudessa antiikin ajattelijoiden varaan on jo aiemminkin rakennettu käsitteellisiä artikkeleita (Mick ja Schwartz, 2012; Tonks, 2002; Shaw, 1995), mutta stoalaisuus on yhteiskunnallisesta ajankohtaisuudestaan (Sellars, 2019) huolimatta jäänyt vähemmälle huomiolle.

Johdannon jälkeen artikkeli jakautuu kolmeen osuuteen. Ensimmäinen osuus on analyttinen, ja siinä tehdään edellä kuvattu käsiteanalyysi kolmen tarkastelutason kautta. Toinen osuus on synteettinen. Kun käsite on analysoitu kolmella eri tasolla, nämä tasot pyritään liittämään yhdeksi dynaamiseksi malliksi Senecan ajatusten siivittämänä. Artikkelin kolmas ja viimeinen osuus tarkastelee hahmotellun viitekehyksen tuomaa lisäarvoa kuluttajan hyvinvointiin tähtäävälle kuluttajapsykologiselle kirjallisuudelle.

Kuluttajan voimaantuminen kolmella tarkastelutasolla

Analyttinen kehikko

Kaikilla tarkastelutasoilla yhteinen lähtökohta kuluttajan voimaantumiseen on kuluttajan oman, häntä itseään koskevan, tietoisesta päätävästä tai sen edellytysten vahvistumisesta (Wright, 2006; Wathieu ym., 2002). Kirjallisuudessa tähän on viitattu monilla eri termeillä tarkastelutasosta riippuen: esimerkiksi kuluttajan suvereenisuudella (Denegri-Knott ym., 2006) ja kontrollilla (Hunter & Garnefeld, 2008; Wathieu ym., 2002). Keskeistä kaikissa näissä termeissä on voimaantumiseen liittyvä valtasiiirtymä suhteessa markkinoihin. Tarkastelutasojen erot tulevat esille siinä, millä taholla vallan käsitetään aiemmin olleen. Onko se ollut kuluttajan ulkopuolella, piilevissä valtarakenteissa tai markkinavoimilla, vai onko vallanpuute johtunut kuluttajan omasta tiedostamattomuudesta?

Artikkelissa sovellettu analyysikehikko koostuu kolmesta tarkastelutasosta – yksilöllisestä, sosiaalisesta ja institutionaalista –, joissa ylemmät tasot yhtäältä palautuvat alempiin ja toisaalta nousevat niistä (Jeppersson & Meyer, 2011, vrt. García-de-Frutos ym., 2018; Närvänen ym., 2018; Syrjälä & Leipämaa-Leskinen, 2018; Algesheimer & Gurău, 2008). Kehikon keskeisenä postulaattina on käsitys ihmismielestä kulttuurin perustana – ajatuksesta, joka esiintyy monella eri

psykologian alalla, esimerkiksi evoluutiopsykologiassa (Tooby & Cosmides, 1992) ja psykoanalyysissä (Freud 1962/1930; Jung 1989/1961). Tutkimuksen tarkoituksen ja analyysikehikon kannalta tämä merkitsee sitä, että institutionaalinen ja sosiaalinen taso viime kädessä palautuvat yksilölliseen tasoon. Vähintään yhtä tärkeä postulaatti on kuitenkin se, että tasot ovat vuorovaikutuksessa. Kulttuuri ehkä perustuu ihmismieleen, mutta samalla se jatkuvasti muovaa ihmismieltä. Siksi jäykkää kolmitasoista kehikkoa on hyvä pitää puhtaasti analyyttisenä työkaluna (vrt. Algesheimer & Guräu, 2008).

Yksilöllisellä tasolla korostuvat yksilöiden psykologiaan liittyvät kausaalisuhteet. Sosiaalisella tasolla tarkastelussa ovat esimerkiksi yksilöiden ja ryhmien väliset hierarkiat, verkostot, markkinat ja vaihdantasuhteet. Institutionaalisella tasolla huomio puolestaan on kulttuurisissa rooleissa, säännöissä, merkityksissä ja rutiineissa, jotka kumulatiivisesti toistettuina luovat ideologioita ja institutionaalisia käytänteitä. Taulukossa 1 on esitetty yhteenveto, miten kuluttajan voimaantuminen eri tarkastelutasoilla näyttäytyy.

Taulukko 1. Kuluttajan voimaantuminen eri tarkastelutasoilla (vrt. Piha, 2018, s. 56–57)

Tarkastelutaso	Individuaalinen	Sosiaalinen	Institutionaalinen
Tarkastelukohde	Yksilöiden psykologia	Yksilöiden ja ryhmien väliset hierarkiat, verkostot, markkinat ja vaihdantasuhteet	Instituutiot, ideologiat, kulttuuriset roolit, säännöt, merkitykset ja rutiinit
Voimaantuminen ymmärretään...	Psykologisena	Yksilöiden tai ryhmien välisenä	Emansipaationa
Valtasiirtymä	Tiedostamattomasta tiedostettuun	Markkinoijalta kuluttajalle	Valtarakenteilta toimijuudelle
Keskeinen prosessi	Itsensä kehittäminen	Järjestelmän korjaaminen tai opettelu toimimaan järjestelmässä paremmin	Järjestelmän kyseenalaistaminen ja haastaminen
Edistää pääasiassa...	Olemassa olevaa järjestelmää	Olemassa olevaa järjestelmää	Vaihtoehtoista järjestelmää, järjestelmättömyyttä
Esimerkkikäsitteitä	Itsesäätely, tietoisuustaidot, selfhelp	Konsumerismi, kuluttajaliike, kuluttajan oikeudet, kuluttajakasvatus	Kulutusvastaisuus, resistanssi, eskapismi
Keskeisiä teorioita, suuntauksia ja käsitteitä	Positiivinen psykologia, itseohjautuvuusteoria, minäpystyvyysteoria	Valinnanvapaus, informaatioteknologia, taloudellinen vaurastuminen	Kriittinen teoria, postmodernismi

Yksilöllinen taso: Tiedostamaton ja tiedostettu

Zimmermanin (1995) mukaan yksilötasoisessa voimaantumisessa kysymys on erityisesti *psykologisesta voimaantumisesta*. Psykologinen voimaantuminen viittaa prosesseihin, joissa ihmiset luovat tai saavat mahdollisuuksia kontrolloida omaa kohtaloaan ja vaikuttaa omaa elämäänsä koskeviin päätöksiin (mt.). Tähän liittyvät proaktiivinen elämänasenne ja kriittinen tietoisuus niistä tekijöistä, jotka estävät

tai mahdollistavat yksilön pyrkimyksiä hallita elämäänsä (mt.). Koska useat näistä tekijöistä ovat lähtökohtaisesti tietoisien tajunnan ulkopuolella (Chartrand, 2005), psykologinen voimaantuminen voidaan ymmärtää valtasiirtymänä tiedostamattomalta tiedostetulle mielelle, reaktiivisilta impulsseilta järkiperaiselle harkinnalle (vrt. Goleman, 1998).

Haidt'n (2006) esittelemä metafora ihmismielestä elefanttina ja ratsastajana (vrt. Platonin Faidros-dialogissaan esittelemä valjakkovertaus; ks. Jowett, 2001) kuvastaa hyvin psykologisen voimaantumisen dynamiikkaa. Elefantti kuvaa ihmisen tiedostamatonta, impulssien ohjaamaa mieltä. Ratsastaja on ihmisen tiedostettu, rationaalinen osa, jonka tehtävänä on suitsia eläintä. Nähdessään ärsykkeen elefantti saattaa lähteä rynnimään, jollei ratsastaja pidä varaansa. Psykologisessa voimaantumisessa on ensisijaisesti kyse ratsastajan kyvykkyydestä ja taidosta ohjata: kun hän oppii hallitsemaan eläintä, hän voimaantuu. Tässä mielessä psykologinen voimaantuminen tulee hyvin lähelle positiivisen psykologian (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000) hengessä esiteltyjä ajatuksia, kuten itseohjautuvuusteoriaa (Ryan & Deci, 2000, vrt. Thøgersen, 2005) ja tunneälyä (esim. Goleman, 1998) tai varhaisempaa esimerkkinä minäpystyvyysteoriaa (Bandura, 1977).

Sosiaalinen taso: Markkinoija ja kuluttaja

Voimaantumisen sosiaalinen taso konkretisoituu yhteiskunnallisessa keskustelussa ja arkielämän kulutus päätöksissä. Siksi sitä voidaan pitää "pintatason" ymmärryksenä kuluttajan voimaantumisesta. Sosiaalisessa voimaantumisessa taustalla on ajatus, että valta on aiemmin ollut yrityksillä ja nyt kuluttajat ovat tulleet yhä voimakkaammiksi. Tämä voimakkuus johtuu kuluttajan kasvaneesta valinnanvapaudesta, jota on ollut mahdollistamassa taloudellinen vaurastuminen, tarjonnan monipuolistuminen sekä informaation ja sen tavoitettavuuden lisääntyminen (Broniarczyk & Griffin, 2014; Pires, Stanton & Rita, 2006; Shaw, Newholm & Dickinson, 2006; Henry, 2005; Howells, 2005).

Toisaalta kirjallisuudessa on myös haastettu informaation ja valinnanvapauden voimaannuttavaa vaikutusta (Broniarczyk & Griffin, 2014). Vaikka ideologisessa mielessä ilmiö on myönteinen, psykologisesta näkökulmasta asia näyttäytyy huomattavasti monimutkaisempaa (Mick, Broniarczyk & Haidt, 2004). Valinnanvapaus sekä ylenpalttinen vaihtoehtojen ja informaation tarjonta voi huomattavasti vaikeuttaa kulutusvalinnan tekemistä tai jopa ahdistaa kuluttajaa (Broniarczyk & Griffin, 2014; Mick ym., 2004). Kuluttajan voimaannuttamisessa ei siis välttämättä ole kysymys vaihtoehtojen lisäämisestä. Pikemminkin olennaista on markkinoijan pyrkimys varmistaa, että kuluttaja kokee pystyvänsä tekemään valinnan mahdollisimman vähäisin psykologisin kustannuksin (vrt. Bandura, 1977). Informaation ja valinnanvapauden vaikutus on esimerkki siitä, että eri tarkastelutasot paljastavat voimaantumisesta eri puolia. Sen, minkä sosiaalisella tasolla katsotaan olevan kuluttajia voimaannuttavaa, ei sitä yksilöllisellä tasolla välttämättä ole.

Sosiaalisella tasolla kuluttajat voidaan ajatella poliittisena intressiryhmänä, jonka etua suhteessa yhteiskunnan muihin ryhmiin, kuten yrityksiin, on ajettava. Kuluttajaliike eli konsumerismi on traditionaalisesti nähty nimenomaan kuluttajien oikeuksien vahvistamisena. Näitä oikeuksia ovat vanhastaan olleet (1) oikeus tulla kuulluksi, (2) oikeus informaatioon, (3) oikeus turvallisuuteen ja (4) oikeus valita (Engel, Blackwell & Kollat, 1978), mutta listaa on kulutusyhteiskunnan kehityksen myötä laajennettu (Larsen & Lawson, 2013). Suomessa esimerkiksi Kuluttajaliitto tekee työtä, jonka voi katsoa olevan sopusoinnussa kuluttajaliikkeen perinteisten ajattelutapojen kanssa. Tämän ajattelutavan tavoitteena ei ole niinkään nykyisen kulutusjärjestelmän laajamittainen haastaminen kuin järjestelmän epäkohtien korjaaminen (esim. eturyhmäpolitiikka) sekä kuluttajien opettaminen toimimaan järjestelmässä paremmin (esim. kuluttajakasvatus).

Ajattelutapa, jonka mukaan valta siirtyy markkinoijalta kuluttajalle, on markkinointitieteen näkökulmasta ongelmallinen. Taustalla on vähintään implisiittinen oletus siitä, että markkinoijan ja kuluttajan intressit eriaisivät merkittävästi toisistaan. Osittain näin ehkä onkin, vaikka markkinointitiede on 1960-luvulta alkaen yhä voimakkaammin tunnustanut asiakkaan (esim. kuluttajan) kaiken liiketoiminnan keskiöksi. 1980- ja 1990-luvulla tämä ajattelu huipentui keskusteluun markkinaorientaatiosta (Kohli & Jaworski, 1990), jossa asiakkaita kuunnellaan ja heidän tarpeisiinsa vastataan aktiivisesti. 2000- ja 2010-luvulla puhuttiin jo asiakkaan ja yrityksen keskinäisestä arvon yhteisluomisesta (Pralahad & Ramaswamy, 2004). Kuluttajatutkimuksessa ajatus arvon yhteisluonnista on inspiroinut esimerkiksi kuluttajaheimoihin liittyvää tutkimusta (Goulding, Shankar & Canniford, 2013). Kollektiivisesti toimivat kuluttajaheimot voivat synnyttää itseään vahvistavan ja voimaantuneen yhteisön, joka aktiivisesti edistää tai vastustaa jotakin vallitsevaa, esimerkiksi eettiseen kuluttamiseen liittyvää ilmiötä (Papaioikonomou, Valverde & Ryan, 2012). Ajatus vastakkainasettelusta on siis markkinoinnin teoreettisessa katsannossa vanhentunut, tai ainakin sillä on yhä heikompi oikeutus.

Kaikessa liiketoiminnassa, myös kuluttajaliiketoiminnassa, on siis kysymys yhteistoiminnasta ja monimutkaisten kuluttaja-yritys -verkostojen dynamiikasta, joissa dikotominen jaottelu voi olla jokseenkin hedelmätöntä (esim. Närvänen, Koivisto & Kuusela, 2019; Hollebeek, Jaakkola & Alexander, 2018). Tässä ajattelutavassa kuluttajien voimaantuminenkaan ei ole yritykselle uhka vaan osa yrityksen toimintaympäristön muutosta. Itse asiassa yritys, joka pyrkii parhaansa mukaan voimaannuttamaan kuluttajia, pärjää todennäköisesti paremmin kuin kuluttajia ”manipuloivat” yritykset (Wright, Newman & Dennis, 2006). Voimaantunut kuluttaja on tyytyväisempi ja uskollisempi kuin kuluttaja, joka kokee tulleen höynäytetyksi (Hunter & Garnefeld, 2008; vrt. Fuchs, Prandelli & Schreider, 2010).

Institutionaalinen taso: Valtarakenteet ja toimijuus

Institutionaalisen tason näkökulma voimaantumiseen tulee helpoimmin

ymmärrettäväksi *emansipaatio*-käsitteen kautta. Emansipaatio on esillä kriittisen teorian perinteessä, ja yleensä sillä viitataan tiedostamisen kautta saavutettavaan riippumattomuuteen yksilön tai ryhmän toimintaa tarpeettomasti rajoittavista ulkoisista tekijöistä, esimerkiksi instituutioista, ideologioista, kulttuurisista rooleista, säännöistä ja rutiineista (esim. Alvesson & Willmott, 1992). Kaikkiin näihin tekijöihin voidaan viitata valtarakenteina, ja yksilön mahdollisuuksia toimia valtarakenteiden puitteissa voidaan nimittää toimijuudeksi (esim. Giddens, 1984). Emansipaatioissa on siis kysymys valtasiirtymästä valtarakenteista toimijuudelle.

Emansipaatio on ollut kuluttajatutkimuksessa, esimerkiksi consumer culture theory (CCT) -perinteessä ja makromarkkinoinnissa hyvin suosittu käsite (esim. Valor, Díaz & Merino, 2017; Murray & Ozanne, 1991). Tutkimuksessa esillä olevat teemat liittyvät usein vallitsevan kulutuskulttuurin tai -järjestelmän haastamiseen ja kyseenalaistamiseen, joka ilmenee esimerkiksi kulutusvastaisuudessa (Cherrier, 2009) ja kulutuskulttuurin pakenemisessä (Kozinets, 2002). Muita esimerkkejä teoriaperinteestä kumpuavasta tutkimuksesta ovat kuluttajakansalaisuuden (Närvänen ym., 2018; McShane & Sabadoz, 2015), kuluttajayhteisöjen ja -heimojen (Närvänen & Goulding, 2016; Goulding ym. 2013; ks. edellinen luku), kuluttajakasvatuksen (McGregor, 2005), kuluttajan jokapäiväisen resistanssin (Heath, Cluley & O'Malley, 2017) ja kuluttajan kehollisen toimijuuden (Valtonen, 2013) teemat. Karkeistaen tämän kuluttajatutkimuksen perinteen voisi katsoa olevan ainakin osittain henkistä perintöä Firat'n ja Venkateshin (1995) liberatorisesta postmodernismista, joka kyseenalaistaa modernistisia valtarakenteita ja täten mahdollistaa markkinoiden toimijoiden (esim. kuluttajien) emansipaation.

Voimaantumisen institutionaalista tasoa voidaan hahmottaa suoraan yksilöllisen tason heijastumana. Inglis (1997) jopa esittää, että *voimaantumisella* viitataan nimenomaan emansipaation psykologisoitumiseen ja henkilökohtaiseen transformaatioon ja *emansipaatiolla* yksilön asemoitumiseen sosiaalisten rakenteiden paineessa. Tällöin puhdas psykologinen voimaantuminen olisi sitä, että yksilö mukautuu ja oppii pelaamaan järjestelmässä paremmin, ja puhdas emansipaatio sitä, että yksilö pysyy jokseenkin muuttumattomana mutta vapautuu järjestelmästä (ts. järjestelmä muuttuu; vrt. Galloway, 2011). Tästä näkökulmasta Haidt'n (2006) esittämää elefantti ja ratsastaja -metaforaa voitaisiin viedä askeleen pidemmälle. Jos psykologinen voimaantuminen liittyy ratsastajan parantuneeseen kykyyn kontrolloida elefanttia, emansipaatio viittaisi vastaavasti kumppanusten vapautumiseen heitä rajoittavasta ympäristöstä, esimerkiksi eläintarhan häkistä.

Psykologista voimaantumisen ja emansipaation välille on kuitenkin haastavaa vetää selväpiirteistä rajaa. Tämä ilmenee hyvin esimerkiksi psykoanalyttisessä ajattelussa (Freud, 1962/1930; Jung, 1989/1961), jonka mukaan kulttuuriset odotukset vaikuttavat tajuntamme kautta; ne ovat iskostuneet mieleemme syviin kerroksiin. Siksi emansipaation lähtökohta olisi ihmismielen tutkiskelu (esim. psykoanalyysi). Kuluttajatutkimuksen kannalta relevantti esimerkki on rutiini, opittu arkipäivän käytäntö. Vaikka rutiinin alkuperä on sosiaalis-kulttuurinen, siitä

on saattanut muotoutua syvä psykologinen mekanismi, jonka avulla yksilö jäsentää omaa elämäänsä (Heinonen, 2012). Vapautuminen sosiaalisesti opitusta rutiinista olisi täten sekä emansipaatiota että psykologista voimaantumista.

Psykologinen voimaantuminen ja tarkastelutasojen dynamiikka

Synteettinen viitekehys

Antiikin ajatusten analoginen ”uusiokäyttö” markkinointitieteen ja kuluttajatutkimuksen teoreettisten kysymysten ymmärtämisessä ei ole tuiki tavallista, mutta ei täysin poikkeuksellistakaan. Aiempia yrityksiä ovat tehneet esimerkiksi Mick ja Schwartz (2012) analysoidessaan kuluttajan käytännön viisautta aristoteelisesta näkökulmasta (vrt. Flyjberg, 2001), Tonks (2002) pohtiessaan markkinoinnin ja antiikin sofistisen retoriikan yhteyttä sekä Shaw (1995) argumentoidessaan, miten Platon hahmotti markkinointijärjestelmän peruspilarit jo 2400 vuotta sitten.

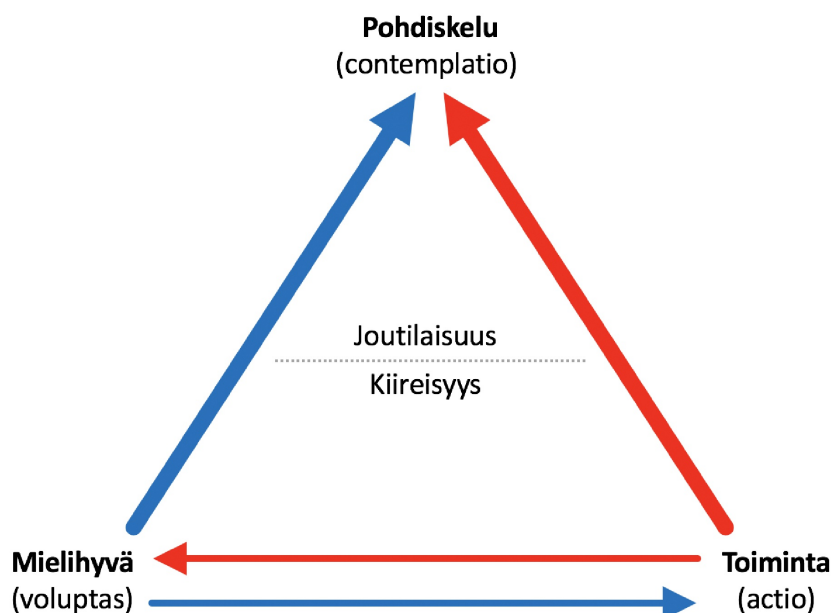
Tässä luvussa esiteltävä synteettinen viitekehys pohjautuu antiikin Roomassa eläneen Senecan (4 eaa. – 65 jaa.) ajatuksiin (ks. tarkemmat viitteet alla). Yhdessä esimerkiksi keisari Marcus Aureliuksen (121–180 jaa.) ja Epiktetoksen (55–135 jaa.) kanssa Seneca edusti 300-luvulla ennen ajanlaskumme alkua Kreikassa perustettua stoalaisuutta, joka oli noussut myös Rooman valtakunnan suosituimmaksi filosofian koulukunnaksi. Stoalainen filosofia korostaa maailmankaikkeuden harmonisuutta. Stoalaisuuden harjoittaminen on osaltaan pyrkimystä kokonaisuuksien ymmärtämiseen, mutta myös vapautumista elämää monimutkaistavasta riippuvuuden kokemuksesta. Usein tämä ymmärretään *stoalaisena tyyneytenä*. (Esim. Russell, 1948).

Senecan etiikan (ks. Torkki, 2018, erit. Senecan teksti *Joutilaisuudesta*) mukaan ihminen voi elää elämäänsä kolmella eri tavalla: mielihyvää tavoitellen (*voluptas*), toiminnallisesti (*actio*) ja pohdiskellen (*contemplatio*). Kolmijako esiintyy hyvin samankaltaisessa muodossa jo Aristoteleen etiikassa (Arendt, 2002/1958; Aristoteles, 2009, 1:5). Analogisen ajatusrakennelman modernissa motivaatiopsykologiassa esittää Alderfer (1969) olemassaolo-yhteenkuuluvuus-kasvu (ERG) -mallissaan. Olemassaolo ja mielihyvä kytkeytyvät ihmisen tarvehierarkian alimpiin psykologisiin ja biologisiin tarpeisiin, ja Senecan *voluptas* viittaa nimenomaan niiden tyydyttämisen ohjaamaan, Senecan näkyvästi halveksimaan elämäntapaan. Yhteenkuuluvuus ja toiminnallisuus liittyvät tarvehierarkian keskitason sosiaalisiin tarpeisiin. Senecan *actio* on ihmisen elämäntapa, jota ohjaavat sosiaaliset odotukset: äärimmillään ihminen voi uhrata koko elämänsä yhteisön tai muiden ihmisten palveluksessa olemiseen. Kasvu ja pohdiskelu kuvastavat tarvehierarkian ylimpiä tarpeita, esimerkiksi vapaata ajattelua, luovuutta ja itsensä toteuttamista. Senecalle *contemplatio* (kontemplatiivisuus) on viisauden etsimiseen, sivistyksen vaalimiseen ja filosofian harjoittamiseen keskittynyt elämäntapa ja siksi tavoittelemisen

arvoinen.

Vaikka Seneca ylistääkin kontemplatiivisuutta, *actio* ei ole hänen mielestään samalla tavalla paheellinen elämäntapa kuin *voluptas*. Stoalaisessa etiikassa velvollisuudentunto yhteisöä kohtaan on korkea hyve. Toiminnallinen ihminen on ensisijaisesti osa järjestelmää. Sikäli kuin ihminen on tehnyt tämän valinnan itse eikä ajautunut siihen, Seneca antaa *actio*-elämäntavalle suuren arvon. Seneca myös näkee, että kontemplatiivinen elämä hyödyttää koko yhteisöä, koska viisaudella (esim. tieteellä) on yleishyödyllisiä ulottuvuuksia. Täten toiminnallisuus sisältyy aina kontemplatiiviseen elämään; ero elämäntapojen välillä on siinä, että kontemplatiivisuus ei automaattisesti sisälly toiminnalliseen elämään.

Kontemplatiivisen elämäntavan katsotaan olevan viime kädessä riippumaton paitsi sosiaalisista odotuksista, myös psykologisista ja biologisista tarpeista. Senecan kielenkäytössä (ks. Torkki, 2018, erit. Senecan teksti *Elämän lyhydestä*) kontemplatiiviset ihmiset ovat "joutilaita" (*otiosus*), koska heidän elämänsä ei ole ulkopuolisten voimien (vrt. häkki) mutta ei myöskään sisältäpäin tulevien tiedostamattomien voimien (vrt. elefantti) ohjailemaa. Sen sijaan elämäntavat, joissa ulkoiset tai sisäiset paineet määrittävät käyttäytymistä, ovat Senecan mukaan "kiireisiä" (*occupatus*). Täten Senecan ajattelu on jokseenkin analoginen voimaantumisen perusidean kanssa: Seneca haluaa antaa täyden vallan tietoisuudelle (ts. elefantin päällä istuvalla ratsastajalle). Kuviossa 2 on hahmoteltu Senecan keskeiset käsitteet viitekehykseen, jonka suhdetta voimaantumisen eri tarkastelutasoihin seuraavaksi pohditaan.



Kuvio 2. Mielihyvälle, toiminnalle ja pohdiskelulle omistetut elämäntavat ja voimaantumisen tarkastelutasojen välinen dynamiikka (vrt. Piha & Ojala, 2018, s. 20). Siniset nuolet kuvaavat psykologista voimaantumista (Oletus 1; ks. alla). Punaiset nuolet kuvaavat emansipaatiota (Oletus 2). Lihavoidut nuolet kuvaavat yhtäaikaista emansipaatiota ja psykologista voimaantumista eli kokonaisvaltaista voimaantumista (Oletus 3).

Kiireisyydestä joutilaisuuteen

Kuten aiemmin mainittiin, psykologinen voimaantuminen ja emansipaatio kytkeytyvät toisiinsa hyvin syvällä tasolla. Synteettinen viitekehys (Kuvio 2) voi auttaa hahmottamaan niiden keskinäistä yhteyttä. Viitekehysten pohjalta voidaan esittää kolme oletusta, joista kunkin pätevyyttä tarkastellaan aiemmin tässä artikkelissa analysoidun voimaantumiskirjallisuuden pohjalta.

Oletus 1: Psykologinen voimaantuminen on etäännyttämisestä voluptas-elämäntavasta. (Siniset nuolet kuviossa 2.)

Psykologinen voimaantuminen on sitä, että yksilö tulee tietoisesti reaktiivisista impulsseistaan ja kohdistaa niihin itsesäätelyä (Piha, 2018). Jos reaktiiviseksi impulssiksi käsitetään pyrkimys välittömään tarpeentyydytykseen myöhemmän tarpeentyydytyksen sijasta (Griskevicius ym., 2011), psykologinen voimaantuminen olisi siis nimenomaan kykyä oppia tavoittelemaan lykättyjä palkintoja. Synteettisessä viitekehyksessä se voisi siis vastata etäännyttämisestä voluptas-elämäntavasta. Esimerkiksi nykyisessä kulutuskulttuurissa hyvinvointiin ja tasapainoiseen elämään tähtäävä wellness-elämäntyyli (Grénman, 2019; Grénman, Räikkönen & Wilska, 2014) heijastelee voluptasista etäännyttämisestä. Vaikka wellnessissä elämäntyylin perusraamit ovat sosiaalisesti määräytyneitä, kuluttajat kamppailevat nimenomaan sisäisiä, kohtuuttomia mielihalujaan (esim. himo syödä rasvaista ruokaa tai jäädä kotisohvalle makaamaan) ja laiskuuttaan (Huuhka & Luomala, 2018) vastaan pyrkiessään sopeutumaan ihanteelliseen wellness-elämään.

Juuri wellness-elämäntyylin sosiaalisesti määräytyneessä luonteessa piilee psykologisen voimaantumisen yksi sudenkuoppa. Voidaan kysyä, ketä tai mitä tarkoitusta varten ihminen haluaa voimaantua psykologisesti. Usein esimerkiksi psykologiseen voimaantumiseen rinnastuva selfhelp-kirjallisuus on suuntautunut ammatillisen suorituskyvyn parantamiseen (esim. tunneäly työyhteisössä; Goleman, 1998) tai ajatukseen siitä, että ihmisestä tulee ”kunnollisempi kansalainen”. Toisaalta taustalla saattaa myös olla ajatus välittömän tarpeentyydytyksen hillitsemisestä, jotta myöhemmin pääsisi nautiskelemaan vielä enemmän (esim. kuluttaja jättää hellepäivänä jäätelön ostamatta, koska haluaa säästää ensi vuoden hemmottelulomaan). Jälkimmäisessä tapauksessa ihminen ei lainkaan etäännyttäisi voluptas-elämäntavasta, ja edellisessäkin tapauksessa psykologinen voimaantuminen johtaisi siihen, että ihminen lähinnä liukuisi voluptasista kohti actio-elämäntapaa.

Oletus 2: Emansipaatio on etäännyttämisestä actio-elämäntavasta. (Punaiset nuolet kuviossa 2.)

Emansipaatio on tiedostamisen kautta tapahtuvaa vapautumista yksilön toimintaa rajoittavista ulkoisista tekijöistä, järjestelmästä (esim. Alvesson & Willmott, 1992). Yksilö siis tietoisesti pidättäytyy vastaamasta häneen kohdistuviin sosiaalisiin

odotuksiin. Konkreettinen esimerkki tällaisesta voi olla vaikkapa jättäytyminen pois ”työelämän oravanpyörästä”. Synteettisessä viitekehyksessä emansipaatio vastaisi lähinnä etäännyttä *actio*-elämäntavasta. Jälleen voidaan kuitenkin kysyä, mitä tarkoitusta varten ihminen haluaa emansipoitua. Jos ihminen on vapaa aiemmasta oravanpyörästä, hän saattaa täyttää elämänsä uusilla oravanpyörillä, sillä ihmisellä on jokseenkin universaali tarve luoda ympärilleen rutiineja ja rakenteita (Heinonen, 2012; Cutright, 2011; Ehn & Löfgren, 2010). Toisaalta, kuten Seneca itse kirjoittaa kirjeissään Luciliukselle (ks. Gummere, 1917; 55:5), sosiaalisia velvoitteita välttelevä ihminen ei välttämättä elä itselleen vaan vatsalleen, unelleen ja himoilleen. Edellisessä tapauksessa ihminen ei lopulta etäännyisikään *actio*-elämäntavasta, ja jälkimmäisessä liukuma tapahtuisi *actiosta* takaisin *voluptasiin*.

Oletus 3: Kokonaisvaltainen voimaantuminen on siirtymistä contemplatio-elämäntapaan. (Lihavoidut nuolet kuviossa 2.)

Senecan mukaan ihminen pysyy ”kiireisenä” riippumatta siitä, ohjaavatko hänen elämäntapaansa ulkoiset vai sisäiset tekijät. Edellä kuvatut siirtymät *action* ja *voluptasin* välillä tai niiden sisällä eivät välttämättä poista itse perusongelmaa. Ihmisen elämä on kuin valtakunta, jossa vallan kahvassa vuorottelevat eri diktaattorit. Täten siirtymällä *contemplatio*-elämäntapaan, joka on Senecan mukaan ”joutilasta”, ihminen saavuttaisi *kokonaisvaltaisen voimaantuneisuuden*. Tämä edellyttää sitä, että ihminen voimaantuu psykologisesti ja emansipoituisi yhtä aikaa. Hän siis etäännyisi sekä *actiosta* että *voluptasista*. Kuten tämän artikkelin postulaatteina todettiin (ks. luku ”Analyyttinen kehikko”), kulttuuri on ihmismielen luomus ja ihmismieli heijastaa kulttuuria. Siksi kokonaisvaltainen voimaantuminen voidaan nähdä viime kädessä jakamattomana. Psykologinen voimaantuminen ja emansipaatio ovat vain eri näkökulmat samaan, kaikkialla läsnä olevaan ilmiöön, valtaan (Rucker, Galinsky & Dubois, 2012). Teoreettisina perinteinä ne saattavat kuitenkin olla niin eriytyneet, että pintapuolisesti ajatellen niiden voisi ajatella tutkivan eri ilmiöitä.

Sosiaalisen voimaantumisen haaste

Ratkaisematta on sosiaalisen tason voimaantumisen suhde synteettiseen viitekehykseen, joka edeltävän keskustelun perusteella vaikuttaa vangitsevan vain yksilöllisen ja institutionaalisen tarkastelutason näkökulmat. Viitekehyksestä voidaan hahmottaa kaksi limittäistä asemaa sosiaaliselle voimaantumiselle.

Asema 1: Sosiaalinen voimaantuminen sisältyy emansipaatioon ja psykologiseen voimaantumiseen ja on niiden konkreettinen pintataso.

Yhtäältä sosiaalisen voimaantumisen voidaan nähdä sisältyvän emansipaatioon. Tällöin sillä ymmärretään tarkoitettavan *olemassaolevan järjestelmän korjailemista* (Taulukko 1), toisin sanoen sitä poliittista eturyhmyöskentelyä, jota kuluttajat itse ja heitä edustavat järjestöt harjoittavat. Tässä asemassa kuluttaja ei muutu, vaan järjestelmää muokataan kuluttajan tarpeisiin sopivammaksi. Toisaalta

sosiaalinen voimaantuminen sisältyy psykologiseen voimaantumiseen, koska siinä on keskeistä *oppiminen toimimaan järjestelmässä paremmin* eli kuluttajakasvatus (Taulukko 1). Tällöin järjestelmää ei muuteta, vaan kuluttajalle annetaan yhä parempia valmiuksia toimia vallitsevassa järjestelmässä. Koska voimaantumisen konkreettiseen pintatasoon sisältyvät molemmat syvälliset teoreettiset näkökulmat, ei ole ihme, että voimaantumisen käsite aiheuttaa hämmennystä.

Asema 2: Sosiaalinen voimaantuminen mahdollistaa emansipaation ja psykologisen voimaantumisen, eli se on koko ilmiötä kannatteleva voima.

Jos ihminen elää köyhyydessä ja häneltä puuttuu perustavanlaatuisia resursseja, kuten ravintoa, rahaa tai vapaata aikaa, hänen liikkumavaransa on vähäinen. Vastaavasti mitä vauraampi ihminen on, sitä enemmän hänellä periaatteessa on vapautta valita. Siksi sosiaalisen voimaantumisen näkökulma kääntää huomion materiaalsiin ja muihin elämän kannalta olennaisiin resursseihin, joita ilman yksilö ei voisi tehdä valintoja alkuunkaan. Toinen asema saa epäsuoraa tukea Senecan kirjoituksista. Ilmeistä on, että Rooman hovissa elänyt Seneca on osoittanut eettiset kirjoituksensa nimenomaan vauraille yläluokalle: niille, joilla on mahdollisuus valita eri elämäntapojen väliltä (vrt. Arendt, 2002/1958). Yhteiskunnan massoja, esimerkiksi orjia ja alempia luokkia, kirjoitukset eivät todennäköisesti olisi vastaavasti puhutelleet. Nykyaikana, kun keskiluokka on vaurastunut, yhä suuremmalla osalla ihmisistä on mahdollisuus tehdä se valinta, joka Senecan aikakaudella oli vain eliitin ulottuvissa.

Johtopäätökset

Tämän käsiteanalyttisen artikkelin tarkoituksena on ollut tarkastella kuluttajan psykologisen voimaantumisen suhteutumista voimaantumistutkimuksen kokonaiskenttään sekä muodostaa tätä suhdetta kuvaava dynaaminen viitekehys. Täten artikkeli on kytkeytynyt kuluttajan voimaantumisesta käytävään tieteelliseen keskusteluun (esim. Wright, 2006), ja samalla se on täyttänyt tutkimusaukon kuluttajan hyvinvointiin tähtäävässä kuluttajapsykologisessa kirjallisuudessa (Pechmann, 2015). Tämä on tapahtunut tuomalla voimaantumisen käsite mukaan siihen kuluttajapsykologiseen kirjallisuudenhaaraan, jossa kuluttamista tutkitaan keinona edistää hyvinvointia ja onnellisuutta (esim. Säaksjärvi, Hellén & Desmet, 2017; Dunn, Gilbert & Wilson, 2015; Gilovich, Kumar & Jampol, 2015; Guevarra & Howell, 2015; Mogilner, Aaker & Kamvar, 2012).

Artikkelin keskeinen teoreettinen kontribuutio mainitulle kuluttajapsykologiselle kirjallisuudelle on ollut käsiteanalyysin ja -synteesin avulla hahmottaa psykologisen voimaantumisen dynaaminen ja tarkastelutasojen rajoja ylittävä rooli. Voimaantumisen käsitteen analyttinen pilkkominen kolmelle tarkastelutasolle on jo itsessään maltillisesti kontribuutiivista, mutta pääasiallisen lisäarvon kuluttajapsykologiselle kirjallisuudelle on tuottanut tarkastelutasojen järjestely uuteen intellektuaaliseen synteisiin. Tämän synteesin uutuusarvoa kuluttajapsykologialle korostaa Senecan etiikkaan pohjautuva viitekehys. Kyseessä

on ensimmäinen kerta, kun Senecan ajatukset tuodaan kuluttajatutkimuksen piiriin, mikä luontevasti täydentää suoraan antiikin filosofiasta (Mick & Schwartz, 2012; Tonks, 2002; Shaw, 1995) ammentavaa markkinointitieteen ja kuluttajatutkimuksen kirjallisuutta.

Laaditun synteettisen viitekehyksen keskeinen hyöty kuluttajatutkijoille on – kuten käsiteanalyttisissä artikkeleissa yleensäkin – tutkimuskentän kokonaiskuvan hahmottaminen. Epäilemättä artikkeli voi tuoda selvyyttä esimerkiksi voimaantumisen käsitteen häilyväiseen ja monitulkintaiseen käyttöön. Kuluttajatutkimuksen piirissä artikkeli saattaa tuottaa lisäarvoa esimerkiksi transformatiivisen kuluttajatutkimuksen perinteelle (Mick, Pettigrew, Pechmann & Ozanne, 2012). Tämän tutkimusperinteen piirissä työskentelevät, erityisesti kuluttajapsykologiaan suuntautuneet tutkijat, voivat nähdä mahdollisuuksia artikkelissa hahmotelluissa kontemplatiivisuuden ja joutilaisuuden käsitteissä. Kontemplatiivisuuden ja joutilaisuuden voidaan ajatella olevan kokonaisvaltaisen voimaantumisen tulosta. Siksi niiden taustalla on sopiva yhdistelmä vallitsevan kulutusjärjestelmän kyseenalaistamista ja yksilön omien mielihalujen itsesäätelyä.

Synteettisen viitekehyksen kiistaton rajoite liittyy kontemplatiivisen elämän moraaliin reunaehtoihin. Toisin sanoen viitekehys ja Senecan filosofia olettavat vähintään implisiittisesti, että kokonaisvaltaisesti voimaantunut kuluttaja toimii hyveellisesti. Tämän moraalisen pulman pysyvyyttä kuvastanevat sitaatit kahdella eri aikakaudella eläneeltä yhteiskunnalliselta ajattelijalta. Ensinnäkin Cicero (2002/44 eaa.) kertoo Platonin sanoneen: ”Sellaista tietoa, johon ei liity oikeamielisyys, on nimitettävä ennemmin viekkaudeksi kuin viisaudeksi” (*Velvollisuuksista*, 1:63). Toisekseen Bertrand Russell (1948) toteaa: ”Vapautuminen ruumiin tyrannivallasta auttaa ihmisiä suuruuteen, mutta aivan yhtä paljon suuruuteen synnissä kuin suuruuteen hyveessä” (1:16). Siksi tulevalle teoreettiselle voimaantumistutkimukselle voidaan esittää yksi hyvin perustavanlaatuinen, normatiivinen kysymys: Mitä voimaantuneen kuluttajan pitäisi vallallaan tehdä?

Toinen synteettisestä viitekehuksesta kumpuava idea jatkopohdinnalle liittyy mahdolliseen siirtymään *contemplatio*-elämäntavasta takaisin *actio*- ja *voluptas*-elämäntapoihin. Kontemplatiivisessa elämäntavassa lähtökohtana on tiedostamisen kautta tapahtunut vapautuminen kahdesta muusta elämäntavasta. Voiko tätä tiedostamista peruuttaa? Varmasti kontemplatiivinenkin ihminen voi ajoittain heittäytyä mielihyvän ja sosiaalisen hyväksynnän tavoitteluun. Se ei kuitenkaan tarkoita sitä, että hän palaisi niiden ikeeseen. Tuleva teoreettinen voimaantumistutkimus voi pohtia, millainen on kontemplatiivisuuden dynaaminen luonne. Voi olla niin, että nimenomaan kontemplaation kautta ihminen tunnistaa yhä uusia sisäisiä ja ulkoisia rajoitteita, joista hän haluaa vapautua. Se toimii siis moottorina jatkuvasti etenevälle voimaantumisen prosessille.

Lähteet

Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs.

- Organizational Behavior & Human Performance, 4(2), 142–175.
- Algesheimer, R. & Gurău, C. (2008) Introducing structuration theory in communal consumption behavior research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 11(2), 227–245.
- Arendt, H. (2002/1958). *Vita activa. Ihmisenä olemisen ehdot*. Tampere: Vastapaino.
- Aristoteles (2009). *The Nichomachean Ethics*. Oxford: Oxford University Press.
- Alvesson, M. & Willmott, H. (1992). On the idea of emancipation in management and organization studies. *The Academy of Management Review*, 17(3), 432–464.
- Bahl, S., Milne, G. R., Ross, S. M., Mick, D. G. Grier, S. A., Chugani, S. K., Chan, S. S., Gould, S., Cho, Y.-N., Dorsey, J. D., Schindler, R. M., Murdock, M. R. & Boesen-Mariani, S. (2016). Mindful-ness: its transformative potential for consumer, societal, and environmental well-being. *Journal of Public Policy & Marketing*, 35(2), 198–210.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Bazerman, M. (2001). Consumer research for consumers. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 499–504.
- Broniarczyk, S. M. & Griffin, J. G. (2014). Decision difficulty in the age of consumer empowerment. *Journal of Consumer Psychology*, 24(4), 608–625.
- Buehler, P. & Maas, P. (2018). Consumer empowerment in insurance: Effects on performance risk perceptions in decision making. *International Journal of Bank Marketing*, 36(6), 1073–1097.
- Chartrand, T. L. (2005). The role of conscious awareness in consumer behaviour. *Journal of Consumer Psychology*, 15(3), 203–210.
- Cherrier, H. (2009). Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities. *Journal of Business Research*, 62(2), 181–190.
- Cicero, M. T. (2002/44 eaa.). *Vanhuudesta, ystävyydestä, velvollisuuksista*. Helsinki: WSOY.
- Cutright, K. (2012). The beauty of boundaries: When and why we seek structure in consumption. *Journal of Consumer Research*, 38(5), 775–790.
- Denegri-Knott, J., Zwick, D. & Schroeder, J. E. (2006). Mapping consumer power: An integrative framework for marketing and consumer research. *European Journal of Marketing*, 40(9/10), 950–971.
- Dunn, E. W., Gilbert, D. T. & Wilson, T. D. (2011). If money doesn't make you happy, then you probably aren't spending it right. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 115–125.
- Ehn, B. & Löfgren, O. (2010). *The secret world of doing nothing*. Berkeley: University of California Press.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Kollat, D. T. (1978). *Consumer behavior*. 3th edition. Illinois: The Dryden Press.
- Firat, A. & Venkatesh, A. (1995). Liberatory postmodernism and the reenchantment of consumption. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 239–267.
- Flyjberg, B. (2001). *Making social science matter: why social inquiry fails and how it can succeed again*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Freud, S. (1962/1930) *Civilization and its discontents*. New York: W. W. Norton.
- Fuchs, C., Prandelli, E. & Schreier, M. (2010). *The psychological effects of*

- empowerment strategies on consumers' product demand. *Journal of Marketing*, 74(1), 65–79.
- Funnell, M. M. & Anderson, R. M. (2003). Patient empowerment: A look back, a look ahead. *The Diabetes Educator*, 29(3), 454–464.
- Galloway, S. (2011). Considering adult literacies education as empowerment or emancipation. Teoksessa A.-M. Houghton (toim.), *Proceedings of the 41st annual SCUTREA conference*. Brighton: CCE University of Essex.
- García-de-Frutos, N., Ortega-Egea, J. M. & Martínez-del-Río, J. (2018) Anti-consumption for environmental sustainability: Conceptualisation, review, and multilevel research directions. *Journal of Business Ethics*, 148, 411–435.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society. Outline of the theory structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Gilovich, T., Kumar, A. & Jampol, L. (2015). A wonderful life: Experiential consumption and the pursuit of happiness. *Journal of Consumer Psychology*, 25(1), 152–165.
- Goleman, D. (1998). What makes a leader? *Harvard Business Review*, 76(6), 93–102.
- Goulding, C., Shankar, A. & Canniford, R. (2011) Learning to be tribal: Facilitating the formation of consumer tribes. *European Journal of Marketing*, 47(5/6), 813–832.
- Grénman, M. (2019). In quest of the optimal self: Wellness consumption and lifestyle – A superficial marketing fad or a powerful means for transforming and branding oneself? Väitöskirja. Turun yliopiston julkaisuja – Annales Universitatis Turkuensis, E-47.
- Grénman, M., Räikkönen, J. & Wilska, T.-A. (2014). Wellness – Elämyksellinen hyvinvointikulutus haasteena kaupalle ja palveluliiketoiminnalle. *Kulutustutkimus.Nyt*, 8(1), 45–59.
- Griskevicius, V., Ackerman, J. M., Van den Bergh, B. & Li, Y. J. (2011). Fundamental motives and business decisions. Teoksessa G. Saad (toim.), *Evolutionary psychology in the business sciences*. Berlin: Springer.
- Guevarra, D. A. & Howell, R. T. (2015). To have in order to do: Exploring the effects of consuming experiential products on well-being. *Journal of Consumer Psychology*, 25(1), 28–41.
- Gummere, R. M. (1917). *Seneca: Ad Lucilium Epistulae Morales. Volume I*. London: William Heinemann. Haettu (27.5.2019) https://en.wikisource.org/wiki/Moral_letters_to_Lucilius
- Haidt, J. (2006). *The happiness hypothesis: finding modern truth in ancient wisdom*. New York: Basic Books
- Heath, T., Cluley, R. & O'Malley, L. (2017). Beating, ditching and hiding: Consumers' everyday resistance to marketing. *Journal of Marketing Management*, 33 (15–16), 1281–1303.
- Heinonen, V. (2012). Arkielämän tutkimusperinteet, kulutus ja rutiinit. *Kulutustutkimus.Nyt*, 6(1), 60–74.
- Henry, P. (2005). Social class, market situation, and consumers' metaphors of (dis)empowerment. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 766–778
- Hollebeek, L. D., Jaakkola, E. Alexander, M. (2018). Beyond the dyadic: customer engagement in increasingly networked environments. *Journal of Service Management*, 29(3), 330–332.
- Howells, G. (2005). The potential and limits of consumer empowerment by information. *Journal of Law and Society*, 32(3), 349–370.

- Hunter, G. L. & Garnefeld, I. (2008). When does consumer empowerment lead to satisfied customers? Some mediating and moderating effects of the empowerment-satisfaction link. *Journal of Research for Consumers*, 15.
- Huuhka, A. & Luomala, H. (2018) Sloth – Conceptualizing the experience of sloth in convenience-seeking consumption. Teoksessa H. Syrjälä & H. Leipämaa-Leskinen (toim.), *Seven deadly sins in consumption*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Inglis, T. (1997). Empowerment and emancipation. *Adult Education Quarterly*, 48(1), 3–17.
- Jepperson, R. and Meyer, J. W. (2011). Multiple levels of analysis and the limitations of methodological individualisms. *Sociological Theory*, 29, 54–73.
- Jowett, B. (2001). *Phaedrus by Plato*. Infomotions Inc. Haettu (11.12.2019) <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kutu/detail.action?docID=3314645>
- Jung, C. G. (1989/1961). *Memories, dreams, reflections*. New York: Vintage Books.
- Kallio, T. J. (2006), *Teoreettinen tutkimus ja liiketaloustieteet*. *Liiketaloudellinen aikakauskirja*, 55(4), 510–538.
- Kohli, A. K. & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1–18.
- Kozinets, R. V. (2002). Can consumers escape the market? Emancipatory illuminations from Burning Man. *Journal of Consumer Research*, 29(1), 20–38.
- Larsen, G. & Lawson, R. (2013) Consumer rights: An assessment of justice. *Journal of Business Ethics*, 112, 515–528.
- Luchs, M. G. & Mick, D. G. (2018). Consumer wisdom: A theoretical framework of five integrated facets. *Journal of Consumer Psychology*, 28, 365–392.
- McGregor, S. (2005). Sustainable consumer empowerment through critical consumer education: A typology of consumer education approaches. *International Journal of Consumer Studies*, 29(5), 434–447.
- McShane, L. & Sabadoz, C. (2015). Rethinking the concept of consumer empowerment: Recognizing consumers as citizens. *International Journal of Consumer Studies*, 39(5), 544–551.
- Mick, D. G., Pettigrev, S., Pechmann, C. & Ozanne, J. L. (2012). *Transformative consumer research for personal and collective well-being*. Routledge, New York.
- Mick, D. G. & Schwartz, B. (2012). Can consumers be wise? Aristotle speaks to the 21st century. Teoksessa D. G. Mick, S. Pettigrev, C. Pechmann & J. L. Ozanne (toim.), *Transformative consumer research for personal and collective well-being*. New York: Routledge.
- Mick, D. G., Spiller, S. A. & Baglioni, A. J. (2012) A systematic self-observation study of consumers' conceptions of practical wisdom in everyday purchase events. *Journal of Business Research*, 65(7), 1051–1059.
- Mick, D. G., Broniarczyk, S. M. & Haidt, J. (2004) Choose, choose, choose, choose, choose, choose, choose: Emerging and prospective research on the deleterious effects of living in consumer hyperchoice. *Journal of Business Ethics*, 52(2), 207–211.
- Mogilner, C., Aaker, J. & Kamvar, S. D. (2012). How happiness affects choice. *Journal of Consumer Research*, 39, 429–443.
- Murray, J. & Ozanne, J. (1991). The critical imagination: emancipatory interests in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 18(2), 129–144.

- Niiniluoto, I. (1983) Tieteellinen päättely ja selittäminen. Otava, Helsinki.
- Närvänen, E., Koivisto, P. & Kuusela, H. (2019) Managing consumption communities. *Journal of Strategic Marketing*, 27(5), 388–404.
- Närvänen, E., Mesiranta, N. & Mattila, M. (2018) Roles of consumer-citizens in food waste reduction. *Kulutustutkimus.Nyt*, 12(1-2), 20-32.
- Närvänen, E. & Goulding, C. (2016) Sociocultural brand revitalization: The role of consumer collectives in bringing brands back to life. *European Journal of Marketing*, 50(7/8), 1521–1546.
- Papaioikonomou, E., Valverde, M. & Ryan, G. (2012) Articulating the meanings of collective experiences of ethical consumption. *Journal of Business Ethics*, 110, 5–32.
- Pechmann, C. (2015) Social marketing research trends in consumer psychology. *Recherche at Applications en Marketing*, 30(3), 124–127.
- Piha, S. (2018). Evolutionary psychology for consumers: Awareness of ultimate explanations as a self-reflective tool for consumer empowerment. Väitöskirja. Turun yliopiston julkaisuja – Annales Universitatis Turkuensis, E-41.
- Piha, S. & Ojala, P. (2018). Kauppasivistyksen jäljillä. Teoksessa S. Piha & P. Ojala (toim.), *Miten menee, markkinointitiede?* Professori Rami Olkkosen juhlakirja. Turku: Turun yliopiston kauppakorkeakoulu, Markkinoinnin ja kansainvälisen liiketoiminnan laitos.
- Pires, G. D., Stanton, J. & Rita, P. (2006). The internet, consumer empowerment and marketing strategies. *European Journal of Marketing*, 40(9/10), 936–949.
- Prahalad, C. K. & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: the next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14.
- Rucker, D. D., Galinsky, A. D. & Dubois, D. (2012). Power and consumer behavior: how power shapes who and what consumers value. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 352–368.
- Russell, B. (1948). *Länsimaisen filosofian historia*. Helsinki: WSOY.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Ryynänen, S. & Nivala, E. (2017). Empowerment or emancipation? Interpretations from Finland and beyond. *Pedagogía Social: Revista Interuniversitaria*, 30, 22–46.
- Seligman, M. E. P & Czikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: an introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5–14.
- Sellars, J. (2019). *Lessons in stoicism: What ancient philosophers teach us about how to live*. London: Penguin Books.
- Shankar, A., Cherrier, H. & Canniford, R. (2006). Consumer empowerment: a Foucauldian interpretation. *European Journal of Marketing*, 40(9/10), 1013–1030.
- Shaw, D., Newholm, T. & Dickinson, R. (2006). Consumption as voting: an exploration of consumer empowerment. *European Journal of Marketing*, 40(9/10), 1049–1067.
- Shaw, E. H. (1995). The first dialogue on macromarketing. *Journal of Macromarketing*, 15(1), 7–20.
- Spreitzer, G. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *The Academy of Management Journal*, 38(5),

1442-1465.

- Syrjälä, H. & Leipämaa-Leskinen, H. (2018) Introduction. Teoksessa H. Syrjälä & H. Leipämaa-Leskinen (toim.), *Seven deadly sins in consumption*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Sääksjärvi, M., Hellén, K. & Desmet, P. (2017). The "You and I" of happiness: Investigating the long-term impact of self- and other-focused happiness-enhancing activities. *Psychology & Marketing*, 34(6), 623–630.
- Thøgersen, J. (2005). How may consumer policy empower consumers for sustainable lifestyles? *Journal of Consumer Policy*, 28(2), 143–177.
- Tonks, D. G. (2002). Marketing as cooking: The return of sophists. *Journal of Marketing Management*, 18(7–8), 803–822.
- Tooby, J. & Cosmides, L. (1992). *Psychological foundations of culture*. Teoksessa J. Barkow, L. Cosmides & J. Tooby (toim.), *The adapted mind: evolutionary psychology and the generation of culture*. New York: Oxford University Press.
- Torkki, J. (2018). *Seneca: Elämän lyhydestä*. Helsinki: Otava.
- Valor, C., Díaz, E. M., & Merino, A. (2017). The discourse of the consumer resistance movement: Adversarial and prognostic framings through the lens of power. *Journal of Macromarketing*, 37(1), 72-84.
- Valtonen, A. (2013) Height matters: Practicing consumer agency, gender, and body politics. *Consumption Markets & Culture*, 16(2), 196–221.
- Van De Veer, E., Van Herpen, E. & Van Trijp, H. C. M. (2016). Body and mind: mindfulness helps consumers to compensate for prior food intake by enhancing the responsiveness to physiological cues. *Journal of Consumer Research*, 42(5), 783–803.
- Wathieu, L., Brenner, L., Carmon, Z., Chattopadhyay, A., Wertenbroch, K., Drolet, A., Gourville, J., Muthukrishnan, A. V., Novemsky, N., Ratner, R. K. & Wu, G. (2002) Consumer control and empowerment: a primer. *Marketing Letters*, 13(3), 297–305.
- Wilkinson, A. (1998). Empowerment: theory and practice. *Personnel Review*, 27(1), 40–56.
- Wright, L. T. (2006). Consumer empowerment special issue. *European Journal of Marketing*, 40(9/10).
- Wright, L. T., Newman, A. & Dennis, C. (2006). Enhancing consumer empowerment. *European Journal of Marketing*, 40(9/10), 925–935.
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581–599.

Kirjoittajatiedot

KTT Samuel Piha työskentelee markkinoinnin tutkijatohtorina Vaasan yliopistossa ja markkinoinnin erikoistutkijana Turun yliopiston kauppakorkeakoulussa. E-mail: samuel.piha@uwasa.fi

Lectio praecursoria

Managing Circular Business Models:

Essays on Customer Value Creation, Dynamic Capabilities and Value Networks in the Circular Economy

Erwan Mouazan

Mr Custos, Mrs Opponent, ladies and gentlemen. I will start with a little bit of context. You may have seen this picture from the European Commission last week, in a stunt organized by Greenpeace before the end of the COP25. Our house is literally on fire. Scientists, activists, children in the streets are alarming us about the climate emergency. Our current economy, which we can describe as linear, is producing unsustainable consequences in the form of waste, pollution and carbon emissions. In order to align our economy with planetary boundaries, limit our carbon emissions, protect biodiversity, while developing prosperity for all, today and tomorrow, we need to revisit our economic mindset and develop alternative ways to produce and consume in a more sustainable way. In the recent years, the circular economy has been highlighted as a relevant alternative to fix our environmental issues, while creating a safe operating space that is supporting local inclusive sustainable development. More than just recycling, circular economy seeks to design out waste, and create long lasting value by recirculating materials and products through specific strategies, such as reuse, repair, refurbish, and ultimately recycle.

But how do we get there? Several actions are needed at different levels. At national and European levels, new policies need to be developed. The European Commission for instance, last week, presented its new green deal, that puts circular economy at a central position to transform the European industry. In Finland, SITRA introduced its circular economy roadmap a couple of years ago, with key objectives and strategies. At city level, several capitals around Europe (Paris, Amsterdam, Brussels) are also introducing circular economy action plans. At company level, new technological solutions can and should be created, but beyond these new technologies, there is a need to transform our existing business models so that value creation mechanisms are aligned with a circular thinking.

This dissertation is positioned at the micro level, and takes the business model

construct as our main focus of research. Business model can be defined at the rationale on how companies create deliver and capture value. In recent years, scholars have tried to define what a business model means when it fits the principles of sustainability. And when value creation goes beyond simple profit making and includes societal and environmental benefits. Framed within the discourse of sustainability, circular business models aim to create a systematic answer to how companies can create deliver and capture value by closing resource loops. Theory and practices around circular business models is only emerging, and if the number of publications has exponentially increased in the recent years, there is still a need to create a better understanding on what it means to create circular business models. This is the main motivation behind this dissertation.

Transforming to a circular business model rationale create several tensions in the different mechanisms of value creation. We cannot create value in the same way we have done so far. Value proposition cannot be anymore a simple static proposition driven by the company. Customers' needs are more complex and multifaceted than before. And as circular economy includes diverse stakeholders throughout the life cycle of a product, new value propositions need to become more dynamic and user-driven. The way companies use resources also needs to be addressed. Companies have to depart from an exploitive approach to a more regenerative approach, in which resources are conserved, brought back and reused for future customers. The way we design our value chains also needs to change. We cannot rely on linear approaches, and need to see value creation in a network perspective, with multiple actors having different roles and bringing different skills. Finally, customers should not be seen as passive consumers of products. They suddenly take a more prominent role, where they are more engaged in cocreating solutions.

So what are the intended contributions of this dissertation? First, there is a need to clarify our understanding of the whole Circular Economy concept, how circular principles are translated into business model strategies. Second, we need to gain clarity in the conditions that facilitate the transformation of companies from linear to circular. Here, marketing has insights to bring in. Therefore, a marketing lens to business model transformation has been taken for this research.

The main research question of this dissertation is as follow: *What are the critical conditions enabling Circular Business Model transformation?* Each individual essay focuses on a sub research question. In essay one, we ask "how can we classify and characterize existing Circular Business Models?" In essay two, we ask "which Customer Value Creation mechanisms are enabling the implementation of Circular Business Models?" In essay three, we ask "which dynamic capabilities are enabling the implementation of Circular Business Models?" And finally, in essay four, we look at "which attributes of a value network perspective can support the development of Circular Business Models?"

In terms of theoretical framework, three theoretical constructs were used in this

dissertation. Each are closely associated with value creation mechanism in business model architecture. The first one, *Dynamic Capabilities*, refers to the firm's capacity to purposefully create, extend or modify its resource base. Second, *Customer Value Creation*, which deals with customer's perceived preference for solutions which can help them achieving their goals and purposes. Third, *Value Networks*, which can be defined as any set of roles and interactions in which people engage in both tangible and intangible exchanges to achieve economic or social good. As shown in the model developed, these three streams present strong interconnections. Business models need to be developed based on specific capabilities to create value. Value creation doesn't happen in a vacuum, but the constellation of actors surrounding it need to be more closely involved. The customer value creation at the core of the business model needs to be reshaped to make the business model viable.

In this dissertation we follow a Constructionist stance; the circular economy can be seen as a social construct, which is shaped by different social actors, practitioners, managers, and researchers. In that respect, we pursued a qualitative approach to the research. Except for the first essay, which mainly analyses existing literature, the remaining essays all use multiple case studies of companies involved in developing circular business models. Semi structured interviews, data triangulation with other sources of information, Manual coding and analysis were used to detect emerging patterns that are then organized into findings.

What are the individual findings from the essays? Several findings can be highlighted in the four essays. First, we found that there is a gap between the current understanding of circular economy and subsequent circular business model emerging theory. We bridge that gap by proposing an integrated typology describing five generic circular economy business models and their underlying dynamics. In essay two, we found that customer value creation in circular business models is a multifaceted construct that goes beyond environmental concerns. Instead, a combination of several distinctive value dimensions are necessary to create relevant convincing value propositions that meet customer needs. In essay three, we identified recurring skillsets that help shape circular business models. We described the dynamic process taking place when *cosensing*, *co seizing*, and *coreconfiguring* existing internal and external resources to develop a successful business model. Finally in Essay four, we provided a more precise characterization of circular value networks, we identified roles and skills focal actors can develop when managing circular value networks.

What is the relevance of this research? First, we provide a clarified definition of the studied phenomenon: a circular business model can be defined as "*the rationale of how a company creates, delivers, retains, optimizes, captures, and recovers superior sustainable value by regenerating, narrowing, slowing, intensifying, dematerializing, cascading and closing resource loops within its value network, thus supporting its stakeholders without undermining the functioning of the biosphere or crossing any planetary boundaries*". Second, we highlight that the selection of one or more guiding circular principles determines the type of circular business model

to pursue. Depending on the guiding principles and characteristics of the business model envisioned, we posit that the value proposition, value creation, value delivery and value capture components of the existing business model have to be simultaneously reconfigured to make the business model circular. The value proposition needs to shift from being a static proposition only aiming at meeting a single customer need, to become dynamic and multifaceted, offering multiple benefits to a larger set of stakeholders, including society and the environment. The value creation and delivery mechanisms are interdependent mechanisms leading to the provision of value through three distinct tactics: value maintenance, value optimization and value recovery. Value capture in circular business models extracts net positive social, economic and environmental value.

A systematic approach embedding three distinctive marketing mechanisms can enable firms to reconfigure their business model architecture. The circular value proposition is influenced by a redesign of the customer value creation mechanism in which user needs are translated into a constellation of *functional, symbolic, experiential, cost/sacrifice and co-creation values*. The identification and dynamic reconfiguration of new capabilities (*sustainability capabilities, entrepreneurial capabilities, systems capabilities and user-centered capabilities*) facilitate the value creation and delivery process of the circular business model. Through *cosensing, coseizing and coreconfiguring*, the business model architecture is redesigned within and beyond the firm's boundaries. Taking a system level perspective, enables the development of new value creation mechanisms, by positioning the circular business model within a value network perspective in which heterogeneous actors, tied by reciprocal interdependence, intentionally exchange symbiotic service provision supporting a common purpose. The model in this slide, and in page 64 of the dissertation, provides a holistic picture of the mechanisms at play. I believe we will have time during our conversation to expend further on each mechanism.

What's next? A dissertation defense is not the end of a journey, but rather a new beginning. This dissertation provides a first framework linking marketing mechanisms enabling circular business model transformation. Several pathways can be taken to continue building knowledge and practical insights on the topic. As the model is built from different insights taken from individual lenses, I believe it would be relevant to test this integrated framework in a set of individual case studies experiments in which all lenses and associated tools could be tested and validated from a holistic perspective. Additional research is also needed to understand the 'business experimentation for sustainability' concept; ways in which such experiments can be implemented; and how it can help accelerate sustainability transitions in business. To activate these experiments, tools and methods are needed that allow business to experiment with new business models. We also need to advance our understanding of the sustainability impacts achieved in circular business model innovation, and finally we need to build organizational capabilities for sustainable innovation and experimentation.

This dissertation modestly tried to contribute to this enormous challenge we are

currently facing. Everything needs to change so that everything remains the same.
Thank you.

Author information

The public examination of Erwan Mouazan's doctoral dissertation "Managing Circular Business Models: Essays on Customer Value Creation, Dynamic Capabilities and Value Networks in the Circular Economy" was held on Thursday 19 December at the University of Vaasa. The field of dissertation is Marketing. Email: erwan.mouazan@uva.fi

Kirja-arvio

Frisk, Matleena (2019):

“Naiseni on oma itsensä”. Rakennettu luonnollisuus, ruumiilliset kulutustuotteet ja nuorten sukupuolten murros 1961–1973.

**Nuorisotutkimusverkosto/ Nuorisotutkimusseura ry,
julkaisuja 213. 233 s.**

Visa Heinonen

Matleena Friskin Helsingin yliopistossa tarkastettu talous- ja sosiaalhistorian alan väitöskirja on hyvin mielenkiintoinen tutkimus yksityiselämän käytäntöjen muutoksesta 1960-luvun modernisaatiomurroksessa. Frisk tarkastelee sitä, miltä “seksuaalivallankumouksen” vuosikymmen näyttää intiimien kulutustuotteiden ja niiden mainonnan näkökulmasta. Hänen pääkysymyksensä on seuraava: Millaisia kytkökset intiimien kulutustuotteiden käytön ja nuorten ihmisten sukupuolisuuden normien välillä olivat nuorille tarkoitettussa kaupallisessa populaarikulttuurissa 1960-luvun ja seuraavan vuosikymmenen alun Suomessa?

Friskin tutkimuksen teoreettinen taustakirjallisuus koostuu yhtäältä sukupuolentutkimuksesta, toiseksi populaarikulttuurin historiaa käsittelevästä sekä kolmanneksi nuorisotutkimusta koskevasta tutkimuskirjallisuudesta. Väitöskirja on osaltaan myös kulutushistorian tutkimusta, sillä Frisk ilmoittaa lähestyvänsä intiimejä tuotteita paitsi materiaalisina esineinä niin myös kaupallisina kulutustuotteina. Hän tutkii mainoksia ja lehtiartikkeleita julkaisukontekstissaan ja suhteuttaa lehtien näkökulmia 1960-luvun yhteiskuntaan ja julkisen puheen kulttuuriseen ymmärrykseen sukupuolisuudesta. Frisk ilmoittaa olevansa kiinnostunut mainoksista juuri sikäli kuin niissä kytkettiin kulttuurisia merkityksiä kulutustuotteisiin. Kyseisiä “intiimin ruumiillisia kulutustuotteita” ovat alusvaatteet, hygienia tuotteet, värikosmetiikka sekä ehkäisyvälineet.

Tutkimuksen keskeinen lähdeaineisto koostuu *Suosikki*-lehdessä julkaistuista intiimituotteiden mainoksista. Aineistokorpus koostuu runsaasta 750 mainoksesta. Muuta aineistoa ovat olleet *Anna*-lehden mainokset valikoiduista vuosikerroista sekä Tilastokeskuksen toteuttamat kulutustutkimukset ja kotitaloustiedustelut 1960-luvun alusta 1970-luvun puoleen väliin. Lisäksi hän on hyödyntänyt Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Kansanrunousarkiston toteuttamien muistietokeruiden aineistoa ja tutkimuskirjallisuutta. Aineistopohja on siis laaja niin kuin historian alan tutkimuksissa on tapana.

Matleena Friskin väitöskirja jakaantuu kahdeksaan päälukuun. Ensimmäisessä luvussa tekijä esittelee tutkimuksensa lähtökohdan: ajatuksen sukupuolitetun ruumiin rakentumisesta kulutustuotteiden avulla. Lisäksi hän määrittelee keskeisiä käsitteitä kuten intiimin ruumiilliset kulutustuotteet, sukupuolten normit, normatiivinen sukupuoli ja heteronormatiivisuus. Edelleen Frisk esittelee ja perustelee väitöskirjansa tutkimusongelman ja keskustelee tutkimusaineistostaan. Toisessa luvussa käsitellään tutkimuksen aikarajausta ”pitkää 1960-lukua” kulutuksen kasvun, sukupuolivallankumouksen ja nuorten vuosikymmenenä. Vuosikymmenen aikana kaupallinen populaarikulttuuri vahvistui Suomessa, moderni hygieniakäsitys löi läpi ja seksuaalisuuteen sekä sukupuoliin liittyvät käsitykset muuttuivat merkittävästi. Myös lainsäädäntöä muutettiin, ja esimerkiksi homoseksuaalisuuden kriminalisointi poistettiin laista vuonna 1971.

Väitöskirjan kolmannessa luvussa Frisk tarkastelee käsityksiä sukupuolista, parisuhteesta ja seksuaalisuudesta *Suosikki*-lehdessä julkaistuissa mainoksissa ja toimituksellisessa aineistossa. Hän kuvailee aluksi laajalevikkiseksi nuorten aikakauslehdiksi tutkimusperiodilla kasvanutta lehteä ja analysoi sitten lehden mainoksia sekä tekstejä esittäen herkullisia aineistositaatteja. Frisk tunnistaa aineistosta kehityksen 1960-luvun alusta seuraavan vuosikymmenen puoliväliin kohti entistä suorasukaisempaa seksuaalisuuden esittämistä. Hän luonnehtii aineistossa esiintyvää parisuhdeihannetta meisyydeksi, kun mainosten teksti on kirjoitettu me-muodossa ja parit puhuvat yhdellä äänellä. 1960-luvun puolivälistä lähtien tyttöjen ja naisten viehätysvoimaa alettiin kuvata lehden aineistossa aikaisempaa seksuaalissävytteisemmin. 1970-luvulle tultaessa seksi käsitettiin aiemmin täysin vaietuksi ilmiöksi, jota alettiin vihdoinkin käsitellä jopa ”rennon vauhdikkaasti”. Mainosten perusteella Frisk päätyy toteamaan, että raskaudenehkäisy nähtiin 1970-luvun alussa enemmän naisten kuin miesten asiana. Kaikkiaan mainoksissa tuotettiin ruumiillisia ihanteita molemmille sukupuolille viittaamalla seksuaalisuuteen.

Luvuissa neljä, viisi ja kuusi kiinnitetään huomio miesten deodorantin ja muiden henkilökohtaiseen hygieniaan liittyvien tuotteiden kuten saippuan, hammastahnan hiusten ja parranhoitotuotteiden sekä hajuvesien käyttöön. Kiinnostava löydös on se, että suhteellisen monet miehet aloittivat 1960–1970-luvulla deodorantin sekä muiden henkilökohtaiseen hygieniaan liittyvien tuotteiden käytön sekä omaksuivat pukeutumiseensa aikaisemmin feminiinisinä pidettyjä piirteitä. Mielenkiintoinen ilmiö on myös Friskin erittelemä 1960-luvun lopun ja 1970-luvun alun unisex-pukeutuminen, jota on kutsuttu myös tasa-arvopukeutumiseksi: ”Monille se oli ideologinen valinta ja viesti sukupuolten välisen tasa-arvon kannattamisesta”. Unisex-vaatetuksellahan vähennettiin perinteistä feminiinistä koristeellisuutta ja samalla miesten maskuliinista ”kulmikkautta ja harteikkautta”. Mainoksissa paljasjalkaiset pariskunnat liikkuvat luonnossa farmareihin ja muihin rentoihin asusteisiin pukeutuneina. Unisex-muotiin liittyi myös yhteisiä deodorantteja ja hygienia tuotteita. Kuudennessa luvussa Frisk käsittelee sitä, kuinka nuoret miehet omaksuivat aiemmin feminiinisenä pidettyjä käyttäytymismalleja: he halusivat nimenomaan erottautua vanhemmista. Kyseessä olivat nimenomaan modernit

ideaalit.

Teoksen seitsemäs luku käsittelee kulutustuotteiden ja nuoren naiseuden normien kytköksiä alusvaate- ja kuukautissuojamainoksissa. Luvussa hyödynnetään mainosten lisäksi muistitietoaineistoa. Frisk näkee alusvaatteet ruumiin ideaalien ilmentyminä. Hänen mukaansa alusvaatteet muuttuivat pienemmiksi ja entistä paljastavammiksi. 1970-luvulla ihanteeksi tuli luonnollinen tyyli, ja seksuaalisuutta pidettiin osana uutta luonnollisuutta. Farmareista tuli niin nuorten naisten kuin miestenkin perusvaatteita. Kuukautissuojista taas tuli mahdollisimman näkymättömiä, ja kuukautisiin liittyvä salailu ja häpeily väistyivät. Luonnollisuus ei Suosikki-lehdessä tarkoittanut ruumiiden prosessoimisesta luopumista vaan prosessoimista uudella tavalla. Kulutustuotteita yhdistettiin mainoksissa luontevalla tavalla ajatukseen pariskuntien eroottisista kohtaamisista.

Teoksen viimeisessä luvussa Frisk kokoaa yhteen väitöskirjansa keskeisiä tuloksia. Hänen mukaansa kulutustuotteiden käyttö kytkeytyi vahvasti sekä nuorten miesten miehuuden että naisten naiseuden muutoksiin modernisoituvassa Suomessa. Matleena Frisk onnistuu tutkimuksellaan valaisemaan oivaltavalla aiemmin melko tutkimatonta aluetta. Tutkimuksessaan hän tuo esiin kulutustuotteiden kytkeytymisen nuorten ihmisten sukupuolisuuden rakentumiseen suuren rakennemuutoksen vuosikymmenellä, jolloin suomalainen yhteiskunta muuttui nopeassa tahdissa moderniksi kulutusyhteiskunnaksi ja seksuaalivallankumous vapautti nuoret entistä vapaammin etsimään itseään sukupuolisina olentoina. Teos on hyvin suositeltavaa luettavaa kaikille kulutushistoriasta, Suomen modernisoitumisesta, nuorisohistoriasta, populaarikulttuurista ja sukupuolentutkimuksesta kiinnostuneille.

Kirjoittajatiedot

Visa Heinonen (VTT) on kuluttajaekonomian professori Helsingin yliopiston taloustieteen osastolla. Sähköposti: visa.heinonen@helsinki.fi

English abstracts

Experimenting with sustainable energy practices – individually or collectively?

Kaisa Matschoss, Tuija Kajoskoski, Senja Laakso, Eeva-Lotta Apajalahti, Eva Heiskanen and Virve Luomaniemi

In this article, we examine a sustainable consumption experiment where households experimented with ways to reduce energy consumption in two everyday practices, indoor heating and washing laundry. The importance of community support in changing consumption has been emphasized in the literature, and thus the research design of the experiment was designed to compare the ability of households to change their practices either individually or as part of a community of households. The experiment was conducted simultaneously in eight European countries in the fall of 2018. In this article, we analyse whether a community approach to the experiment differs from an individual experiment in terms of changes in energy consumption or in practices, and how participants experienced their participation as a part of a community when trying to change the practices. On the study of possibilities of changing consumption patterns, our research combines extensive quantitative data from seven European countries and qualitative data from the Finnish experiment. Our research shows that community and individual experiments can produce different results. The reasons are related to community peer support, social learning and the ability to challenge social norms in a group.

Going to theatre with family. Reproduction of childhood family by consuming theatre together

Jani Varpa

This article examines how parents and their adult children spend time going to theatre together. The role of the nuclear family is more and more central, which can be seen in family related consumption in public spaces. This kind of consumption supports family identity, especially when family members do not live together. This article examines consumption of theatre as a part of leisure activities using qualitative research methods. The focus is on the phase, in which children have already left their childhood home, but in which the family identity is still kept alive by shared consumption. The results show that family is an important reason for going to theatre in the first place, but also that by going to theatre together, families may strengthen their shared identity. The importance of the childhood family can be seen especially, when some theatre goers prefer their childhood family's company to their present family. According to this research, the mothers' role is vital in both initiating theatre visits and creating the shared family identity.

Consumer psychological empowerment

Samuel Piha

The literature of psychological aspects of consumer empowerment is scarce. This conceptual article aims to posit consumer psychological empowerment into the research field of consumer empowerment and proposes a dynamic framework illustrating this position. The article will first analyse consumer empowerment through three distinct levels: individual, social and institutional. It then suggests a synthetic framework based on Seneca's philosophy which intends to capture the dynamic, intermediating role of psychological empowerment between the three levels of analysis. Paying attention to psychological empowerment in the consumer domain, the article contributes to the literature of consumer psychology that focuses on advancing consumer well-being.