

Kulutustutkimus.Nyt

Vol 16 No 1-2 / 2022

Vaatteiden tanssia ja muotoilun kuluttamisen tutkimusta

Ruumiillinen kokemus ja kuluttaminen: Grounded Theory muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa

Kuluttajan ja vaatteen jaettu toimijuus tanssina kestävyteen

Lectio praecursoria:
Perusopetuksen kestävän ruokakasvatuksen rooli ruokahävikikäyttäytymisen muutoksessa – tarkastelussa oppikirjojen pedagoginen potentiaali

Lectio praecursoria:
Kimble-lautapelin kestävä tuotesuhde – Kulttuurituotteiden uustuotantoprosessit

Lectio praecursoria:
Sosiokulttuurinen näkökulma sosiaaliseen markkinointiin: Ruokahävikkiä vähentämässä

Juhlaluento:
Kestävä kulutus on yhteinen asia

Kirja-arvio:
Me halusimme kaiken. 1980-luvun historiaa.

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 ajankohtaisia 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 artikkelikäsikirjoitukset lähetetään journal.fi/kulutustutkimus -sivuston kautta. Kirjoitusohjeet löytyvät verkosta osoitteesta: <http://www.kulutustutkimus.net>

Päätoimittaja 2022

Outi Uusitalo
Professori
Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu

Muut toimituskunnan jäsenet

Visa Heinonen
Professori
Helsingin yliopisto
Kuluttajatutkimuskeskus

Hanna Leipämaa-Leskinen
Apulaisprofessori
Vaasan yliopisto
Kauppatieteellinen tiedekunta
Markkinoinnin laitos

Joel Hietanen
Apulaisprofessori
Helsingin yliopisto
Kuluttajatutkimuskeskus

Mari Niva
Professori
Helsingin yliopisto
Kuluttajaekonomian oppiaine

Tarja Hatakka
Yliaktuaari
Tilastokeskus

Elina Närvänen
Tenure-track professori
Tampereen yliopiston johtamiskorkeakoulu

Toimitussihteeri

Tiina Kemppainen
Yliopistonopettaja
Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu

Kulutustutkimus.Nyt

Kulutustutkimuksen seuran julkaisu

Pääkirjoitus	4
Ruumiillinen kokemus ja kuluttaminen: Grounded Theory muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa	7
Kuluttajan ja vaatteen jaettu toimijuus tanssina kestävyyteen	26
Lectio praecursoria: Perusopetuksen kestävän ruokakasvatuksen rooli ruokahävikikäyttämisen muutoksessa – tarkastelussa oppikirjojen pedagoginen potentiaali	47
Lectio praecursoria: Kimble-lautapelin kestävä tuotesuhde – Kulttuurituotteiden uustuotantoprosessit	53
Lectio praecursoria: Sosiokulttuurinen näkökulma sosiaaliseen markkinointiin: Ruokahävikkiä vähentämässä	59
Juhlaluento: Kestävä kulutus on yhteinen asia	65
Kirja-arvio: Me halusimme kaiken. 1980-luvun historiaa.	74
English abstracts	77

Pääkirjoitus

Vaatteiden tanssia ja muotoilun kuluttamisen tutkimusta

Outi Uusitalo

Kulutustutkimus.Nyt -lehden numero 1-2/2022 tarjoaa uudenlaisia ja kiinnostavia näkökulmia muotoilun kuluttamisen tutkimukseen sekä kuluttajan ja vaatteiden yhteistoimijuuteen väylänä kohti kestävyyttä.

Kulutusesineiden muotoilun tärkeys on tunnistettu niin yhteiskunnan, yritysten kuin kuluttajienkin piirissä. Onnistunut muotoilu palvelee kuluttajaa tehden tuotteen käytöstä sujuvaa, miellyttävää ja turvallista. Suomalainen muotoiluosaaminen on tuottanut kunnioitettavan määrän klassikoiksi muodostuneita esineitä ja brändejä, kuten Artek, Marimekko, Iittala, Fiskars. Vuosien saatossa käsitys muotoilusta on laajentunut, ja muotoilun merkitys ulottuu yksittäisen esineen esteettisestä miellyttävyydestä ja toiminnallisuudesta laajempiin, aineettomia elementtejä sisältäviin kokonaisuuksiin, kuten palveluihin. Muotoilijoiden tehtäväkenttä kattaa fyysisen esineen lisäksi muotoiltavan kohteen sosiaalisen ulottuvuuden sekä kulutuskokemuksen miellyttävyyden. Muotoilun kulutus on tärkeä tutkimuskohde, joka laajentaa perspektiiviämme kohti tuotteiden ja palveluiden käytön, käyttötapojen ja kulutuksen syvällisempää ymmärtämistä. Muotoilun käyttäjän, käyttötapojen sekä muotoilijan välisen ymmärryksen lisääminen edellyttää uudenlaisten tutkimusmenetelmien ja lähestymistapojen hyödyntämistä.

Artikkelissaan "Ruumiillinen kokemus ja kuluttaminen: Grounded Theory muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa" Piia Ryttilähti ja Kaarina Määttä laajentavat muotoilun tutkimuksen näkökulmaa perinteisestä esteettisestä ja funktionaalisesta ajattelusta muotoilun kuluttamisen tutkimiseen. Kirjoittajat kuvaavat aineistolähtöisen tarkastelutavan, Grounded Theory -menetelmän soveltuvuutta muotoilun kuluttamisen tutkimukseen. Heidän mukaansa muotoilun kuluttamista selittävän teorian avulla pyritään ymmärtämään tuotteiden ja palveluiden kulutusta ruumiillisina käyttökokemuksina ja prosesseina. Muotoilijoilla on koulutuksen ja ammatin harjoittamisen kautta hiottuja ja kehittyneitä taitoja, mutta muotoilua ei nähdä ainoastaan ammattilaisen toimintana, vaan kaikilla ihmisillä nähdään olevan kyky muotoilla. Muotoilun kuluttamisen ruumiillisuus ilmenee artikkelin mukaan

vahvoinakin ruumiillisina kokemuksina. Vapaa-ajan ulkoilma-aktiviteetteihin liittyneessä tutkimuksessa ne ilmenivät esimerkiksi moniaistisina luontokokemuksina ja jopa hengissä selviytymisen tilanteiden kokemisena. Ryttilähti ja Määttä esittävät, että Grounded Theory -menetelmän hyödyntäminen edistää sekä muotoilun kuluttamisen ilmiön ymmärtämistä että teorian rakentamista tulevaisuudessa.

Vaatteiden tuotannosta ja kulutuksesta on muodostunut valtava kestävyysongelma. Muotiteollisuuden tuotantotapojen ja jakeluketjujen muutokset, vaatteiden edulliset hinnat, kuluttajien tulojen ja elintason nousu sekä muodin nopeutuneet syklit ovat johtaneet vaatteiden vastuuttomaan valmistamiseen ja ylikuluttamiseen. Vaatteet ovat monilla tavoilla tärkeitä kuluttajille, mutta tekstiilien valmistustavat ja käytöstä poistettujen vaatteiden suuret määrät muodostavat mittavan ongelman. Kuluttajan ja vaatteen yhteiselo vaatii uudenlaista tarkastelua, lineaarisesta kulutusmallista on pyrittävä kiertotalouteen ja uusien vaatteiden valmistuksen tahtia on hillittävä. Eri tieteenalojen tutkijoilla on mittava tehtävä luoda tietoa pohjaksi ohjata vaatteiden tuotantotapoja ja kulutusta uusille reiteille.

Artikkelissaan ”Kuluttajan ja vaatteen jaettu toimijuus tanssina kestävyteen” Henna Kettunen, Anna Kouhia ja Minna Autio käsittelevät vaatteiden kulutusta kuluttajan ja vaatteen yhteistoimijuuden valossa. Artikkelin hyödyntää uusmaterialismin viitekehystä ja opiskelijoiden kirjoittamista oman vaatekaapin sisältöä kuvaavista ja vaatesuhdetta pohtivista kirjoituksista koostuvaa empiiristä aineistoa. Kirjoittajien esittämä ”toimijuuden tanssin” ajatus havainnollistaa kehollisia ja erilaisten tunteiden sävyttämiä kohtaamisia kuluttajan ja vaatteen välillä. Mielenkiintoinen löydös on, että nämä kohtaamiset (vaatteiden käyttötilanteet) ovat vuorovaikutteisia, ja niissä osapuolet määrittävät toistensa toimijuutta kohdatessaan ennalta arvaamattomia tilanteita ja muutoksia. Vaatteiden kulutus on monimuotoista ja kiertokulun omaista, vaatteita hankitaan ja hävitetään, niihin muodostuu eri suuntaisia tunnekokemuksia, niitä kohdellaan joko lempeästi tai niitä hylätään. Tutkimus tunnistaa vaatteiden kulutuksessa kriittisiä hetkiä, jotka voivat toimia avaimina kestävästi vaatteiden kulutuksen edistämiseksi.

Tässä numerossa julkaistaan myös kolme väitöskirjalektiota: Milja Pollarin lektio ”Perusopetuksen kestävästi ruokakasvatuksen rooli ruokahävikkiä vähentämässä”, Lilli Sihvosen lektio ”Kimble-lautapelin kestävästi tuotesuhde – Kulttuurituotteiden uustuotantoprosessit” sekä Ulla-Maija Sutisen lektio ”Sosiokulttuurinen näkökulma sosiaaliseen markkinointiin - Ruokahävikkiä vähentämässä”.

Mari Niva nimitettiin kuluttajatutkimuksen professorin tehtävään keväällä 2022 ja tässä numerossa julkaistaan uuden professorin juhlaluento ”Kestävästi kulutus on yhteinen asia”.

Visa Heinonen ja Mika Pantzar ovat arvioineet Minna Sarantola-Weissin kirjan ”Me halusimme kaiken. 1980-luvun historiaa”. Siltala. 2022. 316 s.

Allekirjoittaneen päätoimittajakausi Kulutustutkimus.Nyt -lehdessä alkoi vuonna 2011. On ollut arvokas ja antoisa kokemus pitää yllä ja kehittää kaikille saatavilla olevaa tiedelehteä. Kulutustutkimus monialaisena tutkimuskenttänä mahdollistaa runsaan ja rikkaan sisällön tarjoamisen lukijoille. Lehti saavuttaa lukijakuntaansa ennen kaikkea kotimaisilla kielillä, siten avaamme ja luomme kulutustutkimuksen sanastoa suomen kieleen ja rikastutamme kieltämme. Lehden työ jatkuu ja uusiakin suuntia kenties avautuu, kun ohjaksiin tarttuvat seuraavaksi Hanna-Leipämaa-Leskinen ja Elina Närvänen.

Kannustamme kulutustutkimuksen eri näkökulmia edustavia tutkijoita tarjoamaan artikkelikäsitkirjoituksiaan arvioitavaksi osoitteessa journal.fi/kulutustutkimus.

Toivottavasti viihdytte Kulutustutkimus.Nyt-lehden parissa!

Päätoimittaja

Outi Uusitalo



<https://doi.org/10.54333/kulutustutkimus.111714>

Ruumiillinen kokemus ja kuluttaminen: Grounded Theory muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa

Piia Rytilahti ja Kaarina Määttä

ABSTRAKTI

Tässä tutkimuksessa kuvataan Grounded Theory (GT) menetelmän tai lähestymistavan soveltuvuutta muotoilun kuluttamisen tutkimukseen. Artikkelitarkastelee klassisen glaserilaisen GT-lähestymistavan yleispiirteitä ja periaatteita erään muotoilun kuluttamisen käyttäytymistä tarkastelevan tutkimuksen tuottaman teorian näkökulmasta. Tuotettu teoria tukee muotoilun tutkimusparadigman kehittymistä ja osoittaa tutkimusaukon kulutustutkimuksen ja muotoilun tutkimuksen välisessä monitieteisessä tutkimuskentässä. Menetelmän edellyttämä empiirinen aineisto on pilkottu osiin ja koodattu avoimen, selektiivisen ja teoreettisen koodauksen (teoreettisen mallinnuksen) vaiheiden mukaisesti ydinkategoriaksi ja käsitteellisiksi alakategorioiksi. Muotoilun kuluttamista selittävä teoria kannustaa tarkastelemaan tuotteiden ja palvelujen kulutusta ruumiillisina käyttökokemuksina ja prosesseina. Muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa inhimillistä käyttäytymistä ja toimintaa selittävät teoriat ovat erittäin tarpeellisia ja mitä ajankohtaisempia. GT-menetelmän käyttö muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa tuo käyttäytymisen tarkasteluun muotoilun tutkimukselle luontaisen prosessorientoituneen luonteen, joka korostaa refleksiivistä, erehdyksen ja ymmärryksen kautta tapahtuvaa ja siten itseään korjaavaa toiminnan luonnetta, joka voisi olla hyödyllinen esimerkiksi maailmanlaajuisissa tavoitteissa kohti kestävämpää kuluttamista. Artikkelitarkastelee, kuinka GT-menetelmää soveltaen voidaan edistää muotoilun tutkimusta, erityisesti muotoilutuotteiden ja muotoilun kuluttamisen tutkimusta ilmiötasolla ja teorian tuottamisessa.

Johdanto

Muotoilun tutkimuksen kenttä on monitieteinen (Cross, 2001). Se liikkuu monien tieteiden välisillä rajapinnoilla. Näistä esimerkkejä ovat insinööritieteiden lisäksi humanistinen taiteen tutkimus sekä yhteiskuntatieteet, erityisesti markkinointi, kulttuurintutkimus ja sosiologia (Lamminpää, 2021). Tässä artikkelissa keskitytään käsittelemään muotoilun tutkimuksen tavoitetta kehittää muotoilutuotteita ja palveluja lisäämällä tuotteiden kuluttajien, toisin sanoen tuotteiden käyttäjien sekä muotoilijoiden välistä ymmärrystä muotoilun käytettävyydestä ja kuluttamisen merkityksistä. Muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa kuluttaminen määritellään käyttäjän ja käytettävyyden kaltaisten käytännön toimintaa kuvaavien ja selittävien käsitteiden avulla (Anttila, 2005). Tässä artikkelissa esiteltävän tutkimuksen

viitekehys on pragmatismissa (Kilpinen, 2012; Kilpinen, 2013) ja teoriaa tästä käyttäytymisestä muodostavassa klassisessa Grounded Theory (GT) lähestymistavassa tai menetelmässä (Glaser, 1992).

Tämän artikkelin tavoitteena on esitellä GT-menetelmää lähestymistapana ja menetelmänä muotoilun ja erityisesti muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa. Se on yksi varteenotettava vaihtoehto muotoilun tutkimuksen kentällä, missä käytetään tapaus- ja toimintatutkimusta (Silverman, 2013), mutta jossa tuotteiden ja palvelujen käyttäjien käyttäytymisestä edelleenkin tiedetään hyvin vähän. GT-menetelmä pystyy selittämään tuotteiden ja palvelujen käyttäjien kuluttamista käytännön toimintaprosessien näkökulmasta (Rytilahti, 2020).

GT-menetelmän avulla on kyetty muodostamaan formaalisia teoriarakennelmia ainutlaatuisten empiiristen aineistojen pohjalta (Koskela, 2008). GT-menetelmän soveltamisesta muotoilun tutkimukseen löytyy joitain esimerkkejä, mutta sen laajempi hyödyntäminen erityisesti "uutta luovassa" ratkaisukeskeisessä muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa voisi olla nykyistä laajemmin sovellettua. Syitä GT-menetelmän vähäiseen soveltamiseen muotoilun tutkimuksessa lienee lukuisia. Ehkä menetelmän käyttöä on hillinnyt sen alkuperäinen tapa tuottaa uutta teoriaa aineistolähtöisesti (Glaser, 1992; Glaser & Strauss, 1967), mikä on perinteiselle muotoilulle vierasta. Muotoilu nähdään tyypillisesti pragmaattisena. Uusien teorioiden luominen voi vaikuttaa epätarkoituksenmukaiselta sekä myös työläältä. Teoriaa kehittämällä käytäntöä voidaan edistää (Van de Ven & Johnson, 2006). Siinä tarkoituksessa tavoite tuottaa uutta tietoa muotoilun tarpeisiin on muotoilututkimuksen kannalta mitä arvokkainta. GT-menetelmän tavoite päästä tavanomaista havaintojen kuvausta syvemmälle, tunnistaa ja konstruoida tutkittavaan ilmiöön kuuluvat käsitteet ja niiden väliset suhteet, on vaativaa (Martikainen & Haverinen, 2004; Rytilahti, 2020). Menetelmä ei ole helppo eikä sen esittely yleisellä tasolla ole vaivatonta (Koskela, 2008).

GT-menetelmän ansiot muotoilun tutkimukselle ovat mitä merkittävimmät ja tätä aikaa palvelevat. Elämme kulutusyhteiskunnassamme, jota ilmentää alati lisääntyvät kulutus- ja palvelutarpeet. Niiden kehittäminen tutkimustyönä, uutta luovan tiedon tuottaminen ja muotoilun omien teorioiden aikaansaaminen pitäisi olla entisessä keskeisemmässä asemassa muotoilun tutkimuksessa (vrt. Redström, 2017). Muotoilun kuluttamisen tutkimuksen pyrkimyksenä on tuottaa kestäviä uusia materiaalisia ja kestäviä uusia sosiaalisia palvelullisia ratkaisuja inhimillisiin ongelmiin. Näiden tavoitteiden saavuttamiseksi ja uusien ratkaisujen löytämiseksi on tärkeää luoda käsitteellistä ja teoreettista pohjaa siitä, millaisiin inhimillisiin sosiaalisiin prosesseihin ja mekanismeihin muotoilullisia ratkaisuja lopulta kannattaa tuottaa (Rytilahti, 2020).

Kulutustutkimuksen ja muotoilun tutkimuksen kenttiä ylittämässä

Molemmilla tutkimuskentillä, kulutustutkimuksessa ja muotoilun tutkimuksessa GT-menetelmää on edelleenkin käytetty melko vähän (Goulding, 1999). Verrattuna muihin laadullisiin menetelmiin on sitä sovellettu selvittäessä kuluttajakäyttäytymisen (Goulding, 2005), muotoilijuuden (Koskennurmi-Sivonen, 1998) tai yrittäjyyden (Hämäläinen, 2014) kokemuksellista ulottuvuutta, vaikka menetelmä tarjoaa mahdollisuuksia teoreettiseen kehitykseen eri tieteenaloilla ja ilmiöiden tutkimuksessa, joissa käyttäytyminen on keskeisenä osatekijänä (Goulding, 2005; Redström, 2017). Lisäksi on hyvä muistaa, että GT-menetelmä sopii minkä tahansa käyttäytymisen tutkimiseen, kunhan siinä vain on mukana vuorovaikutuksellinen elementti. Muotoilun tutkimuksen näkökulmasta vuorovaikutus ei toteudu ainoastaan inhimillisten toimijoiden välillä, vaan popperilaisittain (Corvi & Patrick, 1997) sitä voidaan myös ajatella suhteessa luonnon elottomiin ja eläviin olioihin, muotoilun tuotteisiin (artefaktit) ja niiden kesken.

Kulutustutkimuksessa jako positivistiseen ja tulkinnalliseen paradigmaan ajoittuu Gouldingin (1999) mukaan 1980- ja 1990 -luvulle, jolloin laadullisia tulkinnallisia metodologioita kuten fenomenologiaa ja GT-lähestymistapaa ryhdyttiin käyttämään positivististen kvantitatiivisten metodologioiden rinnalla. Myös muotoilun tutkimuksen kenttä voidaan jaotella positivistiseen ja tulkinnalliseen paradigmaan, minkä lisäksi huomioitava on myös kolmas, kriittinen ja toiminnallinen paradigma, johon muotoilun tutkimus enenevässä määrin asemoidaan (Guba & Lincoln, 1994; Habermas, 1976; Koskinen, Zimmerman, Binder, Redström, & Wensveen, 2011).

Muotoilun tutkimus ei ole itse ensisijaisesti jaotellut tutkimustaan perinteisten tieteenalojen mukaan positivistiseen, tulkinnalliseen tai kriittiseen toiminnalliseen paradigmaan, vaan jaottelua on tarkasteltu esimerkiksi suhteessa tutkimuksen rooliin muotoilun ammattikäytännöissä. Cross (2006), Frayling (1993) ja Findeli (1998) ovat pitäytyneet muotoilun tutkimuksen kolmijakoisessa kategorisoinnissa siten, että 1) muotoilu asetetaan tutkimuksen kohteeksi (engl. research about/in design), 2) tutkimusta tehdään muotoilun vuoksi (engl. research for design) tai 3) tutkimusta tehdään muotoilussa ja sen kautta (engl. research through design). Tämä muotoilun tutkimuksen kolmijako ei sellaisenaan vastaa positivistisen, tulkinnallisen tai toiminnallisen paradigman tausta-ajatuksia, vaan ne voidaan hahmottaa enemmänkin toisiaan tukevinä tutkimuksen kehyyksinä Taulukon 1. mukaisesti.

Taulukko 1. Muotoilun tutkimuksen kohteiden asemointi suhteessa tieteen paradigmoihin.

	Muotoilun tutkimus muotoilusta (<i>about</i>)	Muotoilun tutkimus muotoilua varten (<i>for</i>)	Muotoilun tutkimus muotoilussa (<i>through</i>)
Positivistinen/realistinen	muotoilutieto	muotoiluteknologiat	funktionaalinen muotoilu
Tulkinnallinen/praktinen	muotoilukokemus	muotoilun sosiokulttuurinen ympäristö	hiljainen tieto
Toiminnallinen/kriittinen	muotoilutaito	muotoiluprosessi	muutoksen muotoilu

Muotoilun tutkimuksen kentällä keskustelu oman teoriaperustan kehittämisestä on ollut vilkasta viimeisten kahden vuosikymmenen ajan. Nykyisellään tässä tieteenalan paradigmakeskustelussa korostuu tutkimuksen kahtiajakoisuus joko teknisten tieteiden ja luonnontieteen suosimaan positivistis-realistiseen paradigmaan (Cash, 2018) tai niin sanottuun toiminnalliseen tutkimukseen, joka tapahtuu aina muotoilutoiminnassa tai sen kautta (engl. *through design*) (Jonas, 2007; Koskinen et al., 2011). Tulkinnallisen paradigman mukainen muotoilun tutkimuksen suuntaus on ollut voimissaan 1990-luvulta vuosituhannen vaihteeseen ja sen yli, jolloin käyttäjälähtöinen muotoilun tutkimus ottivat metodologista oppia yhteiskuntatieteistä, erityisesti sosiologiasta ja markkinoinnista kyetäkseen ymmärtämään paremmin tuotteiden ja palvelujen käyttäjien sosiaalista toimintaa (Mattelmäki, 2006; Battarbee, 2004; Kurvinen, Koskinen, & Battarbee, 2008).

Muotoilun tutkimuksessa ”sosiaalista” ei niinkään ole oletettu saavutettavan ensisijaisesti tulkitsemalla inhimillistä elämää ja kieltä sosiaalisesti rakentuneena todellisuutena (Berger & Luckmann, 1994) tai sosiaalisina käytäntöinä (Reckwitz, 2002), vaan tuottamalla muotoilullisia konstruktioita funktionaalisesti, visuaalisesti ja ruumiillisesti aina yksittäisistä esineistä ja artefakteista muotoiluprojekteihin ja muotoilun tutkimushankkeisiin, joiden on tällä tavoin nähty paitsi rakentavan ja muuttavan sosiaalista elämää, myös luomaan tieteenalalle omanlaistaan muotoilukäytäntöihin tukeutuvaa tietoperustaa (Jonas, 2007; Koskinen et al., 2011). Tämä konstruktivinen muotoilun tutkimuksen suuntaus edustaa niin sanottua toiminnallista paradigmaa, jonka sisällä erilaisilla tulkinnallisilla lähestymistavoilla on oma paikkansa (Puusa & Juuti, 2020).

Muotoilun kuluttamisen tutkimus

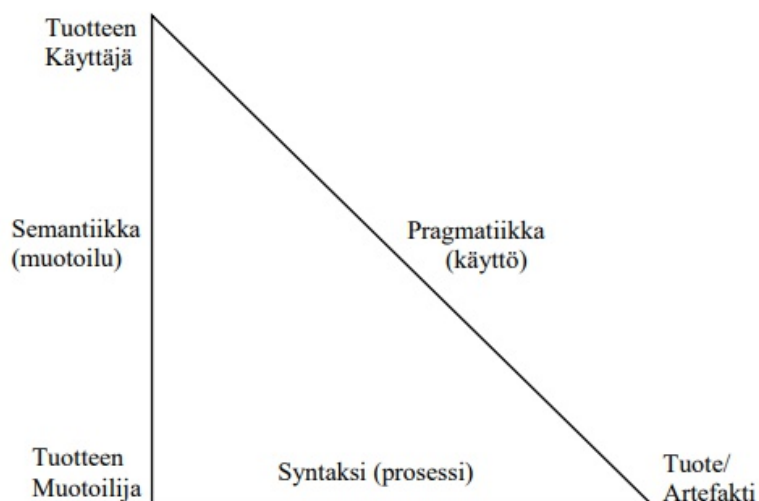
Muotoilun kuluttamisen tutkimuksen kenttä on säilynyt jokseenkin tunnistamattomana alueena niin kulutustutkimuksen kuin muotoilun tutkimuksenkin kentillä. Ensisijaisesti siinä on keskitytty tuotteiden funktionaalisuuden ja esteettisen ulkomuodon tarkasteluun kuten tunnettujen suomalaisten muotoilun tuotemerkkien, Aallon, Marimekon, Volvon tai Nokian

merkitykseen kulutusilmiöinä (Karjalainen & Snelders, 2010; Korvenmaa, 2009; Ryytänen, 2009). Tuotteisiin kohdistuva muotoilu on voitu jaotella joko esteettiset aspektit huomioon ottavaksi muotoilevaksi muotoiluksi (engl. styling design) ja teolliseksi muotoiluksi (engl. industrial design) (Järvinen & Koskinen, 2001). Muotoilu alana on kuitenkin laajentunut kattamaan tuotteiden lisäksi palvelumuotoilun (Miettinen, 2011; Miettinen & Valtonen, 2012; Valtonen, 2007), jolloin pelkkä materiaalien artefaktien tai käyttöliittymien estetiikka tai toiminnallisuus eivät enää riitä kattamaan kaikkea muotoilun kohteeksi asetettua kokonaisuutta osana kulutusta. Palveluihin ja niiden muotoiluun kiinnittyy vahvasti myös sosiaalinen ulottuvuus (Miettinen & Valtonen, 2012). Sosiaalisen rinnalla muotoilun tutkimusavaruuteen sisältyy muutos miellyttävämpään, mikä muotoilun kuluttamisen näkökulmasta palautuu kulutuskokemuksen miellyttävyyteen (Jordan, 2000; Reinmoeller, 2002). Palvelumuotoilun menetelmiä käytetään paitsi havainnollistamaan, myös tuottamaan ja muuttamaan miellyttävämpiä sosiaalisia konteksteja, niitä ylläpitäviä prosesseja ja jopa sosiaalisen toiminnan ajallista kehystä. (Holmlid, 2009; Miettinen & Koivisto, 2009.)

Vihman (1998, p. 8) mukaan muotoilutuotteella (engl. design object) on neljä ulottuvuutta, syntaksi, semantiikka, pragmatiikka ja materiaallinen ulottuvuus. Syntaksilla tarkoitetaan ilmaisullisten merkkien keskinäisten suhteiden tutkimusta, mikä muotoilun tutkimuksessa tarkoittaa muotoilijan ja tuotteen välisen suhteen, muotoiluprosessin tarkastelua (Uotila, 2003). Kappaleiden ulkoiseen muotoiluun, väreihin, suhteisiin yms. painottuneet yritykset tutkia muotoilua ovat pyrkineet muodostamaan visuaalisen kielen kielioppiin perustuvia tulkintoja muotoiluobjekteista ja niiden käytöstä (semantiikka) (Krippendorf, 2006; Mattozzi, 2010). Semanttiseen tuotteiden muodon, materiaalien, viimeistelyjen muotoilun ominaispiirteiden ja konfiguraation (asetelman ja kokoonpanon) konkretisoitumisen tutkimusalueeseen voidaan kuitenkin liittää myös tuotteiden käyttäjän arvomaailma suunnittelun lähtökohtana. (Uotila, 2003; Vihma, 1998). Sosiaali- ja yhteiskuntatieteiden, kulttuurihistorian tutkimuksen ja kulutustutkimuksen onkin nähty tarkastelevan muotoilun objekteja pragmaattisesta näkökulmasta mukaan lukien tuotteiden käyttäjien arvomaailma (Uotila, 2003). Teknologiselle ja luonnontieteelliselle tutkimukselle on jäänyt muotoilun tarkastelun neljäs ulottuvuus, materiaalisuus. Se on kuitenkin tässä tehtävässään liian uppoutunut lajittelemaan ja etsimään materiaalisia faktoja korostaessaan vain muotoilun toiminnallisuutta ja käytettävyyttä kieltäytyen kaikenlaisista tulkinnallisista ja representatiivisista ominaisuuksista (Keinonen, 2000).

Muotoilun kulutuksen tutkimukseksi voidaan edellisten määrittelyn mukaisesti asettaa tuotteen ja käyttäjän muodostama pragmatiikka eli se tutkimusalue, joka kohdistuu tuotteiden sekä palveluiden käytön, kulutuksen ja käyttötapojen analyysiin, jota voidaan myös kutsua muotoilun kuluttamisen tutkimusalueeksi (Uotila, 2003). Kuviossa 1 (mukaellen Cross, 2006; Uotila, 2003) esitetty muotoilun ulottuvuuksien kolmikanta ja näiden ulottuvuuksien välisten suhteiden selvittäminen on edelleenkin yksi muotoilualojen perustutkimuksen keskeisistä tavoitteista (Uotila, 2003). Lisäksi on hyvä muistaa, että semantiikalla,

pragmatiikalla ja syntaksilla voidaan tarkoittoa myös tietyn opinalan tutkimuksen sisäistä jakautumista (Niiniluoto 1984). Paradigmakeskusteluissa viittaamme kuitenkin ensisijaisesti Taulukkoon 1, joka toimii esimerkkinä muotoilun monitieteisellä tutkimuskentällä.



Kuvio 1. Muotoilun kuluttamisen tutkimusalue – pragmatiikka.

Muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa kohtaavatkin usein Karl Popperin paradigmoja yhdistävän ajattelun mukaisesti luonto (maailma 1), subjektiivinen tajunta (maailma 2) ja kulttuuri (maailma 3) (Anttila, 2005). Muotoilun tutkimuksen kohteena ovat luonnontieteiden tutkimuskohteiden tavoin kivistä, puista, atomeista, tähdistä, planeetoista ja galakseista koostuva maailma 1, ihmistieteiden tutkimuskohteiden tavoin subjektiivisesta kokemusmaailmasta, psykologisista prosesseista, muistoista, mielikuvista, käsityksistä ja tulkinnoista koostuva maailma 2 sekä sosiologian yms. sosiaaliseen ja intersubjektiiviseen ilmiökenttään suuntautuneiden tieteiden tutkimuskohteiden tavoin kulttuurista ja yhteiskunnista artefakteineen (kielet, käyttöesineet, matemaattiset oliot, raha, käsitteet ja uskonnot) koostuva maailma 3 (Kekäle & Puusa, 2020; Corvi & Camiller, 1997).

Seuraavassa luvussa tarkastellaan sitä, miten GT -menetelmä on sovellettavissa popperilaisittain monialaisesti tulkittavan muotoilun empiirisen kentän tai kolmen maailman mukaiseen viitekehykseen (Corvi & Camiller, 1997; Anttila, 2005). Nämä klassiselle glaserilaiselle GT-menetelmälle tunnuspiirteiset tavat tuottaa aineistolähtöisesti tutkittavaa ilmiöitä parhaiten selittävät teoreettiset käsitteet ohjaavat tutkijaansa myös läpi erilaisten monitieteisten keskustelujen. Käsiteltävänä olevassa tutkimuksessa tämä GT-menetelmän niin sanottu tarkoituksenmukaisimpaan paradigmaan ohjaava vaikutus on mahdollistanut muotoilun kuluttamisen tutkimuksen osa-alueen erottamisen kulutustutkimuksesta ja muotoilun tutkimuksesta (Rytilahti, 2020).

Grounded Theory-menetelmä muotoilun kuluttamista avaamassa

Grounded Theory (GT) on tutkimusmenetelmä tai lähestymistapa, jonka on alkujaan kehittäneet Barney G. Glaser ja Anselm Strauss (1967). GT-menetelmä tähtää käsitteelliseen ja teoreettiseen yleistettävyyteen ilmiön kuvailemisen sijaan, mikä erottaa sen esimerkiksi sisällönanalyysistä (Holton & Walsh, 2017). Yksikertaisesti ilmaistuna GT-menetelmällä tuotetaan teoria, joka perustuu vakaasti empiiriseen aineistoon ja ankkuroituu siihen (Holton & Walsh, 2017). GT-menetelmän perusajatus on tuottaa teoria, joka selittää miten ihmiset ratkaisevat jotain keskeistä huolenaihettaan (Hämäläinen, 2014). Menetelmän soveltamisesta on myös olemassa ristiriitaista tietoa, sillä sen tieteelliset juuret voidaan sijoittaa joko konstruktiviseen (tulkinnalliseen) straussilaiseen & corbinilaiseen perinteeseen tai realistiseen glaserilaiseen perinteeseen. Esiteltävänä olevassa tutkimuksessa pitäydytään klassisessa glaserilaisessa tulkinnassa (Rytilahti, 2020; Glaser, 1992).

GT-menetelmällä toteuttavan muotoilututkimuksen tavoitteena on tuottaa uutta teoriaa muotoilutuotteiden ja palvelujen käyttöä ja kuluttamista ohjaavista käyttäytymisprosesseista (Rytilahti, 2020). Tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että muotoilun kuluttamisen materiaalisuus on keskeisessä osassa tarkastelua (vrt. Kalanti, 2009). Tutkimuksen tulee pyrkiä rakentamaan teoreettista käsitteellistystä siitä, mitä muotoilu on käyttäjän kokemana. Empiirisessä aineistossa mielenkiinto kohdistuu tuotteiden ja palvelujen käyttäjien käyttökokemuksiin. Muotoilun kuluttajia ja käyttäjiä on hyvä lähestyä heidän omien merkityksellisten tuotesuhteidensa näkökulmasta, esimerkiksi heille rakkaista harrastuksista ja niihin kuuluvista varusteista ja tuotteista sekä laajemmin harrastukseen mahdollisesti linkittyvien elämäntyyllillisten valintojen näkökulmasta (Goulding, 2005; Rytilahti, 2020).

Muotoilutuotteiden käyttöä olisi ollut mahdollista tutkia myös aistietnografian näkökulmasta etnografisin menetelmin (vrt. Markuksela, 2013). Muotoilun tutkimuksen näkökulmasta asetelmassa painottuisi tällöin tulkinnallinen konstruktivistisen paradigman mukainen käsitys kokemuksesta käytäntönä (Reckwitz, 2005) ja sosiaalisena kokoelmana (Latour, 2005) kuten eräänlaisena elementtien yhdistelmänä ja toimintaa mahdollistavana kokoumana (Markuksela, 2020). Muotoilun tutkimuksen viitekehyksessä kuluttaminen kokemuksena keskittyy kuitenkin vahvasti toiminnan prosessiluonteeseen ja tarkastelee ihmistä luontaisen habituaalisesti reflektoivana toimijana (Rytilahti, 2020; Kilpinen, 2013; Glaser, 1978). Ihmisen luontaisella habituaalisella toiminnalla ei tässä pragmatistisessa käsityksessä tarkoiteta rutiinia tai bourdieun habitusta, joka määritellään sellaiseksi sosiaalisiksi mekanismeiksi, jonka kautta merkitykset sisäistetään ja ruumiillistetaan (Kivinen, 2006; Mäkelä, 1994). Habitus on bourdieu-tulkinnan mukaan synonyymi toimintatavalle, kun taas deweyläinen tulkinta habitille on luontumus (Kivinen 2006, 244). Muotoilun tutkimuksen viitekehyksessä tuotteiden käyttö on jopa hieman päinvastainen prosessi, jossa "luontaisuus" kokemuksena on ensisijaista, kun kuluttamista tarkastellaan

muotoilutoiminnan tavoin ihmiselle luontaisena käyttäytymisenä (Kilpinen, 2013). Samalla se on kuitenkin refleksiivistä ja itseään korjaavaa (Schön, 1983; Cross, 2006; Kilpinen, 2013).

GT-menetelmällä tuotettu muotoilun kuluttamisen tutkimus suhtautuu varauksella kulturisaatioteorioiden näkemykseen inhimillisestä kyvystä tallentaa pitkäkestoiseen muistiin laajoja ulkoisia symbolisia kulttuurisia malleja (Rytilahti, 2020; Lizardo, 2012) siitäkkin huolimatta, että GT-menetelmän alkuperä on symbolisessa interaktionismissa. Symbolisen interaktionismin mukaan yksilöt kytkeytyvät maailmaan, joka edellyttää heiltä refleksiivistä sosiaalista vuorovaikutusta (Goulding, 2005). Muotoilun kuluttamisen tutkimuksen näkökulmasta inhimillistä käyttäytymistä ohjaavat mekanismit ja refleksiivisyys ovat ensisijaisesti kuitenkin toiminnallisia.

Kohti teoriaa: Aineistolähtöinen tutustuminen muotoilun kuluttamisen ilmiöön

GT-menetelmässä tutkijan on kirjattava ylös omia havaintojaan, kokemuksiaan ja ideoita aineiston hankinnan, käsittelyn ja luonnollisesti myös analyysin eri vaiheissa. Holopaisen, Puusan ja Juutin (2020) mukaan tutkija päätyy tällöin vähitellen kirjaamaan ylös teoreettisia muistiinpanoja (theoretical memos) ja analysoimaan niitä (memo sorting) läpi koko analyysiprosessin. Muistioiden kirjoittaminen on tutkimuksen tärkeimpiä vaiheita, mutta usein se jää liian vähäiselle huomiolle menetelmää ohjeistavissa kirjoituksissa ja varsinaisissa tutkimusraporteissa. Tärkeitä ovatkin tutkijan omat tulkinat aineistostaan, joka tulee hyvin tutuksi systemaattisen avoimen ja aksiaalisen koodauksen vaiheissa. (Rytilahti, 2020). Aineiston keruu on esimerkkitutkimuksessa noudattanut laadullisen tutkimuksen periaatteita ja aineistot on kerätty muun muassa avoimin haastatteluin, teemahaastatteluin, kertomuksina ja muina tekstimuotoisina dokumentteina (Rytilahti, 2020).

Analyysi on menetelmässä aikaa vievä vaihe (Glaser, 1978). Analyysin käytännöllisessä tekniikassa on vaihteluja eri tutkimuksissa. Klassisessa glaserilaisessa GT-menetelmässä on lähtökohtaisesti vain kolme teorian tuottamisen perustekijää: aineiston keruu, sen koodaaminen ja muistioiden kirjoittaminen. Avoin koodaus on analyysin ensimmäinen vaihe, jossa tutkija erittelee ja palastelee aineistonsa empiirisinä ilmauksina (Holopainen, Puusa & Juuti, 2020; Glaser, 1992). Avointa koodausta seuraavat aksiaalisen ja selektiivisen koodauksen vaiheet (Holton & Walsh, 2017). Muitakin nimikkeitä on käytetty eikä niiden erottaminen ole aina ollut yksiselitteistä (Holopainen, Puusa & Juuti, 2020).

Esimerkkitutkimuksessa koodauksen vaiheiden analyttinen erottelu on haastavaa ja helpointa on todeta aksiaalisen ja selektiivisen koodauksen limittyvän toisiinsa (Rytilahti, 2020). Viimeinen teoreettisen koodauksen vaihe (teoreettinen mallintaminen) alkaa sekin käytännössä usein jo avoimen koodauksen vaiheessa, mutta analyysiprosessin vaiheita tarkasteltaessa valmistuu viimeisenä (Rytilahti, 2020; Glaser, 1978).

Analyysiprosessin esittäminen kronologisessa järjestyksessä helpottaa lukijaa seuraamaan tutkimuksen etenemistä kohti tuloksia, mutta samalla se voi antaa

epätodellisen kuvan analyysin etenemisestä kohti lopullista teoriaa. GT-menetelmän mukaisesti toteutettu tutkimus ei alun avoimen koodauksen vaiheena ole useinkaan esitettävissä kronologisena analyysiprosessina. Avoimen koodauksen vaihe on tutkimuksen antoisaa osaa, jossa aineisto saa kertoa sen, mitä sillä on sanottavanaan ja esimerkiksi tutkijan esiyymmärrys aiheesta voi muuttua tässä vaiheessa hyvinkin merkittävästi (Rytilahti, 2020).

Klassisessa GT-menetelmässä korostuu aineistolähtöinen teorian muodostaminen. Tutkija nimeää puheen katkelmat sisältöä parhaiten kuvaavin termein. Myöhemmässä vaiheessa nämä termit toimivat taustoitukseksi ja osoittimina abstrahoiduille teoreettisille käsitteille kuten esimerkkitutkimuksessa (Rytilahti, 2020), jossa ulkoilmaharrastamisen kontekstia kuvaava avoin koodi "luonnossa selviytyminen" on teorian mallintamisen vaiheessa muotoutunut osaksi muotoilun kuluttajan käyttäytymistä selittävää "kestävän kuluttamisen luontaisen moraalin" kategoriaa. Tutkimuksessa tuotettu teoria käsittelee laajemminkin ihmisen luontaista taipumusta toimia harkitsevamman ja siten myös kestävämmän kuluttamisen eetoksen mukaisesti sellaisissa ympäristöissä, joissa tämän oma ruumiillinen oleminen törmää normaalista poikkeavaan epämiellyttävään tilaan (vrt. Jordan, 2000) kuten selviytymiseen haastavissa sääolosuhteissa luonnossa (vrt. Dewey, 1896; Kilpinen, 2015). Analyysissä olennaista on, että kerätty aineisto pilkotaan osiin. Koodaustarkkuutena voivat olla yksittäiset sanat, puhujien yksittäiset ajatukset tai laajemmin puhujien esittämät ajatuskokonaisuudet, toisin sanoen tervejärkinen puhe (Goulding, 2005). Aineistoa voidaan luokitella mainintojen sisältämien samankaltaisuuksien perusteella (Koskela, 2008). Tätä nimitetään teemoitteluksi tai luokitteluksi ja sen voidaan katsoa erottuvan kategorisoinnista, jossa on jo mukana teoreettisen mallinnuksen tai koodauksen edellyttämää abstraktin tason erittelyä ja tutkijan tekemää valintaa siitä, mikä on teoreettisesti merkityksellistä lopullisen teorian tuottamisessa (Puusa, 2020).

Tämänkaltaisista empiirisistä ilmauksista ja aineiston palasista tutkijan tehtävänä on muodostaa substantiivisia koodeja. Niitä voivat olla haastateltavien erilaiset tiedot, taidot, elämykset ja kokemukset.

Taito, taide ja tekniikka ovat muotoilun tutkimuksen keskipisteessä (Anttila, 2005). Nämä ovat muotoilun keskeisiä osatekijöitä GT-menetelmää hyödyntävässä tutkimuksessa, jossa tavoitteena on ollut löytää, selvittää ja mallintaa muotoilun kuluttamisen käyttäytymisen perustavaa prosessia (Rytilahti, 2020; Buchanan, 1992). Muotoilun käyttäjäkeskeisen toimintamallin mukaisesti kiinnostavaa on tarkastella muotoilun kuluttajien käyttäytymistä siitä näkökulmasta, miten he "ei-muotoilijoina" tai "ei-visualisteina" kuten eri alojen asiantuntijoina, vapaa-ajan harrastajina ja palvelujen kuluttajina toteuttavat muotoiluajattelua (Leadbeater & Miller, 2004). Toisin sanoen, miten kokemus muotoilusta syntyy ei-muotoilijalle niin sanotussa maallikkoviitekehityksessä ja mitä se tarkoittaa tavallisille ihmisille?

Kohti teoriaa: Muotoilun kuluttamisen ruumiillisuus

Muotoilu on vahva käsillä tekemisen käytäntö. Inhimillisellä käsittämällä voidaan metaforisessa mielessä tarkoittaa "käsillä-olemista" ja "käsillä-tekemistä", joka muotoilualoilla on tutkimuksissakin tunnistettu ominaispiirre (Koskennurmi-Sivonen & Uotila, 2006; vrt. Lakoff & Johnsson, 1999). Muotoilun tutkimuksessa oletetaan kaikilla ihmisillä olevan kyky muotoilla eli käyttää kognitiivisia ongelmanratkaisustrategioita, hyödyntää abduktiivista päättelyä sekä käyttää ei-kielellisiä mallinnusmedioita. Muotoilijoilla nämä kyvyt ovat opettelun ja ammattitaidon harjoittamisen kautta erityisen kehittyneitä, mutta samat perustavat taidot ovat luontaisia kaikille ihmisille. (Cross, 2006.) Tämän muotoilussa tunnetun inhimillisesti perustavan prosessin esille nouseminen ilmeni artikkelin tutkimuksessa "ruumiillisuutena" tai "ruumiillisena kokemuksena" (Rytilahti, 2020, p. 139). Tällöin tutkittavat kuvasivat ja selittivät vapaa-ajan ulkoilma-aktiviteetteihin kytkeytyvää muotoilun kuluttamistaan hyvin vahvoina ruumiillisina kokemuksina, joka ilmenivät moniaistisista luontokokemuksista aina hengissä selviytymisen tilanteisiin saakka.

GT-menetelmän selektiivisen koodauksen vaiheessa tunnistettu ydinkategoria (Glaser, 1978; Hämäläinen, 2014) ruumiillinen kokeminen selitetään esimerkkitutkimuksessa niin, että ihminen toimii vuorovaikutuksessa itseään ympäröivän materiaalsen ja fyysisen maailman kanssa, josta luontoympäristö rakentamattomana elementtinä on erinomainen esimerkki (Rytilahti, 2020). Ruumiillinen kokeminen voidaan esimerkiksi ilmaista metaforisina käsityksinä "tilanteen hallinnasta" kuten melontaharrastuksessa, jossa ei niinkään yritetä "voittaa vastustajaa", vaan pikemminkin "pystyä pelaamaan vesielementin kanssa". Ruumiillisuus ja ruumiillinen kokeminen oli myös sellaista "hauskaa", jossa on "liikunnallisuus", "liikunnan ilo", "kineettinen elementti" ja "kaikki ne luontojutut". (Rytilahti, 2020.)

Teoreettisessa koodaamisessa on kyse aineistosta nousseiden kategorioiden ja käsitteiden järjestämisestä toiminnalliseksi teoriaksi eli niin sanotusta teoreettisesta mallintamisesta (Rytilahti, 2020) tai formaalin teorian laadinnasta ja edelleen metateoriasta (grand theory) (Koskela, 2004). Teoreettisessa koodaamisessa on myös kyse substantiivisten koodien keskinäisten suhteiden käsitteellistämisestä, teorian käsitteellisestä integraatiosta (Glaser, 1978). Teoreettinen mallintaminen on yleensä selkeintä, kun analyysistä rakentuu vain yksi teoreettinen malli. Tällaisena tuloksena syntyvä malli on yleensä varsin hedelmällinen malli ihmisten käyttäytymisen kuvaamiseen (Glaser, 1978).

GT-menetelmän sosiologinen tausta osoittaa tutkimuskohteeksi yleensä yhteiskunnan ja yksilön. Menetelmään liittyvät tärkeimmät ongelmat näyttävät olevan seurausta sen vääränlaisesta käytöstä. Ne GT-menetelmällä toteutetut tutkimukset, jotka eivät ole noudattaneet teoreettisen näytteenoton (ja koodauksen) ja jatkuvan vertailun periaatteita, päätyvät usein hyödyntämään jo vakiintuneita olemassa olevia teoreettisia malleja. (Goulding, 2005.)

Käsillä olevassa tutkimuksessa selkeästi jo avoimen koodauksen vaiheessa ydinkategoriaksi esille noussut ruumiillisuuden kokemus kokoaa yhteen ne käsitteet, jotka tarjoavat selityksen tutkittavasta ilmiöstä, muotoilun kuluttamisen kokemuksesta (vrt. Glaser, 1978). Ydinkategorialla ja sitä selittävillä käsitteillä tulisi olla teoreettista merkitystä. Niiden tulisi olla jäljitettävissä alkuperäisestä aineistosta. Tämä toteutuu silloin, kun tuotettu teoria on kirjoitettu ja integroitu osaksi jo olemassa olevia teorioita siksi, että pystytään osoittamaan sen merkityksellisyys, sopivuus tai laajennus. (Goulding, 2005.) Tarkasteltavana olevassa tutkimuksessa olemassa olevien teorioiden, Lakoff & Johnson'n (1999) ruumiinteorian ja ruumiinmetaforisen tarkastelutavan sekä pragmatismen mukaisen prosessiontologian (Kilpinen 2012; 2013) tarkoituksena on ollut selittää GT-menetelmällä tuotetun ruumiillisuuden kokemuksen ydinkategorian keskeiset käsitteet: ruumiillinen muotoilun kuluttaja ja muotoilun kuluttamisen prosessiluonne (Rytilahti, 2020).

Käsiteltävänä olevassa tutkimuksessa (Rytilahti, 2020) ruumiilliseen kokemiseen liittyi myös vahva luontoyhteys. Kuluttamisen kokijat, ulkoilmaharrastajat niin sanotusti "oppivat luontoa" ja sen materiaalista rajallisuutta oman ruumiillisen haavoittuvaisuutensa kautta. Asioiden "käsittäminen" ja sisäistäminen oli kokijoille samalla tavalla ruumiillista kuten käsillä tekeminen. GT-menetelmän tuloksena olevalla teorialla voidaan osittain jopa kyetä selittämään sitä, miten kulutuskäyttäytyminen muodostuu luontaisesti kestäväälle perustalle, niin sanotulle sisäiselle moraalikäsitteelle siitä, miten luodaan kestävää hyvinvointia itselle ja muille. (Rytilahti, 2020.)

Materiaalien ja tuotteiden maailmanlaajuinen kierto on länsimaisen kehitysprojektin tulos. Toiminnan ekologisuutta on helppo arvostella ja vaatia kestävämpiä malleja. Samalla kuitenkin halutaan taata länsimaisille ihmisille kuluttamisesta syntyvä hyvä olo ja nautinnollisuus. Tuotteiden loppukäyttäjille ohjeistukset ovat hämmentäviä ja aiheuttavat moraalista huolta siitä, miten kulutetaan kestävästi oikein. Asiantunteva kuluttaja, joka toimisi ekologisen hiilijalanjäljen ja muiden kestokyvyn mittareiden mukaisesti, on vielä harvinaisuus. (Rytilahti, 2020.)

Muotoilun tutkimuksen näkökulmasta kestävän kuluttamisen periaatteet voi muotoiluajattelun tavoin sisäistää yksilötasolla ruumiilliseen kokemukseen perustuvana muotoilullisena tietämisenä. Kuten tuotteet ja luonto, myös ihminen on materiaa. Lisäksi ihmisellä on synnynnäinen kyky olla tietoinen omasta materiaalisuudestaan. Tämä materiaallinen, ruumiilliseen kokemiseen perustuva tietoisuus toimii luontaisena heijastuspintana esimerkiksi ekologisen kestävyden periaatteille. (Rytilahti, 2020)

Johtopäätöksiä

GT-menetelmän käyttö on tutkijan työnä haastavaa, ja sen soveltaminen muotoilun tutkimukseen ja muotoilun kuluttamisen tutkimukseen tuo esiin omat erityispiirteensä jo senkin vuoksi, ettei aiempia malleja ole käytössä. Muotoilun

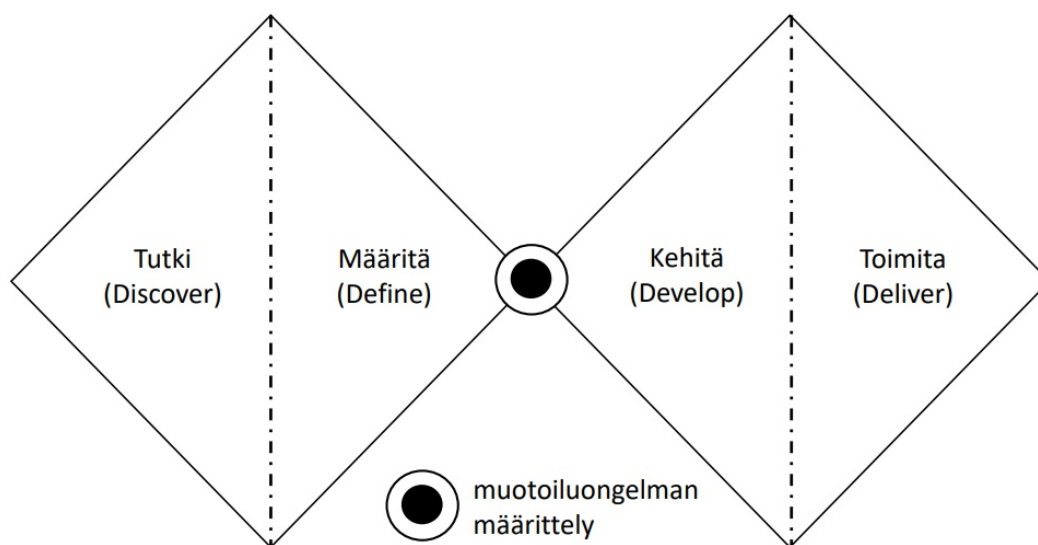
kuluttamisen tutkimuksessa aineiston hankinta ja luenta vaatii yhtäältä herkistymistä muotoilutuotteiden käyttökokemusten käytännön ilmauksille, empaattisuutta tutkittavien ajatuksille ja mielipiteille sekä toisaalta kykyä muodostaa aineistosta uusi kuvaus tai teoria. Jatkuva vertailu empiirisen aineiston ja abstraktin käsiteverkoston kanssa vaati aina uudelleen palaamista sekä empirian että teorian lähtökotiin.

Laadullisen tutkimuksen kenttään asemoitaessa GT-menetelmän luotettavuutta tulee arvioida uskottavuuden näkökulmasta (Aaltio & Puusa, 2020). Jokaista laadullista tutkimusta voidaan tarkastella tilanteisuuteensa sidoksissa olevana tapaustutkimuksena, jossa tärkeää on tutkijan taito tuottaa mahdollisimman läpinäkyvä selonteko tutkimusprosessista eri vaiheineen (vrt. Denzin & Lincoln, 2011; Piekkari & Welch, 2020). Analyysin toteuttamisen havainnollinen raportointi on edelleenkin usein pintapuolista laadullisten tutkimusten raportoinnissa (Cope, 2004; Puusa, 2020). GT-menetelmässä haasteellisinta on tuottaa mahdollisimman selkeä kuvaus analyysin etenemisestä, joka noudattaa jatkuvan vertailun periaatetta. Kronologisesti etenevä analyysin eri vaiheiden kuvaus on tyyppillinen tapa selittää laadullisen tutkimus- ja analyysiprosessin etenemistä (Braun & Clarke, 2006). Samalla kronologinen analyysin kuvaus yhdistetään erilaisiin aineiston teemoitteluun ja luokitteluun tekniikoihin, joilla massiivinen tekstimuotoinen ”ihmispuhe” (Puusa & Julkunen, 2020, p. 192) tiivistetään ja nimetään uudelleen, koodataan ja jossa tällä tavalla siivilöiden ja suppiloiden tulkitun laadullisen aineiston luokat lopulta suhteutetaan toisiinsa (Puusa, 2020; Charmaz, 2006). GT-menetelmä, erityisesti sen klassinen versio ei analyysin osalta kuitenkaan tarkoita tätä. Näin myös voidaan osoittaa GT-menetelmän ansiot ja erot suhteessa valtavirran mukaiseen käsitykseen laadullisen analyysin tekniikoista (Khan, 2014). Laadullisten tutkimusten mukaisesti GT-menetelmän soveltaminen vaatii perehtymistä konstruktivistiseen Straussin ja Gorbiniin (1998) edustamaan suuntaukseen ja ns. klassiseen glaserilaiseen suuntaukseen, joka edustaa realistista näkökulmaa (Hämäläinen, 2014, p. 5). Silti jokainen uusi tutkimus kehittää suuntausta (Health & Cowley, 2004) ja muotoilun kuluttamisen tutkimus voi tuottaa uudenlaisia sovelluksia (Rytilahti, 2020).

GT-menetelmän soveltaminen muotoilututkimuksessa voi asettaa tavoitteeksi tuottaa muotoilun käytäntöä palvelevia uusia tutkimuksellisia malleja, joilla on merkitystä myös käytännössä. Aineistonhankinnan avulla voidaan avata muotoilun tuotteiden ja palvelujen käyttäjien, asiakkaiden ja sidosryhmien kokemusmaailmaa sekä huolenaiheita ja ongelmia. GT-menetelmän avulla voi olla löydettävissä uusia kuvausmalleja ja jopa konstruktivisia ratkaisuja muotoilun kuluttamisen käyttäytymisen ymmärtämiseksi ja selittämiseksi (Koskinen et al., 2011). GT-menetelmän käyttö muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa tuo inhimillisen käyttäytymisen tarkasteluun muotoilun tutkimukselle luontaisen prosessorientoituneen luonteen, joka korostaa refleksiivistä, erehdyksen ja ymmärryksen kautta tapahtuvaa toimintaa (Kilpinen, 2012, 2013; Rytilahti, 2020). Muotoilun tutkimuksessa toimintaa kuvaavat, selittävät ja ohjaavat mallit ovat pääsääntöisesti erilaisia prosessimalleja kuvion 2. mukaisesti.

Käyttäjäsuauntautuneen muotoilun toiminnallisen tutkimuksen mallina käytetään hyvin usein Iso-Britannian muotoiluneuvoston (Design Council, 2015) käyttämää muotoilun tuplatimanttimalia (Kuvio 2).

Muotoilun tuplatimanttimalin jakaantuu neljään vaiheeseen: tutkimukseen, määrittämiseen, kehittämiseen ja toimittamiseen. Muotoilun tavoitteena on kohteen tutkimisen ja määrittämisen vaiheiden jälkeen tuottaa rajattu muotoiluongelma. Muotoilullisen ongelman määrittelyn vaihe, niin sanottu ensimmäinen timantti muodostuu ratkaistavan ongelman ymmärtämisestä. Ensimmäisessä vaiheessa kerätään ensin hyvin avoimesti ja laajalti tietoa tuotteiden ja palvelujen käyttäjiltä ja muilta asiakkaaksi määriteltävissä olevilta tahoilta. Ongelman määrittelyyn pääsemiseksi tieto tulee kiteyttää tiiviisti, jotta toisen timantin mukainen ongelman ratkaisun vaihe pystytään aloittamaan samalla tavoin laaja-alaisesti (divergentti ajattelu) ja muotoilulle ominaisin tavoin kehittämään mahdollisimman paljon vaihtoehtoisia ratkaisuja (ks. myös Goldschmidt 2016). Myös toinen timantti tiivistyy konvergentin ajattelun mukaisesti yhden ratkaisuvaihtoehdon toteuttamiseen. (Design Council, 2015.)



Kuvio 2. Muotoilun tuplatimanttimali (Design Council, 2015).

Tämä toimintateoreettinen näkökulma on pragmatisteille tuttu, minkä vuoksi se sopii hyvin selittämään myös muotoilullisten ja luovien prosessien iteratiivista luonnetta (Kilpinen, 2015; Dewey, 1986). Artikkelissa esittelemämme tutkimus noudattaa glaserilaista GT-lähestymistapaa. Emme kuitenkaan sulje pois Corbinin ja Straussin (1998) laadullisen tutkimuksen lähtökohtia, jotka ovat Meadin ja Deweyn pragmatistisessa filosofiassa sekä Blumerin interaktionistisessa filosofiassa. Kilpisen (2012) mukaan pragmatismien yleinen toimintateoreettinen periaate tarkoittaa arkielämän tiedon hankintaa toiminnan tarpeiden ehdoilla (engl. doubt/belief model of inquiry). Samalla malli tuo esille toiminnan syklisen eli kiertokulkumaisen rakenteen: Vaivattoman habituaalisesti etenevä toiminta (belief)

kohtaa esteen, pysähtyy (doubt), toimijan reflektio pohtii epäonnistumisen luonnetta (inquiry), kunnes ratkaisu siihen yleensä löytyy, ja toiminta sekä ajattelu lähtevät taas sujumaan (belief) (Kilpinen, 2012; 2013; 2015). Pragmatisti ja muotoilun kuluttamisen tutkija ei tällöin myöskään kavahda tavatessaan behavioristin (Kilpinen, 2012).

Aidossa ihmis- ja käyttäjälähtöisessä muotoilussa on kyse juuri siitä, että ratkaisuja lähdetään tuottamaan tutkittavien ihmisten todellisiin huolenaiheisiin, jotka he itse tiedostamattaan aineistossa kertovat, mutta ovat löydettävissä ainoastaan systemaattisen aineistolähtöisen analyysin avulla (Rytilahti, 2020).

Pohdinta

GT-menetelmän soveltamista vaikeuttaa menetelmän runsas käsitteistö, jota voidaan myös tulkita ja toteuttaa eri tavoin. Menetelmän soveltamisesta on myös jonkin verran ristiriitaista tietoa, sillä sen tieteelliset juuret voidaan sijoittaa joko konstruktiviseen straussilaiseen & corbinilaiseen tai realistiseen glaserilaiseen perinteeseen. Menetelmän kehittelyä on häirinnyt se, että menetelmän luojat Anselm Strauss ja Barney Glaser (1998) ajautuivat eri teille ja päätyivät hyvin erimielisiin käsityksiin mm. siitä, miten aineiston analyysi toteutetaan ja mitä aineistosta voidaan nostaa teorian rakentamisen välineiksi. Menetelmää käytettäessä sen edut ja merkitys todellisuuden kuvaajana saa vahvemman sijan.

GT-menetelmän hyödyntäminen niin muotoilun tutkimuksessa yleensä kuin erityisesti muotoilun kuluttamisen tutkimuksessa on alkuvaiheessa. Sillä olisi oma paikkansa muotoilun tutkimuksessa, koska muotoilu toimintana ja käytäntönä on vahvasti ruumiillista. Esimerkiksi muotoiluajattelusta kertova kirjallisuus korostaa toimintaa kuten käsillä tekemistä ja moniaistista kokemista kielelliseksi mielletyn ajattelun vastaparina. Viimeisimmät kognitiotieteelliset tutkimukset (Lizardo, 2012) ovat myös korostaneet mielen ja ruumiin yhteistoimintaa, ruumiillista ajattelua, joka muotoilun tutkimuksessa ja muotoilun kuluttajien käyttäytymisessä on osoittautunut merkitykselliseksi.

Lähteet

- Aaltio, I. & Puusa, A. (2020). Mitä laadullisen tutkimuksen arvioinnissa tulisi ottaa huomioon? Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät* (pp. 177-201). Helsinki: Gaudeamus.
- Anttila, P. (2005). *Ilmaisu, teos, tekeminen ja tutkiva toiminta*. Artefakta 16. Hamina: Akatiimi.
- Battarbee, K. (2004). *Co-experience. Understanding user experiences in social interaction*. Väitöskirja. Publication Series of the University of Art and Design Helsinki A 51. Helsinki: Aalto University.
- Berger, P.L. & Luckmann, T. (1994). *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. Suom. Vesa Raiskila. (2. painos). Helsinki: Gaudeamus.
- Braun, V. & Clarke, V. (2018). Using thematic analysis in counselling and psychotherapy research: A critical reflection. *Counselling and Psychotherapy Research*, 18(2), 107-110. <https://doi.org/10.1002/capr.12165>

- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5-21. <https://doi.org/10.2307/1511637>
- Böhm, A. (2004). Theoretical coding: Text analysis in grounded theory. Teoksessa U. Flick, E. von Kardoff & I. Steinke (toim.), *A Companion to Qualitative Research* (pp. 270-275). London: SAGE.
- Cash, P. (2018). Developing theory-driven design research. *Design Studies*, 56(May), 84-119. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2018.03.002>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London: SAGE.
- Cope, C. (2004). Ensuring validity and reliability in phenomenographic research using the analytical framework of a structure of awareness. *Qualitative Research Journal*, 4(2), 5-18.
- Corvi, R., & Camiller, P. (1997). *An Introduction to the Thought of Karl Popper*. London, New York: Routledge.
- Cross, N. (2001). Designerly ways of knowing: Design discipline versus design science. *Design Issues*, 17(3), 49-55. <https://www.jstor.org/stable/1511801>
- Cross, N. (2006). *Designerly Ways of Knowing*. London: Springer.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (toim.) (2011). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: SAGE.
- Design Council (2015). *Innovation by Design. How Design Enables Science and Technology Research to Achieve Greater Impact*. (No. 24/02/2015). London, United Kingdom: Design Council. Haettu osoitteesta (13.5.2022): <http://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/innovation-by-design.pdf>
- Dewey, J. (1896). The reflex arc concept in psychology, *Psychological Review* 3(4), 357-370. <https://doi.org/10.1037/h0070405>
- Findeli, A. (1998). Will design ever become a science? Epistemological and methodological issues in design research, followed by a proposition. Teoksessa P. Korvenmaa & Y. Levanto (toim.), *No Guru, No Method? Discussion on Art and Design Research* (pp. 63-69). Helsinki: Research Institute, University of Art and Design.
- Frayling, C. (1993). *Research in art and design*. (No. Royal College of Art Research Papers 1(1)). London: Royal College of Art. Haettu osoitteesta (24.5. 2021): www.transart.org/wp-content/uploads/group-documents/79/1372332724-Frayling_Research-in-Art-and-Design.pdf
- Glaser, B.G. (1978). *Advances in the Methodology of Grounded Theory. Theoretical Sensitivity*. San Francisco: Sociology Press.
- Glaser, B. G. (1992). *Basics of Grounded Theory Analysis: Emergence vs Forcing*. (2. painos). Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B. G. & Strauss, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine de Gruyter.
- Goldschmidt, G. (2016). Linkographic evidence for concurrent divergent and convergent thinking in creative design. *Creativity Research Journal*, 28(2), 115-122. <https://doi.org/10.1080/10400419.2016.1162497>
- Goulding, C. (1999). Consumer research, interpretive paradigms and methodological ambiguities. *European Journal of Marketing*, 33(9/10), 859-873. <https://doi.org/10.1108/03090569910285805>
- Goulding, C. (2005). Grounded theory, ethnography and phenomenology: A comparative analysis of three qualitative strategies for marketing research. *European Journal of Marketing*, 39(3/4), 294-308. <https://doi.org/10.1108/03090560510581782>
- Guba, E., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. Teoksessa N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (toim.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 105-117).
-

Thousand Oaks, California: SAGE.

- Habermas, J. (1976). Tieto ja intressi. Teoksessa R. Tuomela & I. Patoluoto (toim.), *Yhteiskuntatieteiden filosofiset perusteet: Osa 1.* (pp. 118-141). Helsinki: Gaudeamus.
- Heath, H. & Cowley, S. (2004). Developing a grounded theory approach: a comparison of Glaser and Strauss. *International Journal of Nursing Studies*, 41(2), 141-150. [https://doi.org/10.1016/S0020-7489\(03\)00113-5](https://doi.org/10.1016/S0020-7489(03)00113-5)
- Holmlid, S. (2009). From interaction to service. Teoksessa S. Miettinen & M. Koivisto (toim.), *Designing Services with Innovative Methods* (pp. 78-97). Keuruu: Otava.
- Holopainen, A., Puusa, A. & Juuti, P. (2020). Grounded theory. Aineistolähtöinen tutkimustapa. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät* (pp. 249-266). Helsinki: Gaudeamus.
- Holton, J. A. & Walsh, I. (2017). *Classic Grounded Theory. Applications with Qualitative & Quantitative Data.* Los Angeles: SAGE.
- Hämäläinen, M. (2014). *Renaissance Entrepreneurship: A Grounded Theory of Entrepreneurial Recycling.* Väitöskirja. Doctoral Dissertations 111. Helsinki: Aalto University.
- Järvinen, J. & Koskinen, I. (2001). *Industrial Design as A Culturally Reflexive Activity in Manufacturing.* Helsinki: Publication series of the University of Art and Design Helsinki UIAH. Haettu osoitteesta (13.5. 2022): <https://www.sitra.fi/app/uploads/2017/02/raportti15-1.pdf>
- Jonas, W. (2007). Design research and its meaning to the methodological development of the discipline. Teoksessa R. Michel (toim.), *Design Research Now: Essays and Selected Projects* (pp. 187-206). Berlin, Boston, Birkhäuser: Walter de Gruyter GmbH.
- Jordan, P. W. (2000). *Designing Pleasurable Products. An Introduction to the New Human Factors.* London and New York: Taylor & Francis.
- Kalanti, T. (2009). *Ruumis ja rauta: Esseitä esineiden sosiaalisuudesta.* Väitöskirja. Helsingin yliopiston sosiologian laitoksen tutkimuksia 259. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Karjalainen, T. K. & Snelders, D. (2010). Designing visual recognition for the brand. *Journal of Product Innovation Management*, 27(1), 6-22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2009.00696.x>
- Keinonen, T. (toim.). (2000). *Miten käytettävyys muotoillaan?* Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Kekäle, J., & Puusa, A. (2020). Realistinen ja konstruktionistinen maailmankäsitys. Teoksessa A. Puusa, & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät* (pp. 41-55). Helsinki: Gaudeamus.
- Khan, S. D. (2014). Qualitative research method: Grounded theory. *International Journal of Business and Management*, 9(11), 224-233. <https://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v9n11p224>
- Kilpinen, E. (2012). Human beings as creatures of habits. Teoksessa A. Warde, & D. Southerton (toim.) *The Habits of Consumption. Collegium Studies across Disciplines in the Humanities and Social Sciences* (pp. 45-69). Helsinki: Helsinki Collegium for Advanced Studies. Haettu osoitteesta (13.5.2022): https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/34221/12_03_kilpinen.pdf?sequence=1
- Kilpinen, E. (2013). Pragmatic Theory of Action. Teoksessa H. LaFollette. *The International Encyclopedia of Ethics.* (pp. 4020-4027). Malden, MA & Oxford: Blackwell.
- Kilpinen, E. (2015). Habit, Action, and Knowledge from the Pragmatist Perspective. Teoksessa U. Zackariasson (toim.) *Action, Belief and Inquiry – Pragmatist Perspectives on Science, Society and Religion* (pp. 157-173). Nordic Studies in Pragmatism 3. Helsinki: Nordic Pragmatism Network.

- Kivinen, O. (2006). Habitukset vai luontumukset? Pragmatistisia näkökulmia bourdieulaistain objektiiviseen sosiologiatieteeseen. Teoksessa S. Purhonen & J. P. Roos (toim.), Bourdieu ja minä. Näkökulmia Pierre Bourdieun sosiologiaan. (pp. 227-265). Tampere: Vastapaino.
- Korvenmaa, P. (2009). Taide & teollisuus: Johdatus suomalaisen muotoilun historiaan. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Koskela, H. (2008). Grounded theory. Opettajien opiskelijakäsitysten analyysiä. Teoksessa E. Syrjäläinen, A. Eronen & V.-M. Värri (toim.), Avauksia laadullisen tutkimuksen analyysiin (pp. 91-110). Tampere: Tampereen yliopistopaino.
- Koskennurmi-Sivonen, R. (1998). Creating a Unique Dress. A Study of Riitta Immonen's Creations in the Finnish Fashion House Tradition. Helsinki: Akatiimi.
- Koskennurmi-Sivonen, R., & Uotila, M. (2006). Käsityö ja muotoilu - tulevaisuuden luksusta! Teoksessa L. Kaukinen, & M. Collanus (toim.), Tekstejä ja kangastuksia. Puheenvuoroja käsityöstä ja sen tulevaisuudesta (pp. 207-224). Hamina: Akatiimi.
- Koskinen, I., Zimmerman, J., Binder, T., Redström, J., & Wensveen, S. (2011). Design Research through Practice: From the Lab, Field, and Showroom. Amsterdam: Morgan Kaufmann.
- Krippendorff, K. (2006). The Semantic Turn. A New Foundation for Design. Boca Raton, FL: CRC Press.
- Kurvinen, E. (2007). Prototyping Social Action. Väitöskirja. Publication series of the University of Art and Design Helsinki A 75. Helsinki: Helsinki Institute for Information Technology.
- Lamminpää, S. (2021). Muotoiluajattelu ja kompleksisuus. Teoreettis-käsitteellinen tutkimus muotoiluajattelun strategisista ja päätöksentekometodologisista mahdollisuuksista. Väitöskirja. Acta electronica Universitatis Lapponiensis 305. Rovaniemi: Lapin yliopisto. <https://lauda.ulapland.fi/handle/10024/64634>
- Latour, B. (2005). Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network Theory. New York: Oxford University Press.
- Leadbeater, C., & Miller, P. (2004). The Pro-Am Revolution. How Enthusiasts Are Changing Our Society and Economy. London: Demos. Haettu osoitteesta (13.5.2022): <https://www.demos.co.uk/files/proamrevolutionfinal.pdf>
- Lizardo, O. (2012). Embodied culture as procedure: Rethinking the link between personal and objective culture. Teoksessa A. Warde & D. Southerton (toim.), The habits of consumption (pp. 70-86). Helsinki: The Helsinki Collegium for Advanced Studies.
- Mattozzi, A. (2010). Semiotic Analysis of Objects: A Model. Teoksessa S. Vihma (toim.) Design semiotics in use. Publication Series A, 100. Aalto Yliopisto, School of Art and Design, Helsinki, pp. 40-68.
- Markuksela, V. (2013). Aisti kuin kala. Etnografia vetouistelun veljeskunnan kilpailukäytännöstä. Väitöskirja. Acta Universitatis Lapponiensis 249. Rovaniemi: Lapin yliopisto. <https://lauda.ulapland.fi/handle/10024/61778>
- Markuksela, V. (2020). Pintaa syvemmälle! vesiympäristö kalastuskilpailukäytännön näyttämönä. Kulutustutkimus.Nyt, 14(1-2), 7-30.
- Martikainen, M. & Haverinen, L. (2004). Grounded theory-menetelmä kasvatustieteellisessä tutkimuksessa. Teoksessa P. Kansanen & K. Uusikylä (toim.), Opetuksen tutkimuksen monet menetelmät (pp.133-157). Jyväskylä: PS-kustannus.
- Mattelmäki, T. (2006). Design probes. Väitöskirja. PublicationSeries of the University of Art and Design A 69. Helsinki: Aalto University. Haettu osoitteesta (13.5.2022): <https://shop.aalto.fi/media/attachments/55d58/mattelmaki.pdf>
- Miettinen S. ym. (toim.) (2011) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiateollisuus ry; Jyväskylän

ammattikorkeakoulu; Savonia-ammattikorkeakoulu; Kuopion muotoiluakatemia; Teknologiainfo Teknova Oy.

- Miettinen, S. & Koivisto, M. (toim.) (2009). *Designing Services with Innovative Methods*. Keuruu: Otava.
- Miettinen, S. & Valtonen, A. (toim.) (2012). *Service Design with Theory*. Rovaniemi: Lapland University Press.
- Mäkelä, J. (1994). Pierre Bourdieu - erottautumisen teoreetikko. Teoksessa R. Heiskala (toim.), *Sosiologisen teorian nykysuuntauksia* (pp. 243-269). Helsinki: Gaudeamus.
- Paavola, S. (2007). Keksimisprosessin abduktiivinen käsitteellistäminen ja todellisuuden vastarinta. Teoksessa H. Veivo (toim.), *Vastarinta/resistanssi: Konfliktit, vastustus ja sota semiotiikan tutkimuskohteina* (pp.104-116). Helsinki: Yliopistopaino.
- Piekkari, R. & Welch, C. (2020). Oodi yksittäistapaustutkimukselle ja vertailun moninaiset mahdollisuudet. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät* (pp. 207-215). Helsinki: Gaudeamus.
- Puusa, A. (2020). Näkökulmia laadullisen aineiston analysointiin. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät* (pp. 145-156). Helsinki: Gaudeamus.
- Puusa, A. & Julkunen, S. (2020). Uskottavuuden arviointi laadullisessa tutkimuksessa. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät* (pp. 189-201). Helsinki: Gaudeamus.
- Puusa, A., & Juuti, P. (2020). Laadullisen tutkimuksen tieteenfilosofinen tausta. Teoksessa A. Puusa, & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät* (pp. 25-40). Helsinki: Gaudeamus.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263. <https://doi.org/10.1177/13684310222225432>
- Redström, J. (2017). *Making Design Theory*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Reinmoeller, P. (2002). Emergence of pleasure: Communities of interest and new luxury products. Teoksessa W. Green S., & W. Jordan Patrick (toim.), *Pleasure with Products: Beyond Usability* (pp. 125-134). London: Taylor & Francis.
- Rytilahti, P. (2020). Pohjoisen muotoilun teoria. Kestävän muotoilun kuluttamisen perusteista. Väitöskirja. Acta electronica Universitatis Lapponiensis 291. Rovaniemi: Lapin yliopisto. <https://lauda.ulapland.fi/handle/10024/64448>
- Ryynänen, T. (2009). Median muotoilema: Muotoilun mediajulkisuus suomalaisessa talouslehdissä. Väitöskirja. Helsingin yliopisto, taloustieteen laitos. Helsinki: kuluttajatutkimuskeskus. <http://hdl.handle.net/10138/152235>
- Schön, D. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. New York, NY: Basic Books.
- Silverman, D. (2013). *Doing Qualitative Research – A Practical Handbook* (4. painos). London: SAGE.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks: SAGE.
- Uotila, M. (2003). Vaatetus filosofiana, tuotesuunnittelu- ja tutkimusalana. Teoksessa R. Koskenurmi-Sivonen & A. Raunio (toim.), *Vaatekirja* (pp. 17-30). Helsinki: Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos.
- Valtonen, A. (2007). *Redefining Industrial Design - Changes in the Design Practice in Finland* Väitöskirja. Publication Series of the University of Art and Design Helsinki A 74. Helsinki: Aalto University.
- Van de Ven, A. & Johnson, P. E. (2006). Knowledge for theory and practice. *Academy of Management Review*, 31(4), 802-821. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.22527385>

Vihma, S. (1998). Ways of interpreting design. Teoksessa P. Korvenmaa, Y. Levanto & P. Strandman (toim.), *No guru, no method?* (pp. 7-13). Helsinki: University of Art and Design Helsinki UIAH.

Åsvoll, H. (2014). Abduction, deduction and induction: can these concepts be used for an understanding of methodological processes in interpretative case studies? *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 27(3), 289-307. <https://doi.org/10.1080/09518398.2012.759296>

Kirjoittajatiedot

Piia Ryttilahti, yliopistonlehtori, palvelumuotoilu (TaT), sähköpostiosoite: piia.rytilahti@ulapland.fi

Kaarina Määttä, professori (emerita), sähköpostiosoite: kaarina.maatta@ulapland.fi



<https://doi.org/10.54333/kulutustutkimus.125337>

Kuluttajan ja vaatteen jaettu toimijuus tanssina kestävyYTEEN

Henna Kettunen, Anna Kouhia ja Minna Autio

ABSTRAKTI

Kuluttajien kestäviä asenteita ja ajattelutapoja vaatteiden hankinnan ja käytön osalta on tutkittu, mutta se, miten vaate materiaalina toimii yhdessä kuluttajan kanssa kestävästi, on saanut vähäisempää huomiota. Tarkastelemme kuluttajien ja vaatteiden yhteistoimijuutta uusmaterialismin viitekehyksessä analysoiden vaatekaapin sisällöstä kertovia kirjoituksia, joissa kuluttajat ovat pohtineet vaatesuhdettaan. Tätä kuluttajan ja vaatteiden vastavuoroista toimintaa tutkitaan "toimijuuden tanssina", jossa analysoidaan kehollisia ja affektiivisia vuorovaikutteisia kohtaamisia. Tutkimus osoittaa, että "tanssin" osapuolet määrittävät toistensa toimijuutta ja voivat muuttua arvaamattomasti. Tanssin vaiheet, aina tanssiinkutsusta sen päättymiseen, ilmentävät vaatekulutuksen monimuotoisuutta ja ajallista kiertokulkua vaatteiden hankkimisesta niiden hävittämiseen, mikä tuo esiin kestävyYden kannalta kriittisiä hetkiä arjessa. Kosketus vaatteeseen, vuorovaikutuksen herättämät tunteet sekä käyttötilanteet muovaavat vuorovaikutuksen muotoja, jolloin esimerkiksi kiintymys vaatteeseen lisääntyy tai vaate hylätään sen kuluessa tai rikkoutuessa. Tanssin taukopaikat, kuten "passiivivarastoon" unohtuneet vaatteet, tulisi nostaa kestäväYn vaatekulutuksen edistämisessä lähempään tarkasteluun.

Johdanto

Vaatteiden kuluttaminen on kestävyYden kannalta monin tavoin ongelmallista. Vaateteollisuuden osuus maailmanlaajuisista ilmastovaikutuksista on noin kahdeksan prosenttia (Quantis, 2018)¹. Erityisesti pikamuotia on pidetty yhtenä merkittävänä muotiteollisuuden kestävyYsongelmana, koska sen perustana ovat nopeasti vaihtuvat mallistot sekä alhaiset tuotantokustannukset ja kuluttajahinnat (Fletcher, 2010; Niinimäki ym., 2020). Pikamuodin ostaminen ja rakenteet ovat osa vaatteiden kulutuksen käytäntöjä, ja ne ohjaavat kuluttajia kestävättömiin kulutustottumuksiin. Noin 26 prosenttia kuluttajien hylkäämistä vaatteista päättyy suoraan jätteeksi (Daystar ym., 2019), ja vaatteiden peseminen kasvattaa

¹ Vaateteollisuus käyttää materiaalisia resursseja ja energiaa ja tuotannosta syntyy ympäristömyrkköjen lisäksi yli 90 miljoonaa tonnia jätettä vuodessa (Sajin, 2019). Euroopan ympäristökeskuksen (EEA, 2014) arvion mukaan vuosina 1996–2012 ostettujen vaatteiden määrä henkilöä kohden EU:ssa kasvoi 40 prosenttia ja samalla yli 30 prosenttia eurooppalaisten vaatteista on ollut vähintään vuoden käyttämättä.

vaatteiden ympäristökuormaa (Sohn ym., 2021). Samanaikaisesti erityisesti nuoret kuluttajat ovat tietoisempia kestävästä vaatteiden kuluttamisesta ja pyrkivät myös toimimaan kestävien periaatteiden mukaisesti, vaikka arjen rakenteet eivät aina mahdollistakaan toimintaa (Diddi ym., 2019; Goworek ym., 2013; Valkola & Räisänen, 2019).

Vaatekulutuksen muuttaminen vastuullisemmaksi on haastavaa, koska vallitseva talousjärjestelmä tuottaa systeemisiä ongelmia (Brooks ym., 2017; Fletcher, 2010). Haasteita lisää vaatekulutuksen arkipäiväisyys, sillä pukeutuminen on osa kuluttajan päivittäisiä toimintoja, joissa vaatteilla on sosiaaliseen viestintään, ilmaisuun ja esteettisyyteen liittyviä merkityksiä (Johnson ym., 2008; Lundblad & Davies, 2016). Kuluttajan arjen käytäntöjen, sekä laajemmin koko vaatteiden kuluttamisen systeemin kestävyyskannalta olennaista on ymmärtää, että kuluttajat eivät toimi tyhjiössä, vaan yhdessä sosiaalisen ja materiaalsen ympäristön kanssa (Evans, 2018). Vaatteet ovat siis myös aktiivisia toimijoita, jotka voivat vaikuttaa ympäristöönsä ja muihin toimijoihin monin tavoin. Vaatteet voivat esimerkiksi lämmittää ihmisen kehoa tai kutistua pesussa. Vaatteen materiaali viestii ympäristölleen fyysisellä, materiaalisella olemuksellaan (Agoe, 2021; Cappetta & Gioia, 2013) ja merkityksillään (Chamberlin & Callmer, 2021; Mellander & Petersson McIntyre, 2021), joita ihminen moniaistillisesti havainnoi (Evans, 2018; Markuksela & Valtonen, 2019; Palmsköld, 2015).

Keho ja tunteet sekä ajatukset ovat Wetherellin (2012) mukaan pukeutumisessa vuorovaikutteisesti läsnä. Kestävä vaatteiden kulutuksen kannalta merkittävää eivät siten ole ainoastaan tavat, joilla vaatteita ”kulutetaan” (mm. ostopäätökset, peseminen, kierrättäminen: McLaren ym., 2015; Niinimäki, 2010), tai vaatteen materiaaliset ominaisuudet (mm. kuidut, ompeleet, miten ja missä vaate on valmistettu: Hunter, 2009), vaan myös se, miten materiaalit ja kuluttaja yhdessä toimivat (Evans, 2018; Mattila ym., 2019). Kuluttajien on tärkeää oppia tulemaan tietoisemmaksi toiminnastaan ja vuorovaikutuksestaan materiaalien kanssa (Janhonen ym., 2020).

Vaatteiden kuluttamisen käytäntöjä on aiemmin tutkittu muun muassa vaatteista luopumisen (Eike ym., 2022; Laitala, 2014; Mellander & Petersson McIntyre, 2021) ja korjaamisen (Durrani, 2019; Laitala & Klepp, 2018) näkökulmista. Myös materiaalin aktiivisen toimijuuden tarkastelu on vahvistunut uusmaterialismin myötä kulutustutkimuksen kentällä (Borgerson, 2013). Tutkimuksissa on tarkasteltu esimerkiksi tuholaishyönteisten toimijuutta kestävyysmuutoksissa (Contesse ym., 2021), elävän hevosen ja hevosen lihan toimijuutta (Syrjälä ym., 2016) sekä digitaalisten laitteiden ja applikaatioiden aktiivista roolia eettisessä kulutuksessa (Fuentes & Sörum, 2019). Myös ruokahävikin materiaalisuutta on tutkittu kestävä toimijuuden näkökulmasta (Mattila ym., 2019). Vaikka Vesterinen ja Syrjälä (2022) ovat painottaneet vaatteiden käytön (*usage*) kestävyystutkimusta, vaatteiden ja kuluttajan materiaalsen toimijuuden vastavuoroisena ja tilanteisesti muuttavana suhteena ei ole noussut kestävyystutkimuksen keskiöön. Lähdemme siitä oletuksesta, että olisi ymmärrettävä analyttisemmin kuluttajien ja vaatteiden

tapoja vuorovaikuttaa sekä toimia yhdessä, jotta voidaan ratkaista kestävään kulutukseen liittyviä haasteita sekä mahdollistaa kuluttajien kestävä toiminta. Vuorovaikutuksen ymmärtäminen on olennaista koko vaatekulutuksen systeemin kestävyuden edistämiseksi, kuten uusia kiertotalouteen liittyviä sovelluksia ja palveluita (esim. Antikainen ym., 2021) kehitettäessä.

Tutkimuksessa tarkastellaan sitä, miten vaate ja kuluttaja toimivat vuorovaikutuksellisesti yhdessä ja millaisia merkityksiä toiminnalla on kuluttajille. Tutkimme kuluttajan ja vaateen (jaettua) toimijuutta uusmaterialismin näkökulmasta (mm. Bennett, 2010; Borgerson, 2013), ja avaamme vaatteiden kulutuksen kriittisiä hetkiä, kuten sitä, milloin, miten ja miksi vaate päättyy pesuun tai unohtuu käyttämättömänä vaatekaapin perukoille. Tarkastelumme tuottaa ymmärrystä siitä, millaiset tilanteet ja arkiset toiminnot kuluttajan ja vaateen välisessä vuorovaikutuksessa estävät tai edistävät kestävästä vaatteiden kuluttamisesta. Sovellamme analyysissä Pickeringin (2017) ”toimijuuden tanssia” (*the dance of agency*), jonka kautta tarkastelemme ihmisen (kuluttajan) ja vaateen eloisaa yhdessäoloa, jossa tilanteet ovat nopeasti muuttuvia ja arvaamattomia.

Ihmisen ja materian toimijuudet uusmaterialistisesta näkökulmasta

Materiaalit ovat eläväisiä, muokkautuvia ja muuttuvia kuluttamisen yhteydessä, eivätkä aina toimi kuluttajan odotusten mukaisesti. Tätä materiaalien elävyyttä on tarkasteltu uusmaterialistisessa suuntauksessa, jossa materiaalit nähdään aktiivisina toimijoina, jotka välittävät ja muokkaavat samalla myös inhimillisiä suhteita (Bennett, 2010; Borgerson, 2013; Epp & Price, 2010). Toimijuus ymmärretäänkin nykyään laajana ja kompleksisena ilmiönä, jolle Jane Bennettin (2010, 34) mukaan on monia määritelmiä ja tulkintoja. Yksilölähtöisissä ajattelutavoissa toimijuus on käsitetty ihmisen ominaisuudeksi, johon kuuluvat ainakin jossain muodossa toiminnan toistaminen, uuden toiminnan keksiminen tai luominen sekä toiminnan arviointi (Emirbayer & Mische, 1998; Glăveanu, 2015). Toimijuus voidaan nähdä myös sosiaalisesti ja kulttuurisesti rakentuvana, jolloin kuluttajaa ei tulkita yksilönä ja itsenäisenä toimijana (Kylkilähti, 2018), vaan toimintaa ohjaavat yhteiskunnalliset rakenteet (esim. sosiaaliluokka, sukupuoli). Yksilötoimijuuteen nojaavat käsitykset sivuuttavat toimijaa ympäröivän maailman merkitykset, jolloin huomiotta jäävät ympärillä olevien materiaalien ja muun ympäristön vastavuoroisuus inhimilliseen toimintaan (Borgerson, 2013). Tällaista ihmisen asettamista muun luonnon yläpuolelle on pidetty yhtenä merkittävänä tekijänä kestävämpään elämäntapaamme (mm. Bennett, 2010; Ferrando, 2016; Tschakert ym., 2021).

Uusmaterialismissa toimijuuden käsite pätee myös ei-inhimilliseen materiaan, vaikka materian toimijuuden ei aina katsota olevan ihmisen toimijuuden tavoin tarkoituksellista (Borgerson, 2013; Epp & Price, 2010). Ihmisen ja ei-inhimillisen materian toimijuuksien ”voiman” (*power*, Bennett, 2010, 108–109) välillä voidaan

havaita epätasapainoa (Bennett, 2010; Syrjälä ym., 2016), esimerkiksi kalalla ei ole suuria mahdollisuuksia vastustaa kalastusprosessiin osallistumista (Markuksela & Valtonen, 2019), eikä vaatteella liioin kuluttajan toimintaa. Toisaalta Syrjälä ja kollegat (2016) havaitsivat implisiittistä intentionalisuutta myös ei-elävällä eläimellä ihmisen ja materian välisissä suhteissa. Tutkimuksessa elävän hevosen ja hevosenlihan toimijuudet ilmenivät samankaltaisina, ja ne vaikuttivat ihmisten toimintaan ja näkemyksiin hevosenlihan syömisestä samantapaisesti (mt.). Vaate on hevosenlihan tavoin ei-elävä materiaali; tosin vaate on ihmisen valmistama, ja sen elävyys on voinut toteutua vain vaateen materiaalin kautta, esimerkiksi puuvillan kasvamisena ja yhteyttämisenä. Silti myös vaate voi vaikuttaa ihmisen toimintaan ja näkemyksiin monin tavoin.

Toimijuutta ei voida paikantaa yksittäisiin entiteetteihin, vaan se ilmenee toimijoiden välisissä merkitysten ja materiaalisuuksien verkostoissa (Bennett, 2007; 2010; Bettany & Kerrane, 2011; Borgerson, 2013; Epp & Price, 2010; Glăveanu, 2015). Siten toimijuutta koskevissa tutkimuksissa tulisi Contessen ja kollegoiden (2021) mukaan keskittyä tarkastelemaan toimijoiden välisten suhteiden ja vuorovaikutuksen dynamiikkaa. Koska materiaalit ovat välttämätön, erottamaton osa elämää, tulisi meidän oppia toimimaan ja vuorovaikuttamaan materiaalien kanssa ekologisesti, taloudellisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävämmällä tavalla (mm. Bennett, 2010). Kestävämpi elämä edellyttää vuorovaikutteista ja muokkautuvaa käsitystä materiasta ja ihmisen materiaalisuhteista (mm. Bennett, 2010; Evans, 2018; Jacobsen & Hansen, 2019). Tieto materiaalien käyttäytymisestä kuluttajan toiminnan yhteydessä kotitalouksissa on Hornen, Mallerin ja Lanen (2011, 89) mukaan kestävyystutkimuksessa kuitenkin vielä melko vähäistä. Näkökulma materiaalien roolista kotitalouksien arjen toiminnassa on erittäin tärkeä, jotta päivittäisiä toimintoja voidaan ymmärtää ja siten muuttaa (Evans, 2018).

Kuluttajan ja materian vastavuoroista suhdetta voidaan tarkastella esineistä huolehtimisena, jossa materiaalit nähdään arjen sujuvuuden edellytyksinä ja vastaavasti ihmisen asianmukainen ja hoivaava toiminta materiaalien toimivuuden edellytyksenä (Meißner, 2021). Vaatteet ovat välttämättömiä ihmiselle, ja ihminen voi toiminnallaan ylläpitää vaateen hyvää kuntoa (Laitala & Klepp, 2018) tai toisaalta pilata sen (Gwilt, 2020). Vaatteet voidaan kokea osana ”minää” (Mellander & Petersson McIntyre, 2021), ja ne voivat herättää kuluttajassa erilaisia tunteita, kuten iloa tai merkityksellisiä muistoja tai odotuksia tulevasta (Chamberlin & Callmer, 2021; Mellander & Petersson McIntyre, 2021). Toisaalta sekä vaate että kuluttaja voivat muuttua ennalta-arvaamattomasti. Vaate saattaa esimerkiksi kulua tai kuluttajan keho muuttua, mikä voi saada kuluttajan luopumaan vaatteesta (Eike ym., 2022; Mellander & Petersson McIntyre, 2021). Ihmisen ja materian välinen suhde ei Svenssonin (2012) mukaan usein olekaan ennustettavissa, mikä osaltaan ohjaa ilmiön syvällisempään tutkimiseen.

Kuluttajan ja materian välinen jaettu toimijuus

Yhteistoimijuutta on kuvattu tutkimuskirjallisuudessa muun muassa jaetun toimijuuden (*distributed agency*, Bennett, 2010), kokoonpanojen (*assemblages*, Fuentes & Sörum, 2019) tai toimijaverkostojen (*actor-networks*, Latour, 2005) käsitteillä. Gläveanun (2015) määritelmän mukaan jaettu toimijuus tai yhteistoimijuus (*co-agency*) rakentuu intentionaalisuudesta, (uudelleen) toiminnasta ja refleksiivisyydestä. Yhtenäisenä järjestelmänä toimija ja hänen (sosiaalinen ja materiaallinen) ympäristönsä muokkaavat toisiaan syklisessä liikkeessä näiden osa-alueiden välillä. Samalla sosiaaliset ja aineelliset rajoitteet antavat reunaehdot sille, mitä toimijat voivat tehdä (mt., 261). Vaatteiden kulutuksen kontekstissa yhteistoimijuutta kuvaa esimerkiksi Woodwardin (2007, 17–18; 22) kuvailema esimerkki, jossa kenkien korkeat korot voivat tuoda kantajalleen itsevarmuutta ja muuttaa ryhtiä, mutta tilanne muuttuu päinvastaiseksi jalan murtuessa koron katkeamisen seurauksena. Esimerkkiä voisi jatkaa kuvailemalla, kuinka korko katkesi tiessä olevan kuopan takia ja kuinka kuluttaja pyrki jatkamaan mieleisten kenkiensä elinkaarta korjauttamalla koron. Siten kenkä muutti kuluttajaa ja kuluttaja kenkää, mutta samalla sosiaalinen ja materiaallinen ympäristö osallistui prosessiin.

Pickering (2017) on lisännyt uusmaterialistisiin näkökulmiin analyysin ihmisten kytkeytymisestä eloisaan maailmaan. Tätä Pickering (2017, 136) kutsuu ”toimijuuden tanssiksi” – *the dance of agency* (myös Markuksela & Valtonen, 2019; Mattila ym., 2019), jolla hän kuvaa ihmisten toimimista maailmassa ja maailman vaikutuksia ihmisiin kaikkien osapuolten muuttuessa, arvaamattomasti ja dynaamisesti. Materiaalit nähdään tässä toimijoina, jotka ovat sijoittuneet ja nousevat esiin ollessaan yhteydessä muiden toimijoiden kanssa (mt.). Esimerkiksi vaatteiden toimijuus ilmenee, kun se on kuluttajan kanssa tekemisissä, kuten kengän hiertäessä jalkaan rakon. Osapuolten muuttuminen ilmentää jaetun toimijuuden konteksti- ja tilannesidonnaisuutta, jolloin prosessi on aina jossain määrin ennustamaton (vrt. Gläveanu, 2015).

Sittemmin Mattila ja kollegat (2019) ovat hyödyntäneet toimijuuden tanssin metaforaa analysoidessaan ruokahävikin vähentämisen käytäntöjen ajallista ulottuvuutta ja näihin käytäntöihin osallistuvien osapuolten jakaantunutta toimijuutta. Tutkimuksessa ruoan materiaalisuus ja kuluttajien ruumiillistuva tieto toimivat yhdessä potentiaalisen ruokahävikin vähentämistä mahdollistaen ja rajoittaen (mt.). Seuraavassa sovellamme Pickeringin (2017) kehittämää toimijuuden tanssin metaforaa tarkastellessamme vaatteiden ja kuluttajan välistä jaettua toimijuutta sekä vuorovaikutuksen luonnetta.

Aineisto ja menetelmät

Analysoimme yhteistoimijuutta opiskelijoiden kirjoittamien vaatekaapin inventaario -oppimistehtävien kautta. Tekstiaineisto (yht. n. 9200 sanaa) on kerätty käsityönopettajien maisterivaiheen opintojaksolla, jossa teemana olivat kestävyys,

kuluttajuus ja käsityötiede. Oppimistehtävässä opiskelijoiden tuli inventoida oma vaatekaappinsa ja verrata tuloksia aikaisempien vuosien tutkimustuloksiin suomalaisten keskimäärin omistamien vaatteiden määrästä hyödyntäen Lehtisen ja Aallon (2018, 35–44) raporttia kohtuullisen minimin viitebudjetista sekä Valkolan (2018) maisterintutkielmaa käsityönopeettajaopiskelijoiden vaatemääristä ja kulutustottumuksista. Teksteissä opiskelijat kommentoivat vaatekaappinsa sisältöä suhteessa edellä mainittuun kirjallisuuteen ja kertovat esimerkiksi vaatteidensa alkuperistä, käyttötarkoituksista tai itselleen merkityksellisistä tai epämieluisista vaatteista.

Oppimistehtävän myötä opiskelijat ovat itse kohdanneet vaatteidensa materiaalisuuden koskettamalla ja tarkastelemalla jokaista vaatekappalettaan, jolloin kertomukset ovat muodostuneet vuorovaikutuksellisessa suhteessa vaatteisiin sekä niiden herättämiin affekteihin. Opiskelijat antavat vaatteille ”äänen” kertomalla vaatteiden elinkaaresta, vaikutuksista ja merkityksistä, jolloin kirjoitukset ilmentävät vaatteiden aktiivista toimijuutta. Opintojaksolle osallistuneesta 23 opiskelijasta 18 myönsi tutkimusluvan kirjoitelmansa hyödyntämiseen tutkimusmateriaalina. Opiskelijoiden nimet on muutettu tutkimusta varten pseudonyymeiksi.

Enemmistö kirjoittajista on naisia (n=17), mikä on leimallista käsityönopeettajaopiskelijoille. Opiskelijat ovat iältään 23–43-vuotiaita. Aineistoa luettaessa on huomioitava, että käsityönopeettajaopiskelijoilla voidaan olettaa olevan erityinen suhde vaatteisiin ja materiaaleihin, joka ilmenee aineistosta esimerkiksi taitoina muokata ja työstää tekstiilejä. Suhde materiaaliin on Kouhian ja Laamasen (2014, 17) mukaan käsityön teossa välitön ja väistämätön, vaikka myös materiaali voi muuttaa ja muokata prosessia. Lisäksi aineiston erityisyys ilmenee ainakin jossain määrin käsityönopeettajaopiskelijoiden valmiuksissa reflektoida kestävästä vaatteiden kulutusta kriittisesti ja monisyisesti (Valkola & Räisänen, 2019). Tämän tutkimuksen kannalta on perusteltua tutkia kestävästä vaatteiden kulutuksen osalta osaavia kuluttajia, sillä tutkimuskohde on kuluttajien kestävä materiaalisuhde. On syytä kuitenkin todeta, että opiskelijoiden vaatemäärät (keskimäärin 284 kappaletta) vastaavat pääosin suomalaisten keskimäärin omistamien vaatteiden määriä. Vaatemääriä on kuitenkin tilastoitu melko vähän (ks. Lehtinen & Aalto, 2018, 36), ja määrät ovat suuntaa-antavia.

Aineistoa tulkitaan kuluttajien kokemusmaailmaa kuvaavina kulttuurisina tarinoina (mm. Andrews ym., 2007; Rustin, 2000). Aineiston luennassa tarkasteltiin materiaalin toimijuutta kuvaavia ilmaisuja sekä hahmoteltiin kertomuksia yhdistäviä, vaatteiden kuluttamiseen liittyviä tarinoita. Samaan teemaan liittyviä toistuvia ilmaisuja yhdisteltiin eri kertomuksista aluksi luokkiin ja alaluokkiin teemoittelemalla (Ryan & Bernard, 2003). Ilmaisuja sijoitettiin myös useampaan eri luokkaan, mikä kuvaa ilmiön kerroksellisuutta ja vaatteiden toimijuutta. Aineistositaatteja käytetään kuvaamaan jaetun toimijuuden hetkiä, eikä analyysissä niinkään keskitytty luokittelemaan aineistoa tarkkarajaisesti. Vaikka opiskelijoiden kirjoitukset ovat muodostuneet vuorovaikutuksessa vaatteiden kanssa, voidaan

kirjallinen aineisto nähdä rajoittavana tekijänä vuorovaikutuksen kaikkien nyanssien ja materian käyttäytymisen ymmärtämisessä. Toisaalta kirjallisten aineistojen käyttö sopii Mattilan ym. (2019) mukaan ihmisten ja materiaalien välisten suhteiden tarkasteluun, eikä uusmaterialistisen tutkimuksen toteutukselle ole erityisiä sääntöjä (Schadler, 2019).

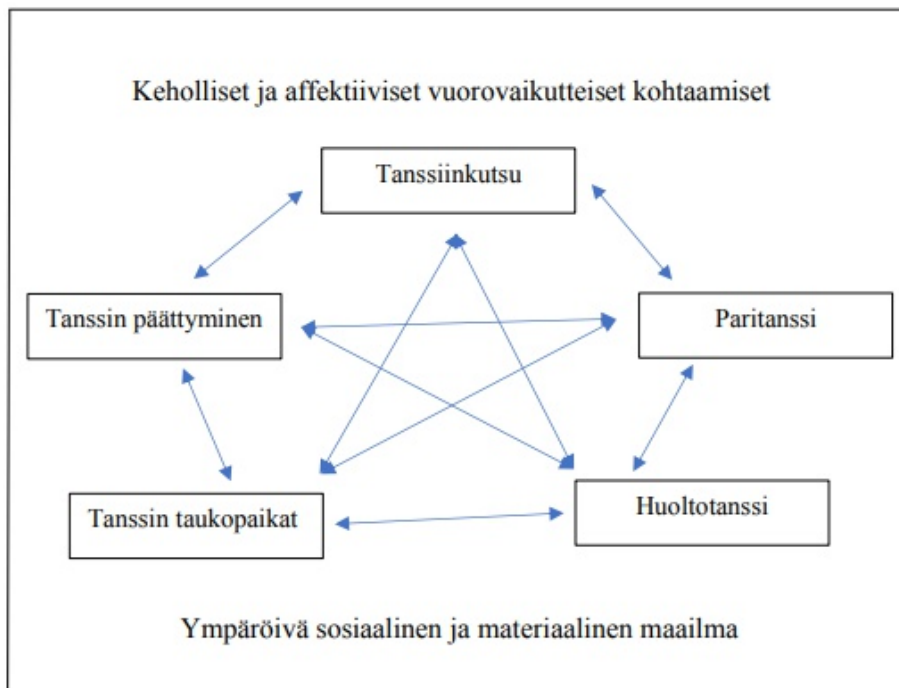
Analysoitaessa tekstejä vaatteiden toimijuuden sekä vaateen ja kuluttajan välisen jaetun toimijuuden näkökulmista huomattiin, että toimijoiden välille rakentuu vuorovaikutuksellinen suhde, jossa vaate muovaa kuluttajan toimintaa ja kuluttaja puolestaan muuttaa vaateen toimintaa. Keskinäisen toimijuuden tarkasteluun soveltui "toimijuuden tanssi", jossa ihmiset ja materiaalit toimivat ympäröivässä maailmassa edestakaisessa dynaamisessa prosessissa, ja jossa osapuolten toiminta saattaa muuttua arvaamattomasti ja nopeasti (Pickering, 2017). Näin analyysin keskiöön nousivat kehollisuus eli vaateen materiaalisuuden ja kuluttajan kehon vuorovaikutus ja muutokset sekä vuorovaikutuksessa heräävät kuluttajan affektiiviset kokemukset, joissa Wetherellin (2012, 13–14) mukaan keho kietoutuu yhteen tunteiden ja ajatusten, vuorovaikutusmallien ja -suhteiden, narratiivien, sosiaalisten suhteiden, henkilökohtaisen historian sekä elämäntapojen kanssa. Sosiaalinen ja aineellinen kietoutuvat yhteen monimutkaisilla tavoilla myös silloin, kun kehoa teoretisoidaan materiaalisuuden kontekstissa, mutta ilmiön ymmärtäminen on vielä vaillinaista (Mattila ym., 2019). Seuraavassa tarkastelemme analyysin tuloksia lähemmin.

Tulokset

Vaateen ja kuluttajan vuorovaikutuksen aktiivisuus ja kohtaamisten luonne vaihteli analyysin perusteella tilanteisesti, mistä muodostui "toimijuuden tanssin" (ks. Pickering, 2017) askeleet taukoineen: 1) Tanssiinkutsu 2) Paritanssi 3) Huolto 4) Tauot sekä 5) Tanssin päättyminen. Tanssiinkutsu kuvastaa hetkeä, jolloin kuluttaja valitsee vaateen esimerkiksi vaatekaapista tai kaupasta, paritanssissa vaate on kuluttajan yllä ja huollon aikana vaate on esimerkiksi pesussa tai korjattavana. Tauot kuvaavat vaiheita, joissa vaate odottaa käyttämättömänä kaapissa tai vaikkapa pesukorissa. Tanssin päättymisellä kuvastetaan vaatteesta luopumista. Vaateen ja kuluttajan jaettua toimijuutta tarkasteltiin tutkimuksessa kyseisten vaiheiden kautta, jotta ilmiötä voitiin jäsentää ja siinä tapahtuvia muutoksia ja vaateen liikettä kodin arjessa kuvata analyttisesti. Vaiheissa on samankaltaisia piirteitä, mutta eronteot mahdollistavat kestävästä kulutuksesta kriittisten hetkien tunnistamisen, mikä oli tämän tutkimuksen kannalta merkittävää.

Vaateen ja kuluttajan jaettua toimijuutta, muodostettuja vaiheita sekä vaiheiden välisiä suhteita kuvataan kuviossa 1. Kuviossa nuolet kuvaavat vaateen ja kuluttajan jaettua toimijuutta vaiheina, jotka voivat vaihtua toisiin eri tahdeilla dynaamisesti, jatkuvasti ja elävästi. Liike, jota kuvion nuolet kuvaavat, näyttäytyy kaksisuuntaisena *tanssiinkutsun*, *paritanssin*, *huollon*, *tauojen* sekä *tanssin päättymisen* välillä; kuitenkin siten, ettei tanssin päättyminen johda uudestaan kutsuun samaan tanssiin, vaan kuluttajan ja materian tanssi voi jatkua joko jossain

toisessa yhteydessä uutena tanssina tai vaihtoehtoisesti vanhan vaateen poistuessa tanssista ja korvautuessa uudella.



Kuvio 1. Vaateen ja kuluttajan jaettu toimijuus vaatteiden kulutuksessa.

Vaateen ja kuluttajan jaetussa toimijuudessa keskeistä on analyysin perusteella kehollisuus, jolla tarkoitetaan tässä kehollista ja materiaalista vuorovaikutusta – vaateen ja kuluttajan kehon kosketusta, yhteensopivuutta tai -sopimattomuutta, vaateen materiaalisuutta (rakenne, tyyli, muoto, värit ja käyttöhistoria: Woodward, 2007, 65) sekä materiaalisia ja kehollisia muutoksia. Nämä kohtaamiset ja muutokset välittyvät kuluttajalle aistien kautta (vrt. Evans, 2018; Markuksela & Valtonen, 2019; Palmsköld, 2015). Analyysin perusteella kohtaamiset ja muutokset voivat saada aikaan toimintaa, uusia muutoksia, ja kuluttajassa myös affektiivisiä vaikutuksia, kuten tunteiden ja ajattelutapojen muutoksia. Muutokset kuluttajan ajattelutavoissa ja tunteissa voivat jälleen muuttaa toiminnan suuntaa ja saada aikaan esimerkiksi materiaalisia muutoksia.

Jaettu toimijuus näyttäytyy analyysissä konteksti- ja tilannesidonnaisena, jota toimijuuden tanssin vaiheet kuvaavat. Vaateen ja kuluttajan vuorovaikutuksen aktiivisuus ja luonne vaihtelevat eri tilanteissa. Kehollinen vuorovaikutus on aktiivisimmillaan vaateen ollessa jatkuvassa kosketuksessa kuluttajan kehoon, toisin sanoen vaateen ollessa kuluttajan yllä "Paritanssissa". Muissa tanssiaskelten vaiheissa kosketus on lyhytaikaisempaa tai vaikuttaa taustalla aikaisempina kokemuksina. Vaiheet ovat liukuvia ja dynaamisia, eivätkä niiden rajat ole tarkkaan määriteltävissä. Vaatteella on aina potentiaalia päätyä mihin tahansa tanssin vaiheeseen (vrt. potentiaalinen ruokahävikki, Mattila ym., 2019), mitä kaksisuuntaiset nuolet kuviossa 1. kuvaavat. Usein vaiheen muuttumiseen liittyy tauko, jossa vaate odottaa vaihtelevan pituisen ajan. Siirtymät vaiheiden välillä

voivat tapahtua kehollisuuden ja affektiivisuuden seurauksena, mutta myös muut jaettuun toimijuuteen osallistuvat tekijät ohjaavat liikettä (ks. Kuvio 1.). Seuraavassa tanssin vaiheita käsitellään vaihe kerrallaan tarkemmin.

Tanssiinkutsu

Tanssiinkutsu ilmentää analyysissa vaatteen valintahetkeä eli sitä, mistä vaatteista tulee potentiaalisia vaatekaapin ”käyttövaatteita” ja mitkä lopulta päätyvät kuluttajan ylle. Vaatteen materiaalisuus oli tiiviisti sidoksissa siihen, millaista käyttötarkoitusta varten vaatetta oltiin valitsemassa. Materiaalisuudellaan vaate saattoi yhtäältä houkutella, toisaalta työntää luotaan. Opiskelijat valitsivat vaatteen punniten eri vaihtoehtoja esimerkiksi kontekstin, vaatteen herättämien affektien, kehollisten tuntemusten, oman mielialan tai aiempien vaatteen kanssa koettujen kokemusten mukaan. Kehollismateriaalinen vuorovaikutus vaatteen ja käyttäjän välillä vaikuttanee siis myös vaatteita hankittaessa ja valittaessa. Ympäröivä sosiaalinen ja materiaalinen maailma osallistuu aktiivisesti ”tanssiin kutsumisiin”, esimerkiksi säätila (vrt. Markuksela & Valtonen, 2019), harrastukset tai muut päivittäiset toiminnot ohjaavat valintoja:

”Koen myös, että mielialalla on vaikutusta vaatemäärään, sillä ainakin itse haluan pystyä muuntautumaan ja pukeutumaan oman fiilikseni mukaan. Tähän en pystyisi muutamalla vaate kokonaisuudella. Erilaisia tilanteita voi olla myös päivän aikana useita, joihin tarvitsee erilaisia vaatteita kuten itse haluan olla eri vaatteissa koulussa tai töissä kuin kotona. Urheilen myös paljon, joten urheiluvaatteille on tarvetta erilaisissa urheiluisissa.” (Vilja, 23-vuotias)

Nämä toimijuuden tanssiin osallistuvat ja sitä määrittelevät reunaehdot ohjasivat osin, minkälaisia vaatteita hankittiin sekä miten usein hankittuja vaatteita kutsuttiin tanssiin. Moni kirjoitti esimerkiksi vuodenaikojen merkityksestä erilaisten vaatteiden tarpeeseen. Siten erilaisia vaatteita on vaihtuvien tarkoitusten vuoksi oltava riittävä määrä. Tämä kuvaa vaatteen ja kuluttajan tiiviisti yhdessä tapahtuvaa ilmaisua sekä vaatteen kykyä mahdollistaa sosiaalinen osallistuminen ja arjen erilaiset toiminnot (Woodward, 2007, 9–30; 154; 156). Vastaavasti opiskelijat pohtivat, kuinka koronapandemian aikana sosiaaliset tilanteet ja kohtaamiset ovat karsiutuneet minimiin, jonka myötä erilaisten vaatteiden tarpeen havaittiin vähentyneen. Tanssiinkutsusta siirrymme tarkastelemaan kuluttajan ja vaatteen yhteistä paritanssia.

Paritanssi

Vaate ja kuluttaja ovat aktiivisesti kosketuksissa toisiinsa vaatteen ollessa kuluttajan yllä. Paritanssissa vaate ja kuluttaja ovat analyysin perusteella tiiviisti yhdessä, suhdetta luoden ja reagoiden aktiivisesti kosketukseen. Erityisesti paritanssissa koetut tapahtumat ja muutokset johtavat usein tanssin vaiheen vaihtumiseen ja vaikuttavat muiden vaiheiden taustalla. Kuluttaja voi esimerkiksi kokea vaatteen ”istuvan huonosti”, jolloin vaate saattaa jäädä käyttämättä (Eike ym., 2022). Kuluttaja reflektoi aktiivisesti kehon ja vaatteen yhteensopivuutta tai

-sopimattomuutta eli sitä, miltä vaate tuntuu ja näyttää päällä (Woodward, 2007, 67–68). Vaatteen sopivuus omaan kehoon koettiin tärkeäksi: *”Esteettisyys on tietenkin tärkeää, mutta ei en pukisi kaunista vaatetta päälle, jos se tuntuisi huonolta.”* (Stina, 34-vuotias). Merkityksellisiä, hyvin kehon kanssa yhteensopivia vaatteita sekä aktiivista vaatteiden kanssa yhdessä olemista kuvaa myös seuraava aineistositaatti:

”Saan vaatekaapin järjestelystä ja pukeutumisesta iloa. Korjaaminen, kirpputoristokset ja sukulaisilta periminen tuottavat iloa ilman suurta taloudellista panosta. Vaatekaapissa on yksi hame ja mekko, jotka olen itse tehnyt, ja kaksi toisten käsin tekemää kesämekkoa. Sanoisin, että mittojeni mukaan tehdyt mekot ovat vaatekaappini aarteita. En säilö niitä, vaan käytän niitä kesäisin.” (Essi, 35-vuotias)

Kun opiskelija on ollut alusta lähtien kosketuksissa vaatteen materiaaleihin ja kokenut itse vaatteen ”syntymisen” käsityön prosessin kautta, voi suhteesta muodostua erityisen merkityksellinen. Myös oma työpanos ja käsityön arvostus voivat lisätä itse tehdyn vaatteen arvostusta (Pöllänen & Weissmann-Hanski, 2020). Yllä oleva aineistositaatti kuvaa myös kehollisen vuorovaikutuksen ja vaatteen materiaalisuuden affektiivisia vaikutuksia. Vaatteiden kanssa toimiminen ja vaatteiden kohtaaminen tuo iloa, vaate saa aikaan arvostusta, opiskelija kokee vaatteen merkityksellisenä ”vaatekaapin aarteena” ja sitoutuu vaatteen käyttämiseen. Aktiivisen vuorovaikutuksen yhteydessä voi syntyä merkityksellisiä yhteisiä kokemuksia, jotka Niinimäen ja Armstrongin (2013) mukaan voivat vahvistaa vaatteen ja kuluttajan välistä suhdetta.

Vaikka vaatteella on monia merkityksiä fyysisen suojaamisen lisäksi (Johnson ym., 2008; Lundblad & Davies, 2016), on suojaaminen olennainen osa paritanssia. Kosketuksissa kuluttajan kehoon vaate saa kehossa aikaan lukuisia muutoksia. Opiskelijoiden kirjoituksissa vaate saattoi esimerkiksi lämmittää, haihduttaa hikeä tai hiostaa ja mahdollistaa arjen toiminnot sosiaalisine osallistumisineen. Toisaalta sekä vaate että kuluttaja voivat myös muuttua arvaamattomalla tavalla, vaate esimerkiksi kuluu ja likaantuu:

”Itsellä menee töissä ollessa sukkia työpäivän aikana jo kolmet, jos illalla vielä sellainen treeni, jossa ollaan kengillä, menee vielä yhdet lisää. En pärjäisi mitenkään tuolla kuluttajatutkimuksen kohtuullisella määrällä, jossa sukkien lisäksi leggarit ja sukkahousut mahtuvat tuohon lukuun 20.” (Krista, 39-vuotias)

Aktiivisesti kehon kanssa kosketuksessa olevat sukat helposti hikoavassa kohdassa kehoa muuttuvat nopeasti, etenkin kuluttajan ollessa fyysisesti aktiivinen. Kastunut, ehkä tuoksahtava sukka mielletään likaiseksi (vrt. Jack, 2013), ja se voi tuntua epämiellyttävältä yllä. Vaatteiden tuoksun ja kestävän kulutuksen yhteyksiä tarkastelleet McQueen, Kowton ja Degenstein (2020) havaitsivat, että kuluttajat kokivat erityisesti kehon tuoksut vaatteessa ongelmallisiksi, mikä saattoi lyhentää vaatteen käyttöikä ja lisätä vaatteesta luopumisen todennäköisyyttä. Aktiivisen kehollisen vuorovaikutuksen seurauksena sukkapareja on oltava opiskelijan

vaatekaapissa riittävästi päivittäiseen tarpeeseen nähden. Usein käytössä ja pesussa oleva vaate voi myös kulua suhteellisen nopeasti, mutta tämä vaihtelee muun muassa sen mukaan, mistä materiaalista vaate on valmistettu (Laitala, Klepp & Henry, 2018). Opiskelijat kokivat, että kuluminen voi olla hitaampaa, mikäli vaate on esimerkiksi materiaaliltaan laadukas tai malliltaan väljä. Vaate kertoi materiaalisuudellaan muutoksistaan, jotka opiskelijat aistien välityksellä havaitsivat, ja joihin he usein reagoivat. Silloin kun hikinen sukka viestittää pesun tarpeesta, sen merkitys on muuttunut materiaalisten muutosten myötä. Seuraavassa tarkastelemme kuluttajan ja vaatteen tanssia vaatteen huollon yhteydessä.

Huoltotanssi

Ennemmin tai myöhemmin vaate vaatii pesua tai muuta huoltoa. Analyysin perusteella vaate ja kuluttaja muuttuvat ja muuttavat toisiaan huollon aikana, ja suhde osapuolten välillä edelleen kehittyy. Vaikka pesukone usein pesee vaatteet, edellytti vaatteiden huolto opiskelijoilta myös kehollista vuorovaikutusta. Vaatteet on lajiteltava, siirrettävä pesukoneeseen, ripustettava kuivumaan, viikattava kaappiin ja toisinaan korjattava tai muokattava. Huollon aikana muun muassa pesukone, pesuaineet ja muut tapahtumaan liittyvät toimijat osallistuvat aktiivisesti jaettuun toimijuuteen. Opiskelijat pohtivat esimerkiksi pesukoneen vaikutusta vaatemääriinsä: *”Olen ostanut tietoisesti enemmän alusvaatteita ja sukkaa, jotta ne eivät lopu ennen kuin muuta pyykkiä on tarpeeksi taloyhtiömme isoa teollisuuspesukonetta varten.”* (Terhi, 32-vuotias).

Vaatteen muuttuminen on väistämätöntä. Vaate muuttuu kuivasta märäksi, likaisesta puhtaaksi, vaurioituneesta ehjäksi, rypistyy tai sotkeutuu sekavaksi myytyksi pesussa. Muutos voi olla yllättävä ja ei-toivottu, kuten seuraavasta aineistositaatista ilmenee:

”Muistan jonkin aikaa sitten ostaneeni pikamuotiin keskittyvästä liikkeestä hupparin ja ajattelin sen tuntuvan ihan hyvältä ja sopivan käyttötarkoitukseen. Nopeasti kuitenkin huomasin, että hihat kutistuivat pesussa ja huppari nukkaantui kaikkialta. Tuntuu ikävältä, että vaate oli niin pian lähes käyttökelvoton. Nukat kyllä saa pois, mutta hihat eivät ole venytyksistä huolimatta enää pidentyneet alkuperäiseen mittaan.” (Stina, 34-vuotias)

Vaate on muuttunut materiaalisesti pesun seurauksena, mikä yllättää opiskelijan ja herättää tarpeen toimia vaatteen käyttökelpoisuuden parantamiseksi ja elinkaaren pidentämiseksi. Yllä olevassa sitaatissa opiskelija onnistuu muuttamaan vaatetta vain osittain, materiaali käyttäytyy arvaamattomalla tavalla, eikä sitä voi koskaan täysin hallita. Muutosten myötä vaatteen merkitykset ovat muuttuneet, eikä vaate välttämättä enää sovellu käyttöön, jota varten se on hankittu. Vaatteen muuttuminen saattoi herättää harmitusta, mikä ilmeni opiskelijoiden teksteissä myös esimerkiksi korjattujen vaatteiden jälleenmyyntikelpoisuuden heikentymisen yhteydessä.

Miellyttäväksi koettu vaate saattaa lisätä sitoutumista vaatteiden huoltoon (Niinimäki & Koskinen, 2011), ja vaatteiden eteen nähty vaiva voi edelleen vahvistaa kuluttajan ja vaatteiden välistä suhdetta: *”Olen vienyt yhden lempitakeistani jo kaksi kertaa uudelleenvuorattavaksi ompelijalle”* (Heli, 39-vuotias). Toisaalta kuluttaja saattaa kokea vaatteiden huollon toisinaan myös jokseenkin epämotivoivana, esimerkiksi ajan tai osaamisen puutteen vuoksi (Laitala & Klepp, 2018; Mellander & Petersson McIntyre, 2021). Seuraavassa tarkastelemme, mitä vaatteelle tapahtuu silloin, kun tanssissa on tauko.

Tanssin taukopaikat

Vaikka vaatteet liikkuvat tanssin vaiheesta toiseen, on vaiheiden välissä myös taukoja. Vaate odottaa vaihtelevan pituisen ajan tanssiinkutsua, huoltoa tai mahdollista tanssin päättymistä. Kehollista vuorovaikutusta tapahtuu, kun vaatteiden pariin palataan, mutta se on läsnä myös aikaisempina kokemuksina, jotka voivat osaltaan määrittää tauon pituutta. Vaikka monen opiskelijan vaatekaappi oli täynnä *”käyttövaatteita”*, on osa vaatteista ennemmin vaatekaapin *”seinäruusuina”*: *”tiettyistä vaatteista muodostuu lempivaatteita, joita tulee käytettyä ja pestyä useammin ja lähes loppuun, kun taas jotkut vaatteet jäävät vähemmälle käytölle, vaativat vähemmän huoltamista ja kuluvatkin vähemmän.”* (Outi, 41-vuotias). Toisaalta miellyttäväkin vaate saattoi olla opiskelijoilla käytössä vain muutaman kerran vuodessa, mikäli se sopi ainoastaan tiettyyn vuodenaikaan tai tilaisuuteen, kuten myös Mellanderin ja Petersson McIntyren (2021) tutkimuksessa ilmeni.

Vaatteiden materiaalisuus on tauon aikana monin tavoin läsnä. Vaatteet täyttävät kaappia ja kaappi rajaa niiden tilaa. Vaatteet voivat rypistyä, sotkeutua toisiinsa tai hautautua kaappiin:

”Olen tiedostanut, että vaatekaappini on kaaoksessa ja niellyt sisäänsä paljon vaatteita, jotka ovat unohtuneet käyttämättä peränurkkaan. [...] Vaatteiden viikkaaminen on yksi itselleni epämieluisimmista askareista. Tapanani on viikata ”vähän sinne päin”, jonka johdosta vaatteita ei kaapista löydä penkomatta. Sotkun kierre on valmis ja seurauksena vaatteet hautautuvat kaapin perukoille.” (Jonna, 35-vuotias)

Siten vaatteiden järjestyksessä pysyminen edellyttää kuluttajalta työtä ja järjestyksen horjumisen lisää kaaosta. Yllä olevassa sitaatissa opiskelija tulee toimineeksi vaatteiden sekasortoa edistäen, jonka seurauksena osa vaatteista hukkuu ja unohtuu kaappiin. Vaatteiden ja vaatekaapin materiaallinen olemus voi ohjata kuluttajaa valitsemaan kaapista useimmiten pinon päällimmäiset vaatteet, jolloin suuri osa vaatteista jää käyttämättä. Samoin esimerkiksi ruoka voi unohtua jääkaappiin ja päätyä lopulta jätteeksi (Evans, 2018; Mattila ym., 2019). Tyytymättömyys pursuavaan vaatekaappiin voi saada kuluttajan luopumaan osasta vaatteistaan (Eike ym., 2022; Laitala, 2014), kuten oheisen kirjoittajan tekstistä myöhemmin käy ilmi.

Tanssissa on tauko myös ennen huoltoa ja sen jälkeen, vaatteiden odottaessa esimerkiksi pesua tai vaatekaappiin pääsyä. Samoin kuin vaate kertoo pesun tarpeesta

materiaalisuudellaan, voi kasvava pyykkikasa muistuttaa kuluttajaa pyykkipäivän lähestymisestä (vrt. Evans, 2018) tai vaurioituneiden vaatteiden pino korjausaikomuksesta: *”Omalla kohdallani parantamisen varaa olisi vaatteiden parsimisessa ja paikkauksessa. Pino erityisesti lasten reikäisiä vaatteita kasvaa, ja paikkaamisen aikaansaaminen ei ota tapahtuakseen.”* (Heli, 39-vuotias). Tällöin tauko venyy, ja kasvava korjattavien vaatteiden pino voi herättää syyllisyyttä.

Toisinaan tauko voi olla hyvinkin pitkä vaateen päätyessä pitkäaikaisempaan säilöön ”passiivivarastoon”. Näitä vaatteita nimitettiin aineistossa esimerkiksi kausivaatteiksi, tavoitevaatteiksi tai muistovaatteiksi. Vaate odottaa säilössään, mutta ei suinkaan lakkaa olemasta aktiivinen toimija. Vaate vie edelleen tilaa, se voi muuttua monella tapaa säilytyksen aikana ja siihen paikantuu monia merkityksiä:

”Lisäksi passiivivarastossa on jonkin verran niin sanottuja muistovaatteita, joita en käytä juuri koskaan, mutta joiden poisheittäminen tuntuisi pahalta. Yksi tällainen on isotätini kutomasta villakankaasta hänen mittojensa mukaan ommeltu takki, joka ei sovi mittoihini eikä tyyliini, mutta jonka jonain päivänä aion muokata itselleni sopivaksi. Minua ei haittaa säilyttää muutamaa passiivivarastossa olevaa vaatekappaletta, sillä niillä on minulle tunnearvoa ja niihin liittyy muistoja. [...] Se, että säilytän passiivivarastossa itse vanhoista puuvillaisista keittiöpyyhkeistä ompelemaani häämekkoa on itsestäänselvyys, ja on todella hauskaa välillä laittaa se päälle ja liihotella sen kanssa kotona huvikseen. Joskus mietin, että voisin painaa siihen värikkäitä kuvioita, jotta se siirtyisi passiivivarastosta kesämekkojen aktiivivarastoon.” (Heli, 39-vuotias)

Kuluttajalle merkitykselliset muistovaatteet muistuttavat esimerkiksi tärkeistä henkilöistä, tapahtumista tai henkilökohtaisesta historiasta (Mellander & Petersson McIntyre, 2021; Niinimäki & Armstrong, 2013; Woodward, 2007, 64–66), ja pysyvät siten toimijuuden tanssissa mukana. Vaatteisiin muodostunut kiintymys voi vaikeuttaa vaatteista luopumista, jolloin vaatteita saattaa kertyä kaappeihin (Mellander & Petersson McIntyre, 2021), vaikka opiskelijoiden kirjoituksissa vaatteista luopuminen koettiin toisinaan vaikeaksi ilman erityistä kiintymyksen tunnettakin. Joillekin tämä aiheutti ristiriitaisia tuntemuksia, kun samalla tavoiteltiin ”minimalistista” vaatekaappia. Toisaalta tärkeiden vaatteiden pariin palaaminen ja yhdessä koettujen hetkien muistelu koettiin myös miellyttäväksi. Kuten edellä olevassa aineistositaatissa suunnitellaan tehtävän, tanssin vaihe voi muuttua huollon kautta paritanssiin, jolloin vaateen merkitykset muuttuvat ja elinkaari jatkuu. Tällöin vaatetta esimerkiksi muokataan kehoon sopivaksi, mutta sama voi tapahtua myös toisinpäin, jolloin kehoa pyritään muuttamaan vaatteeseen sopivaksi:

”Toki osa vaatteista on sellaisia, jotka eivät ole aktiivisessa käytössä tai ne jäivät säilytykseen lähinnä tavoitteeksi tai vain muistoksi. Muistovaatteeni ovat pääasiassa itse valmistamiani, jonka vuoksi niillä on erityistä tunnearvoa, vaikka ne tuskin tulevat enää koskaan mahtumaan päälleni. Tavoitevaatteet luonnollisesti odottavat vaatekoon muuttumista pienemmäksi.” (Heidi, 38-vuotias)

Siten vaateen ja kuluttajan toimijuuden tanssin aikana myös kuluttajan keho voi

muuttua ja aikaisemmin kehon kanssa yhteensopiva vaate muuttuu "tavoitevaatteeksi". Vaate muistuttaa olemassaolollaan kehon muuttumisesta ja ehkä kuluttajan tavoitteista kehonsa suhteen. Myös sosiaaliset tekijät ja ulkonäköpaineet voivat vaikuttaa taustalla (Mellander & Petersson McIntyre, 2021). Ennen tanssin päättymistäkin, jota seuraavana käsittelemme, odottaa vaate usein välitilassa: *"Osa vaateostoistani meneekin hutiin ja nuo vaatekappaleet jäävät toisinaan pitkiksikin ajoiksi kaappiin ennen kuin ne löytävät tiensä kiertoan."* (Heidi, 38-vuotias).

Tanssin päättäminen

Toimijuuden tanssin päättymiseen eli vaatteesta luopumiseen vaikuttivat opiskelijoiden aikaisemmat vaateen kanssa koetut kokemukset, mielikuvat vaatteesta, vaateen materiaalisuus tai muu ympäröivä sosiaalinen ja materiaallinen maailma. Päätös ei ole aina kuluttajan käsissä, vaan myös vaate voi päättää tanssin esimerkiksi kulumalla käyttökelpottomaksi. Tästä huolimatta vaatteesta luopuminen voi tuntua vaikealta:

"Minulla lienee vahvat tunteet itse ompeleemiin vaatteisiini ja se lisää luopumisen vaikeutta. Kaksi kassillista sain kuitenkin tämän tehtävän avulla siistittyä pois vanhoja (ne vanhat yöpaidat sai väistyä ja muutama tunika siirtyi yöpaidaksi). Lisäksi kaapistani löytyi vielä liian isoja vaatteita ja ne lahjoitankin ystävälle ja hyväntekeväisyyteen lähikirpputorille. Nuo ns. vanhat kirpputorille kuulumattomat vaatteet joko hyödynnän itse kierrätysompeluissani tai sitten vien tekstiilikierrätyskeskus Nextiiliin ja he lajittelevat ne." (Satu, 43-vuotias)

Siten vaateen materiaalisuus viestii tanssin mahdollisesta päättymisestä ja kuluttaja saattaa reflektoida, miltä vaate näyttää ja tuntuu tai onko vaate vielä käyttökelpoinen tai tarpeellinen. Vaateen merkitykset muuttuvat, kun esimerkiksi vaate, kuluttajan mieltymykset, tarpeet tai keho, tai vallitsevat trendit ympärillä muuttuvat. Tällöin kuluttaja saattaa luopua vaatteesta (Eike ym., 2022; Laitala, 2014; Palmsköld, 2015). Vaate voi myös tuntua vanhalta, kun sen kohtaa päivittäin (Laitala, 2014) tai kun kaappiin saapuu uusia vaatteita. Vanhemmat vaatteet saattavat saada uuden tarkoituksen esimerkiksi mökkivaatteina tai yöpaitoina, kuten opiskelija kirjoituksessaan kuvasi. Yllä olevasta aineistositaatista ilmenee, ettei tanssin päättyessä vaateen elinkaari välttämättä pääty, vaan vaate voi aloittaa uuden tanssin toisen toimijan kanssa, joskus materiaalisuudeltaan uudenaikaisena.

Opiskelijat kohtasivat kerralla kaikki vaatteensa, mikä sai monet havahtumaan vaatemääräänsä. Vaatemäärään havahtuminen voi herättää ahdistusta ja saada kuluttajan karsimaan vaatteitaan (Eike ym., 2022), mutta vaatemäärää voi tästä huolimatta olla vaikea hallita:

"Konmaritin oman vaatekaappini viime vuonna, mutta tuntuu että vaatteita on kertynyt sen jälkeen hurjasti lisää. Ehkä olisi sen vuoksi tehtävä konmaritus uudestaan. [...] Yllätyin tuloksesta sillä olin kuitenkin karsinut konmaritus-tekniikalla paljon vaatteita, joten ehkä toivoin, että olisin paljon enemmän alle keskiverron." (Ella, 25-vuotias)

Vaatekaapin järjestelyyn ja vaatteiden karsimiseen liittyvä toiminta voi muuttaa kulutuskäytäntöjä kestävämmiksi, mutta samalla se voi saada kuluttajan hylkäämään vaatteitaan, ja mahdollisesti korvaamaan ne uusilla (Chamberlin & Callmer, 2021; Eike ym., 2022). Kuluttajan ei siten ole aina helppoa toimia kestävästi vaatteiden kulutuksen yhteydessä. Opiskelijoiden kirjoituksissa ilmenikin toisinaan epävarmuutta siitä, mikä olisi kestävyuden kannalta soveltuvin tapa toimia. Kuten edellä on käynyt ilmi, vaatteet ovat eläväisiä ja aktiivisia toimijoita kaikissa toimijuuden tanssin vaiheissa, eikä kuluttaja kykene ohjaamaan toimijuuden tanssin kulkua kuin hetkellisesti.

Johtopäätökset

Olemme tarkastelleet vaatteen ja kuluttajan välistä vuorovaikutusta toimijuuden tanssin (Pickering, 2017) kautta. Tutkimus tuo esiin, miten vaatteen toimijuus määrittää kuluttajaa ja kuluttaja vastaavasti antaa vaatteelle erilaisia toimijuuden muotoja. Toiminnassa keskeistä on kehollisuus eli vaatteen materiaalisuus ja kehollismateriaaliset kohtaamiset, vuorovaikutus ja muutokset sekä näiden herättämä affektiivisuus. Kehollisuus ja affektiivisuus näkyvät muodostetuissa tanssin vaiheissa, jotka eroavat toisistaan kehollisen vuorovaikutuksen aktiivisuuden sekä kontekstin ja tilanteisuuden myötä. Tanssin vaiheet ovat dynaamisia, osin päällekkäisiä ja tahdiltaan vaihtelevia, esimerkiksi tietyt vaatteet voivat päätyä kuluttajan ylle toistuvasti. Vaiheiden vaihtumiseen liittyy usein tauko, jonka pituus voi vaihdella. Tanssin vaiheet muuttuvat ja vaate liikkuu vaiheesta toiseen kehollisuuden ja affektiivisuuden sekä muiden jaettuun toimijuuteen osallistuvien tekijöiden vaikutuksesta.

Vaatteen ja kuluttajan välinen vuorovaikutus näyttäytyy tutkimuksessa dynaamisena kokonaisuutena, jossa vaate ja kuluttaja sekä sosiaalinen ja materiaallinen ympäristö voivat muuttua ja muuttaa toiminnan suuntaa, mahdollistaen ja rajoittaen kestävästä vaatteiden kulutusta. Myös aikaisemmissa tutkimuksissa (mm. Markuksela & Valtonen, 2019; Mattila ym., 2019) materiaalien ja materiaallisen ympäristön on havaittu olevan keskeisiä toimijoita ihmisen ja materiaalin välisessä vuorovaikutuksessa. Tutkimuksessa havaitsimme, että kosketus, vaihtelevat tilanteet sekä vaatteeseen paikantuvat merkitykset ja vuorovaikutuksen herättämät affektiiviset kokemukset ovat kuluttajan ja vaatteen välisessä jaetussa toimijuudessa merkittäviä, vuorovaikutusta muuttavia tekijöitä. Siten vuorovaikutuksen aktiivisuus ja luonne vaihtelee tilanteisesti. Vuorovaikutus on aktiivisinta, kun kuluttajan keho ja vaate ovat kosketuksissa toisiinsa. Tällöin vaate muuttuu ja muuttaa kuluttajaa aktiivisesti, ja kuluttaja reflektoi aistiensa välityksellä (vrt. Evans, 2018; Markuksela & Valtonen, 2019; Palmsköld, 2015) vaatteen viestejä, kuten sitä, miltä vaate näyttää tai tuntuu. Samalla syntyy kokemuksia ja mielikuvia vaatteesta, joilla voi olla seurauksia vaatteen tulevaisuuteen. Esimerkiksi käytön yhteydessä syntynyt vaurio voi saada kuluttajan hylkäämään vaatteen.

Läheinen kosketus vaatteeseen (vaate koetaan osana "minää": Mellander &

Petersson McIntyre, 2021; Woodward, 2007, 9–30) voi tehdä suhteesta erityislaatuiseen, mutta tutkimuksessa kosketus sai aikaan myös päinvastaisia vaikutuksia, esimerkiksi kuluttajan kokiessa vaateen epäsopivana. Tästä huolimatta kuluttaja voi kokea vaatteesta luopumisen vaikeana, mikä ilmentää vaatteeseen paikantuvien merkitysten, muistojen ja tulevaisuuden odotusten (Chamberlin & Callmer, 2021; Mellander & Petersson McIntyre, 2021) sekä vaateen materiaalisuuden (Agoe, 2021; Cappetta & Gioia, 2013) ja kehoallisten kohtaamisten merkitystä kuluttajan ja vaateen välisessä suhteessa. Siten kestävä vaateiden kulutuksen kannalta on merkittävää kiinnittää huomiota vaateen käyttökokemukseen (Vesterinen & Syrjälä, 2022) huoltoineen ja säilyttämisineen, sekä kehon kanssa yhteensopivien, miellyttävien ja itselle tarpeellisten (Eike ym., 2022; Laitala, 2014; Vesterinen & Syrjälä, 2022) vaateiden hankkimiseen.

Kehoallisten kohtaamisten lisäksi vaate vuorovaikuttaa myös silloin, kun se ei ole fyysisesti kosketuksessa kuluttajaan (vrt. Markuksela & Valtonen, 2019) tai konkreettisesti ”esillä”. Vaate esimerkiksi täyttää vaatekaappia tai pyykkikoria, mikä voi saada kuluttajan toimimaan tai herättää hänessä erilaisia tuntemuksia. Sekä kuluttajan keho (ks. Mellander & Petersson McIntyre, 2021) että vaateen merkitykset tai materiaalisuus voivat myös muuttua tanssin tauon aikana. Kestävyyden kannalta huomio tulisikin kiinnittää tanssin taukopaikkoihin, kuten ”passiivivaraston” vaatteisiin, jotka odottavat käyttämättömänä mahdollisesti pitkiäkin aikoja.

Vaateiden kulutus on kestäväyyden kannalta kompleksinen ja osin ristiriitainen kokonaisuus. Kestävään vaateiden kulutukseen perehtyneet opiskelijat kokivat epävarmuutta siitä, mikä lopulta on kestävin tapa toimia. Vaakakupissa ovat esimerkiksi sosiaaliset, esteettiset ja käytännöllisyyteen liittyvät tarpeet, kuten se, kuinka paljon vaatteita arjen erilaisia tilanteita varten tarvitsee tai säilyttääkö muistovaatteita, vaikka niillä ei olisi enää käyttöä. Samalla sosiaalinen ja materiaallinen ympäristö osallistuvat toimijuuden tanssiin muuttaen kuluttajan ja vaateen vuorovaikutusta ja toimintaa. Esimerkiksi sosiaaliset normit pukeutumisessa (Mellander & Petersson McIntyre, 2021), viiteryhmään identifioiduminen (Agoe, 2021) taikka vaatekaappien muotoilu voivat vaikuttaa vaateiden kulutuksen käytäntöihin. Vaateiden kulutuksen kompleksinen, ristiriitainen ja tilanteinen luonne sekä kuluttajien erilaiset tarpeet (Lundblad & Davies, 2016) tulisi huomioida kestävä vaateiden kulutusta tavoiteltaessa, kuten kuluttajia, yhteiskuntaa tai yritystoimintaa koskevia väliintuloja ja uudistuksia (esim. kiertotalouteen perustuva vaateiden kulutus: Antikainen ym., 2021; tekstiilijätteen erilliskeräys: Finlex, 2021) kehiteltäessä.

Tutkimuksessa opiskelijat kohtasivat vaatteensa reflektoiden, mikä sai heidät pohtimaan suhdettaan vaatteisiinsa. Vaateiden kanssa tapahtuvan vuorovaikutuksen havaitseminen ja vaateiden refleksiivinen kohtaaminen voi auttaa kuluttajaa toimimaan arjessa kestävämmän (Janhonen ym., 2020; Räisänen, 2014). Tällöin kuluttajan on mahdollista mukauttaa omaa toimintaansa, ennakoita ja reagoida nopeasti muutoksiin. Tutustumalla konkreettisesti vaateen

materiaalisuuteen ja kohtaamalla vaateen reflektiivisesti arjen eri tilanteissa, voi kuluttaja oppia ymmärtämään syvällisemmin vaateen vuorovaikutusta ja toimintaa sekä omaa suhdetta vaatteeseen. Samalla se voi auttaa tiedostamaan omia kulutustottumuksia ja rakentamaan kestävämpää suhdetta materiaan, lisätä arvostusta vaatteita kohtaan (vrt. KonMari -metodi: Chamberlin & Callmer, 2021) sekä lisätä ymmärrystä siitä, millaiset vaatteet ovat laadukkaita (vrt. Laitala & Klepp, 2018). Yllättävien muutosten ja vaihtelevien tilanteiden johdosta kestävä toiminta edellyttää kuluttajalta kuitenkin jatkuvaa harjoittelua, neuvottelua, tasapainoilua, ristiriitoja ja oppimista yhdessä materiaalien kanssa (Janhonen ym., 2020).

Muodostetut tanssin vaiheet ilmentävät vaatteiden kulutuksen monimuotoisuutta ja ajallista kiertokulkua vaatteiden hankkimisesta niiden hävittämiseen. Tämä tuottaa ymmärrystä vaatteiden käytöstä sekä arjen kriittisistä hetkistä, jotka mahdollistavat ja estävät kestävästi kulutuksen muotoja. Jatkossa vaateen ja kuluttajan välistä vuorovaikutusta tutkittaessa on tarkasteltava analyttisemmin toimijuuden tanssin vaiheita, vaiheiden vaihtumista sekä vuorovaikutuksen aktiivisuuden muutoksia. Tämä syventää ymmärrystä vaatteiden kulutuksen kokonaisuudesta, ja edistää tanssin vaiheiden ja niiden vaihtumisen huomioimista kestävästi kulutukseen liittyvissä teoreettisissa ja käytännöllisissä tarkoituksissa.

Uusmaterialistinen keskustelu on tuonut esiin sen, miten vaikeaa kuluttajien on hallita materiaaleja. Ruoka voi saada meidät lihomaan tahtomatta (Bennett, 2007) ja vaatteita kertyy kaappeihin lähes huomaamatta. Sekä eläväiset materiaalit että vallitseva kulttuurinen järjestelmä ja sen myötä sosiaalinen ja materiaallinen ympäristö ohjaavat toimintaamme. Kestävämpää kuluttamista on harjoitettava reflektoiden ”päivästä toiseen”. Materiaalien ja kuluttajan jaetun toimijuuden havaitseminen mahdollistaa kuluttajien osallisuuden kestävyysmurroksessa.

Lähteet

- Agee, P. (2021). Not Just Clothes: The Importance of Traditional Clothes to Ghanaians in Oldenburg. *Ghana Studies*, 24(24), 17–41. 10.1353/ghs.2021.0002
- Andrews, M., Sclater, S. D., Squire, C. & Tamboukou, M. (2007). Narrative Research. Teoksessa S. Clive, G. Gobo, J.F. Gubrium & D. Silverman (toim.), *Qualitative Research Practice* (pp. 97–112). London: Sage.
- Antikainen, M., Petänen, P., Kulju, M., Vehmas, K., Heikkilä, P. & Knuutila, H. (2021). Millaista kestävästi arvoa voidaan luoda kuluttajille kiertotaloutta edistävällä Vaatteet palveluna -mallilla? *Kulutustutkimus.Nyt*, 15(1-2), 30–58. <https://doi.org/10.54333/kulutustutkimus.98493>
- Bennett, J. (2007). Edible matter. *New Left Review*, 45, 133–145. <https://newleftreview-org.libproxy.helsinki.fi/issues/ii45/articles/jane-bennett-edible-matter>
- Bennett, J. (2010). *Vibrant matter: a political ecology of things*. Duke University Press. Haettu <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?docID=1170671>
- Bettany, S. & Kerrane, B. (2011). The (post-human) consumer, the (post-avian) chicken and the (post-object) Eglu: Towards a material-semiotics of anti-consumption. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1746–1756.

<https://doi.org/10.1108/03090561111167388>

- Borgerson, J. L. (2013). The flickering consumer: New materialities and consumer research. Teoksessa R. W. Belk, L. Price & L. Peñaloza (toim.), *Consumer culture theory* (pp. 125–144). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S0885-2111\(2013\)0000015009](https://doi.org/10.1108/S0885-2111(2013)0000015009)
- Brooks, A., Fletcher, K., Francis, R. A., Rigby, E. D. & Roberts, T. (2017). Fashion, sustainability, and the anthropocene. *Utopian Studies*, 28(3), 482–504. <https://doi.org/10.5325/utopianstudies.28.3.0482>
- Cappetta, R. & Gioia, D. (2013). Fine fashion: Using symbolic artifacts, sensemaking, and sensegiving to construct identity and image. Teoksessa A. Rafaeli & M.G. Pratt (toim.), *Artifacts and organizations* (pp. 215–236). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203759592>
- Chamberlin, L. C. J. & Callmer, Å. (2021). Spark joy and slow consumption: An empirical study of the impact of the KonMari method on acquisition and wellbeing. *Journal of Sustainability Research*, 2021;3(1):e210007. <https://doi.org/10.20900/jsr20210007>
- Contesse, M., Duncan, J., Legun, K. & Klerkx, L. (2021). Unravelling non-human agency in sustainability transitions. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120634. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120634>
- Daystar, J., Chapman, L. L., Moore, M. M., Pires, S. T. & Golden, J. (2019). Quantifying apparel consumer use behavior in six countries: addressing a data need in life cycle assessment modeling. *Journal of Textile and Apparel, Technology and Management*, 11(1). <https://ojs.cnr.ncsu.edu/index.php/JTATM/article/view/14770>
- Diddi, S., Yan, R. N., Bloodhart, B., Bajtelsmit, V. & McShane, K. (2019). Exploring young adult consumers' sustainable clothing consumption intention-behavior gap: A Behavioral Reasoning Theory perspective. *Sustainable Production and Consumption*, 18, 200–209. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.02.009>
- Durrani, M. (2019). *Through the threaded needle: A multi-sited ethnography on the sociomateriality of garment mending practices*. Aalto University.
- EEA. (2014). European Environment Agency. Environmental indicator report 2014. Environmental impacts of production-consumption systems in Europe. Viitattu 21.9.2022 <file:///Users/hennakettunen/Downloads/Environmental-indicator-report-2014.pdf>
- Eike, R. J., Burton, M., Hustvedt, G. & Cho, S. (2022). The "Joy of Letting Go": Decluttering and Apparel. *Fashion Practice*, 14(2), 225–241. <https://doi.org/10.1080/17569370.2021.1987654>
- Emirbayer, M. & Mische, A. (1998). What is agency?. *American journal of sociology*, 103(4), 962–1023. <https://doi.org/10.1086/231294>
- Epp, A. M. & Price, L. L. (2010). The storied life of singularized objects: Forces of agency and network transformation. *Journal of consumer research*, 36(5), 820–837. <https://doi.org/10.1086/603547>
- Evans, D. M. (2018). Rethinking material cultures of sustainability: commodity consumption, cultural biographies and following the thing. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 43(1), 110–121. <https://doi.org/10.1111/tran.12206>
- Ferrando, F. (2016). The party of the anthropocene: Post-humanism, environmentalism and the post-anthropocentric paradigm shift. *Relations: Beyond Anthropocentrism*, 4(2), 159–174. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/relations4&div=19&id=&page=>
- Finlex. (2021). Valtioneuvoston asetus jätteistä. Viitattu 7.11.2022 <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2021/20210978 - Pidm45949344325776>
- Fletcher, K. (2010). Slow fashion- An invitation for systems change. *Fashion practice*, 2(2), 259–265. <https://doi.org/10.2752/175693810X12774625387594>

- Fuentes, C. & Sörum, N. (2019). Agencing ethical consumers: smartphone apps and the socio-material reconfiguration of everyday life. *Consumption Markets & Culture*, 22(2), 131–156. <https://doi.org/10.1080/10253866.2018.1456428>
- Glăveanu, V. P. (2015). From individual agency to co-agency. Teoksessa C.W. Gruber, M.G. Clark, S.H. Klempe & J. Valsiner (toim.), *Constraints of agency: Explorations of theory in everyday life* (Vol. 12) (pp. 245–265). Springer. Haettu <https://doi-org.libproxy.helsinki.fi/10.1007/978-3-319-10130-9>
- Goworek, H., Hiller, A., Fisher, T., Cooper, T. & Woodward, S. (2013). Consumers' attitudes towards sustainable fashion. Clothing usage and disposal. Teoksessa M. A. Gardetti & A. L. Torres (toim.), *Sustainability in fashion and textiles: values, design, production and consumption* (pp. 376–392). Routledge. Haettu <https://search-ebscohost-com.libproxy.helsinki.fi/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=760655&site=ehost-live&scope=site>
- Gwilt, A. (2020). Fashion and sustainability: repairing the clothes we wear. Teoksessa M. Barnard (toim.), *Fashion Theory* (pp. 188–200). Routledge.
- Horne, R., Maller, C. & Lane, R. (2011). Remaking the home: Goods and materials in Australian households. Teoksessa R. Lane & A. Gorman-Murray (toim.), *Material geographies of household sustainability* (pp. 89–113). Ashgate Publishing Ltd. Haettu <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=674519>
- Hunter, L. (2009). Durability of fabrics and garments. Teoksessa J. Fan & L. Hunter (toim.), *Engineering apparel fabrics and garments* (pp. 161–200). Elsevier.
- Jack, T. (2013). Nobody was dirty: Intervening in inconspicuous consumption of laundry routines. *Journal of Consumer Culture* 13(3), 406–421. <https://doi.org/10.1177/1469540513485272>
- Jacobsen, M. H. & Hansen, A. R. (2019). (Re)introducing embodied practical understanding to the sociology of sustainable consumption. *Journal of Consumer Culture*, 1–17. <https://doi.org/10.1177/1469540519846213>
- Janhonen, K., Mattila, M., Mesiranta, N., Kouhia, A., Autio, M. & Narvanen, E. (2020). Kohti kestäväää kuluttamista: Materiaalitaju kuluttajien ja materiaalien aktiivisen suhteen hahmottajana. *Alue Ja Ympäristö*, 49(2), 4–21. <https://doi.org/10.30663/ay.95358>
- Johnson, K. K., Yoo, J. J., Kim, M. & Lennon, S. J. (2008). Dress and human behavior: A review and critique. *Clothing and Textiles Research Journal*, 26(1), 3–22. <https://doi.org/10.1177/0887302X07303626>
- Kouhia, A. & Laamanen, T-K. (2014). Mita ” muuta kuin materiaa? Otteita ka ” sityö ” n materiaalisuudesta ja immateriaalisuudesta. Teoksessa S. Karppinen, A. Kouhia & E. Syrjäläinen (toim.), *Kättä pidempää. Otteita käsityön tutkimuksesta ja käsitteellistämisestä* (pp. 11–22). Kotitalous- ja käsityötieteiden julkaisuja 33, Helsingin yliopisto. Haettu <http://hdl.handle.net/10138/43167>
- Kylkilahti, E. (2018). Kulttuurista peliä palveluissa: Kuluttajataktiikoiden ja nuorten toimija-asemien esitysteoreettinen tarkastelu. Taloustieteen osasto: Helsingin yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-51-4108-8>
- Laitala, K. (2014). Consumers' clothing disposal behaviour—a synthesis of research results. *International Journal of Consumer Studies*, 38(5), 444–457. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12088>
- Laitala, K. & Klepp, I. G. (2018). Care and production of clothing in Norwegian homes: Environmental implications of mending and making practices. *Sustainability*, 10(8), 2899. <https://doi.org/10.3390/su10082899>
- Laitala, K., Klepp, I. G. & Henry, B. (2018). Does use matter? Comparison of environmental impacts of clothing based on fiber type. *Sustainability*, 10(7), 2524. <https://doi.org/10.3390/su10072524>
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social – An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press. Haettu <https://hdl-handle-net.libproxy.helsinki.fi/2027/heh.32135>

- Lehtinen, A-R. & Aalto, K. (2018). Mitä eläminen maksaa? Kohtuullisen minimin viitebudjettien päivitys vuodelle 2018. Valtiotieteellisen tiedekunnan julkaisuja 2018:101, (pp. 35–44). <http://hdl.handle.net/10138/261735>
- Lundblad, L. & Davies, I. A. (2016). The values and motivations behind sustainable fashion consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 15(2), 149–162. <https://doi.org/10.1002/cb.1559>
- Markuksela, V. & Valtonen, A. (2019). Dance with a fish? Sensory human- nonhuman encounters in the waterscape of match fishing. *Leisure Studies*, 38(3), 353–366. <https://doi.org/10.1080/02614367.2019.1588353>
- Mattila, M., Mesiranta, N., Närvänen, E., Koskinen, O. & Sutinen, U. M. (2019). Dances with potential food waste: Organising temporality in food waste reduction practices. *Time & society*, 28(4), 1619–1644. <https://doi.org/10.1177/0961463X18784123>
- McLaren, A., Oxborrow, L., Cooper, T., Hill, H. & Goworek, H. (2015). Clothing longevity perspectives: exploring consumer expectations, consumption and use. PLATE conference - Nottingham Trent University, 17/19 June 2015. <http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/17978>
- McQueen, R., Kowton, J. & Degenstein, L. (2020). Smell and Sustainability: Can Odour Shorten the Life Span of Clothing?. Teoksessa L. McNeill (toim.), *Transitioning to Responsible Consumption and Production* (pp. 129–151). Switzerland: MDPI: Basel. Haettu <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/49695>
- Meißner, M. (2021). Repair is care? – Dimensions of care within collaborative practices in repair cafes. *Journal of Cleaner Production*, 299, 126913. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126913>
- Mellander, E. & Petersson McIntyre, M. (2021). Fashionable detachments: wardrobes bodies and the desire to let go. *Consumption Markets & Culture*, 24(4), 343–356. <https://doi.org/10.1080/10253866.2020.1802258>
- Niinimäki, K. (2010). Eco clothing, consumer identity and ideology. *Sustainable development*, 18(3), 150–162. <https://doi.org/10.1002/sd.455>
- Niinimäki, K. & Armstrong, C. (2013). From pleasure in use to preservation of meaningful memories: A closer look at the sustainability of clothing via longevity and attachment. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 6(3), 190–199. <https://doi.org/10.1080/17543266.2013.825737>
- Niinimäki, K. & Koskinen, I. (2011). I love this dress, it makes me feel beautiful: Emotional knowledge in sustainable design. *Design Journal*, 14(2), 165–186. <https://doi.org/10.2752/175630611X12984592779962>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T. & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Palmsköld, A. (2015). Reusing Textiles: On Material and Cultural Wear and Tear. *Culture Unbound*, 7(1), 31–43. <https://doi.org/10.3384/cu.2000.1525.157131>
- Pickering, A. (2017). The ontological turn: Taking different worlds seriously. *Social Analysis*, 61(2), 134–150. <https://doi.org/10.3167/sa.2017.610209>
- Pöllänen, S. H. & Weissmann-Hanski, M. K. (2020). Hand-made well-being: Textile crafts as a source of eudaimonic well-being. *Journal of Leisure Research*, 51(3), 348–365. <https://doi.org/10.1080/00222216.2019.1688738>
- Quantis. (2018). Measuring fashion: insights from the environmental impact of the global apparel and footwear industries. Full report and methodological considerations. Viitattu 20.9.2022 https://quantis.com/wp-content/uploads/2018/03/measuringfashion_globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018a.pdf
- Rustin, M. (2000). Reflections on the biographical turn in social science. Teoksessa P. Chamberlayne, J. Bornat & T. Wengraf (toim.), *The Turn to Biographical Methods in Social Science: comparative issues and examples* (pp. 33–52). Routledge.
-

<https://doi.org/10.4324/9780203466049>

- Ryan, G. W. & Bernard, H. R. (2003). Techniques to identify themes. *Field methods*, 15(1), 85–109. <https://doi.org/10.1177/1525822X02239569>
- Räisänen, R. (2014). Wardrobe inventory – a way to increase consciousness of textile consumption. In *Proceedings of Ambience14 & 10i3m: Scientific conference for Smart and Functional Textiles*, 7-9 September 2014 Tampere Hall, Tampere, Finland. Tampereen teknillinen yliopisto.
- Šajn, N. (2019). Environmental impact of the textile and clothing industry. What consumers need to know. EPRS - European Parliamentary Research Service. Viitattu 21.9.2022 [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI\(2019\)633143_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI(2019)633143_EN.pdf)
- Schadler, C. (2019). Enactments of a new materialist ethnography: methodological framework and research processes. *Qualitative Research*, 19(2), 215–230. <https://doi.org/10.1177/1468794117748877>
- Sohn, J., Nielsen, K. S., Birkved, M., Joanes, T. & Gwozdz, W. (2021). The environmental impacts of clothing: Evidence from United States and three European countries. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 2153–2164. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.05.013>
- Svensson, E. (2012). Achieving sustainable lifestyles? Socio-cultural dispositions, collective action and material culture as problems and possibilities. *Local Environment*, 17(3), 369–386. <https://doi.org/10.1080/13549839.2012.665865>
- Syrjälä, H., Jaskari, M. M. & Leipämaa-Leskinen, H. (2016). Object agency of a living/non-living animal entity: the case of horse/horsemeat. Teoksessa N. Özcaglar-Toulouse, D. Rinallo & R. W. Belk (toim.), *Consumer Culture Theory* (pp. 65–91). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S0885-211120160000018005>
- Tschakert, P., Schlosberg, D., Celermajer, D., Rickards, L., Winter, C., Thaler, M., ... & Verlie, B. (2021). Multispecies justice: Climate just futures with, for and beyond humans. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 12(2), e699. <https://doi.org/10.1002/wcc.699>
- Valkola, J. (2018). Puhe vaatekaapista: Tutkimus käsityötieteen opiskelijoiden vaatemaaristä, vaatteiden kulutustottumuksista sekä vaatemaariin vaikuttavista trendeistä. Käsityötieteen pro gradu -tutkielma <http://urn.fi/URN:NBN:fi:hulib-201805161934>
- Valkola, J. & Räisänen, R. (2019). Building a Sustainable Wardrobe: Quality over Quantity? – Survey of Students Wardrobes and Consumption Habits. In *Plate 2019* <http://dx.doi.org/10.14279/depositonce-9253> s. 797–803.
- Vesterinen, E. & Syrjälä, H. (2022). Sustainable anti-consumption of clothing: A systematic literature review. *Cleaner and Responsible Consumption*, 100061. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2022.100061>
- Wetherell, M. (2012). *Affect and emotion: a new social science understanding*. SAGE. Haettu ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?docID=880800>
- Woodward, S. (2007). *Why women wear what they wear*. Oxford: Berg.

Kirjoittajatiedot

Henna Kettunen, KM, työskentelee väitöskirjatutkijana Helsingin yliopiston kasvatustieteellisessä tiedekunnassa. Sähköposti: henna.kettunen@helsinki.fi

Anna Kouhia, FT, dosentti, työskentelee käsityötieteen yliopistonlehtorina Helsingin yliopiston kasvatustieteellisessä tiedekunnassa. Sähköposti: anna.kouhia@helsinki.fi

Minna Autio, MMT, työskentelee kotitaloustieteen ja -opetuksen professorina Helsingin yliopiston kasvatustieteellisessä tiedekunnassa. Sähköposti: minna.autio@helsinki.fi

Lectio praecursoria

Perusopetuksen kestävä ruokakasvatuksen rooli ruokahävikikäyttämisen muutoksessa – tarkastelussa oppikirjojen pedagoginen potentiaali

Milja Pollari

Jääkaapin perälle on unohtunut hillopurkki, jonka sisältö ei ehkä ole enää syötävää. Uusi paahtoleipäpussi on avattu, vaikka vanhan kantapalat makaavat vielä edellisessä. Ylimääräinen kahvi jäähtyi pannun pohjalle, minkä vuoksi loput ovat päätyvässä viemäriin. Vaikka olen ajatellut ruokahävikkiä päivittäin viimeiset viisi vuotta ja kuvittelen, että omassa kotitaloudessani ei juuri synny hävikkiä, ovat nämä huomioita omasta arjestani. Meillä ihmisillä onkin tapana nähdä itsemme hieman paremmassa valossa, kuin ehkä olisi tarpeen. Etenkin ruokahävikki on helppo unohtaa, se on nopeasti roskiksessa - ja näin poissa näkyvistä ja poissa mielestä. Harvoin jäämme miettimään ja murehtimaan ruokaa sen jälkeen, kun se on hävitetty. Päinvastoin, jääkaapin siivoaminen saa aikaan enemmänkin puhtaan olon.

Miksi ruokahävikki on sitten ongelma? Suomalaiset ylittivät 31. maaliskuuta kulutuksellaan tämän vuoden osuutensa maapallon kyvystä tuottaa uusiutuvia luonnonvaroja. Globaali ruokajärjestelmä on vastuussa merkittävästä osasta kulutuksestamme sekä aiheuttamastamme hiilijalanjäljestä (Mason & Lang, 2017, pp. 120–122). Onkin kestämatöntä, että arvioiden mukaan jopa kolmannes kaikesta ihmisravinnoksi tuotetusta ruuasta päätyy hävikiksi (Gustavsson, Cederberg, Sonesson, van Otterdijk & Meybeck, 2011). Pitkällä aikavälillä luonnonvarojen ylikulutus johtaa peruuttamattomiin ympäristövaikutuksiin, jotka tulevat vaikuttamaan ihmiskunnan elämän perusedellytyksiin, kuten edelleen ruuantuotantoon. Turhien ympäristövaikutuksien lisäksi ruokahävikki aiheuttaa taloudellisia menetyksiä. Se kytkeytyy myös olennaisesti sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen, kuten ruokaturvan toteutumiseen, sillä samalla, kun maailmassa tuotetaan ruokaa vain päätyvänsä roskiin, arviolta joka yhdeksäs maapallon asukas näkee nälkää (FAO, IFAD, UNICEF, WFP & WHO, 2020).

Nälänhätä on etenkin kehittyvien maiden ongelma, kun taas hävikkiä aiheuttavat eniten kehittyneemmät maat. Tarve ruoka-apuun ei ole kuitenkaan kadonnut suomestakaan. Huolestuttavaa on, että leipäjonot eivät ole ainakaan lyhentymässä, sillä maailmantapahtumien johdosta ruuan hintaan on jo tullut ja arvioidaan tulevan vielä lisää huomattavia korotuksia. Tämä tulee vaikuttamaan jokaisen suomalaisen kotitalouden arkeen, ja etenkin niiden, jotka ovat jo nyt heikoimmassa asemassa. Toisaalta, ruoka-apu on nostettu esiin myös hyvänä keinona ruokahävikin vähentämiseen, vaikkakin myös tämä on sosiaalisesti kompleksista, sillä se pohjaa asetelmaan, jossa toisen jätteestä tulee toisen päivällinen (Harrison, Kaustell & Silvennoinen, 2020; Silvasti, 2015).

2010-luvun vaihteesta lähtien ruokahävikki onkin tunnistettu laajalti viheliäänä ongelmana. YK:n ja EU:n tavoitteena onkin ruokahävikin puolittaminen vuoteen 2030 mennessä Suomen ollessa sitoutunut tähän tavoitteeseen. Ruokahävikin vähentäminen on koko elintarvikeketjua koskeva haaste, mutta eniten hävikkiä syntyy kotitalouksissa (Katajajuuri, Silvennoinen, Hartikainen, Heikkilä & Reinikainen, 2014). Kuluttajien hävikkiin on tartuttu etenkin erilaisilla kuluttajakampanjoilla. Huolimatta tavoitteesta sekä toimista kotitalouksissa syntyvän ruokahävikin määrä ei ole tutkimuksissa näyttänyt vähenevän (Silvennoinen ym., 2019).

Ruokaan liittyvät käsitykset ja käytännöt kertovat sosiaalisesta ja kulttuurisesta ympäristöstä, jossa elämme. Ruokahävikkitutkimuksissa on selvinnyt, että vähiten ruokahävikkiä tuottavat vanhemmat sukupolvet, jotka ovat kokeneet erilaisen niukkuuden (mm. Grasso ym., 2019; Jörissen ym., 2015; Visschers ym., 2016). Ehkä me myöhemmät sukupolvet tuomitsemmekin ruokahävikin niissä rajoissa, kun se on meille sopivaa. Ehkä ruoka on itsestäänselvyys, emmekä erota halun ja todellisen tarpeen eroa. Olemme kyllä kuulleet, kuinka ruokahävikkiä voisi vähentää ja pidämme vähentämistä tavoiteltavana, mutta samalla eilisen tähteet saattavat unohtua jääkaappiin, kun mieli tekeekin jotain muuta tai leivän kantapalat jäädä käyttämättä, kun ne eivät sovi paahtimeen. Kuluttajien mieltymykset ja tottumukset vaikuttavat myös ravitsemuspalveluiden ja kaupan hävikkiin. Odotamme laajaa valikoimaa ruokakaupoilta, lounasravintoloilta tai hotellien buffet-aamiaisilta. Ravintolassa iso ruoka-annos saattaa tuottaa mielihyvää ja tunteen siitä, että on saanut rahoilleen vastinetta, vaikka ruokaa ei jaksaisikaan syödä loppuun.

Annammeko siis hiljaisen hyväksynnän tietyille määrälle hävikkiä oman elämämme helpottamiseksi? Selkeästi pelkkä tiedon jakaminen ei riitä, kun halutaan saada aikaan pysyvää muutosta ruokahävikkiin liittyvässä käyttäytymisessä. Tarvitsemme tiedon lisäksi taitoja sekä uudenlaista, ruokahävikin torjuntaan kannustavaa asenne- ja arvoympäristöä sekä toimintakulttuuria. Tarvitsemme näin rehellistä ja kriittistä – myös itsekriittistä – katsontakantaa vallitseviin käytänteisiin. Aikaisemmissa tutkimuksissa onkin nostettu esiin kasvatuksen merkitys ruokaan ja ruokahävikkiin liittyvän kestäväen kulttuurin tukemisessa ja muutoksessa (mm. Elorinne ym., 2020; Pollari ym., 2021; Ripple ym., 2017; Sekki, Autio, Lindblom & Niva, 2021). Perusopetuksen kestäväen ruokakasvatuksen tavoitteena voidaan

nähdä muutokseen tähtäävä uudistava oppiminen (*transformative learning*), jossa oppijan emansipatorinen ja kriittinen ymmärrys kehittyvät (mm. Smith, 2017; Pollari ym., 2021). Perusopetuksella voidaan siis nähdä olevan keskeinen rooli niiden tietojen, taitojen, arvojen ja asenteiden tarjoamisessa, joiden avulla lapset ja nuoret voivat paremmin vastata ruokaan liittyviin haasteisiin. Parhaimmillaan nämä opitut asiat voivat välittyä myös oppilaiden koteihin ja näiden käytäntöihin.

Suomalaisessa perusopetuksessa kestävä ruokakasvatus painottuu etenkin kotitalousopetukseen, jonka tutkimuksesta ja kehittämisestä vastaa kotitaloustiede. Kotitaloustiede voidaan nähdä eri tieteenaloja soveltavana tieteenä, jossa tarkastelun kohteena on kotitalouden toiminta eli arki ja sen ilmiöt, jolloin tutkimuksessa on välttämätöntä ymmärtää niiden monitieteisyys. Kotitaloustiede tarjoaakin eri tieteenaloja integroivan lähestymistavan ruokahävikkiin, sillä siinä ruokahävikin ymmärretään kytkeytyvän muun muassa luonnontieteisiin, yhteiskuntatieteisiin ja käyttäytymistieteisiin.

Kestävyyteen on kiinnitetty huomiota kotitaloustieteen tutkimusperinteessä jo sen alkuvaiheista 1900-luvulta lähtien, kun kotitaloustieteen perustaja Ellen Swallow Richards (1842–1911) painotti kasvatuksellisten tavoitteiden sopusointua ympäristön kanssa (Swallow, 2014). Muutokseen tähtäävää uudistavaa pedagogiikkaa taas on painotettu kotitalousopetuksessa 1980-luvulta lähtien, kun kotitaloustieteilijä Eleanore Vaines (1985) esitti kotitalousopettajien ja kotitaloustieteilijöiden yhdeksi tehtäväksi toimia muutosta rakentavina toimijoina (*transforming actors*). Ruokaan kytkeytyvien viheliäiden ongelmien vuoksi kestävyys ja uudistava pedagogiikka ovat ajankohtaisempia kuin koskaan ennen. Kotitaloustieteen kentällä onkin peräänkuulutettu, että vastatakseen vuosituhannen haasteisiin, kuten kestävän kehityksen saavuttamiseen, tulee kotitalousopetuksen pyrkiä välittämään uusia ja parempia normeja pelkän asioiden käsittelyn sijaan (McGregor, 2019). Kotitalousopettajan ihanteeksi kuvataan kriittistä, emansipoitunutta ja oivaltavaa muutosagenttia, jolla on kyky tukea oppilaiden kestävän elämäntavan omaksumista (Smith, 2017).

Omassa kotitaloustieteen väitöstutkimuksessani (Pollari, 2022) tarkastelen ruokahävikkiin liittyvän kestävän ruokakasvatuksen pedagogiikan nykytilaa. Pedagogiikkaa lähestytään kotitalouden, mutta myös maantiedon ja biologian oppikirjojen näkökulmasta, sillä ruokahävikki kytkeytyy myös näiden oppiaineiden opetussuunnitelmiin. Koska oppimisprosessin on kuvattu muodostuvan tiedon (knowledge), arvojen (values) ja toiminnan (practices) (KVP-malli) yhteisvaikutuksessa (Clément, 2006), oppikirjojen sisältöjä lähestytään niiden ruokahävikkiin liittyvän sisältötiedon ja ruokahävikille annetun kestävään kehitykseen kytkeytyvän arvo-orientaation kautta, sekä selvittäen millaisilla pedagogisilla tekstityyleillä aihetta lähestytään.

Näen oppikirjatutkimuksen arvokkaana. Oppikirjaa pidetään edelleen keskeisimpänä perusopetuksen opetusmateriaalina (Jyrhämä, Hellström, Uusikylä & Kansanen, 2016; Tani, Hilander & Leivo, 2020), jonka vuoksi se on keskeinen pedagogisen tutkimuksen tutkimuskohde. Oppikirjojen sisältöihin vaikuttavat tiede,

opetussuunnitelmat sekä yhteiskunnassa vallitsevat arvot ja normit, minkä vuoksi niitä voidaan pitää oman aikansa käsityksiä heijastavina kulttuuriobjekteina. Oppikirjat eivät ole kuitenkaan täydellisiä tiedon kaanoneita, vaan niiden on kritisoitu muun muassa perustuvan tiedon jakamiseen, välittävän opetussuunnitelman vastaisia ideologioita sekä sisältävän jopa virheellisiä sisältöjä (mm. Aarnio-Linnanvuori, 2018, pp. 76; Paavola, Ilomäki & Lakkala, 2012; Uusikylä & Atjonen, 2005, pp. 167).

Väitöstutkimukseni tulokset kertovat, että ruokahävikkiä käsitellään monipuolisimmin kotitalouden ja niukkimmin biologian oppikirjoissa. Analysoidut oppikirjat rakentavat ymmärrystä ruokahävikistä oman oppiaineen opetussuunnitelmasta käsin, eivätkä lähesty aihetta eri kestävyiden ulottuvuuksia integroiden. Oppikirjoissa eniten hyödynnetyt pedagogiset lähestymistavat eivät välttämättä motivoi oppijaa muuttamaan ruokahävikikäyttäytymistään tai ohjaa oppilasta sen kriittiseen tarkasteluun. Kaikkien analysoitujen oppikirjojen uudistavaa oppimista tukevaa pedagogista potentiaalia voitaisiinkin kasvattaa esimerkiksi oppimista tukevia tekstityylejä suosimalla, eheyttämällä ja laajentamalla tarkastelunäkökulmaa ja monipuolistamalla tietoperustaa niin, että oppikirjat huomioivat monipuolisesti kestävä kehityksen eri ulottuvuuksia ja näihin kytkeytyvää arvo-orientaatiota. (Pollari, 2022).

Toivon, että tutkimukseni tuloksia voidaan hyödyntää perusopetuksen kestävä ruokakasvatuksen kehittämisessä. Tutkimus nostaa esiin niitä tekijöitä, joiden avulla oppikirjojen laatua voidaan parantaa tulevaisuudessa. Tarkoituksena on myös herättää keskustelua siitä, mitä ja miten tietoa kannattaa esittää. Toivon myös, että tutkimus antaa opettajille työkaluja oppikirjojen valintaan sekä niiden hyödyntämiseen opetuksen tukena. Lisäksi, koska oppikirjat noudattelevat opetussuunnitelmaa, tutkimuksessa peräänkuulutetaan perusopetuksen opetussuunnitelman rohkeampaa kannanottoa ja ohjeistusta kestävä ruokakasvatuksen opetukseen.

Uskon lasten ja nuorten potentiaaliin kasvaa tiedostaviksi, taitaviksi sekä ruokaa aidosti arvostaviksi kansalaisiksi. Kuitenkin, jos aiomme puolittaa ruokahävikin määrän vuoteen 2030 mennessä, emme voi odottaa, että lapset ja nuoret muuttavat kulutuskulttuurimme, vaan muutos mitä tarvitsemme katsoo meitä peilistä. Olinkin pettynyt itseeni, kun en enää uskaltanut koskea jääkaappini hilloon, mutta paahtoleivän kantapalat murensin keiton sekaan ja kahvin kaadoin kukille – luvaten itselleni, että seuraavalla kerralla keitän tarkemmin, sillä ikkunalaudan jukkapalmu ei loputtomiin kestä kofeiinia.

Lähteet

- Aarnio-Linnanvuori, E. (2018). Ympäristö ylittää oppiainerajat: arvolutautuneisuus ja monialaisuus koulun ympäristöopetuksen haasteina. Väitöskirja. Helsingin yliopisto, Helsinki.
- Clément, P. (2006). Didactic transposition and the KVP model: conceptions as interactions between scientific knowledge, values and social practices. Proceedings of ESERA Summer School 2006, IEC, Braga (Portugal), 9–18.

- Elorinne, A.-L., Eronen, L., Pollari, M., Hokkanen, J., Reijonen, H. & Murphy, J. (2020). Investigating home economics teachers' food waste practices and attitudes. *Journal of Teacher Education for Sustainability*, 22(1), 82–96. <https://doi.org/10.2478/jtes-2020-0002>
- FAO, IFAD, UNICEF, WFP & WHO. (2020) The state of food security and nutrition in the world 2020. Transforming food systems for affordable healthy diets. Rome, FAO.
- Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., van Otterdijk, R. & Meybeck, A. (2011). Global food losses and food waste: Extent causes and prevention. Rome: Food and Agriculture Organization (FAO).
- Grasso, Olthof, M. R., Boeve, A. J., van Dooren, C., Lahteenmaki, L. & Brouwer, I. A. (2019). Socio-Demographic Predictors of Food Waste Behavior in Denmark and Spain. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/su11123244>
- Harrison, E., Kaustell, K. & Silvennoinen, K. (2020). Ruoan uudelleenjakelu ja ruokahävikin vähentäminen. *Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus* 31. Luonnonvarakeskus.
- Jyrhämä, R., Hellström, M., Uusikylä, K. & Kansanen, P. (2016). Opettajan didaktiikka. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Jörissen, J., Priefer, C., Bräutigam, K-R. (2015). Food Waste Generation at Household Level: Results of a Survey among Employees of Two European Research Centers in Italy and Germany. *Sustainability*, 7, 2695–2715. <https://doi.org/10.3390/su7032695>
- Katajajuuri, J.-M., Silvennoinen, K., Hartikainen, H., Heikkilä, L. & Reinikainen, A. (2014). Food waste in the Finnish food chain. *Journal of Cleaner Production*, 73 (15), 322–329. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.12.057>
- Mason, P. & Lang, T. (2017). Sustainable diets. How ecological nutrition can transform consumption and the food system. Oxon, UK: Routledge.
- McGregor, S. L. T. (2019). Paradigms and normativity: what should FCS do in light of 21st century change? *Journal of Family and Consumer Sciences*, 111(3), 10–25. <https://doi.org/10.14307/JFCS111.3.10>
- Paavola, S., Ilomäki, L. & Lakkala, M. (2012). Tiedon esittäminen verkko-oppimateriaalissa. Teoksessa L. Ilomäki (toim.) Laatu e-oppimateriaaleihin: e-oppimateriaalit opetuksessa ja oppimisessa (pp. 44–53). Opetushallitus.
- Pollari, M. (2022) Perusopetuksen kestävä ruokakasvatus – ruokahävikki kotitalouden, maantiedon ja biologian oppikirjoissa. Väitöskirja. Itä-Suomen yliopisto, Joensuu.
- Pollari, M., Hokkanen, J., Eronen, L., Reijonen, H., Murphy, J., Autio, M. & Elorinne, A.-L. (2021). Perusopetuksen opettajat ruokakasvattajina - kohti kestävää ruokakäyttäytymistä edistäviä opetus- menetelmiä. *Ainedidaktiikka*, 5(3), 5–27.
- Ripple W.J., Wolf, C., Newsome, T.M., Galetti, M., Alamgir, M., Crist, E., Mahmoud, M.I., Laurance, W.F. ym. (15,364 allekirjoittanutta tutkijaa 184 maasta). (2017). World scientists' warning to humanity: A second notice. *BioScience*, 67(12), 1026–1028. <https://doi.org/10.1093/biosci/bix125>
- Sekki, S., Autio, M., Lindblom, T. S. & Niva, M. (2021). "Koko ruoanvalmistusprosessi on täynnä ilmastotekoja!" – Kotitalousopettajien näkemyksiä perusopetuksen kestävästä ruokakasvatuksesta. *Ainedidaktiikka*, 5(3), 28–50.
- Silvasti, T. (2015). Food aid – normalising the abnormal in Finland. *Social Policy and Society: a Journal of the Social Policy Association*, 14(3), 471–482. <https://doi.org/10.1017/S1474746415000123>
- Silvennoinen, K., Hartikainen, H., Katajajuuri, J.-M., Nisonen, S., Pietiläinen, O. ja Timonen, K. (2019). Wastestimator. Ruokahävikin päivitettyt mittaustulokset ja ruokahävikin seurantatyökalun kehittäminen: kotitaloudet ja ravitsemispalvelut. *Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus* 32/2019. Luonnonvarakeskus.
- Smith, M. (2017). Pedagogy for home economics education: Braiding together three perspectives. *International Journal of Home Economics*, 10(2), 7–16. <https://doi.org/10.3316/informit.305741183411266>
-

- Swallow, P. C. (2014). *The remarkable life and career of Ellen Swallow Richards: Pioneer in science and technology*. Hoboken, New Jersey: Wiley & Sons.
<https://doi.org/10.1002/9781118923849>
- Tani, S., Hilander, M. & Leivo, J. (2020). Ilmastonmuutos lukion opetussuunnitelmissa ja maantieteen oppikirjoissa. *Ainedidaktiikka*, 4(2), 3–24.
<https://doi.org/10.23988/ad.88063>
- Uusikylä, K. & Atjonen, P. (2005). *Didaktiikan perusteet*. Helsinki: WSOY
- Vaines, E. 1985. Transforming actor: The role of the home economist. *Canadian Home Economics Journal*, 35(2), 69–71.
- Visschers, V.H.M., Wickli, N. & Siegrist, M. (2016). Sorting out food waste behaviour: A survey on the motivators and barriers of self-reported amounts of food waste in households. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 66–78.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.11.007>

Kirjoittajatiedot

Milja Pollari, KT, milja.pollari@helsinki.fi. Väitöspäivä 06.05.2022, Soveltavan kasvatustieteen ja opettajankoulutuksen osasto, Itä-Suomen yliopisto, Joensuu.
Vastaväittelijä: professori Johanna Mäkelä, Kustos: professori Anna-Liisa Elorinne

Väitöskirja osoitteessa:
https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/27276/urn_isbn_978-952-61-4494-8.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lectio praecursoria

Kimble-lautapelin kestävä tuotesuhde – Kulttuurituotteiden uustuotantoprosessit

Lilli Sihvonen

Viimeisen viikon aikana valmistautuessani erinäisiin tilaisuuksiin olen rikkonut kolmet 16 euron arvoiset sukkahousut. Olin näitä kalliimpia merkkisukkahousuja ostaessani naiivisti olettanut, että ne olisivat kestävämmät eivätkä hajoaisi yhtä nopeasti kuin halvat sukkahousut, kun yritän kiskoa niitä jalkaan. Asia sekä ärsytti että toisaalta huvitti minua kovin, sillä olinhan ostanut kyseisiä sukkahousuja peräti neljä paria varmuuden vuoksi. Suunnitellun vanhentamisen tutkijalle ei ollut mikään yllätys, että ainakin yhdet sukkahousut menisivät rikki, mutta kun lopulta kolmessa parissa oli jokseenkin suuret silmäpaot, en voinut muuta kuin nauraa.

Sukkahousut ovat klassinen esimerkki suunnitellusta vanhentamisesta eli siitä, kuinka edelleen tuotteidemme käyttöikää rajoitetaan esimerkiksi heikentämällä niiden kestävyyttä. Tuotteet voidaan valmistaa huonosti kehuista materiaaleista, jotta ne hajoaisivat ennen aikojaan, ja usein myös niiden korjauttaminen on kalliimpaa kuin uuden hankkiminen tilalle. Eteemme sysätään myös jatkuvasti uutuuden kiiltoa hehkuvia tuotteita, joista monet ovat vain näennäisesti aiempia tuotteita parempia.

Suunniteltua vanhentamista tapahtuu, jotta vaihtaisimme tuotteemme aina uusiin ja ylläpitäisimme siten kulutusta. Samalla se on johtanut moniin ympäristöongelmiin, kun tuottamaamme jätettä ei ole suunniteltu häviämään luonnosta. Esimerkiksi jokaisen taskusta löytyvä älypuhelin on yksi pahimpia jäteongelmia maailmassa kestävästä kehityksestä huolimatta. Suunniteltu vanhentaminen kertoo siitä, ettei tuotesuhteemme ole kestävä eikä moniin tuotteisiin voi luottaa. Näin kävi minunkin sukkahousutapauksessani.

Tutustuin suunniteltuun vanhentamiseen maisterivaiheessa, kun sain käsiini Giles Sladen *Made to break* -teoksen. Teos sijoittaa vanhentamisen juuret 1920-luvun amerikkalaiseen autoteollisuuteen, jossa keksittiin, että autojen malleja ja värejä muuttamalla voitaisiin lisätä niiden kulutusta. Itselleni ilmiö oli henkilökohtaisina

kokemuksina tuttu esimerkiksi muodin saralta, kun halvalla tuotetut ja ostetut vaatteet viiruttuivat ja nukkaantuivat jo ensimmäisten pesukertojen jälkeen.

Ilmiö herättikin minussa välittömän vastareaktion, halun muuttaa asioita, ehkä jopa omaa käytöstäni: *"Miksi ihmeessä hylkäämme tavaraa näin paljon tällaisella tahdilla? Voisivatko yritykset varmistaa taloudellisen varmuutensa jollain muulla tavalla?"* Voimakkaan vastareaktion lisäksi olen myös aina ollut kiinnostunut meidän ihmisten suhteesta tavarahan sekä siitä, miten tuohon suhteeseen vaikutetaan, joten kun vanhentamiseen liittyvä tutkimus tuli minulle tutuksi, tiesin vielä joskus väitteleväni aiheesta.

Koko tutkimukseni suunta määräytyi lopulta, kun löysin sosiologi Fred Davisin viittaukset suunnitellun vanhentamisen ja henkiinherättämisen yhteisroolista mediatuotteiden kuten elokuvien ja televisiosarjojen elinkaarissa. Davis ehdotti jo vuonna 1979 *Yearning for Yesterday* -teoksessaan, kuinka esimerkiksi televisiosarjojen elinkaari muodostuisi lyhyestä ensiesitysvaiheesta, joka päättyisi siihen, kun uudet mediatuotteet syrjäyttäisivät vanhat. Tämä olisi siis suunnitellun vanhentamisen vaihe. Sen jälkeen seuraisi jopa useita vuosikymmeniä kestävä tauko, jonka aikana meille kuluttajille kehittyisi nostalginen, jokseenkin katkeransuloinen kaipuu näitä kadonneita tuotteita kohtaan. Sitten tuotteet herätettäisiin henkiin, eli ne ilmestyisivät uudelleen ja me ryntäisimme innolla niiden pariin. Davis esitti myös, että yritykset voisivat palkata niin sanottuja nostalgiaspesialisteja arvioimaan, milloin mikäkin tuote kannattaisi julkaista uudelleen.

Tartuin tuohon ajatukseen, ja kehitin uustuotantoprosessin käsitteen sen pohjalta. Uustuotanto tarkoittaa tuotannosta joskus poistetun tuotteen palauttamista valmistukseen ja markkinoille. Ilmiö lienee monelle tuttu esimerkiksi sisustus- ja design-esineistä. Uustuotantoprosessissa tästä käytännöstä tulee toistuva, eli tuote vuoroin poistetaan ja palautetaan markkinoille. Olennaista on aiemmin ollut, että tuotteen elinkaareissa on katkoksia, taukoja, jolloin tuotetta ei ole saatavilla. Nostalgiaa syntyy tuon katkoksen aikana, minkä jälkeen tuote herätetään henkiin ja palautetaan markkinoille. Tuote voi myös muuttua hieman, kun valmistustekniikat ja -materiaalit kehittyvät.

Tämä ajatus sai minut väitöskirjaprojektini alussa pohtimaan, onko tosiaan niin, että kaikki pitkäikäiset tuotteet vaativat markkinataukoja. *Pitääkö tuotteita pantata kuluttajilta? Tarvitaanko suunniteltua vanhentamista? Onko olemassa tuotteita, jotka selviytyvät markkinoilla vuosikymmenestä toiseen ilman, että niitä pantataan? Ja jos on, miksi ja miten ne selviytyvät? Voisiko noista tuotteista ottaa jotakin opiksi, vaikkapa tuotekehityksen malliksi?*

Väitöskirjatutkimukseni esimerkkituotteeksi valikoitui vuonna 1967 ilmestynyt Kimble-lautapeli, jota valmistaa porilainen Tactic Games Oy. Peli on säilynyt suhteellisen muuttumattomana yli 50 vuoden ajan, joskin sen perusversion elinkaaresta on löydettävissä myös muutamia muutoksia. 2000-luvun alusta alkaen ilmestyneet teemaversiot kuten vaikkapa *Nalle Puh Kimble* muuttavat Kimblen

ulkoasua enemmän, ja niiden avulla Kimbleä voidaan siirtää sukupolvelta toiselle. Pelillä on myös selkeä historiallinen alkutarina, jota kerrataan mediassa. Onpahan Kimble saanut aika ajoin aikaiseksi muutamia kohuja, joista yksi tunnetuimmista lienee ruotsalaisten helpotetut pelisäännöt.

Tutkimukseni aineisto muodostuu Tactic Games Oy:n viiden asiantuntijan haastattelusta, yhden Aalto-yliopiston opiskelijan haastattelusta, 247 verkkokyselyvastauksesta, yli 30 Kimble-version dokumentoinnista sekä esineen lähiluvusta, jolla tarkoitan esineen eri käyttötarkoituksiin ja mahdollisuuksiin tutustumista. Olen esimerkiksi pelannut ja näpertänyt Kimbleä yksin sekä osallistunut Automaatio- ja systeemitekniikan killan Ihmiskimbleen Otaniemessä. Moniulotteisella aineistolla pyrin huomioimaan tutkimuksessani niin valmistajan, käyttäjien kuin tuotteen näkökulmat.

Väitöskirjani teoreettinen viitekehys on monitieteinen ja rakentuu puolestaan pelitutkimuksen, kulutuksen tutkimuksen ja materiaalisen kulttuurin tutkimusten varaan. Lähestyn Kimbleä paitsi lautapelinä myös tuotteena ja esineenä.

Väitöskirjani on muotoa artikkeliväitöskirja, joka koostuu neljästä vertaisarvioidusta artikkelista ja yhteenveto-osioista. Käsittelen väitöskirja-artikkeleissani uustuotantoprosessin eri osa-alueita, jotka Kimble tuo päivänvaloon: niitä ovat merkityksellinen historia, pysyvät ominaisuudet, muutokset sekä käyttökulttuuri ja elämäkerrat. Peli esimerkiksi kiinnittyy vahvasti ensi-ilmestymiseensä, joka sisältää tarinoita siitä, kuinka Kimble tuli Nelostuotteen eli nykyisen Tactic Gamesin perustaneen Arne Heljakan perheeseen, miten perheenjäsenet valmistivat ja pakkasivat ensimmäiset Kimble-versiot autotallissa tai kuinka Arne Heljakka mainosti Kimblen kestävyyttä seisomalla noppakupun päällä. Tarinaa kertovat ensin perheenjäsenet, kun taas myöhemmin tarina moniäänistyy ja kasvaa yhtiön muiden työntekijöiden kertomuksilla. Esimerkiksi yhtiön graafinen suunnittelija muisteli minulle vuoden 1977 Kimblen pelipakkauksen kantta ja silloisen graafisen suunnittelijan huonoa päivää; kanteen kun jäi yksi pelinappula väärinpäin.

Pysyvät ominaisuudet puolestaan käsittävät ne osat Kimblessä, jotka eivät koskaan muutu versiosta huolimatta. Toisessa väitöskirja-artikkelissani olen käsitellyt esimerkiksi pelilaudan keskellä olevaa Pop-o-matic-noppakupua ja abstraktimpaa ominaisuutta, kestävyyttä. Pop-o-matic-noppakupuu paukkeineen on varmasti monelle tuttu ja jakaa mielipiteitä; toiset eivät ole siitä moksiskaan, osa taas ei voi sietää ääntä. Kimblen äänellä kun on tapana vallata koko tila ja vaikuttaa niihinkin, jotka eivät sitä pelaa. Mutta jos noppakupua ei olisi, ei Kimble olisi Kimble. Kestävyys puolestaan näyttäytyy ja onkin lähtökohdiltaan fyysistä kestävyyttä. Kimbleä on vaikea saada rikki, ja noppakupua saatetaan ihan hakatakin. Kestävyys kuitenkin muuntuu ja toimii pohjana psykologiselle kestävyydelle ja luotettavuudelle.

Pysyvien ominaisuuksien vastapainoksi tuotteeseen voidaan tehdä muutoksia. Kimblen kohdalla tämä on esimerkiksi tarkoittanut pelipakkauksen kansikuvan

asteittaista, hidasta päivittämistä. Kansikuva on muuttunut perheteemaisista kuvista pelkkään pelilautaan sinisellä taustalla, mikä mielestäni kertoo siitä, että peli on vakiintunut osaksi kulttuuriamme. Se viestii siitä, että peli on myös varsin neutraali; sitä voi pelata kuka tahansa kielimuurista huolimatta ja kaikki ovat – ainakin näennäisesti – tasa-arvoisessa asemassa, perustuuhan peli kuitenkin onneen. Muita muutoksia ovat esimerkiksi pelinappuloiden materiaali, joka on muuttunut puusta muoviksi. Myös pelipakkauksen kannessa aikoinaan ollut noppakuvun reikä on kadonnut. Monia näistä muutoksista on myös tuotu takaisin pelin retroversioihin, jotka jäljentävät varhaisimpia Kimble-versioita.

Pysyvien ominaisuuksien ja muutosten välinen suhde puhuttelee meitä tuotteen käyttäjiä. Ensinnäkin tunnistamme tuotteen tutuksi, samaksi ja turvalliseksi vaihtoehdoksi. Toisaalta tuotteeseen tehdyt muutokset herättävät yleensä positiivista kiinnostusta, minkä ansiosta tuote hankitaan uudelleen. Nämä ovat toki yrityksille niin sanottuja vaaranpaikkoja, sillä kaikki muutokset eivät miellytä käyttäjiä. Voimme varmasti kaikki nimetä jonkin tuotteen, johon tehdyt muutokset eivät ole olleet hyviä. Omalla kohdallani esimerkiksi elokuvien uusintadubbaukset ovat olleet jokseenkin huonoja kokemuksia.

Käyttökulttuuri ja pelin saamat elämäkerrat ovat osa pelin toimijuutta ja seuraavat käyttäjiensä elämänvaihetta. Lautapelin lisäksi Kimble on esimerkiksi toiminut leikkikaluna, sisustusesineenä, korvaavana noppa muissa peleissä, sillä Kimblen noppa ei koskaan katoa, sekä juomapelinä etenkin opiskelijapiireissä. Esineen elämäkerrat ovat osoitus siitä, kuinka tuotteen valmistaja ei voi kontrolloida kaikkia tuotteen käyttötapoja. Ne kuitenkin tukevat tuotteen uustuotantoprosessia, sillä niiden löytäminen syventää käyttäjän suhdetta tuotteeseen. Esimerkiksi Aalto-yliopiston opiskelijoiden Kimble-kulttuuri vahvistaa Kimblen toimijuutta, ja on merkittävä osa opiskelijoiden välistä yhteishenkeä ja heidän tärkeää elämänvaihettaan.

Väitöskirjassani pyrin pois sekä suunniteltua vanhentamista että nostalgiaa painottavasta uustuotantoprosessista tutkimalla tuotetta, joka on kestänyt sekä aikaa että käyttöä ja joka on jatkuvasti saatavilla. Tutkimukseni keskeisimmät huomiot ja tulokset syntyvät Kimblen elinkaaren kautta; koska peliä ei pantata kuluttajilta, uustuotantoprosessi ei edellytäkään taukoja ja tuotteen poisvetoja markkinoilta. Kimble kiinnostaa meitä riittävästi ilmankin. Myöskään nostalgiaa ei synny taukojen aikana, vaan jollain muulla tavalla. Tämä tekee suunnitellun vanhentamisen merkityksen uustuotantoprosessissa ja tuotteiden elinkaaressa pitkälti tarpeettomaksi. Korkeintaan sopeuttavat ja yritysten ulkopuolelta tulevat pakotetut toimet kuten muoti ja lainsäädäntö saattavat edellyttää sitä, että tuotteeseen tehdään muutoksia.

Kimblen avulla muodostankin uustuotantoprosessin reunaehdot eli sen, mitä vähintään tarvitaan, jotta prosessi olisi mahdollinen. Tuotteella on oltava hyvä tarina sekä selkeitä henkiinherätysvaiheita, joissa tuote ilmestyy hieman muuttuneena. Toisaalta esitän väitöskirjassani tuloksena myös sen, että uustuotantoprosessi on tuotesidonnainen, vaikka logiikka onkin sama. Toiset

tuotteet edellyttävät taukoja, toiset eivät. Mutta koska uustuotantoprosessin logiikka säilyy suhteellisen samana tuotteesta toiseen, on prosessi myös mallinnettavissa.

Yksi väitöskirjatutkimukseni tutkimustulos onkin uustuotantoprosessin malli, jonka olen laatinut kahdesta eri näkökulmasta katsottuna: Ensinnäkin selvennän, miten vanhoja tuotteita ja niiden elinkaaria voidaan tutkia. Tätä puolta mallista voivat hyödyntää esinetutkimusta tekevät tahot kuten museot tai tutkijat. Toiseksi esitän mallin tuotekehityksen näkökulmasta, siitä, miten uusien tuotteiden elinkaaria voitaisiin suunnitella etukäteen kestävämmiksi, millaisia julkaisuvaiheita tuotteille voidaan määritellä, millaisia niiden pysyvät ominaisuudet ja muutokset voisivat olla tai tarkastella sitä, millaisissa kulttuurimme hetkissä tuote on ilmestynyt uudelleen.

Tulevaisuuden tutkimusaiheena voisikin olla kiinnostavaa selvittää, millaisia merkityksiä tuote saa eri aikoina: Millaisia arvoja tuotteeseen on liitetty? Millaista mediahuomiota se sai? Miksi sitä muutettiin? Tällaiset klassikotuotteet kertovat jotain meistä ihmisistä niiden tuotteiden käyttäjinä, kuluttajina sekä valmistajina. Onhan Kimblekin varsin yksinkertainen, mutkaton ja helposti lähestyttävä tuote. Muistelipa minulle Tacticin silloinen myyntijohtaja haastattelussa sitä, kuinka raavaat harrikkamiehetkin juovat olutta ja pelaavat Kimbleä.

Väitöskirjassani pilkon osiin tuotteen elinkaaren ja esitän, millaisista osa-alueista ja vaiheista tällainen suhde muodostuu ja mitä voimme ottaa siitä opiksi. Lähestyn tuotetta ennen kaikkea kokonaisuutena, ja otan huomioon sen elinkaaren sekä siihen vaikuttavat tekijät. Tämänkaltainen lähestymistapa on tärkeää, jotta voimme vähentää suunnitellun vanhentamisen roolia tuotteidemme elinkaarissa. Meidän ei tarvitse vanhentaa tuotteitamme, mutta sopeuttaa voimme. Voimme kuunnella paremmin käyttäjiä siitä, minkälaiset muutokset ovat oikeasti tarpeen ja hyviä.

Uustuotantoprosessi kuvastaa kestävästä tuotesuhteesta. Se kertoo meidän kaikkien yhteisesti jakamasta luottamuksesta johonkin tiettyyn tuotteeseen. Samalla se kuvaa sitä, miten klassiset tuotteet saattavat syntyä. Olennaista on kuitenkin ottaa oppia tuotteista, jotka kestävät aikaa. Uustuotantoprosessin mallin avulla voimme siis lähteä tarkastelemaan tuotesuhteitamme ja selvittää, mikä niissä on pielessä sekä tehdä niihin korjausliikkeitä. Kestävillä tuotesuhteilla yrityksetkin voivat viestiä luotettavuutta käyttäjien suuntaan. Tutkimukseni toimii siten ohjenuorana sille, miten uustuotantoprosessin tutkimusta ja siihen liittyvää tuotekehitystä tulisi tehdä.

Lopuksi palaan vielä alussa mainitsemaani sukkahousuongelmaan. Viimeisen viikon aikana tulin tietoiseksi siitä, että sukkahousujen kestävyyttä voi parantaa suihkuttamalla niihin vettä, mikä sekin on mielestäni jokseenkin huvittavaa. Tiedän myös, että maailmassa on tarjolla reilusti kalliimpia, mutta kuulemma oikeasti kestäviä sukkahousuja. En ole tähän tuotesuhteeseen vielä ryhtynyt. Mutta jos ja kun pääsen siihen vaiheeseen, saisivat nämä lähes kertakäyttöiset, kestävämmät sukkahousut hävitä maailmasta kokonaan.

Kirjoittajatiedot

Lilli Sihvonen, FT, ltmsih@utu.fi. VÄITÖSPÄIVÄ 10.6.2022, Digitaalinen kulttuuri, Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen tutkinto-ohjelma, Turun yliopisto, Pori.
Vastaväittäjä: yliopistonlehtori Veera Kinnunen. Kustos: professori Anna Sivula.

Väitöskirja osoitteessa:

<https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/153948/Annales%20B%20578%20Sihvonen%20DISS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Linkki artikkeleihin: <https://www.utu.fi/fi/ihmiset/lilli-sihvonen>

<https://doi.org/10.54333/kulutustutkimus.121523>

Lectio praecursoria

Sosiokulttuurinen näkökulma sosiaaliseen markkinointiin: Ruokahävikkiä vähentämässä

Ulla-Maija Sutinen

“Älä ruoki roskista”

“Tehdään hävikistä hyvikiä”

“Suomalainen heittää liki 130 euroa roskiin vuodessa”

“Jaa omat hävikkivinkki”

Muutaman viime vuoden aikana erilaisten ruokahävikkipanjojen ja -aloitteiden määrä on valtavasti kasvanut. Jokainen meistäkin on varmasti kohdannut tämän tyyppisiä kampanjamateriaaleja jossakin. Näitä on saattanut tulla vastaan paperilehdissä, sosiaalisessa mediassa tai vaikkapa lounasravintoloissa. Yhä useammin teema on näkyvästi läsnä myös elintarvike- ja kaupan alan yritysten markkinointiviestinnässä ja muussa toiminnassa.

Kiinnostus ruokahävikin vähentämiseen on noussut vahvasti esiin myös poliittisissa agendoissa ja julkisessa keskustelussa. Esimerkiksi ihan viime viikkoinakin ruokahävikin vähentämisestä on keskusteltu paljon mediassa ruoan hinnan nousun yhteydessä. Ruokahävikin vähentäminen mainitaan Yhdistyneiden Kansakuntien kestävä kehityksen tavoitteissa. Se on merkittävä tavoite myös Euroopan Unionin tasolla, ja Suomikin jäsenmaana on sitoutunut ruokahävikin määrän puolittamiseen vuoteen 2030 mennessä. Siihen on enää alle 8 vuotta.

Parin viime vuoden sisällä akateemisen tutkimuksen määrä aiheen ympärillä on niin ikään kasvanut merkittävästi - lähes räjähdysmäisesti. Uudenlaisia näkökulmia ruokahävikkiin kytkeytyvään akateemiseen tutkimukseen on avannut Tampereen yliopistossa toimiva Wastebusters-tutkimusryhmä, josta minä löysin paikkani

aloittavana tutkijana ja jossa olen päässyt syventymään tähän monipolviseen, mielenkiintoiseen tutkimusteemaan. Tästä lähti liikkeelle myös oma väitöskirjatutkijan polkuni, jonka yhden suuren etapin vuoksi tänne saliin olemme tänään kokoontuneet.

Valtaosa ruokahävikkitutkimuksesta on keskittynyt ruokahävikin määrittämiseen, mittaamiseen ja syihin sen syntymisen taustalla. Näin on rakennettu laajempaa ja syvempää ymmärrystä aiheesta. Ymmärrystä on kerrytetty siitä, kuinka paljon, miksi ja miten ruokaa ylipäätään päätyy hävikkiin. Ruokahävikin syntymisen ymmärtämisen rinnalla, tai ehkäpä ennemminkin sen sijaan, minua on kuitenkin tutkijana vahvasti ohjannut kiinnostus siitä, kuinka ruokahävikkiä sitten vähennetään? Voisiko sitä jotenkin edesauttaa? Millainen rooli markkinoinnilla on tai voisi olla ruokahävikin vähentämisessä?

Tällä pohdintapolulla minua veti puoleensa sosiaalisen markkinoinnin tutkimusvirta. Sosiaalisella markkinoinnilla viitataan markkinointiin, jonka tavoitteen voisi kiteyttää yhteiskunnallisen hyvän edistämiseen. Sosiaalisessa markkinoinnissa markkinoinnin tieteenalalla käytettyjä ja kehitettyjä malleja, teorioita ja työkaluja – ja markkinointiajattelua ylipäätään – hyödynnetään muun muassa tupakoinnin vähentämiseen, turvaistuinten käyttämisen kannustamiseen sekä terveellisten elintapojen edistämiseen. Sosiaalisella markkinoinnilla voidaan myös tarttua kestävän kuluttamisen teemoihin ja rakentaa näin kestävämpää tulevaisuutta. Tämä tutkimusvirta kolahti johonkin kohtaan ”maailmanparantajaminääni”. Ymmärsin tämän olevan se paikka, jonne haluan omalla markkinoinnin osaamisellani ja tutkimuksellani tuoda uutta arvoa.

Sosiaalisesta markkinoinnista tuli väitöstutkimukseni punainen lanka. Ruokahävikin vähentäminen puolestaan muodostui tärkeäksi kiinnittymiskohdaksi, jonka kautta väitöskirjassani tarkastelen kestävän kuluttamisen edistämistä markkinoinnin avulla.

Sukeltaminen sosiaalisen markkinoinnin tutkimuksiin nosti kuitenkin otsalleni muutamia ryppyjä. Näissä tutkimuksissa meidän kuluttajien käyttäytymistä tarkasteltiin varsin usein yksilön näkökulmasta. Nojataan siihen, että yksilön pään sisäisiä ajatuksia, asenteita ja aikomuksia muuttamalla, myös käyttäytyminen muuttuu. Tutkimusvirran perinteisinä ominaispiirteinä voidaan pitää vahvaa kuluttajakeskeisyyttä ja pyrkimystä saada aikaan vapaaehtoista käyttäytymisen muuttumista. Tätä tehdään esimerkiksi eri hyötyjä korostamalla, tietoa jakamalla ja ikään kuin houkuttelemalla ihmisiä muutosten tekemiseen. Tämä saman tyyppinen lähestymistapa tuntui toistuvan myös monissa ruokahävikkialoitteissa, joita olin kohdannut.

Tämä ei kuitenkaan ollut täysin linjassa sen ymmärryksen kanssa, mitä olin ruokahävikistä ja sen vähentämisestä kartuttanut. Ruokahävikissä ja siihen kytkeytyvässä kuluttamisessa kyse on paljon muustakin kuin valinnoista. Harva meistäkään täällä olevista varmastikaan suhtautuu ruokahävikkiin myönteisesti. Silti joudumme välillä täyttämään biojäteastiaa.

Ruokaan liittyvät tavat toimia ovat tyypillisesti sellaisia, joita emme juurikaan mieti, joihin olemme tottuneita ja joita pidämme yleisesti hyväksytyinä. Täytämme lautasemme tietyllä tavalla ja syömme tietyn määrän aterioita päivässä. Jo käsitys siitä, mikä ylipäätään nähdään syömäkelpoisena ruokana, vaihtelee eri kulttuurisissa konteksteissa ja jopa eri perheissä. Väitänkin näin: ”Jotta ruokahävikin syntymistä voidaan ymmärtää ja etenkin jotta sen vähentämistä voidaan edistää, on kuluttamista tarkasteltava monella tasolla ja irtauduttava vain yksilöä painottavasta näkökulmasta”.

Yksilön käyttäytymiseen ja valintoihin keskittyvän näkökulman rajallisuus on nostettu esiin myös muissa kestävään kuluttamiseen liittyvissä teemoissa. Usein puhutaan esimerkiksi asenteiden ja käyttäytymisen välisestä kuilusta. Tällä viitataan siihen, että me kuluttajat saatamme esimerkiksi suhtautua erittäin positiivisesti vaikkapa eettisiin tuotteisiin, mutta emme kuitenkaan osta tai käytä niitä samassa määrin.

Vaikka kestäväan kuluttamisen teemoja on jonkin verran lähestytty sosiaalisessa markkinoinnissa, tunnistin vain muutamista alan tutkimuksista nimenomaan sosiaaliseen ja kulttuuriseen tasoon paneutuvia näkökulmia. Eikö sosiokulttuurisella lähestymistavalla olisi kuitenkin paljon enemmän mahdollisuuksia myös sosiaalisen markkinoinnin puolella? Eikö tämä olisi tärkeää erityisesti kestävyteen liittyvien muutosten, kuten ruokahävikin vähentämisen, kannalta?

Otsaryppyni syventyivät.

Jossakin vaiheessa ymmärsin tärkeän seikan. Siitä, että jokin asia tuntuu epäselvältä, on tutkimusta tehdessä varsin paljon hyötyä. Otsani rypyistä nimittäin muodostui lopulta väitöstutkimukseni ydin. Se työmaa, jossa rakennan siltoja sosiaalisen markkinoinnin, sosiokulttuurisen kulutustutkimuksen sekä ruokahävikin vähentämisen välille. Näin muodostui myös väitöskirjani päätavoite: ”tutkia ja jäsentää sosiokulttuurista näkökulmaa sosiaaliseen markkinointiin ruokahävikin vähentämisen kontekstissa”.

Väitöskirjani rakentuu neljän laadullisin menetelmin toteutetun tutkimuksen pohjalta. Näissä tutkimuksissa tarkastelen yksin tai tarkastelemme yhdessä kanssatutkijoiden kanssa ruokahävikin vähentämisen edistämistä erilaisista näkökulmista. Jokaista osatutkimusta kuitenkin ohjaa samankaltainen sosiokulttuurinen ymmärrys. Tällä viitataan siihen, että maailman nähdään rakentuvan käytänteiden, merkitysten, kuvien, tekstien ja diskurssien muovaamana. Ja näitä myös me kuluttajat jatkuvasti omalla toiminnallamme muokkaamme. Ja niin muokkaavat myös markkinoinnin toimijat.

Väitöskirjani ensimmäisessä tutkimuksessa paneuduimme ruokahävikin vähentämiseen liittyviin sosiokulttuurisiin merkityksiin. Tunnistimme Suomessa toteutetuista ruokahävikikampanjoista kolme eri laajempaa teemaa – luovuuden, estetiikan ja etiikan. Näiden teemojen nähtiin rakentavan ja vahvistavan

ruokahävikin vähentämiseen liittyviä positiivisia merkityksiä. Näiden merkitysten kautta ruokahävikin vähentämisestä puolestaan rakennetaan kulttuurisella tasolla tavallisempaa ja hyväksyttävämpää.

Myös toisessa osatutkimuksessa syvennyin ruokahävikkipanjoihin ja erityisesti niiden visuaalisiin materiaaleihin ruokahävikkiin ja ruokahävikin vähentämiseen liittyvien merkitysten rakentajina. Tutkimuksessa tunnistin kuvien ja niihin liitettyjen tekstien heijastavan erilaisia oletuksia kuluttajista. Osa näistä liittyi oletettuun motiiviin ruokahävikin vähentämisen taustalla. Oletetaanko, että ruokahävikkiä vähennetään rahan säästön, ympäristön hyvinvoinnin vai laajemman altruismin pohjalta? Materiaalit poikkesivat toisistaan myös kuluttajien toimijuuteen liittyvien oletusten osalta; tunnistin materiaaleista oletuksia joko lapsenomaisesta, tietämättömästä tai aktiivisesta kuluttajasta. Nämä eri oletukset perustuvat vahvasti erilaisiin teoreettisiin näkemyksiin kuluttajien käyttäytymisestä ja mahdollistavat muutosta eri tavoin.

Myös tavoilla, miten asioista yleisesti keskustellaan, on merkitystä siihen, miten asiat koetaan ja millainen käyttäytyminen tulee mahdolliseksi. Tähän paneuduimme väitöskirjan kolmannessa osatutkimuksessa, jossa tunnistimme yhden ruokahävikkipanjojen alullepanemasta sosiaalisen median ruokahävikki keskustelusta kolme päädiskurssia eli tapaa keskustella. Keskustelussa painottuivat ruokahävikki ongelman selittäminen, erilaisten jo-tenneiden vähentämistoimien esittelemine sekä vetoaminen muihin toimijoihin tarvittavien muutosten vuoksi. Nämä eri diskurssit piirtävät paitsi hyvin erilaista kuvaa ruokahävikistä, ne antavat hyvin erilaisen pohjan muutoksen syntymiseen.

Neljännessä käsitteellisessä osatutkimuksessa puolestaan tarkastelin syvemmin sosiaalisen markkinoinnin toimijoiden potentiaalista roolia ruokahävikkiin liittyvien käytänteiden muuttamisessa. Mitä se tarkoittaisi sosiaalisen markkinoinnin toimijoille, jos pyrittäisiinkin muuttamaan kuluttajien sijaan ensisijaisesti käytänteitä – eli niitä tapoja, joilla tyypillisesti toimitaan. Ehdotan sosiaalisen markkinoinnin toimijoille rooleja ruokahävikkiin johtavien käytänteiden muovaajina, ruokahävikkiä vähentävien käytänteiden normalisoijina ja ruokahävikkiin liittyvien käytänteiden uudelleenjärjestäjinä.

Jokainen osatutkimus rakentaa ymmärrystä väitöstutkimuksen pyrkimykseen, sosiokulttuurisen näkökulman vahvistamiseen sosiaalisen markkinoinnin tutkimusvirrassa. Tämä puolestaan vankentaa sosiaalisen markkinoinnin roolia yhteiskunnallisen muutoksen rakentajana. Tunnistan kuitenkin, että sosiokulttuurisen näkökulman sulauttaminen sosiaalisen markkinoinnin, perinteisesti hyvinkin suoraviivaiseen näkökulmaan, ei tapahdu sormia napsauttamalla. Tarvitaan jäsenystä, jota rakennan väitöskirjani kokoomaosiossa. Jäsenyksen perustuu kolmen kulmakiven varaan, joita kutsun väitöskirjassani pmissiksi:

Ensinnä väitän, että ruokahävikin vähentäminen tulisi nähdä osana käytänteiden

kulttuurista järjestelmää. Ruokahävikki syntyy monenlaisissa, kulttuurisesti ja sosiaalisesti muovautuneissa tavoissa toimia arjessa. Myös ruokahävikin vähentäminen tulee nähdä osana tätä laajempaa kokonaisuutta. Kuinka käymme kaupassa? Kuinka teemme ruokaa? Näihin käytänteisiin kytkeytyvät olennaisesti myös vaikkapa yleiset tavat puhua ruosta ja ruokahävikistä.

Toiseksi väitän, että sosiaalinen markkinointi osallistuu tämän järjestelmän rakentamiseen ja on osa sitä. Sosiaalista markkinointia ei voida nähdä niin sanotusti ulkopuolisena toimijana, joka kertoo toisille (usein kuluttajille) mitä pitäisi tehdä eri tavoin. Ei: sosiaalisen markkinoinnin toimijat ovat niin ikään osa tätä järjestelmää, jossa ruokahävikin vähentäminen tapahtuu. Joka kerta, kun esimerkiksi ruokahävikistä jollakin tavalla viestitään, rakennetaan tätä todellisuutta. Tehdään asioita esimerkiksi normaalimmiksi tai sosiaalisesti hyväksyttävimmiksi. Tämä korostaa sosiaalisen markkinoinnin merkityksellistä, mutta myös hyvinkin vastuullista roolia.

Kolmantena väitän, että jos ruokahävikkiä halutaan pyrkiä vähentämään, on muutoksia rakennettava tämän käytänteiden kulttuurisen järjestelmän sisällä. Kuulostaa monimutkaiselta, mutta väitöskirjassani tarjoan tähän erilaisia mahdollisuuksia. Voidaan keskittyä esimerkiksi merkitysten uudelleenrakentamiseen. Voidaan synnyttää uusia tapoja puhua asioista. Voidaan tunnistaa ruokahävikin vähentämisen kytkökset tyypillisiin tapoihin toimia jokapäiväisessä elämässä ja pyrkiä eri tavoin muovaamaan näitä kytköksiä.

Siis: Jos ruokahävikin vähentämistä halutaan edistää, on nämä kolme kulmakiveä otettava huomioon.

Mitäpä sitten haluaisin, että näistä jäisi mieleen käytännön toimijoille? Niille erilaisille julkisen ja yksityisen sektorin organisaatioille, jotka pyrkivät vaikuttamaan ruokahävikin vähentämiseen.

No, tarvitsemme lisää uudenlaista tai oikeastaan moniulotteisempaa ymmärrystä ruokahävikin vähentämisestä. Niiltä markkinoinnin toimijoilta, jotka haluavat toiminnallaan edistää ruokahävikin vähentämistä, peräänkuulutan refleksiivistä, itsetutkiskelevaa pohdintaa omasta roolista muutoksen rakentajana. Esimerkiksi muutokseen pyrkivien aloitteiden suunnittelussa tulisi hyödyntää sosiokulttuurista ymmärrystä, jolloin huomio siirtyy pois yksittäisten kuluttajien käyttäytymisen muuttamisesta sosiaalisen ja kulttuurisen kontekstin muovaamiseen.

Ruokahävikin vähentämisen kontekstiin paneutuminen mahdollisti väitöstutkimukselleni vahvan, yhteen tiettyyn kestäväen kuluttamisen teemaan keskittyvän perustuksen. Väitöstutkimukseni merkitys ei kuitenkaan rajaudu vain tähän kontekstiin. Myös muissa teemoissa sosiokulttuurisella näkökulmalla sosiaaliseen markkinointiin olisi varsin paljon annettavaa. Huomion kiinnittäminen esimerkiksi siihen miten eri asiat esitetään, miten niistä keskustellaan ja millainen rooli sosiaalisessa markkinoinnissa otetaan, olisi tärkeää myös muissa konteksteissa, joissa tarvitaan muutosta.

Näihin kuuluvat esimerkiksi muunlaiset kestävyys ja kestäväan kuluttamiseen liittyvät kysymykset, kuten vaikkapa siirtymä kasvipohjaisiin ruokavalioihin tai kestävämpiin liikkumisen muotoihin. Olen vahvasti myös sitä mieltä, että esittämälläni näkökulmalla voitaisiin lähestyä myös hyvinkin erilaisia haasteita, kuten vaikkapa suomalaisen yhteiskunnan kipeitä alkoholien suurkulutuksen ja syrjäytymisen teemoja, jotka kytkeytyvät tiiviisti niiden sosiaaliseen ja kulttuuriseen ympäristöön.

Väitän, että markkinoinnin potentiaali paremman huomisen rakentajana on valtava.

Tarvitaan kuitenkin monia tahoja. Monenlaista tutkimusta. Erilaisia, rohkeitakin tulokulmia.

Väitöstutkimukseni jäsenitys sosiokulttuurisesta näkökulmasta sosiaaliseen markkinointiin viitoittaa yhden polun tämän potentiaalun lunastamiseksi.

Kirjoittajatiedot

Ulla-Maija Sutinen, KTT, ulla-maija.sutinen@tuni.fi. VÄITÖSPÄIVÄ 13.5.2022, Johtamisen ja talouden tiedekunta, Tampereen yliopisto. Vastaväittäjä: Dr. Fiona Spotswood, Kustos: Apulaisprofessori Elina Närvänen.

Väitöskirja osoitteessa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-2381-3>

Juhlaluento

Kestävä kulutus on yhteinen asia

Mari Niva

Tiivistelmä

Tämä esitys tarkastelee kestävyyttä ja kestävyysmurrosta kuluttaja- ja kulutustutkimuksen näkökulmasta. Taustoitin teemaa tarkastelemalla lyhyesti kulutuksen kasvua ja kulutusyhteiskuntaa, minkä jälkeen esittelen erilaisia lähestymistapoja kulutukseen ja paikannan oman tutkimukseni tähän kokonaisuuteen. Pohdin, miksi ja millaisia muutoksia kestävyysmurros edellyttää kulutuksen tavoissa sekä sitä, miten kestävää kulutusta voidaan ymmärtää arjen käytäntöjen näkökulmasta. Lopuksi nostan esiin ruoan kulutuksen esimerkkinä siitä, millaisia jähmeyksiä kestävyysmurrokseen liittyy.

Niukkuudesta kulutusyhteiskuntaan

Kulutuksen merkitys osana eurooppalaisten yhteiskuntien kehitystä alkoi vahvistua jo varhaismodernilla ajalla, kun entistä uutuushakuisemmat kulutustavat yleistyivät Euroopan hoveissa ja muiden varakkaiden keskuudessa. Tyypillisesti niin sanotun kulutusyhteiskunnan synty paikannetaan kuitenkin 1700-luvun lopulla alkaneeseen teolliseen vallankumoukseen ja vaurastumiseen. Näiden myötä tavaramaailma laajeni ja hyödykkeistyi, ja kaupungistuminen ja yleistyvä palkkatyö loivat uusia kulutusmahdollisuuksia yhä useammalle.

Tämän kehityksen myötä kulutus alkoi kasvaa myös Suomessa 1800-luvun puolivälissä. Taloustieteilijä Matti Pohjolan laskelmien mukaan suomalaisten elintaso on sen jälkeen kasvanut 25-kertaiseksi (Pohjola, 2017). Sotien jälkeisenä aikana kasvu on kiihtynyt, ja kaksituhattaluvun suomalainen kuluttaa moninkertaisesti enemmän kuin isovanhempansa joitakin vuosikymmeniä aikaisemmin. Nyt elämme runsauden luonnehtimassa kulutusyhteiskunnassa, jossa kulutuksella on keskeinen rooli taloudessa, sosiaalisessa elämässä ja identiteettien muodostumisessa.

Kulutus alkoi kiinnostaa yhteiskuntafilosofeja ja tutkijoita samoihin aikoihin, kun kulutuksen merkitys yhteiskunnallisena ilmiönä vahvistui. Taloustieteessä kulutuksen – tai taloustieteen termein kysynnän – merkitys tunnistettiin jo varhain, ja se korostui erityisesti uusklassisen taloustieteen synnyn myötä 1800-luvun lopulta alkaen. Erityisesti 1800-luvun loppupuolella kehitetty rajahyötyteoria nosti esiin kuluttajien tuotteista saaman hyödyn tuotteiden arvon mittana. Hyödykkeiden arvon määrittäjänä alettiin nähdä kuluttajan niistä saama hyöty. Vuosisadan lopulla syntynyt kotitaloustiede tarkasteli niin ikään kulutusta ja painotti kuluttajakasvatuksen ja kotitaloustyön merkitystä yhteiskunnassa. Vuosisadan taitteessa myös varhaiset sosiologit Thorstein Veblen ja Georg Simmel pohtivat rahaa, näyttävää kulutusta, muotia ja kulutukseen liittyvää erottautumista ja jäljittelyä.

Yhteiskuntatieteellinen näkökulma kulutukseen

Kuluttaja- ja kulutustutkimuksella onkin historialliset juurensa erityisesti edellä mainituilla tieteenaloilla. Kulutuksen yhteiskunnallisesta merkityksestä kertoo, että nykyisin kulutuksesta, kuluttajuudesta ja kulutusyhteiskunnasta ovat kiinnostuneita myös monet muut tieteenalat, kuten markkinoinnin, sosiaalipsykologian, politiikan, teknologian ja viestinnän tutkimus, jotka hyödyntävät tarkasteluissaan erilaisia teoreettisia käsitteitä, näkökulmia ja tutkimusmenetelmiä. Kuluttaja- ja kulutustutkimus onkin luonteeltaan monitieteistä.

Tunnettu suomalainen kulutussosiologi Kaj Ilmonen (2007) yhdisti eri tieteenalojen näkökulmia erottelemalla kulutuksessa neljä ulottuvuutta, jotka hän nimesi taloudelliseksi, tavaraopilliseksi, tuotannolliseksi ja symboliseksi. *Taloudellinen* ulottuvuus viittaa hyödykkeiden vaihtoarvoon eli hintaan, *tavaraopillinen* ulottuvuus puolestaan niiden niin sanottuun toiminnalliseen tarkoitukseen: esimerkiksi jääkaappi on tarkoitettu ruoan säilyttämiseen ja polkupyörä liikkumiseen. *Tuotannollinen* ulottuvuus tarkoittaa sitä, että hyödykkeiden avulla tuotetaan jotakin uutta: soittimen avulla luodaan musiikkielämyksiä ja ruoka-aineista loihditaan aterioita. *Symbolinen* ulottuvuus viittaa hyödykkeiden kulttuurisiin merkityksiin, jotka liittyvät ne erilaisiin sosiaalisiin suhdeverkostoihin. Ilmosen kuluttajatutkimuksen näkökulmasta tärkeä huomautus on, että symbolisten merkitystensä vuoksi hyödykkeet eivät ole yhteiskunnallisesti neutraaleja. Merkityksiin liittyvien ulottuvuuksien avulla hyödykkeitä käytetään erottautumiseen ja yhteenkuuluvuuden ilmaisemiseen sekä identiteettien rakennusaineena.

Oma näkökulmani kulutukseen ponnistaa yhteiskuntatieteellisestä tutkimuksesta, jossa kiinnostus kohdistuu kaikkiin Ilmosen jäsentämiin ulottuvuuksiin. Tässä tutkimusperinteessä tarkastellaan erityisesti sitä, miten kulutus on kietoutunut osaksi ihmisten välisiä sosiaalisia ja materian välittämiä suhteita, millaisia merkityksiä kulutukselle ja kulutushyödykkeille annetaan, miten niitä otetaan haltuun ja millaisia kulutuseroja eri kansalaisryhmien välillä on.

Yhteiskuntatieteellisessä kuluttaja- ja kulutustutkimuksessa korostetaan myös, että kulutuksen avulla ihmiset toteuttavat itselleen ja läheisilleen tärkeitä asioita ja pyrkivät elämään hyvää ja tyydyttävää elämää osana erilaisia yhteisöjä ja yhteiskuntaa. Tästä näkökulmasta kulutus on läpikotaisin sosiaalista ja kulttuurista toimintaa, joka muotoutuu osana yhteiskunnan muutoksia ajassa ja paikassa.

Ympäristökriisin kyseenalaistama kulutus

Osa tätä yhteiskunnan muutosta on ympäristökriisi, jota elämme. Viimeisten vuosikymmenten aikana on käynyt selväksi, että materiaali-intensiivisen ja fossiilienergiaan nojaavan tuotannon ja kulutuksen seurauksena ihmiskunta on jo monella tavalla ylittänyt maapallon ekologiset rajat. Ilmastonmuutos, luontokato, resurssien ylikulutus, saastuminen ja muut ympäristöongelmat ovat seurausta ihmisen toiminnasta.

Suomessa vietämme vuosittain jo maaliskuuhun vaihteessa niin sanottua ylikulutuspäivää, jolloin ekologinen jalanjälkemme ylittää laskennallisesti maapallon kyvyn tuottaa uusiutuvia luonnonvaroja ja käsitellä kasvihuonekaasupäästöjä (WWF, n.d.). Elämme siis kolme neljäsosaa vuodesta ekologisesti velaksi. EU-maissa vain joka kahdeskymmenes asukas elää Pariisin ilmastopöytäkirjassa asetetun puolentoista asteen lämpenemistavoitteen mukaisesti. Vauraus lisää kulutusta ja sen myötä päästöjä: hiilijalanjälki kasvaa tulojen ja koulutuksen myötä (Ivanova & Wood, 2020), ja globaalisti rikkaiden ja köyhien hiilijalanjäljissä on valtaisan erot (Chancel & Piketty, 2015). Suomessa erot ovat toki pienempiä, mutta täälläkin kotitalouksien suurituloisimman kymmenyksen kulutusmenojen hiilijalanjälki on yli 2,5 kertaa suurempi kuin pienituloisimman kymmenyksen (kotitalouden koko on vakioitu laskelmassa) (Salo ym., 2019).

Vaatimukset kulutustapojen kestäväyttämisestä ovat kiihtyneet sen myötä, kun ekologisen kriisin syvyys ja laajuus ovat paljastuneet. Esimerkiksi hallitustenvälinen ilmastopöytäkirja IPCC ottaa huhtikuussa 2022 julkaisemassaan raportissa aikaisempaa huomattavasti painokkaammin kantaa kulutuksessa tarvittaviin muutoksiin (tarkkaan ottaen raportti käyttää taloustieteen termejä ja puhuu kysynnästä). Paneeli esittää, että kulutukseen liittyvät ilmastopöytäkirjan hillitsemisen keinot voidaan jakaa välttämiseen, muuttamiseen ja parantamiseen (engl. avoid, shift ja improve), ja että suurimmat näihin liittyvät päästövähennykset saataisiin, jos kaupunkirakenteet tukisivat vähäpäästöistä liikkumista ja vältettäisiin kaukolentoja (välttäminen), siirryttäisiin kasvipohjaiseen syömiseen (muuttaminen) ja parannettaisiin asumisen energiatehokkuutta (parantaminen). Paneelin mukaan kulutukseen liittyvillä toimilla voitaisiin vähentää ilmastopäästöjä jopa 40–70 prosenttia vuoteen 2050 mennessä. (Creutzig ym., 2022.)

Myös luontokadon pysäyttämiseksi on viime aikoina esitetty kulutukseen liittyviä toimia. Vuoden 2021 alussa taloustieteilijä Partha Dasguptan kokoama luonnon monimuotoisuutta käsittelevä laaja raportti vaati, että luontopääoma pitäisi laskea

osaksi varallisuutta kansantalouden tilinpidossa ja että luontokadon pysäyttämiseksi tuotanto- ja kulutustapojen täytyy uudistua perustavanlaatuisesti (Dasgupta, 2021). Samaan viittaa SITRAn keväällä 2022 julkaisema raportti, joka esittää kiertotaloutta keinoksi ratkaista luontokatoon liittyviä ongelmia (Forslund ym., 2022).

Vaatus kulutustapojen muuttamisesta ei ole uusi. Ympäristöongelmiin herättiin jo 1960-luvulla, ja 1970-luvulla käyttäytymistieteilijät kiinnostuivat kansalaisten ympäristöasenteista ja ympäristökäyttäytymisestä. Jo varhain huomattiin, etteivät myönteiset asenteet välttämättä johda siihen, että toiminta olisi ympäristömyötäistä. Vähitellen esiin nousi sellaisia käsitteitä kuin ekologinen, vihreä ja sittemmin myös eettinen, vastuullinen, tietoinen tai poliittinen kulutus ja kuluttajuus (ks. esim. Reisch & Thøgersen, 2015; Boström ym., 2019). Eri tieteenalat suosivat osin eri käsitteitä, osin vaihtelevin merkityksin. Termeistä riippumatta jaettu on ollut ajatus, että ihmiset eivät kulutusvalinnoillaan toteuta pelkästään omia yksityisen elämänsä haluja, tarpeita ja toiveita vaan voivat myös pyrkiä edistämään yhteistä, ekologista ja eettistä hyvää ja ottamaan toiminnassaan huomioon myös muunlaisten intressit. Mainittujen käsitteiden ympärillä käydään myös kriittistä keskustelua siitä, mikä on yksilöiden ja erilaisten yhteiskunnallisten instituutioiden rooli, vastuu ja mahdollisuudet yhteisen hyvän edistämässä ja maailman pelastamisessa.

Kestävän kulutuksen käsite on esiintynyt tutkimuksessa ja poliittisessa keskustelussa kiihtyvästi 1990-luvulta lähtien (ks. Reisch & Thøgersen, 2015). Kestävä kulutus on käsitteenä periaatteessa laaja-alaisempi kuin esimerkiksi vihreä kulutus, sillä kestävyydellä viitataan paitsi ekologiseen myös sosiaaliseen, taloudelliseen ja yhä useammin myös kulttuuriseen ja eettiseen kestävyys. Kestävän kulutuksen tutkimuksessa lähtökohdaksi otetaan useimmiten ekologinen näkökulma, ja käytännössä kestävällä kulutuksella viitataan varsinkin usein nimenomaan ekologisesti kestäviin kulutustapoihin ja niin sanotun vahvan kestävyysperiaatteeseen: kestävyys eri ulottuvuuksia ei aseteta samalle viivalle, vaan ekologinen näkökulma on ensisijainen. Vahva kestävä kulutus tarkoittaakin juuri kulutuksen tapojen muuttamista ja kulutuksen vähentämistä (Fuchs & Lorek, 2005).

Yksilöiden toiminnasta käytäntöihin ja niiden muutokseen

Viime vuosina kestävä kulutus tutkimuksessa on yhä laajemmin kiinnostuttu sosiaalisten käytäntöjen teoriasta tai teoriaperheestä näkökulmana, joka auttaa ymmärtämään sitä, miten kulutustavat muotoutuvat ja muuttuvat ajassa ja paikassa. Siinä missä monet muut tutkimukselliset näkökulmat ovat lähestyneet kulutusta yksilön preferenssien, motivaatioiden tai arvojen pohjalta tai jäsentäneet sen elämäntyyliä, käytäntöjen teoria korostaa kulutuksen sosiaalista luonnetta ja rutiininomaisuutta.

Kulutustutkimuksen ns. käytänteoreettiseen käänteeseen parin viime vuosikymmenen kuluessa keskeisesti vaikuttaneet Theodore Schatzki (esim. 1996 ja 2019), Elizabeth Shove ja Mika Pantzar (Pantzar & Shove, 2010; Shove ym., 2010) ovat korostaneet, että käytännöt ovat yhtäältä toiminnan kokonaisuuksia, joita voimme tunnistaa ja nimetä, toisaalta ne ovat toimintaa, jota itse tuotamme tekemällä ja käsitteellistämällä. Käytäntöjä on määritelty lukuisin tavoin, ja tyyppillisesti niihin nähdään sisältyvän niin aineellisia, kehollisia ja käsitteellisiä kuin tavoitteisiin, osaamiseen ja sitoutumiseen sekä sosiaalisiin rakenteisiin ja suhteisiin liittyviä ulottuvuuksia (esim. Røpke, 2009; Pantzar & Shove, 2010; Sahakian & Wilhite, 2014; Warde, 2014).

Käytäntöjen teorian avulla on mahdollista tarkastella sitä, miten kestävyysmurros voi sovittua osaksi arkea, johon kulutus erottamattomasti kuuluu. Kulutamme, kun harjoitamme erilaisia toisiinsa kietoutuneita käytäntöjä: asumme, liikumme, syömme ja vietämme vapaa-aikaa yksin ja yhdessä muiden kanssa. Suomalaisten kotitalouksien hiilijalanjälki jakautuu karkeasti siten, että liikenteen osuus on vajaa kolmannes, asumisen noin neljännes ja ruoan noin viidennes. Loppuosa on erilaisten tavaroiden ja palvelujen kulutusta (Linnanen ym., 2020). Joudumme pohtimaan, miten voimme muuttaa näitä arjen käytäntöjä, jotta kulutus sopeutuu maapallon ekologisiin rajoihin.

Muutos on vaativa. Kulutus on muotoutunut pitkän ajan kuluessa osana erilaisia materiaalisia ja institutionaalisia rakenteita ja käytäntöjä, ja niiden aiheuttamia ekologisia ongelmia ei ole aina tunnistettu. Energiantuotannon, rakennusten lämmityksen, liikenteen ja ruoantuotannon järjestelmät ja teknologiat ovat kehittyneet vuosikymmenten kuluessa ja niihin sisältyy monenlaisia polkuriippuvuuksia. Kokonaisten järjestelmien muuttaminen on hidasta ja jähmeää. 2020-luvulla Euroopan unionin ja Suomen omat hiilineutraalisuustavoitteet sekä maailmanpoliittinen tilanne ohjaavat resursseja ja investointeja niin sanottuun vihreään siirtymään, mikä toivottavasti vauhdittaa järjestelmien murrosta kestävään suuntaan.

Jähmeyttä syntyy myös siitä, että toimimme yhteiskunnassa ja kulttuurissa vakiintuneiden toimintatapojen, konventioiden, normien ja rutiinien – siis käytäntöjen – puitteissa. Sosiaalisina olentoina rakennamme yhdessä odotuksia siitä, mikä on normaalia ja tavallista. Nykyiset kulutustapamme ovat meille osa arkista elämää, jopa itsestäänselvyyksiä. Niiden kyseenalaistaminen ja toisin tekeminen ei ole helppoa, jos vakiintuneet ja jaetut rutiinit ja käytännöt eivät tue muutosta.

Kulutustutkijat ovatkin viime vuosina pohtineet paljon sitä, miten muutos voi tapahtua ja millaista politiikkaa muutos vaatii. Käytänteoreettisesta näkökulmasta muutosten täytyy tapahtua nimenomaan käytännöissä eli niissä toiminnan tavoissa, joiden osana kulutus muotoutuu. Käytäntöjen teoria korostaa, että käytännöt ovat dynaamisia: ne muuttuvat koko ajan, koska me ihmiset muokkaamme niitä. Siksi kestävämpien käytäntöjen kehittyminen ja luominen on

mahdollista, jos jaetut toiminnan tavat, rutiinit ja niitä koskevat merkitykset sekä aineellinen todellisuus ja infrastruktuuri muuttuvat yhdessä.

Ruoan kulutus esimerkkinä muuttuvasta käytännöstä

Kuten edellä totesin, ruoan kulutuksella on asumisen ja liikkumisen ohella keskeinen rooli ilmastopäästöjen vähentämisessä. Tiedeyhteisössä vallitsee laaja yksimielisyys siitä, että syömisessä eläinperäisen ruoan käytön vähentäminen on ilmastomuutoksen hillitsemisen tärkein keino (esim. Godfray ym., 2019). Esimerkiksi suomalaisten ruoankulutuksen ilmastovaikutuksista lähes kaksi kolmasosaa syntyy lihan (45 %) ja maidon (20 %) kulutuksesta (Saarinen ym., 2019, 44).

Hyvä uutinen on, että on jo merkkejä syömisessä käytäntöjen muuttumisesta kestävämmiksi: Yli puolet suomalaisista katsoo, että lihan syöntiä olisi ilmastosyistä vähennettävä (Kaljonen & Niva, 2022), ja joka kolmas kertoo itse vähentäneensä punaisen lihan käyttöä (Niva & Vainio, 2021). Myös uusista kasviproteiineista ollaan kiinnostuneita. Muutos näkyy erityisesti nuorten ja naisten keskuudessa, ja esimerkiksi veganismin ympärille on rakentunut yhteisöjä, jotka tukevat siirtymää kohti kasvipohjaista syömistä (Laakso ym., 2021). Samaan aikaan liha kuitenkin kuuluu edelleen useimpien suomalaisten arkeen ja juhlaan, ja kulutustilastoissa lihan syönnissä näkyy vasta hienoista laskua (Luke, 2021). Lihalla on vahva ja hitaasti muuttuva kulttuurinen paikka suomalaisten ruokapöydissä.

Jotta lihankulutus vähenisi, lihan ja sille vaihtoehtoisten proteiinien aseman syömisessä käytännöissä täytyy muuttua. Tarvitaan muutoksia lihan ja sen vaihtoehtojen tarjonnassa ja saatavuudessa sekä uusia hyvän syömisessä ideaaleja, jotka tukevat lihansyönnin vähentämistä. Tarvitaan uudenlaista osaamista niin kodeissa, elintarviketeollisuudessa kuin ruokaloissa ja ravintoloissa, jotta kasvisruoka on hyvää ja maistuvaa. Koska lihan kulttuurinen asema on vahva, tällainen muutos ei tapahdu itsestään. Käytäntöihin suuntautuvan politiikan täytyy laaja-alaisesti tukea koko ruokajärjestelmää siirtymässä kohti kasvipohjaista syömistä.

Lopuksi

Syömisessä kuten muussakin kulutuksessa kestävyysmurros tapahtuu hyvin hitaasti, jos sen toteuttaminen jää yksittäisten ihmisten ja kotitalouksien varaan. Tarvitaan eri tahoja osallistavaa yhteistä toimintaa, joka luo uusia, ekologisesti kestävämpiä käytäntöjä ja samalla muuttaa käsityksiä siitä, mikä on tavallista ja tavoiteltavaa elämää. Filosofin Kate Soper (2008a ja 2008b) on puhunut vaihtoehtoisesta hedonismista näkökulmana kestäväan kulutukseen. Soperin mukaan voimme etsiä ja saada mielihyvää siitä, että teemme asioita, jotka eivät hyödytä ja ole nautinnollisia vain itseämme ajatellen vaan tuottavat myös yhteistä ja ekologista hyvää. Kestävä kulutus ei siten merkitse luopumista vaan sitä, että eletään hyvää elämää maapallon asettamissa rajoissa.

Kestävä kulutus on yhteinen asia monella tavalla. Yhtäältä se on sitä politiikassa ja arjessa. Kestäviä käytäntöjä ja niihin liittyviä myönteisiä merkityksiä täytyy luoda yhdessä ja samalla pitää huolta siitä, että kaikki pysyvät muutoksessa mukana. Kestävyysmurroksessa joudutaankin pohtimaan sitä, mikä on sosiaalisesti hyväksyttävää ja oikeudenmukaista ja miten eri kansalaisryhmät voivat kokea muutokset omakseen aikana, jota luonnehtii monenlainen, niin ympäristöön, talouteen, turvallisuuteen kuin näitä koskevaan kansainväliseen politiikkaan liittyvä epävarkaus ja epävarmuus. Kestävyysmurros on käynnistynyt, mutta se tarvitsee vahvistusta, jaettuja päämääriä ja yhteistä toimintaa niin poliittisilta päättäjiltä, yrityksiltä kuin kansalaisilta ja kuluttajilta. Toisaalta kestävä kulutus on yhteinen asia myös tutkimuksellisesti. Tarvitaan niin tuotantoon kuin kulutukseen liittyvien käytäntöjen tutkimusta ja tieteidenvälistä yhteistyötä, jotta kestävyysmurrosta ja sen dynamiikkaa ymmärretään entistä paremmin eri toimijoiden, myös kuluttajien ja kansalaisten, näkökulmasta.

Lähteet

- Boström, M., Micheletti, M. & Oosterveer, P. (toim.) (2019). The Oxford handbook of political consumerism. (Online publication August 2018). Oxford: Oxford University Press.
- Chancel, L. & Piketty, T. (2015). Carbon and inequality: from Kyoto to Paris. Trends in the global inequality of carbon emissions (1998–2013) & prospects for an equitable adaptation fund. Paris School of Economics.
<http://piketty.pse.ens.fr/files/ChancelPiketty2015.pdf>
- Creutzig, F., Roy, J., Devine-Wright, P., Díaz-José, J., Geels, F. W., Grubler, A., Maïzi, N., Masanet, E., Mulugetta, Y., Onyige, C. D., Perkins, P. E., Sanches-Pereira, A. & Weber, E. U. (2022). Demand, services and social aspects of mitigation. Teoksessa P. R. Shukla, J. Skea, R. Slade, A. Al Khouradajie, R. van Diemen, D. McCollum, M. Pathak, S. Some, P. Vyas, R. Fradera, M. Belkacemi, A. Hasija, G. Lisboa, S. Luz & J. Malley (toim.), *Climate change 2022: Mitigation of climate change. Contribution of Working Group III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge, UK and New York, NY, USA: Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/9781009157926.007>
- Dasgupta, P. (2021). The economics of biodiversity: The Dasgupta review. Final Report of the Independent Review on the Economics of Biodiversity led by Professor Sir Partha Dasgupta. London: HM Treasury. www.gov.uk/official-documents
- Forslund, T., Gorst, A., Briggs, C., Azevedo, D. and Smale, R. (2022). Tackling root causes – Halting biodiversity loss through the circular economy. *Sitra Studies 205*. Helsinki: Sitra. <https://www.sitra.fi/app/uploads/2022/05/sitra-tackling-root-causes-1.pdf>
- Fuchs, D. A. & Lorek, S. (2005). Sustainable consumption governance: A history of promises and failures. *Journal of Consumer Policy*, 28, 261–288.
<https://doi.org/10.1007/s10603-005-8490-z>
- Godfray, H. C. J., Aveyard, P., Garnett, T., Hall, J. W., Key, T. J., Lorimer, J., Pierrehumbert, R. T., Scarborough, P., Springmann, M. & Jebb, S. A. (2018). Meat consumption, health, and the environment. *Science*, 361, 243. <https://doi.org/10.1126/science.aam5324>
- Ilmonen, K. (2007). Johan on markkinat. Kulutuksen sosiologista tarkastelua. Tampere: Vastapaino.
- Ivanova, D. & Wood, R. (2020). The unequal distribution of household carbon footprints in Europe and its link to sustainability. *Global Sustainability*, 3, E18.
<https://doi.org/10.1017/sus.2020.12>
- Kaljonen, M. & Niva, M. (2022). Kestävä syöminen ja arkisten käytäntöjen muutos. Teoksessa: S. Laakso & R. Aro (toim.), *Planeetan kokoinen arki*. Askelia kestävämpään politiikkaan (pp. 136–151). Helsinki: Gaudeamus.

- Laakso, S., Niva, M., Eranti, V. & Aapio, F. (2021). Reconfiguring everyday eating: Vegan Challenge discussions in social media. *Food, Culture & Society*, 25(2), 268–289. <https://doi.org/10.1080/15528014.2021.1882796>.
- Linnanen, L., Nyfors, T., Heinonen, T., Liimatainen, H., Nissinen, A., Regina, K., Saarinen, M., Seppälä, J. & Viri, R. (2020). The sufficiency perspective in climate policy: How to recompose consumption. *Suomen Ilmastopaneelin Raportti 4/2020*. https://www.ilmastopaneeli.fi/wp-content/uploads/2020/09/Sufficiency-in-climate-policy_2020-09-25.pdf
- Luke (2021). Ravintotase 2019 lopullinen ja ennakko 2020. Julkaistu 24.6.2021. Luonnonvarakeskus. Saatavilla: https://stat.luke.fi/ravintotase-2019-lopullinen-ja-ennakko-2020_fi (15.12.2021)
- Niva, M. & Vainio, A. (2021). Towards more environmentally sustainable diets? Changes in the consumption of beef and plant- and insect-based protein products in consumer groups in Finland. *Meat Science*, 182, 108635. Ennakkojulkaisu verkossa. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2021.108635>
- Pantzar, M. & Shove, E. (2010). Understanding innovation in practice: A discussion of the production and re-production of Nordic walking. *Technology Analysis & Strategic Management*, 22 (4), 447–461. <https://doi.org/10.1080/09537321003714402>
- Pohjola, M. (2017). Suomen talouskasvu ja sen lähteet 1860–2015. *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 113(3), 266–292. https://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/wp-content/uploads/2017/09/KAK_3_2017_176x245_WEB-8-34.pdf
- Reisch, L. A. & Thøgersen, J. (toim.) (2015). *Handbook of research on sustainable consumption*. Cheltenham, UK & Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing.
- Røpke, I. (2009). Theories of practice – New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological Economics*, 68, 2490–2497. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2009.05.015>
- Saarinen, M., Kaljonen, M., Niemi, J., Antikainen, R., Hakala, K., Hartikainen, H., Heikkinen, J., Joensuu, K., Lehtonen, H., Mattila, T., Nisonen, S., Ketoja, E., Knuuttila, M., Regina, K., Rikkonen, P., Seppälä, J. & Varho, V. (2019). Ruokavaliomuutoksen vaikutukset ja muutosta tukevat politiikkayhdistelmät. *RuokaMinimi-hankkeen loppuraportti*. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2019:47. Helsinki: Valtioneuvoston kanslia. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-773-4>
- Sahakian, M. & Wilhite, H. (2014). Making practice theory practicable: Towards more sustainable forms of consumption. *Journal of Consumer Culture*, 14, 25–44. <https://doi.org/10.1177/1469540513505607>
- Salo, M., Nissinen, A., Nurmela, J., Mäenpää, I. & Savolainen, H. (2019). Erialaisten kotitalouksien hiilijalanjäljet. Teoksessa A. Nissinen & H. Savolainen (toim.), *Julkisten hankintojen ja kotitalouksien kulutuksen hiilijalanjälki ja luonnonvarojen käyttö ENVIMAT-mallinnuksen tuloksia* (pp. 39–48). Suomen ympäristökeskuksen raportteja 15/2019. <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/300737>
- Schatzki, T. (1996). *Social practices: A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge and New York: Cambridge University Press.
- Schatzki, T. (2019). *Social change in a material world*. London & New York: Routledge.
- Shove, E., Pantzar, M. & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice. Everyday life and how it changes*. London: Sage.
- Soper, K. (2008a). Alternative hedonism, cultural theory and the role of aesthetic revisioning. *Cultural Studies*, 22(5), 567–587. <https://doi.org/10.1080/09502380802245829>
- Soper, K. (2008b). Re-thinking the 'Good Life': The citizenship dimension of consumer disaffection with consumerism. *Journal of Consumer Culture*, 7(2), 205–229. <https://doi.org/10.1177/1469540507077681>
- Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 279–303.
- WWF (n.d.) *Ylikulutus*. <https://wwf.fi/uhat/ylikulutus/>

Kirjoittajatiedot

Kuluttajatutkimuksen professori Mari Niva piti uuden professorin juhlaluennon Helsingin yliopistossa 25.5.2022.

Kirjoittajan yhteystiedot

Mari Niva, professori (kuluttajatutkimus)

mari.niva@helsinki.fi

Taloustieteen osasto ja Helsingin yliopiston Kestävyystieteen instituutti HELSUS

Helsingin yliopisto

<https://doi.org/10.54333/kulutustutkimus.122741>

Kirja-arvio

Sarantola-Weiss, Minna (2022)

Me halusimme kaiken. 1980-luvun historiaa.

Siltala. 316 s.

Visa Heinonen ja Mika Pantzar

Hyvällä maulla kuvitetut Suomen lähihistoriaa käsittelevät tietokirjat löytänevät tiensä haluttujen lahjojen joukkoon. Helsingin kaupunginmuseon tutkimuspäällikön, kulttuurihistorian dosentti Minna Sarantola-Weissin uusin teos on onnistunut esitys materialismin, estetiikan ja ”kulutusjuhlan” vuosikymmeneksi leimatun 1980-luvun Suomesta. Kyseinen vuosikymmen on monin tavoin kiinnostava ajanjakso maamme lähihistoriassa. 1970-lukua Reilusti ruskeaa -teoksessaan tulkinnut Sarantola-Weiss jatkaa epookkihistorian tarkastelua runsaalla kuvamateriaalilla höystetyssä uutuusteoksessaan. Kyseessä on suurelle yleisölle tarkoitettu tietokirja. Se tyydyttänee monien 1980-luvulla nuoruuttaan eläneiden suomalaisten nostalgian kaipuuta. Sujuvasti ja hauskastikin kirjoitettu teos sopii kyllä kaikille lähihistoriasta kiinnostuneille historian harrastajille sekä yliopistolliseksi oppikirjaksi maamme lähihistoriaa käsitteleville opintojaksoille. Teoksen alkuun on tiivistetty lyhyesti 1980-luvun tapahtumahistoriaa, mikä auttaa lukijaa hahmottamaan vuosikymmenen keskeisiä tapahtumia niin Suomessa kuin maailmallakin.

Sarantola-Weiss ilmoittaa rehellisesti teoksen ensimmäisessä tarkastelevansa 1980-lukua ”1960-luvun alkupuolella syntyneen helsinkiläisen historianopiskelijan” näkökulmasta. Se on siis hänen tutkijapositionsa. Hän on siinä varmaankin oikeassa, että 1980-lukua on tarkasteltu usein seuraavan vuosikymmenen alun laman näkökulmasta. Silloin 1980-luku on monille näyttäytynyt ahneuden ja narsismin vuosikymmenenä. Kulutuksen ja elämäntyylien erot kylläkin tasoittuivat vuosikymmenen kuluessa, joten eri puolilla Suomea päästiin nauttimaan aiemmin lähinnä kaupunkilaisille kuuluneista kulutuksen iloista. Positiivisessa kuvassa entistä useammat suomalaiset lomailivat ulkomailla, sisustivat kotiaan ja hankkivat viihde-elektronikkaa kuten videonauhureita, stereolaitteita, mikroaaltouuneja ja jopa tietokoneita. Sotien jälkeistä Suomea luonnehtinut yhtenäiskulttuuri alkoi vähitellen rakoilla edellisten vuosikymmenten tasa-arvoa edistäneiden hankkeiden kuten sosiaali- ja työttömyysturvan, peruskoulun ja terveyskeskusten tuotettua lisää hyvinvointia entistä laajemmille kansankerroksille.

Kirjan erityinen ansio on tinkimätön tapa käyttää akateemiseen kirjoittamiseen

kuuluvalla tavalla lähdeviitteitä ja antaa tunnustusta 1980-lukua tutkineille ja kuvaaville ihmisille. Huolimatta yksityiskohtaisten määrästä tarkkakaan lukija ei löydä huomauttamista. Yksi pieni kauneusvirhe on väite, jonka mukaan internet tuli 1980-luvulla. Tutkijapiirien tietoon se tuli kyseisen vuosikymmenen lopussa, mutta suuren yleisön käsitteeksi se muodostui vasta 1990-luvun puolivälissä ja sen kirjoitusasun vakiintuminen pienellä alkukirjaimella tapahtui vasta 2000-luvulla.

Teoksen teoreettisena taustakirjallisuutena Sarantola-Weiss on hyödyntänyt 1980- ja 1990-luvun vaihteessa vireää sukupolvitutkimusta J.-P. Roosia seuraten. 1980-lukulaisia luonnehdittiin lähiöiden ja hyvinvoinnin sukupolveksi tai sähköisukupolveksi. Jossain määrin teoksessa viitataan myös suomalaisen kulutuskulttuurin tutkimukseen, jota tekijä olisi voinut hyödyntää vielä enemmän. Muistetaanhan tarkasteltava vuosikymmen monesti nimenomaan kasvavasta materiaalisesta kulutuksesta, joskin silloin unohdetaan rahoitusmarkkinoiden vapautusta seurannut raivokas riskinotto ja harkitsemattomien investointien siivittäminen talouden ylikuumentuminen. Teoksessa tarkastellaan toki myös talouden ilmiöitä kuten rahoitusmarkkinoiden sääntelyn purkua, ”kulutusjuhlaa” ja ”kasinotaloutta”. Aineistonaan Sarantola-Weiss on käyttänyt runsaasti sanoma- ja aikakauslehdistöä ja suullisia tiedonantoja. Lisäksi lähdeluettelo sisältää sekä tutkimus- että aikalaiskirjallisuutta. Oman herkullisen lisänsä lukukokemukseen tuovat kuvituksena käytetyt henkilökohtaiset dokumentit kuten ylioppilaskunnan jäsenkortti, yksityiskokoelmista saadut kuvat, elokuva- ja konserttiliput sekä interrailkortti. Kaikkiaan teoksen kuvitus on huolellista ja hyvää työtä.

”Me halusimme kaiken” -teos etenee johdantoluvun jälkeen kotimaan politiikan ilmiöiden kuten konsensuspolitiikan, Neuvostoliiton suhteiden, rauhanliikkeen voimannäyttöjen ja ydinvoimakysymyksen tarkastelun jälkeen muutosvoimiin. Niitä olivat tiivistyvät länsisuhteet, yhteiskunnallisen sääntelyn purkaminen sekä televiestinnän ja tietotekniikan nopea kehitys. Ydinsodan uhka sai vuosikymmenen alkupuolella suuria joukkoja liikkeelle rauhanmarsseille. Kylmän sodan jännitys alkoi lieventyä Mihail Gorbatšovin käynnistettyä Neuvostoliiton kommunistisen puolueen pääsihteerinä uudistukset: perestroikan ja glasnostin. Kansainvälisessä politiikassa liennytyksenteili kylmän sodan loppua 1980-luvun päättyessä.

1970-luvun runsaasta suomettumispuheesta ja itseruoskinnasta huolimatta Suomi lännettyi täyttä vauhtia. Siitä huolimatta Mauno Koivisto pyrki Tasavallan Presidenttinä jatkamaan edeltäjiensä tiiviiden idänsuhteiden vaalimista. Rötösherrajahti, vuosikymmenen loppupuolen puhe hallitusta rakennemuutoksesta ja sähköisen viestinnän murros sääntelyn purkamisen myötä muokkasivat suomalaista yhteiskuntaa seuraavan vuosikymmenen tietoyhteiskunnan lopulliseen läpimurtoon. Tietokone alkoi muuttaa viestintäympäristöä peruuttamattomasti. Teoksen neljännessä luvussa tarkastellaan suomalaisia. Vuosikymmentä voidaan perustellusti luonnehtia keskiluokkaistumisen vuosikymmeneksi: keskiluokan arvot ja elämäntyyli muokkasivat suomalaista yhteiskuntaa uuteen uskoon. Suomi myös kansainvälistyi, ja monet naisasiainliikkeen tavoitteet alkoivat vähitellen toteutua. Yhä useammat ilmoittautuivat rohkeasti feministeiksi.

Sarantola-Weiss kuvaa myös vuosikymmenen talousmurrosta. Keskeisiä vaiheita murroksessa olivat rahoitusmarkkinoiden vapauttaminen, vuosikymmenen alun vakaa talouskasvu, Neuvostoliiton kaupan romahdus sekä 1990-luvun alun taluskriisiä pohjustaneet ”kulutusjuhla”, ”kasinotalous” ja pankkijärjestelmän kriisiytyminen 1980-luvun lopulla. Lainaa tyrkytettiin yrityksille ja kotitalouksille. Harkitsemattomat investoinnit paisuttivat ylikuumentunutta talouskuplaa, kunnes ongelmat purkautuivat 1990-luvun lamaan. Nykypäivän nuorten on mahdotonta tunnistaa se, kuinka vielä 1980-luvulla esimerkiksi omenien tuonti syksyisin oli rajoitettua suomalaisen omenatuotannon suojaamiseksi, tai että oli olemassa sota-ajan jääne Elinkeinohallitus, jonka tehtävänä oli hintojen vahvistaminen. Kauppalehden mukaan säännöstelytalouden loppu merkitsi sitä, että Suomi siirtyi lopultakin markkinatalouteen. Sodan jälkeen meni 40 vuotta tähän muutokseen. Vuonna 1983 maailmalle levisi käsite ”new economy”. Suomi oli monella tavalla uuden talouden aallonharjalla ja vuosikymmenen lopussa perustettiin esimerkiksi Hanki ja Jää-kustantamo, jonka kirjoissa muiden muassa Matti Virtanen, Matti Kortteinen ja Raimo Lovio kertoivat uuden ajan ”studiokulttuurista”. Mikrotietokoneen ajateltiin tarkoittavan sitä, että kenestä tahansa voi tulla kirjailija ja kuka tahansa voi alkaa painaa kirjoja.

Herkullisen käsittelyn teoksessa saavat myös monet ajan ilmiöt kuten lähinnä pääkaupunkiseudulla kukoistanut kaupunkilainen citykulttuuri, ravintolakulttuurin monipuolistuminen ja yöelämä, arkipäivän estetiikka, vapaa-ajan ja populaarimusiikin ilmiöt sekä pukeutuminen ja muoti. Neuvostoliiton matkailun huippuvuodet ennen reaaliosialismin kaatumista, Commodore-kotitietokoneet, Miami Vicet ja Ritari Ässät sekä elektroniikkapelit käsitellään herkkästi. Vuosikymmenen liikunnallisuus ja jopa narsismia lähestynyt kehon ja ulkonäön palvonta nostivat esiin uusia sankareita kuten kehonrakentajia ja laulavia mäkihyppääjiä. Tietylainen häpeämättömyys leimasi vuosikymmentä. Golf ja tenniksen pelu sekä purjehtiminen saivat uusia harrastajia. Populaarimusiikki siirtyi digiaikaan cd-levyjen myötä. C-kasettien ja vinyylilevyjen uusi tuleminen 2010-luvulla on mielenkiintoinen esimerkki nostalgiaa. Kertaustyyli kuuluvat muotiin. Milloin nähdään olkatoppauksien ja tuulipukujen uusi tuleminen?

”Uudenlainen Suomi”, kirjan viimeinen jakso kertoo siitä, kuinka 1980-luku tuotti monia yhä 2020-luvulla näkyviä piirteitä. Markkinaliberalismin tai vihreän aatteen suomalaiset siemenet kylvettiin aikaa sitten ja esimerkiksi arvotutkimusten mukaan juuri 1980-luvulla uudenlaiset sekä yksilölliset että kollektiiviset arvostukset näkyivät selkeästi. Rikkaan aineiston myötä Minna Sarantola-Weiss onnistuu välttämään yksilöotteisen käsityksen tuosta vuosikymmenestä, vaikka hänen oma nuoren ihmisen kokemuksensa taisi olla valoa ja eteenpäin menemistä. Ei ole lainkaan yksinkertaista tiivistää yhteen kirjaan olkatoppauksia, Lenitaa ja valkoisia sukkia, Lepakkoa, Kojjärveä, Hantta Krausea, tietoyhteiskuntaa, rauhanliikettä, kaupunkiaktivismia, juppeja ja markkinatalouden syntyä. 1980-luvun nuorina aikuisina (synt. 1956 ja 1958) olemme sitä mieltä, että Sarantola-Weiss onnistui erinomaisesti tuomaan esiin kehityksen monimuotoisuutta.

Kirjoittajatiedot

Visa Heinonen ja Mika Pantzar toimivat professoreina Helsingin yliopiston Kuluttajatutkimuskeskuksessa.

English abstracts

Embodied Experience and Consumerism: Grounded Theory in Design Consumption Research

Piia Rytilahti & Kaarina Määttä

This study examines the generalities and principles of the classical Glaserian Grounded Theory (GT) method to determine its suitability in the study of design consumption. Based on the viewpoint of a theory developed in a GT study examining the behaviour of consumers of design, this study supports the development of a design research paradigm and demonstrates a research gap in the interdisciplinary research field between consumption research and design research. The empirical data required for the method is divided into sections and encoded according to the steps of open, selective and theoretical coding (theoretical modelling). The theory explaining the consumption of design promotes consideration of the consumption of products and services as embodied user experiences and processes. In the study of design consumption, theories explaining human behaviour and action are highly topical. The use of the GT method in the study of design consumption introduces a process-oriented nature inherent to the study of design to examine behaviour, which emphasises the reflexive—through error and understanding—and thus self-correcting nature of action that could be useful in global efforts to develop more sustainable consumption. This article shows how the application of the GT method can contribute to the study of design, particularly the study of design products and design consumption at the phenomenal level and in the production of theory.

The co-agency between the consumer and the garment – dancing towards sustainability?

Henna Kettunen, Anna Kouhia & Minna Autio

Consumers' thinking and attitudes have been in the focus of studies regarding the sustainable acquisition and use of clothing. However, the understanding how a garment as a material works sustainably with the consumer has received less scholarly interest. We study the co-agency between consumers and clothes by analysing consumers' wardrobe writings where they reflect their relationship with their clothing. As a theoretical framework, we use a new materialism theory with views on matters as an active force, concentrating on bodily and affective encounters between the consumer and the garment as a "dance of agency". According to the study, the parties to the "dance" mutually determine each other's agency and can change unpredictably. The stages of the dance, from the invitation to the dance to its end, embody the diversity and temporal cycle of clothing consumption from acquiring clothes to disposing of them, which brings out critical moments of sustainability in everyday life. Physical contact with the garment, emotions aroused by the interaction and the situations of use shape the forms of interaction, whereby, for example, attachment to the garment increases or the garment is abandoned when it wears out. In the promotion of sustainable clothing consumption, dance breaks, such as clothes forgotten in "passive storage", should be examined more closely.