

# Uushenkisen kentän mahdollistajat

## FreeFlowFactory osana lumon ketjua

ELISA MIKKOLA

**TIIVISTELMÄ** Suomalaisen yhteiskunnan muutos 2000-luvulla on vaikuttanut myös uskonnolliseen kenttään. Perinteisen institutionaalisen uskonnon rinnalle on syntynyt uusia uskonnollisuuden ja uushenkisyyden muotoja, kuten enkelihenkisyys. Erilaisten henkisten palvelujen käyttö ja niiden tuottaminen liittyvät moderniin konsumerismiin ja yksilöllistyneeseen henkisyteen. Uushenkisyyden kentällä kulttuurisen, uskonnollisen ja taloudellisen rajat hämärtyvät. Enkelipalvelujen tuottajia ja tuottamista voidaan kutsua henkiseksi yrittäjyydeksi tai elämystaloudeksi. Uushenkisten tilaisuuksien tuottamista on tutkittu suhteellisen vähän, koska kenttä on hajanainen ja erilaisten tuottajien määrä suuri. Artikkelissani analysoin sitä, miten uushenkisyyden kentällä työskentelevä FreeFlowFactory on aloittanut toimintansa ja miten se tuottaa irlantilaisen mystikon ja enkelinäkijä Lorna Byrnen puhetilaisuuksia, webinaareja, retriittejä ja enkeli-iltoja Suomessa. Tutkin erityisesti sitä, millaista osaamista ja yhteistoiminnallisuutta tilaisuuksien järjestäminen edellyttää. Aineistona käytän FreeFlowFactoryn edustajien haastatteluja, keräämäni etnografista aineistoa ja Byrnen puhetilaisuuksiin osallistuneille tehtyjä kyselyjä. Tarkastelen FreeFlowFactoryn toimintaa eletyn uskonnon, uushenkisyyden ja lumon käsitteiden kautta. Tutkimukseni osoittaa, että tilaisuuden tuottaminen edellyttää monialaista osaamista ja monenlaista yhteistyötä, jotta tilaisuudet näyttäytyvät osallistujille yhä uudelleen kiinnostavilta. FreeFlowFactory toimii Byrnen tilaisuuksissa yhdessä tuotetun ja jaetun lumon mahdollistajana, osana lumon ketjua.

**ASIASANAT** Palvelutuotanto, Lorna Byrne, enkelihenkisyys, enkelipalvelujen tuottaminen, uushenkisyys, uushenkinen kenttä.

Sit mä aloin selvittää, että onko olemassa tämmösiä yrityksiä, jotka järjestää tätä ammattimaisesti vai onks se aina niin, että joku on kiinnostunu jostakin gurusta tai mistä lienee ja tuo sen Suomeen ja se on sit siinä. – Sit selvis, että ei oikeestaan ole ja siitä me ajateltiin, että miksipä ei. Ja sitten se ensimmäinen, joka meillä tuli heti mieleen, mitä me haluttais tehdä oli Lorna. Se oli meidän ensimmäinen ajatus. Sit me lähetettiin meili Lornalle. Hotmailista.<sup>1</sup>

Yllä olevassa haastattelun lainauksessa irlantilaisen mystikon ja enkelinäkijä Lorna Byrnen Suomen tilaisuuksien tuottajat kuvaavat, miten he tekivät markkinatutkimusta ja miten yhteistyö Byrnen kanssa alkoi. FreeFlowFactory perustettiin vuonna 2010 ja seuraavan vuoden keväällä se tuotti Byrnen ensimmäisen puhetilaisuuden Suomessa.<sup>2</sup>

Tässä artikkelissa analysoin sitä, miten uushenkisyyden kentällä tuotetaan tilaisuuksia, joissa uushenkisyys ja (elämys)talous yhdistyvät. Tuottamisella tarkoitan tässä yhteydessä kaikkia niitä toimia, tehtäviä ja prosesseja, joita tarvitaan yleisötilaisuuksien suunnitteluun ja toteuttamiseen. Konkreettisenä esimerkkinä käytän FreeFlowFactoryä, joka on tuottanut Byrnen puhetilaisuuksia, webinaareja, retriittejä ja enkeli-iltoja. Tutkimukseni keskittyy yhden uushenkisyyden kentällä toimivan palveluntuottajan tapaan tuottaa Suomeen kansainvälisen tähden tilaisuuksia. Uushenkisten palvelujen tuottamista on toistaiseksi tutkittu vähän kentän ja toimijoiden moninaisuuden takia,<sup>3</sup> joten niiden organisoinnin ja niihin liittyvien positioiden, kuten tilaisuuksien tuottajien, tutkiminen on tärkeää.

Keskeinen teoreettisena käsitteenä artikkelissani on kenttä. Pierre Bourdieun näkemyksen mukaan yhteiskunnan kehitys on tuottanut enemmän tai vähemmän autonomisia kenttiä.<sup>4</sup> Kentillä on oma toimintalogiikkansa, joten eri kentillä toimimiseen tarvitaan erilaisia pääomia.<sup>5</sup> Kentät muodostavat sosiaalisen maailman, jossa toimijat ja instituutiot kamppailevat pääomista, kenttien ja niillä käytettävien sääntöjen hallinnasta, symbolisesta vallasta.<sup>6</sup> Uskonnon kenttä on syntynyt yhteiskuntarakenteiden eriytyessä,

jolloin syntyi myös erottelu uskonnollisiin spesialisteihin ja maallikoihin.<sup>7</sup>

Suomalaisen yhteiskunnan muutos, maallistuminen, globalisaatio ja mediatisaatio yhdessä yksilöllistymisen, moniarvoistumisen ja monikulttuurisuuden lisääntymisen myötä ovat muuttaneet Suomea ja tätä kautta myös uskonnollista kenttää.<sup>8</sup> Samalla on avautunut tilaa naisten uusille toimijapositioille ja sellaisille henkisyyden muodoille, jotka vaikuttavat vastaavan institutionaalisen uskonnon nykymuotoja paremmin naisten toiveisiin ja tarpeisiin.<sup>9</sup> Uushenkiset palvelut ovat osa tätä naisten uutta aluetta.

Artikkelissa tarkastelen enkelihenkisyyttä myös lumon ja lumoamisen käsitteiden kautta.<sup>10</sup> Lumon tai paremminkin sen katoamisen käsite on peräisin Max Weberiltä (k. 1920), joka esittää teesin lumouksen haihtumisesta. Sen mukaan ihmisten ei tarvitse käyttää resurssejaan maagisiin keinoihin hallitakseen henkiä, sillä ”tekniikka ja laskenta” hoitavat tämän tehtävän. Rationalismi ja älyllistäminen aiheuttavat lumouksen häviämisen.<sup>11</sup> Weberin teesi ei kuitenkaan näytä kokonaisuudessaan toteutuneen, sillä lumo on keskeinen elementti esimerkiksi Byrnen tilaisuuksissa.<sup>12</sup>

1 Haastattelu 2013.

2 FreeFlowFactoryn internetsivut kuvaavat sen järjestävän ”moderneja hyvinvointitapahtumia, jotka koskettavat pintaa syvemmältä”. Tapahtumat ”tarjoavat syviä kokemuksia, inspiroivia kohtaamisia sekä monipuolista tietoa”. FreeFlowFactory s.a.

3 Campbell 2007, 114.

4 Bourdieu 1998, 139.

5 Keskeiset pääomat ovat taloudellinen (raha, varallisuus ja omaisuus), kulttuurinen (tietoja, taitoja, kulttuurista osaamista ja tunteita) ja sosiaalinen (sosiaalisten suhteiden, organisaatioiden ja verkostojen kautta saatavat resurssit ja edut) pääoma. Bourdieu 1986, 243–252.

6 Rey 2007, 44–46.

7 Bourdieu 1971, 303–305.

8 Tarkemmin Suomen uskonnollisen kentän muutoksista esimerkiksi Ketola 2021.

9 Woodhead 2007; Sointu & Woodhead 2008.

10 Bennett 2001; Partridge 2016; Utriainen 2014.

11 Weber 2009, 139, 155.

12 Mikkola 2020b.

Artikkeli etenee taustoituksen ja aikaisemman tutkimuksen kautta FreeFlowFactoryn perustamiseen, Byrnen tuotteistamiseen ja yrityksen yhteistoiminnalliseen toimintatapaan. Tämän jälkeen käsittelen kysymystä uushenkisyyden hinnoittelusta ja päätän artikkelin yhteenvedoon ja pohdintaan.

## UUSHENKISEN KENTÄN ELETTY HENKISYYS

Artikkelini liittyy keskusteluun uushenkisen kentän palvelutuotannosta. Uushenkisyyden käsitteellä ei ole vain yhtä määrittelyä, joten tutkijat luovat omat määritelmänsä.<sup>13</sup> Paul Heelasin ja Linda Woodheadin tunnetun määritelmän mukaan uushenkisyys tarkoittaa henkistä vallankumousta ja subjektiivista käännettä, jossa ulkoa tulevien määrittelyjen (life-as) tilalle nousee sisäisesti määräytyvä elämä (subjective-life).<sup>14</sup> Uushenkisyys liittyy näin keskusteluun eletystä uskonnosta, jossa institutionaalisen uskonnon odotukset näyttävät vähemmän tärkeinä kuin omien kokemusten merkitys ja etsintä, jossa yhdistetään erilaisia perinteitä, vaihtoehtoisia hoitomuotoja ja terapioiden.<sup>15</sup> Uskontososiologiassa tutkimuksessa eletyn uskonnon käsitettä on käytetty erityisesti naisten uskonnollisuuden tutkimiseen. Vaikka eletty uskonto on sukupuolittunutta, niin sen lisäksi myös ikä, luokka ja etninen tausta vaikuttavat siihen, miten eletty uskonto koetaan.<sup>16</sup> Toisaalta voisi kysyä, onko kyse eletystä uskonnosta vai eletystä henkisydestä, sillä uushenkisydestä kiinnostuneet eivät koe olevansa uskonnollisia. Tämä on nähtävissä esimerkiksi Enkelit Suomessa -kyselyissä, joissa vastaajat valitsivat annetuista vaihtoehdoista useimmiten identiteetikseen ”henkisen” ihmisen riippumatta siitä, kuuluivatko he uskonnolliseen yhdyskuntaan vai eivät.<sup>17</sup> Tutkijat voivat myös kutsua uushenkisten palvelujen tuottajia uskonnollisiksi yrittäjiksi, huolimatta siitä, että tuottajat itse eivät käytä tätä termiä.<sup>18</sup>

Uushenkisyys liittyy myös uuteen hyvinvointi- ja terveystutkimukseen. Palvelujen käyttö ja valtavirtaistuneet uushenkiset käytännöt, kuten moderni jooga<sup>19</sup> ja vaihtoehtoterapioiden käyttö työelämän ongelmien ratkaisussa,<sup>20</sup> liittävät

henkisyyden kaupallisuuteen ja palvelut voidaan nähdä kauppatavarana.<sup>21</sup> Uushenkisen kenttä ei ole riippumaton yhteiskuntaa leimaavasta markkinatalouden ja uusliberalismin logiikasta – kuten ei myöskään perinteinen institutionaalinen uskonto.<sup>22</sup> Uushenkisille palveluille on yhä kasvavat markkinat.

Kulutuskriitikot väittävät, että uushenkisyydessä ei ole kyse uskonnon paluusta tai resakralisaatiosta, vaan kyseessä on kehitys, jossa kapitalismi kaappaa uskonnon muokaten sitä paremmin kuluttamiseen sopivaksi.<sup>23</sup> Tätä näkemystä on kuitenkin kritisoitu liian yksinkertaistavaksi ja väitetty sen jättävän huomiotta uushenkisyyden sosiaalisen merkityksen.<sup>24</sup> David Voas ja Steve Bruce tulkitsevat uushenkisyyden olevan osa sekularisaatioprosessia, joten se tulee ajan myötä hiipumaan pois.<sup>25</sup>

Konkreettisenä tutkimuskohteenani on FreeFlowFactory ja tuottajan näkökulma enkelihenkisyyteen. Artikkelissani tarkastelen uushenkisyyttä institutionaalisesta uskonnosta erillisenä kenttänä.<sup>26</sup> Uushenkisyyden kenttä rakenteistuu uskonnon kentästä poikkeavalla tavalla, joten uushenkisten muotojen, hyödykkeiden ja palvelujen legitimitettiin<sup>27</sup> on harjoittajien itsensä

13 Gilhus & Sutcliffe 2013; Karjalainen 2018.

14 Heelas & Woodhead 2005, 3–4.

15 Orsi 2003; McGuire 2008; Edgell 2012; Kupari 2016.

16 Knibbe & Kupari 2020, 167.

17 Mikkola 2019, 315–316.

18 Hero 2016.

19 Burger 2006; Puustinen et al. 2013.

20 Karjalainen 2018; Salmenniemi et al. 2019.

21 Gauthier & Martikainen 2013.

22 Carrette & King 2005; Gauthier 2020; Karjalainen 2018.

23 Carrette & King 2005.

24 Redden 2016.

25 Voas & Bruce 2007, 46–57.

26 Kühle 2012, 9; Tuomaala 2011, 48.

27 Jere Kyyrö määrittelee legitimitetin ”laajasti henkilön, instituution tai asian, kuten taideteoksen, tunnustetuksi ja hyväksytyksi asemaksi”. Kyyrö 2019, 29. ”Legitimitettiin tai sen puute määrittelee toimijoiden asemaa ja mahdollisuuksia eri kentillä.” Mikkola 2020b, 2.

määriteltävissä.<sup>28</sup> Toki kentällä on tähtiä, kuten Lorna Byrne, Doreen Virtue, Diana Cooper ja Maria Zawou, joiden kirjoja ja internetsivuja luetaan ja joiden tilaisuuksiin osallistutaan aktiivisesti. Suomalaisia tunnettuja enkelipalvelujen tuottajia ovat esimerkiksi laulaja Kirsi Ranto, näyttelijä Pamela Tola ja kirjailija ja muutosvalmentaja Anu Grace.

Uushenkisyyden kenttää kuvataan usein rakenteeltaan hajanaiseksi ja organisoitumattomaksi, sillä sen toimijat kokoontuvat pienissä ryhmissä ja verkostoissa, kurseilla, viikonlopputapahtumissa ja messuilla.<sup>29</sup> Tutkimus on toistaiseksi kiinnittänyt vain vähän huomioita uushenkisyyden sosiaalisuuteen ja organisoitumiseen.<sup>30</sup> Eräs syy tähän on se, että kenttä on vaikeasti hahmotettavissa johtuen toiminnan moninaisuudesta ja toimijoiden suuresta määrästä, joka vaihtelee yhden ihmisen palvelutuotannosta suurin toimijoihin.<sup>31</sup>

Pohjoismaista selkeästi organisoitunein on Norja, jossa toimii vuonna 1992 perustettu Alternativt Netverk, joka kokoaa norjalaista uushenkistä toimintaa, julkaisee lehteä, järjestää koulutuksia ja messuja.<sup>32</sup> Vaikka Suomesta puuttuu vastaava keskusorganisaatio, se ei kuitenkaan tarkoita organisoitumattomuutta, sillä Uskonnot Suomessa -hanke listaa lähes sata New Age- ja uushenkisen kasvun yhteisöä.<sup>33</sup> Tutkimusten mukaan erilaiset yhteisöt ja tapahtumat osoittavat, että uushenkisyys on sosiaalisesti välitettyä huolimatta yksilöllisyyden ja omakohtaisuuden korostamisesta.<sup>34</sup>

Vuosittain Helsingissä pidetyt Hengen ja tiedon ja MinäOlen -messut ovat perinteisesti koonneet satoja palveluntarjoajia ja tuhansia uushenkisyydestä kiinnostuneita yhteen. Kuortaneella järjestettävät nelipäiväiset Ultrapäivät ovat huomattavasti pienempi tapahtuma, johon osallistuu noin tuhat henkeä. Covid-19-pandemia vaikutti messujen toimintaan ja ne pidettiin joko virtuaalisena tai peruttiin kokonaan. Hengen ja tiedon messut jatkavat syksyllä 2022 perinteisenä messutapahtumana.<sup>35</sup> MinäOlen -messuista ei löydy tietoa vuodelle 2022.<sup>36</sup> Uushenkiset lehdet, kuten *Ultra*, *MinäOlen* ja *Voi Hyvin*, sekä monet naistenlehtien artikkelit välittävät tietoa erilai-

sista uushenkisistä virtauksista ja palveluista.

Pandemian aiheuttamien rajoitusten vuoksi sosiaalisen median merkitys uushenkisen tiedon levittämisessä on korostunut. Tästä huolimatta kirjakaupat, kuten Era Nova ja Unio mystica, ovat edelleenkin tärkeitä uushenkisyydestä kiinnostuneiden kohtaamispaikkoja. Heelas ja Woodhead arvioivat jo vuonna 2005, että maailman kirjamyynnistä uushenkisyyttä käsittelevät kirjat myivät 7–12 % koko kirjallisuudesta.<sup>37</sup> Kyseessä on huomattava taloudellinen toiminta, joka on nähtävissä myös Suomessa. Kirjakauppoihin tehdyt vierailut kertovat uushenkisyyteen liittyvän kirjallisuuden, kuten esimerkiksi itsehoito-oppaiden, itsensä kehittämistä käsittelevien kirjojen sekä vaihtoehtoista- ja täydentävää lääketiedettä koskevien kirjojen, kattaman hyllymäärän kasvusta. Samalla perinteistä uskontoa käsittelevien kirjojen määrä on vähentynyt.<sup>38</sup>

## HENKISYYDEN TUOTTEISTAMISEN TUTKIMUS

Uskonnon ja henkisyyden suhdetta yrittäjyyteen ei ole tutkittu laajasti Suomessa.<sup>39</sup> Tutkimuksissa on käsitelty esimerkiksi vanhoillislestadiolaisuuden taloudellisia verkostoja<sup>40</sup> ja joogaopettajien työn sukupuolittumista ja taloudellista asemaa.<sup>41</sup> Uushenkistä palvelujen tuottamista koskevaa kansainvälistä tutkimusta on kuitenkin suhteellisen paljon. Nämä tutkimukset voidaan

- 28 Mikkola 2020b.  
 29 Possamai 2000, 370; Jespers 2013, 201.  
 30 Taves & Kinsella 2013; Gilhus & Sutcliffe 2013; Davies & Freathy 2014.  
 31 Campbell 2007, 114.  
 32 Bogdan & Hammer 2016, 310–311.  
 33 Sohlberg 2021.  
 34 Aupers & Houtman 2011; Kapusta & Kostićová 2020, 205.  
 35 Hengen ja tiedon messut 2022.  
 36 MinäOlen -messut s.a.  
 37 Heelas & Woodhead 2005, 70.  
 38 Kenttäpäiväkirja 2022.  
 39 Martikainen et al. 2015.  
 40 Linjakumpu 2018.  
 41 Koivunen & Ojala 2015.

karkeasti jakaa yksittäisiä toimijoita koskevaan tutkimukseen ja toiminnan reunaehtoja koskevaan tutkimukseen.

Uushenkisyyden kentällä kulttuurisen, uskonnollisen ja taloudellisen rajat hämärtyvät, ja enkelipalvelujen tuottamista voidaan tarkastella esimerkiksi uskonnollinen yrittäjän,<sup>42</sup> henkisen yrittäjyyden<sup>43</sup> tai esoteerisen talouden käsitteiden avulla.<sup>44</sup> Uushenkisiä palveluja voidaan tarkastella myös elämystaloutena, jossa asiakkaat ovat halukkaita maksamaan palveluista, jossa he saavat kokea ja tuntea jotain itselleen merkityksellistä, kokemuksellista ja muistoja tuottavaa. Elämystä tuottaessa keskeistä ovat leikkisyys, ruumiillisuus ja hetkellisyys, sillä elämys on sidoksissa aikaan ja paikkaan.<sup>45</sup>

Enkelipalvelujen tuottamista on tutkittu Suomessa varsin vähän. Katriina Hulkkoson tutkimuksessa selvitetään yrittäjyyden ja New Age -henkisyyden suhdetta ja kanavien kokemuksia heidän toimiessa henkimaailman, uskonnon ja yhteiskunnan risteyksessä. Hän kutsuu kanavointia rajatyöksi ja kanavien ja henkiolentojen yhteistoimintaa jakautuneeksi yrittäjyydeksi.<sup>46</sup> Terhi Utriaisien etnografisessa tutkimuksessa tarkastellaan enkeleitä osana naisten muutoksessa olevia henkisiä ja uskonnollisia käytäntöjä, toimijuutta ja identiteettiä.<sup>47</sup> Palvelujen välittämistä tuottamisena, kuten FreeFlowFactoryn kohdalla, koskevaa tutkimusta ei ole tehty Suomessa.

Tässä artikkelissa tarkastelen Byrnen tilaisuuksien tuottamista henkisenä yrittäjyytenä, joka hyödyntää elämystalouden ideoita ja on samalla osa esoteerista taloutta, johon Byrnen kansainvälinen toiminta asettuu.

### TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Artikkelissa tarkastelen enkelipalvelujen tuottamista kyselyjen, haastatteluaineiston ja etnografisen kenttätönn avulla. Tutkimustani varten haastattelin FreeFlowFactoryn edustajia vuosina 2013, 2019 ja 2022 yhteensä neljä kertaa. Haastattelut etenivät haastateltavien omien kertomusten kautta ja laatimaani teemaluetteloa ja tarkentavia kysymyksiä tarvittiin harvoin. Haastattelut kestivät kahdesta kolmeen tuntiin. Analyysivaiheessa luin haastattelut useaan kertaan etsien niiden

antamaa yleiskuvaa. Tämän jälkeen koodasin eri aiheet ja lopuksi yhdistelin niistä laajempia kokonaisuuksia yhdistäen eri haastattelujen antamaa tietoa.<sup>48</sup> Etsin samalla, millaisia muutoksia oli tapahtunut haastatteluissa kerrotuissa tarinoissa.

Haastattelujen ohella hyödynnän Byrnen puhetilaisuuksissa vuosina 2011 ja 2015 kerättyjen Enkelit Suomessa -kyselyjen (N=452) tuloksia ja 2011–2021 keräämäni etnografista aineistoa. Toimin vuosina 2015 ja 2017 tilaisuuksissa vapaaehtoisena työntekijänä ja sain kokemusta tilaisuuksien tuottamisesta. Osallistuin Byrnen retriittiin Irlannissa ja käänsin blogikirjoituksia LornaByrneFinland-sivuille. Tutustuin myös uushenkisiin messuihin kartoittaakseni enkelipalvelujen eri muotoja ja laajuutta. Samalla uushenkiset käsitteet tulivat tutuiksi ja ymmärsin, mitä tarkoitetaan valotyöntekijällä, energiahoidolla ja kanavoinnilla.

Erilaiset aineistot tuovat tutkimuskysymyksen erilaisia tulokulmia täydentäen toisiaan. Artikkelini hyödyntää rajattua aineistoa, joten tulokset eivät ole yleistettävissä, mutta antavat tietoa uushenkisen kentän palveluntuottajan asemasta.

### UUSHENKISTEN PALVELUJEN TUOTTAJIEN JA KÄYTTÄJIEN MÄÄRÄT

Kansainvälisten tutkimusten mukaan uushenkisyys kiinnostaa hyvin koulutettuja keski-ikäisiä naisia.<sup>49</sup> Enkelihenkisyyden sukupuolittuneisuus näkyy myös Suomessa, ja esimerkiksi Byrnen puhetilaisuuksien osallistujajoukosta naisia oli noin

42 Hero 2016.

43 Fonneland 2013; Gregory 2019.

44 Bartolini et al. 2013.

45 Fonneland 2013, Hjorth & Kostera 2007.

46 Hulkkoson aineistona ovat kanavat, jotka välittävät viestejä erilaisilta henkiolennoilta, enkeleiltä, luonnonhengiltä, avaruusolennoilta, oppailta ja mestareilta. Hulkkonen 2021.

47 Utriaisinen 2017.

48 Ruusuvuori et al. 2010; Davidsson 2011, Saldaña 2016.

49 Possamai 2000, 264; Jespers 2013, 210.

94 %.<sup>50</sup> Enkelit Suomessa -kyselyihin vastaajista 1,8 % kertoi ammatinsa liittyvän uushenkisiin palveluihin kuten trager- ja energiahoitoihin, selvänäkemiseen tai joogan ohjaamiseen. Lisäksi 4,9 % kertoi opiskelleensa tai tekevänsä itse hoitoja, joten vaikuttaa siltä, että palveluja tarjotaan toisen työn rinnalla.<sup>51</sup>

Uushenkisten palvelujen tuottajien määrän arviointi on vaikeaa, sillä Tilastokeskuksen ammattiluokitus ei erittele uushenkisen palvelujen tuottajia. Ammattiluokituksen mukaan vuonna 2018 luontais- ja vaihtoehtohoitajia oli 196 ja astrologeja ja ennustajia oli 24.<sup>52</sup> Kummassakin ryhmässä oli yrittäjiä ja palkansaajia. Luvut vaikuttavat hyvin pieniltä ja palveluntuottajat mielivät mahdollisesti itsensä kuuluvaksi johonkin muuhun ammattiryhmään. Enkelipalvelujen tuottajat vaikuttavat toimivan yksinyrittäjinä, jotka työllistävät itsensä omalla ammattitaidollaan ja myyvät palveluja suoraan asiakkaille.

Yksityisyrittäjien määrä on kasvanut 2000-luvulla, ja vuonna 2018 noin puolet kaikista yrityksistä oli yksinyrittäjiä, mikä tarkoittaa noin 8 % työvoimasta eli yli 200 000 henkilöä. Yksinyrittäjät ovat joukkona hyvin hajanainen ja heidän tilanteensa vaihtelee suuresti ammateittain. Monialaista yksinyrittäjyyttä on Suomessa tutkittu vähän.<sup>53</sup>

Uushenkisten palvelujen käyttäjien määrää on yhtä vaikeaa arvioida kuin tuottajien määrää. Vuodelta 2008 kerätty aineisto uskonnollisuuden muutoksesta osoitti, että helsinkiläisistä 1,5 % kyselyyn vastanneista kertoi olevansa vaihtoehtoisen henkisyuden harjoittajia.<sup>54</sup> Vastaavasti englantilaisen tutkimuksen mukaan 1,6 % Kendalin kaupungin asukkaista käytti uushenkisiä palveluja. Tosin näistä osa piti palveluja sekulaareina ja 0,9 % määritteli ne henkiseksi palveluiksi.<sup>55</sup>

Nämä 2000-luvun ensimmäiseltä vuosikymmeneltä olevat luvut vaikuttavat kovin pieniltä, kun niitä vertaa vuoden 2019 Gallup Ecclesiastica -kyselyn<sup>56</sup> vaihtoehtoista henkisyyttä koskeviin kysymyksiin. Kyselyyn vastanneista 39 % ajatteli, että ”On olemassa näkymättömiä maailmoja tai olentoja, jotka vaikuttavat meidän maailmassamme” ja 60 % katsoi, että ”Jokaisen ihmisen tulisi löytää oma tiensä omaan sisimpäänsä luottaen,

vaikka tulisi torjutuksi yhteiskunnassan”.<sup>57</sup> Tulokset osoittavat myös sen, että naiset uskovat näkymättömiin maailmoihin ja olentoihin miehiä enemmän.<sup>58</sup> Usko enkeleihin on myös pysynyt vahvana vuosien mittaan: 2007 Kirkko Monitor -kyselyssä 47 % uskoi enkeleihin ja 2019 vastaava luku oli 43 %.<sup>59</sup> Luvut kertovat kuitenkin vain siitä, mihin ihmiset kertovat uskovansa, mutta ei siitä, miten tämä usko muuttuu tai on muuttumatta toiminnaksi. Steve Bruce väittääkin uushenkisyyden olevan marginaalista ja että institutionaalisen uskonnon jättävistä vain pieni osa siirtyy uushenkisyyden harjoittajiksi.<sup>60</sup>

### FREEFLOWFACTORYN PERUSTAMINEN

FreeFlowFactoryn sopii mainiosti kuvaamaan sitä, miten osa uushenkisiä palveluja käyttävistä henkilöistä siirtyy myöhemmin itse palvelujen tuottajiksi ja pienyrittäjiksi.<sup>61</sup> Yrityksen perustajat, Uma Kangas<sup>62</sup> ja Catarina Degerman, ovat molemmat käyneet nelivuotisen Enkelten koti -koulun.<sup>63</sup> He

- 50 Byrnen tilaisuuden osallistujien uushenkisten palvelujen käytöstä tarkemmin Mikkola 2019; 2020a.
- 51 Mikkola 2019, 314–315.
- 52 Työlliset ammattiryhmän, ammattiaseman, sukupuolen ja vuoden mukaan, 2010–2018 s.a.
- 53 Melin 2020.
- 54 Ketola & Sohlberg 2011, 212–213.
- 55 Heelas & Woodhead 2005, 46.
- 56 Suomen evankelis-luterilaisen kirkon nelivuotiskatsausta varten tehty Gallup Ecclesiastica on Taloustutkimuksen 18.11.–9.12.2019 Kirkon tutkimuskeskukselle tekemä kysely, johon vastasi 4 065 15–79-vuotiasta suomalaista. Kysely edustaa tilastollisesti aikuisväestöä. Salomäki et al. 2020, 267.
- 57 Ketola 2020, 81.
- 58 Sohlberg 2022, 268.
- 59 Kirkko Monitor 2007, Ketola 2020, 79.
- 60 Bruce 2018, 24.
- 61 Bowman 1999; Sointu & Woodhead 2008.
- 62 Kangas luopui FreeFlowFactoryn omistajuudesta vuonna 2017, jolloin yritys siirtyi kokonaan Degermanille. Haastattelu 2022a.
- 63 Marketta Rantin perustama Enkelten koti -koulu ”tarjoaa mahdollisuuden ryhmän voiman avustamana kokonaisvaltaiseen kasvuun kehon, mielen ja sielun tasolla sekä valmiuden toimia energiahoitajana”. Enkelten koti -koulu s.a.

kokivat koulutuksen muuttaneen heitä ja antaneen paljon uutta, jota he halusivat viedä eteenpäin.<sup>64</sup>

Silloin me oltiin tehty pienimuotoisia kursseja ja meillä oli sellaisia ystäviä ja me pidettiin kurssit näin ja silloin me treenattiin, mitä oltiin opittu, mitä opimme koulussa. Mutta me mietittiin, voidaanko me tehdä se työksemme ihan laajemmin. Se ei ollut helppoa.<sup>65</sup>

Kangas ja Degerman perustivat yhdessä yrityksen Freeflow Oy, joka on merkitty kaupparekisteriin 6.9.2010:

toimiala on koulutus ja konsultointi, työnohjaus, keskusteluterapia ryhmille ja yksityisille henkilöille. Energia- ja vaihtoehtohoitojen antaminen, kurssien ja luentojen järjestäminen, kirjojen maahantuonti, myynti, julkaisu ja käännoistyöt, messujen ja tapahtumien järjestäminen.<sup>66</sup>

Laajasta toimialasta huolimatta FreeFlowFactory keskittyy lähinnä tilaisuuksien tuottamiseen ja koulutusten järjestämiseen. Kuten artikkelini ensimmäisessä lainauksessa kerrotaan, yrityksen perustajat kartoittivat aluksi, millaisesta tarjonnasta oli Suomessa puutetta. Byrnen julkaisema kirja *Angels in my Hair*<sup>67</sup> oli herättänyt heidän kiinnostuksensa, joten he lähestyivät Byrnen agenttia:

Sitten me oltiin, lähetettiin Jeanille, siis Lornan agentille, niin sitten hän vastas, että – – siis meidän alkuperäinen ajatus oli se, että me mentäis Irlantiin jonkun ryhmän kanssa, tavattais Lorna siellä. Jean vastas, että Lornan intressi on se, että hän taviottaa mahdollisimman paljon ihmisiä, että se ei nyt oikein sovi. No, sitten ehdotettiin, että voidaanko me kysyä Lorna Suomeen ja sitten hän vastas taas, että mielenkiinnostosta ja keskustellaan tästä – – Ja sen jälkeen, sitten kun siinä annettiin varovainen lupaus, että se on mahdollista, sittenhän me innostuttiin hirveesti ja alettiin viemään sitä asiaa eteenpäin.<sup>68</sup>

Byrnestä tuli ensimmäinen puhuja, jonka tilaisuuden FreeFlowFactory järjesti. Kaikkiaan

yritys on järjestänyt Byrnelle Suomessa yhdeksän tilaisuutta vuosien 2011 ja 2017 välillä. Helsingin tilaisuuksiin on osallistunut 300–1700 henkilöä. Pääkaupungin ulkopuolelle suuntautuneet tilaisuudet ovat olleet pienempiä. FreeFlowFactory on tuottanut Byrnen tilaisuudet myös Viroon, Ruotsiin ja Tanskaan. Lisäksi se järjesti viikon mittaiset retriitit 2017 ja 2019 Irlannissa, joten alkuperäinen idea viedä suomalainen ryhmä Irlantiin toteutui – tosin hieman suunniteltua myöhemmin.

Covid-19 esti vuodelle 2020 suunniteltujen tilaisuuksien järjestämisen, vaikkakin osa niistä pystyttiin siirtämään internettiin. Byrne piti FreeFlowFactoryn tuottamana nelisosaisen, suomeksi tulkatun webinaarien sarjan, joka oli suunnattu Byrnestä kiinnostuneille suomalaisille. Tilaisuuksissa oli kuitenkin osallistujia myös muista maista.<sup>69</sup> Vuonna 2021 Byrne järjesti webinaarin, jonka Suomen markkinoinnista FreeFlowFactory vastasi.<sup>70</sup> Byrne on terveydellisistä syistä vähentänyt matkustamista, eikä uusia tilaisuuksia ole tällä hetkellä suunnitteilla Suomeen.<sup>71</sup>

FreeFlowFactory on tuottanut myös muiden toimijoiden tilaisuuksia kuten 2012 ”Päivä Sonia Choquetten kanssa” ja ”Syövästä voi parantua”-tilaisuuden vuonna 2016. Näistä jälkimmäisessä esiintyi kirjailija Kelly Turner, suomalaisia tutkijoita ja syövästä parantuneita. Vuonna 2019 FreeFlowFactory järjesti prinsessa Märtha Louisen ja Elisabeth Nordengin tilaisuudet erityisherkkyydestä. Vuosina 2012 ja 2013 FreeFlowFactory tuotti toisen yrittäjän kanssa Vanhassa Satamassa järjestetyt Ilon ja Valon markkinat. Yhteistyöstä kuitenkin luovuttiin tilaisuuden

64 Haastattelu 2013.

65 Haastattelu 2013.

66 Kauppalehti 2022.

67 Byrne 2009.

68 Haastattelu 2013.

69 Kenttäpäiväkirja 2020.

70 Kenttäpäiväkirja 2021.

71 Haastattelu 2022b.

tuottamiseen ja tuottojen jakamiseen liittyvien näkemyserojen takia.<sup>72</sup>

FreeFlowFactoryn liikevaihto on vaihdellut huomattavasti vuosittain riippuen kunakin vuonna tuotetuista tilaisuuksista ja osallistujamäärästä. Esimerkiksi 2019 liikevaihto oli 42 000 €, mutta tulos nolla ja 2021 liikevaihto oli 12 000 € ja tulos 3000 €. <sup>73</sup> Uushenkisten tilaisuuksien tuottaminen ei ole erityisen tuottoisaa, ja FreeFlowFactoryn perustajat yhdistävätkin tilaisuuksien tuottamisen muuhun yritystoimintaan, henkilökohtaisiin palveluihin ja hoitojen antamiseen sekä kouluttamiseen. Degerman laskuttaa tekemänsä koulutukset FreeFlowFactoryn kautta ja hoidot toiminimen kautta. Hoidot tuottavat kuukausittain hieman yli 1000 euroa. Hän toteaa selviävänsä, koska taloudessa on kaksi ansaitsijaa, joten hänellä on samalla aikaa ja mahdollisuutta kehittää uusia ideoita:

Mun kirjanpitäjä sano, että sulla on tässä monta hyvää tuotetta, mikset sä tee niitä uudelleen? – – Mutta jos mä oon tehny sen jo, niin ei mua kiinnosta. Ne uudet jutut syntyy sillai orgaanisesti, joku sanoo, että tee Catarina uusi kurssi tai mä luen jonkun kirjan ja saan siitä idean ja sitten lisään siihen jotain muuta, mitä mä oon opiskellut. Ei mulla oo mitään bisnesplania. Mä en ole kokeillukaan, sitä vois kokeilla, että olis bisnesplan. Mun mielestä se koko juttua häviää silloin. Joku voi sanoa, että eihän tää ole yrittäjyyttä, että yrittäjyys pitää olla näin suunnitelmallista. Jos mä olisin bisnestyyppi, niin mä tietäisin, että tämä kurssi kestää näin kauan ja sitten ei enää tuu rahaa ja sitten pitää luoda uusi kurssi. Kyllähän mä ymmärrän, että pitää saada sillai tasaisesti koko ajan niinku sisään rahaa.<sup>74</sup>

Huolimatta tilaisuuksien tuottamisesta ja hoitojen antamisesta Degerman ei tunne olevansa yrittäjä, sillä hänen toimintatapansa eivät noudata yrittäjyyden rakenteita: ”Mä oon niinku Mari sano, sellanen henkinen artisti.”<sup>75</sup>

#### BYRNE TUOTTEENA JA BRÄNDINÄ?

Markkinointitutkijat määrittelevät tuotekäsittelen laajasti: tuotteet voivat olla tavaroita, palve-

luja, kokemuksia, tilaisuuksia, ihmisiä, paikkoja, organisaatioita tai ideoita.<sup>76</sup> On kiinnostava kysymys, mitä Byrnen puhetilaisuuksissa myydään: myydäänkö henkilöä, brändiä, lumoa vai yhteisöllisyyttä vai näitä kaikkia yhdessä? Brändäyksen avulla hyödyke muuttuu nimetyksi tuotteeksi, joka saa aikaan tietynlaisia mielleyhtymiä ja jonka kuluttajan on helppo muistaa. Brändäyksessä symbolien, mytologian ja kielen avulla pyritään vaikuttamaan kuluttajien käsityksiin, tuomaan tuote heidän tietoisuuteensa ja tätä kautta lisäämään myyntiä.<sup>77</sup>

Byrnen Children’s Foundationin toimitusjohtaja Suzi Button kerää parhaillaan Byrnen aloitteesta tietoa yhteistyökumppaneilta Byrnen kokonaisvaltaisen brändin kehittämiseksi.<sup>78</sup>

Byrnen tunnettuus ja brändi rakentuvat kirjojen, internetsivujen ja artikkeleiden sekä puhetilaisuuksien kautta. Byrne rakentaa brändinsä oman henkilöhistoriansa pohjalle, jossa vaikea elämä voitetaan enkeleiden ja rukouksen avulla. Byrnen tarinaan on helppo samaistua.<sup>79</sup> Byrnen olemuksen tavanomaisuus ja vaatimaton pukeutuminen muistuttavat tilaisuuksiin osallistuvia<sup>80</sup> ja samalla lisäävät hänen luotettavuuttaan.<sup>81</sup>

Mikä sitten erottaa Byrnen muista uushenkisyyden tähdistä? Degermanin mukaan Byrnen erityisyys eivät ole enkelit ja näiden viestien välittäminen, vaan se että Byrne on päässyt julkisuuteen enkeleitä koskevan erikoistietämyksensä kautta. Julkisuuden avulla hän edistää tavoitteitaan: rauhaa, luonnon suojelua ja viestiä, että ihmisten tulisi rakastaa itseään, jotta he voisivat rakastaa toisia. Enkelit ovat vain sivuroolissa.<sup>82</sup>

72 Haastattelu 2022b.

73 Kauppalehti 2022.

74 Haastattelu 2022b.

75 Haastattelu 2022b.

76 Kotler & Armstrong 2012, 252.

77 Einstein 2007.

78 Haastattelu 2022b.

79 Mikkola 2020b.

80 Kenttäpäiväkirja 2015.

81 Hero 2016, 86.

82 Haastattelu 2022b.



Enkeleitä voi kuitenkin kutsua Byrnen pelastustuotteiksi.<sup>83</sup> Lukijat ja kuulijat jakavat hänen kuvaustensa kautta lumon, jonka enkeleiden kuvaileminen ja näiden viestien välittäminen tuottaa. Lumon kokemiseen liittyy myös epävarmuuden elementti, mikä voi toimia myös lumon kokemuksen vahvistajana. Tutkimus henkistyksen kuluttamisen ja epävarmuuden antaman mielihyvän suhteesta kertoo, että ennustamatomat tapahtumat tuottavat enemmän tunteita kuin ennustettavat ja mitä suurempi epävarmuus on, sitä suuremmiksi uteliaisuus ja mielenkiinto kasvavat. Etsinnän epävarmuuteen liittyy näin löytämisen ja oppimisen tuottama ilo.<sup>84</sup>

Byrnen tilaisuuteen osallistuminen sisältää epävarmuuden siitä, syntyykö lumon kokemus. FreeFlowFactory tunnistaa tämän ja huomioi sen tilaisuuksien valmisteluissa. Lumoon ja elämystalouteen oleellisesti liittyvää epävarmuutta FreeFlowFactory pyrkii kontrolloimaan kolmella tavalla:

Ensiksi tärkeintä mun mielestä on se, että se joka puhuu, ei puhu egonsa takia, vaan puhuu sen takia, että se haluaa antaa ihmisille jotain, auttaa niitä. Ja silloin mä tiedän, että se on elämys, koska ne eivät tuo itseään vaan ne tuo sitä asiaa, mikä on siinä puheessa, esimerkiksi Lorna, se on takuvarma – – Ja toinen on se, että kaikki toimii, tapahtumassa pitää olla sillä tavalla, että ihmiset tulee nähdä kun ne tulee kuuntelemaan. Ne ei oo vain välineitä, maksuvälineitä tai jotain vaan siellä ollaan henkilöinä, että siellä kohdellaan asiakkaita niinku mä kohtelen mun ystäviä tai jotain – – Se luo sen tapahtuman tunnelman – – [Kolmanneksi] mulla oli sellainen tehtävä lavalla, että mä vastaan siitä, että ihmiset käyttäytyvät, tila, energeettinen tila, siinä on kunnioitus sitä kohtaan, joka täällä lavalla on. Mä takaan sen, että tässä on mahdollisimman hyvä esiintyjä ja että kunnioitettavasti, ett ei lähetä hyökkään millään lailla.

#### YHTEISTYÖ TOIMINNAN TAUSTALLA

Tuottaessaan erilaisia tilaisuuksia FreeFlowFactory hyödyntää laajaa yhteistyöverkostoaan, sosiaalista pääomaansa, jota on kertynyt työsken-

telyssä Era Nova -kirjakaupassa,<sup>85</sup> kaupallisessa yritystoiminnassa, kouluttautumisessa ja verkoston aktiivisen kehittämisen kautta.

Yhteistyö Byrnen agenttien kanssa on sujunut hyvin huolimatta henkilövaihdoksista. Byrnen ensimmäinen agentti, Jean Callahan, on siirtynyt toisiin tehtäviin ja Byrnen tytär, Pearl Byrne, on ryhtynyt äitinsä agentiksi. Perheen rooli Byrnen toiminnassa on kaiken kaikkiaan kasvanut Byrnen pojan Niallin otettua vastuun Kilfanan kartanon uudistamistyöstä. Kartanoon on rakenteilla Byrnen perustaman The Seraph Foundationin henkinen keskus.<sup>86</sup>

FreeFlowFactoryn yhteistyö kustannusyhtiö Otavan kanssa alkoi samaan aikaan, kun Byrnen agentti kiinnostui tilaisuuden järjestämisestä Suomessa.<sup>87</sup> Yhteistyö sujui alussa jouhevasti Otavan pyrkiessä lisäämään kirjamyyntiä<sup>88</sup> ja FreeFlowFactoryn tuottaessa Byrnen tilaisuuksia.<sup>89</sup> Myyntiä edistettiin yhdistämällä Byrnen vierailuun erilaisia tapahtumia: Byrne esiintyi

83 Weber on kehittänyt käsitteen pelastustuotteesta tai -hyödykkeestä. Uskonnot pyrkivät tarjoamaan erilaisia tavoiteltavia ja merkityksiä tuottavia pelastushyödykkeitä. Niitä voidaan joko aktiivisesti tavoitella tai passiivisesti vastaanottaa niin yksilöllisesti kuin ryhmässäkin. Ne eivät ole vain tuonpuoleisia vaan myös maallisia kuten varallisuus, terveys ja pitkä elämä (Burger 2006, 82, 92). Pelastustuotteesta Byrnen toiminnassa tarkemmin Mikkola 2020b.

84 Shaw & Thompson 2013, 565–567.

85 Era Nova -kirjakauppa on vuonna 1983 perustettu suurin uushenkisyyteen erikoistunut kirjakauppa Suomessa. Ketola & Sohlberg 2011, 224.

86 Haastattelu 2019; Byrne 2020.

87 Otava s.a.

88 Otava on julkaissut kuusi Byrnen kahdeksasta kirjasta nopeasti niiden ilmestymisen jälkeen. *Enkeleitä hiuksissani* 2009 (*Angels in my Hair* 2009), *Portaat taivaaseen* 2011 (*Stairways to Heaven* 2010), *Toivon viesti enkeleiltä* 2012 (*A Message of Hope from the Angels* 2012), *Taivaallinen rakkaus* 2014 (*Love from Heaven* 2014), *Enkelten kosketus* 2017 (*Angels at my Fingertips* 2017) ja *Rukouksia sydämeistä* 2019 (*Prayers from the Heart* 2019).

89 Haastattelu 2013.

kirjamesuilla ja kirjakaupoissa sekä antoi haastatteluja lehtiin, televisioon ja radioon. Useita eri tapahtumia yhdistävä toimintatapa on levinnyt Suomesta muihin maihin, joissa Byrnellä on puhetilaisuuksia.<sup>90</sup>

Yhteistyö on kuitenkin riippuvaista kulloinkin eri tehtävissä työskentelevistä ihmisistä, joten yhteistyösuhde Otavan kanssa on edellyttänyt FreeFlowFactorylta jatkuvaa ennakoivaa aktiivisuutta. Vuoteen 2017 mennessä Byrnen kirjat olivat myyneet 150 000 kappaletta, mikä on suuri määrä tietokirjoille Suomessa.<sup>91</sup> Muissa Pohjoismaissa kiinnostus Byrneen ja hänen kirjojensa julkaisemiseen on ollut Suomea vähäisempää.<sup>92</sup>

Tilaisuuksien markkinointi ei ole tapahtunut perinteisin tavoin, ja vain yhden kerran FreeFlowFactory on mainostanut Byrneä *MinäOlen* -lehdessä.<sup>93</sup> Byrnen tunnettuus Suomessa on helpottanut viestintää ja tilaisuuksien markkinointia, jossa on panostettu internetin ja messujen kautta tapahtuvaan mainontaan, olemassa olevalle verkostolle tiedottamiseen sekä tiedon levittämiseen uusien kohderyhmien kautta. Degerman on kirjoittanut lehtiin juttuja Byrnestä ja saanut sitä kautta ilmaista mainostilaa.<sup>94</sup> Samanaikaisesti on Byrnen toiveen mukaisesti etsitty uusia tapoja tavoittaa kuulijoita:

Hän [Byrne] sanoo aina, että hänen pääjuttu, että hän haluis uusia ihmisiä näihin tapahtumiin, koska hän haluais, että tää leviää tää sanoma. Ja mä olen aina yrittänyt löytää uusia juttuja, että viedään nyt hänet messuille, siis Helsingin kirjamesuille, viedään kiertueelle, kierretään. Niinku kaikkee, että löydetään se kontaktipinta.<sup>95</sup>

Sosiaalinen media on helppo ja halpa tapa saada näkyvyyttä, ja Byrnen internetsivut ylläpitävät kiinnostusta, joka on suurelta osin syntynyt kirjojen ja tilaisuuksien kautta. Byrnen Facebook-sivut, joihin lukijat voivat lisätä kommenttejaan ja aloittaa keskusteluja, vahvistaa yhtäältä lukijoiden välisiä suhteita ja toisaalta sitoo lukijat seuraamaan Byrneä.<sup>96</sup> Vuonna 2018 perustetuilla LornaByrneFinland -Facebook-sivuilla oli 3839 seuraajaa 3.6.2022.<sup>97</sup> Kymmenen vapaaehtoista kääntää sivuille Byrnen englanninkielisiä blogeja.

Sivut tavoittavat hieman iäkkäämpiä henkilöitä, joiden voi olla vaikeaa seurata alkuperäisiä sivuja.<sup>98</sup> Uusi media on mahdollistanut sen, että henkilökohtainen tapaaminen ei ole välttämättömyyttä yhteisöllisyyden luomiseksi. Avoin kysymys on kuitenkin se, riittääkö sosiaalinen media tuomaan uusia kiinnostuneita Byrnen piiriin vai edellyttääkö pysyvän kiinnostuksen herääminen henkilökohtaista tapaamista.

Muiden kuin Byrnen tilaisuuksien mainonnassa FreeFlowFactory on hyödyntänyt esimerkiksi kirjastojen kautta tapahtuvaa tiedotusta tai lähestynyt tahoja, joiden toimintaan tilaisuuden sisältö liittyy. Tämä ei kuitenkaan ole ongelmantonta, sillä esimerkiksi osa terveystieteiden suhtautuu epäilevästi täydentävään lääketieteen liittyviin puhetilaisuuksiin. FreeFlowFactory tekee myös asiakassegmentointia esiintyjien kohdalla: esimerkiksi prinsessa Märtha Louisen ja Elisabeth Nordengin luennot olivat kohdistettu kaikille erityisherkkyydestä kiinnostuneille ja prinsessan kanssa vietetty VIP-lounas kuninkaal- lisista kiinnostuneille.<sup>99</sup>

Tärkeä osa yhteistyöverkostoa ja tilaisuuksien järjestelyjä ovat vapaaehtoiset, jotka ovat pääosin Helsingistä, mutta myös Jyväskylästä ja Oulusta on tultu tilaisuutta varten pääkaupunkiin. Joku vapaaehtoisista on ollut FreeFlowFactoryn omistajien kanssa samalla kurssilla Enkelten koti -koulussa, muutamat aiemmin Byrnen tilaisuuteen osallistuneet ovat tuoneet ystävänsä mukaan tai osa on tarjoutunut itse vapaaehtoiseksi. Vapaaehtoisten vihreissä t-paidoissa lukee FreeFlowFactory.<sup>100</sup> Uma Kangas vastaa heidän kouluttamisestaan ennen tilaisuutta. Hänen otteestaan heijastuu ammattimaisuus:

- |     |                        |
|-----|------------------------|
| 90  | Haastattelu 2013.      |
| 91  | Horisontti 2017.       |
| 92  | Haastattelu 2019.      |
| 93  | Haastattelu 2013.      |
| 94  | Haastattelu 2022b.     |
| 95  | Haastattelu 2019.      |
| 96  | Mikkola 2020b, 10.     |
| 97  | Haastattelu 2022b.     |
| 98  | Haastattelu 2019.      |
| 99  | Haastattelu 2022b.     |
| 100 | Kenttäpäiväkirja 2015. |

Umalla lista, josta hän käy läpi tilaisuuden järjestelyt ja jakaa tehtävät: tuolien ja rivien numeronlaittajat, lippujentarkastajat, paikkaohjaajat, kirjanmyyjät, infon vastaavat ja Lornan siunaukseen ohjaajat – Käyttäkää järkea, sanoo Uma, siunaus lavalla sujuu ihan hyvin, me ollaan tehty se aikaisemminkin. 11:15 kaikkien pitää olla [Byrnen siunausta varten] salissa – Tilaisuus alkaa klo 14:00 ja klo 13:00 avataan info ja ihmiset voivat tulla saliin. Mutta jos ei olla valmiita, niin pidetään ovet kiinni, toteaa Uma.<sup>101</sup>

Vapaaehtoisten lisäksi myös muun tyyppistä vastavuoroisuutta liittyy tilaisuuksien tuottamiseen. Tämän FreeFlowFactory tulkitsee osaksi uushenkisen kentän toimintatapaa, pyyteettömyys toiminnassa takaa avun saamisen.<sup>102</sup> Esimerkiksi kiireisenä aikana harjoittelijaksi tarjoutuu taitava tapahtumatuotannon harjoittelija, joka auttaa retriitin ja tilaisuuksien järjestelyissä ja valokuvausalan opiskelija tarvitsee portfolioonsa tapahtumakuvia ja huolehtii tilaisuuden kuvauksesta.<sup>103</sup> Tilaisuuksien järjestelyt vaativat runsaasti valmisteluja ja ennakkotyötä, jotka eivät näy tilaisuuteen osallistujille, mutta joiden kautta pyritään takaamaan tilaisuuden osallistujalle onnistunut kokemus tilaisuudesta, elämys.

### SAAKO UUSHENKISYYS MAKSAA?

Suomen evankelis-luterilainen kirkko, herätysliikkeet ja median edustajat suhtautuvat usein ennakkoluuloisesti uushenkisten palvelujen tuottajiin. Uskonnon kentällä uushenkisyyttä, enkeliuskoa ja niihin liittyviä uskomuksia ja käytäntöjä ei nähdä legitimeinä, vaan enkelit pyritään pitämään perinteisinä sanansaattajina ja joulunajan koristeina.<sup>104</sup>

Mediassa käydään keskustelua ”bisnesenkeleistä”, enkelipalvelujen pienyrittäjistä, joiden nähdään hyödyntävän ja rahastavan ihmisten hädällä.<sup>105</sup> Yllättävää on, että Lorna Byrneä suomalainen media on kohdellut suurelta osin myönteisesti.<sup>106</sup> Eräs pyrkimys puuttua uushenkisten palvelujen tuottamiseen on ollut niin sanottu ”Puoskarilaki Suomeen”, jota yritettiin saada eduskunnan valmisteluun 2020 kansalaisaloitteen kautta. Esityksessä pyrittiin säätele-

mään ”uskomus- ja vaihtoehtohoitoja ja niiden markkinointia”, mutta se ei kuitenkaan saanut riittävästi allekirjoituksia edetäkseen eduskunnan käsittelyyn.<sup>107</sup>

Palvelujen hinnoittelu ei ole yksinkertaista tuottajillekaan. MinäOlen -messuilla 2017 enkelikouluttaja ja kirjailija Anu Wyskiel antoi työpassaan yritysvalmennusta oman valoyrityksen perustamiseen:

Valoyrittäjä on tuote, jonka pitää laatia itsestään tarina, joka luo osaltaan luotettavuutta. Unelma-asiakkaan kuvittelemisen muistutti perinteistä asiakassegmentointia: unelma-asiakas on maksava asiakas. Henkisen alan työntekijöiden kynnys ottaa rahaa palveluistaan on korkea. Palvelujen hinnoittelussa Wyskiel kehotti arvostamaan itseään ja olemaan itsevarma, jotta kutsuu oikeanlaisia asiakkaita. Vaikka enkelit ovat ilmaisia, niin palveluun käytetty aika maksaa.<sup>108</sup>

Tilaisuuksien järjestäminen edellyttää sitä, että FreeFlowFactoryllä on käytössä riittävästi pääomaa, sillä esimerkiksi tilat täytyy maksaa etukäteen. Huolimatta puhujan tunnettuudesta ei ole koskaan varmuutta siitä, että tilaisuuteen saadaan myytyä riittävästi paikkoja. Tilaisuuden järjestäminen tuottaa stressiä, sillä järjestäjät joutuvat jatkuvasti tasapainoilemaan kulujen ja tuottojen välillä:

No, siinä oli vähän tälleen ja tälleen, että silloin se oli enemmän se, että ei jääty miinukselle, ei hirveesti päästy [plussalle] sielläkään, mutta jopa

101 Kenttäpäiväkirja 2015.

102 Haastattelu 2013.

103 Haastattelu 2019.

104 Kuula 2011; Riekkinen 2014; Lehtinen 2014; ”Seurakunta tuo enkelit katukuvaan joulunajaksi” 2019.

105 Pallaste 2018.

106 Mikkola 2020b, 10–11.

107 Puoskarilaki Suomeen -esitys sai 11 579 allekirjoitusta vaadittavan 50 000 asemesta.

108 Kenttäpäiväkirja 2017.

Savonlinnassa päästiin, koska siellä oli melkein 600 ihmistä. Savonlinnassa oli paljon ihmisiä, meillä oli tällanen palloiluhalli. Ja palloiluhalli ei sitten maksanutkaan niin paljon. Tässä mun täytyy aina kattoo, kun mä tiedän, että Lorna haluaa pitää sen hintatason alhaisella.<sup>109</sup>

Byrnen tilaisuuksien liput maksoivat Helsingissä vuona 2011 ovelta ostettuna 31 euroa ja 2017 48,60 euroa. Helsingin ulkopuolisissa tilaisuuksissa lippujen hinnat olivat matalammat, sillä tilavuokrat ovat muualla maassa alhaisemmat.<sup>110</sup> Vuonna 2020 järjestetyn suomeksi käännetyn neljän tilaisuuden webinaarin hinta oli 85 euroa. Irlannissa 2019 järjestetty viikon kestävä retriitti maksoi 1675 euroa. Maksuun sisältyivät majoitus ja ateriat.

Tilaisuuksiin tarvittavien tilojen löytäminen vaatii paljon työtä, sillä tilojen on oltava riittävän suuria, jotta tilaisuudet kannattaa järjestää. Tiloja etsittäessä tulevat esille myös ennakkoluulot uusien tilaisuuksien järjestämistä kohtaan:

Tilasta on [maksettava eniten]. Elikkä silloin ei voi ottaa hirveen pientä maksua. Elikkä nyt esimerkiks mä, siis mä 25 paikkaa, mä olen soittanut, mä olen käynyt, mä kirjottanu, mä olen ajatellu, mä olen ollut kirkkojen kanssa – ei löytynyt! – Ne [kirkot] vois, joo, mutta sitten tuli, sitten on kaikenlaisia niinku juttuja, voiko myydä lippuja, voi, tätsä, tässä tilassa ei ja kuka tää nyt on ja voitko selittää vähän lisää tästä tapahtumasta ja sitten heti kun ne kun ne ajattelee, että tää on new age, niin sitten se menee päin hemmettiä.<sup>111</sup>

Haastattelun mukaan kirjojen myynti ei ole erityisen tuottoisaa Byrnelle, vaan tilaisuuksien tuotot ovat oleellisia hänen toiminnalleen:

Kirjoilla ei, se toiminta on se, joka voi tuottaa vähän. Elikkä siks mä mielellään teen nää tapahtumat, koska Lorna saa siitä jotain. Se on se juttu. Että Lorna todellakin saa siitä. Jos se tulee pari päivää Suomeen, niin se saa jotain todella, niin sen voi taas laittaa jonnekin.<sup>112</sup>

Otavan kustantamien kirjojen hinnat ovat olleet kohtuullisia, ja ne ovat laskeneet julkaisuvedon noin 25 eurosta tämän hetken alle 10 euroon kappaleelta.<sup>113</sup> Huolimatta kirjojen suhteellisen halvoista hinnoista niiden huomattava myynti on ollut tuottoisaa niin Otavalle kuin Byrnellekin.

Tilaisuuksien järjestämiseen liittyy paljon hiljaista tietoa,<sup>114</sup> jota ei voi todentaa muuten kuin onnistuneen palvelun ja tyytyväisten tilaisuuksiin osallistuneiden kommenttien kautta:

Tilaisuudella oli hyvä toteutus. Kaunista taustamusiikkia, valkoisia höyheniä lattialla ja iloisia hymyileviä vapaaehtoisia. Lorna Byrnen jutut olivat koskettavia/lohduttavia ja henkilönä hän oli hyvin uskottava vaikkakin puhuu asioista, joita ei monikaan välttämättä näe, mutta haluaa uskoa. Enkelimeditaatio oli ihan mukava, vaikka päähäni ei pulpahtanutkaan oman suojeluskelin nimeä, mutta en usko, että se vaikuttaa suojelustehoon.<sup>115</sup>

FreeFlowFactoryn huolelliset valmistelut ja taustatyö kannattavat, sillä kyselyjen perusteella ne näyttävät tuottavan Byrnen tilaisuuden osallistujille elämyksen, lumon hetkellisen jakamisen ja yhteisöllisyyden tunteen. Byrnen tilaisuuteen osallistuneiden vastauksissa painottuu myönteisyys, joten on mahdollista, että tilaisuuden antiin tyytymättömät ovat jättäneet vastaamatta kyselyyn.

## LOPUKSI

Artikkelissani olen analysoinut FreeFlowFactoryn toimintaa tilaisuuksien tuottajana painopisteen ollessa Lorna Byrnen Suomen toiminnassa,

109 Haastattelu 2019.

110 Haastattelu 2019.

111 Haastattelu 2019.

112 Haastattelu 2019.

113 *Enkeleitä hiuksissani* -teoksen hinta Prismassa verkkokaupassa vuonna 2022.

114 Hiljaisella tiedolla tarkoitetaan tietoa ja osaaamista, joka on syntynyt kokemuksen kautta ja jonka sanallistaminen on vaikeaa. Käsitteen kehittäjänä on pidetty Michael Polanyita 1983.

115 Enkelit Suomessa -kysely 2015.

jota olen tarkastellut henkisen yrittäjyyden ja elämystalouden näkökulmista. Kartoitan artikkelissani yhtä uushenkisen kentän uusista toimijapositioneista, tuottajia. Tuon esille uutta tietoa uushenkisten puhetilaisuuksien tuottamisesta ja siihen liittyvistä haasteista, jotka liittyvät niin käytännön järjestelyihin kuin uushenkisyyteen kohdistuviin ennakkoluuloihin.

Uushenkisyyden ja kaupallisuuden raja on huokoinen. FreeFlowFactoryn perustajien henkilökohtaisena etsintänä syntynyt kiinnostus uushenkisyyteen muuttui vähitellen yrittäjyydeksi, jossa yhdistetään aiemmin työelämässä hankittua osaamista uushenkiseen palveluntuotantoon. Heidän haastatteluissaan ei tule esille jännitettyä tai ristiriitaa yrittäjyyden ja uushenkisyyden yhdistämisessä. Uushenkisten tilaisuuksien järjestäminen näyttää pienimuotoisena yrittäjyytenä ja ”pienena taloutena”, jonka tavoitteena ei vaikuta olevan voiton maksimointi, vaan mielekkään ja innostavan työn tekeminen. Päämääränä on Byrnen toiminnan mahdollistaminen tilaisuuksia tuottamalla. Tuottaessaan Byrnen tilaisuuksia FreeFlowFactory asettuu samalla pieneksi osaksi globaalia esoteerista taloutta, jossa uushenkisyyden tähdet liikkuvat maasta ja maanosasta toiseen.

FreeFlowFactory toimii uushenkisellä kentällä, jossa palveluntuottajien asema on riippuvainen heidän persoonastaan ja kyvystä luoda luottamusta omaan toimintaansa. Markus Hero kutsuukin uskonnollisen yrittäjän palveluja ”uskomustuotteiksi”, joiden vaikutusta on vaikea todentaa etukäteen. Asiakkaan luottamuksen vahvistaminen on siten oleellista yrittäjän ja asiakkaan välisessä suhteessa.<sup>116</sup> FreeFlowFactoryn tehtävänä suomalaisena tilaisuuksien tuottajana on vahvistaa luottamusta Byrnen ja tilaisuuksiin osallistujien välillä ja mahdollistaa lumon ja elämyksen syntymisen luomalla parhaat mahdolliset olosuhteet Byrnen ja osallistujien tapaamiselle.

FreeFlowFactoryn perustajien tausta, yrittäjäosaaminen ja laajat verkostot ovat auttaneet toiminnan aloittamisessa, suunnittelussa ja toteuttamisessa. He liikkuvat sujuvasti yrittäjyydestä uushenkiseen yrittäjyyteen ja yhdistävät työssään

uushenkisyyden toimintatavat yritystoimintaan. Toiminta perustuu yhteistyölle muiden toimijoiden kanssa ja toiminnassa joustavuus ja uuden kehittäminen ovat tärkeässä osassa.

FreeFlowFactoryn toiminta on vuosien mittaan muuttunut ammattimaisemmaksi: Byrnen tilaisuuksien tuottamiseen Suomessa ja ulkomailla on luotu suomalainen malli, joka yhdistää monet erityyppiset tapahtumat yhdeksi kokonaisuudeksi. Tilaisuuksien ohjelmaa on muokattu ja siihen tuodaan uusia osioita, jotta enkelihenkiisyys ja Byrne kiinnostaisivat tulevaisuudessakin. Toisaalta tietyt osiot, kuten Byrnen siunaus, ovat olleet pysyvä osa tilaisuuksia.

Covid-19-pandemia on vaikuttanut myös Byrnen tilaisuuksien tuottamiseen, ja johtanut uusien toimintamallien kehittämiseen. Tilaisuuksia on pystytty siirtämään internettiin. Voisi myös ajatella, että uushenkisten ja enkelihenkiisyyteen liittyvien palvelujen kysyntä on jopa kasvanut tilanteessa, jossa sosiaalisten kontaktien määrää on rajoitettu.

Uskonnon, kulttuurin ja talouden rajat järjestäytyvät uusin tavoin uushenkisyyden kentällä, ja enkelipalvelujen tuottamisessa näkyvät niin kansainvälinen esoteerinen talous kuin elämystalouskin. FreeFlowFactory on uushenkisen kentän ammattilainen, mahdollistaja ja välittäjä, joka tuottaa mahdollisuuden lumon ja yhteisöllisyyden kokemiseen. On mielenkiintoista seurata, millaisia mahdollisuuksia uushenkisen kentän toimijoille tulevaisuudessa avautuu.

HM, FM Elisa Mikkola on uskontotieteen väitöskirjatutkija Helsingin yliopiston humanistisessa tiedekunnassa.

• [elisa.mikkola@helsinki.fi](mailto:elisa.mikkola@helsinki.fi)

## TUTKIMUSAINEISTOT

## Haastattelut

Degerman, Catarina & Uma Kangas 10.4.2013.

Degerman, Catarina 12.11.2019, 7.3.2022 (2022a) ja  
3.6.2022 (2022b).

Haastatteluaineistot kirjoittajan hallussa.

Byrnen tilaisuuksien kenttäpäiväkirjat 2015–2022.

Kenttäpäiväkirjat kirjoittajan hallussa.

## Kyselyt

Enkelit Suomessa 2011 -kysely (N=263) Byrnen tilaisuus Helsingissä. Aineisto Terhi Utraiosen hallussa. Kirjoittajalla kopiot.

Enkelit Suomessa 2015 -kysely (N=189) Byrnen tilaisuus Helsingissä. Aineisto kirjoittajan hallussa.

## Muut painamattomat lähteet

Kirkko Monitor 2007. Onko enkeleitä olemassa? FSD2833. Tietoarkisto. [https://services.fsd.tuni.fi/catalogue/FSD2833?study\\_language=fi](https://services.fsd.tuni.fi/catalogue/FSD2833?study_language=fi) (luettu 3.12.2020).

Sohlberg, Jussi (2021). *Sähköposti* 25.2.2021.

## Internetlähteet

Byrne, Lorna (s.a.). *Sanctuary*. <https://lornabyrne.com/our-sanctuary/> (luettu 11.1.2020).

Enkelten koti –koulu (s.a.). <https://www.enkeltenkoti.com/> (luettu 6.4.2021).

FreeFlowFactory (s.a.). <https://freeflowfactory.com/> (luettu 30.8.2022).

Hengen ja tiedon messut (2022). <https://www.raja-tieto.fi/hengen-ja-tiedon-messut/> (luettu 23.5.2022).

Horisontti (2017). *Lorna Byrne: Näen jokaisen ihmisen suojelusenkelin*. 21.11.2017. <https://areena.yle.fi/1-4612491> (kuunneltu 6.12.2018).

Kauppalehti (2022). <http://www.kauppalehti.fi/yri-tykset/yrittys/freeflow+oy/23520535> (luettu 5.5.2022).

Ketola, Kimmo (2021). Suomen uskonnollisen kentän muutoksia. Helsingin yliopiston teologisen tiedekunnan Ymmärrä uskontoa – ymmärrä maailmaa -tapahtumasarja. <https://www2.helsinki.fi/fi/unitube/video/05ef7919-89b1-403f-89ba-e1d9f6aa41fb> (katsottu 2.11.2022).

Kuula, Kari (2011). Mikkelinpäivä: Enkeleillä on kahdet kasvot. Kirkkovuositiedote 2011. *evl.fi*. <http://evl.fi/EVLUutiset.nsf/Documents/20F97EDC1A8F71CFC225791000314D35?OpenDocument&lang=FI> (luettu 18.12.2012).

Lehtinen, Anna (2014). Median kuvassa enkeleistä Jeesus jää sivurooliin. *Seurakuntalainen* 24.12.2014. <https://www.seurakuntalainen.fi/uutiset/median-kuvassa-enkeleista-jeesus-jaa-sivurooliin/> (luettu 15.1.2015).

MinäOlen -messut (s.a.). <https://www.minaolenmessut.fi/> (luettu 23.5.2022).

Melin, Harri (2020). Keitä ovat yksinyrittäjät? Alusta! Tampereen yliopiston yhteiskuntatieteiden tiedekunnan verkkojulkaisu 12.3.2020. <https://www.tuni.fi/alustalehti/2020/03/12/keita-ovat-yksinyrittajat/> (luettu 17.12.2021).

Otava (s.a.). <https://otavakonserni.fi/> (luettu 14.2.2020).

Prisman verkkokauppa (2020). <https://www.prisma.fi/fi/prisma/haku/Lorna%20Byrne> (luettu 25.1.2022).

Puoskarilaki Suomeen (s.a.). <https://www.kansalaisaloite.fi/fi/aloite/6356> (luettu 5.10.2020).

Riekkinen, Wille (2014). Mikkelinpäivä – lasten ja enkeleiden päivä. *evl.fi*. <http://evl.fi/EVLUutiset.nsf/o/FBC676C93AA90AEDC2257D5E001C5C07?opendocument&lang=FI> (luettu 6.10.2014).

Seurakunta tuo enkelit katukuvaan joulunajaksi (2019). *Malmin seurakunta* 16.12.2019. <https://www.helsinginseurakunnat.fi/puistolankirkko/uutiset/seurakuntatuoenkelitkatukuvaanjoulunajaksi> (luettu 21.1.2020).

Työlliset ammattiryhmän, ammattiaseman, sukupuolen ja vuoden mukaan, 2010–2018 (s.a.). *Tilastokeskus.fi*. [http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin\\_\\_vrm\\_\\_tyokay/stat-fin\\_tyokay\\_pxt\\_115q.px/](http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vrm__tyokay/stat-fin_tyokay_pxt_115q.px/) (luettu 7.12.2020).

Utraiainen, Terhi (2014). Enkeliuskon lumo. *Kiistetty usko*. Kirkon tutkimuskeskuksen seminaari 10.3.2014. Kirkon tutkimuskeskuksen verkkojulkaisuja 36, 34–42. <https://evl.fi/documents/1327140/45386794/Kiistetty+usko+36.pdf/d907d054-bd81-da20-cb45-c4e0c4b21809> (luettu 18.10.2018).

## KIRJALLISUUS

- Aupers, Stef & Dick Houtman (2011). Beyond the Spiritual Supermarket: Why New Age Spirituality is Less Privatized Than They Say It Is? *Paradoxes of Individualization: Social Control and Social Conflict in Contemporary Modernity*. Toim. Dick Houtman, Stef Aupers & William de Koster. Farnham: Ashgate, 33–53.
- Bartolini, Nadia, Robert Chris, Sara MacKian & Steve Pile (2013). Psychics, Crystals, Candles and Cauldrons: Alternative Spiritualities and the Question of their Esoteric Economies. *Social & Cultural Geography* 14:4, 367–388. DOI:10.1080/14649365.2013.772224.
- Bennett, Jane (2001). *The Enchantment of Modern Life: Attachments, Crossings, and Ethics*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Bogdan, Henrik & Olav Hammer (2016). *Western Esotericism in Scandinavia*. Leiden: Brill.
- Bourdieu, Pierre (1971). Genèse et structure du champ religieux. *Revue française de sociologie* XII, 295–334.
- Bourdieu, Pierre (1986). The Forms of Capital. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Toim. John G. Richardson. New York: Greenwood Press, 241–258.
- Bourdieu, Pierre (1998). *Järjen käytännöllisyys*. Tampere: Vastapaino.
- Bowman, Marion (1999). Healing in the Spiritual Marketplace: Consumers, Courses, and Credentialism. *Social Compass* 46:2, 181–189.
- Bruce, Steve (2018). *Researching Religion: Why We Need Social Science*. Oxford: Oxford University Press.
- Burger, Maya (2006). What Price Salvation? The Exchange of Salvation Goods between India and the West. *Social Compass* 53:1, 81–95. DOI:10.1177/0037768606061579.
- Byrne, Lorna (2009). *Angels in my Hair*. London: Arrow Books.
- Campbell, Colin (2007). *The Easternization of the West: A Thematic Account of Cultural Change in the Modern Era*. Yale Cultural Sociology Series. Boulder, CO: Paradigm Publishers.
- Carrette, Jeremy R. & Richard King (2005). *Selling Spirituality: The Silent Takeover of Religion*. London: Routledge.
- Davies, Kerry & Paul Freathy (2014). Marketplace Spirituality: Challenges for the New Age Retailer. *The Service Industries Journal* 34:15, 1185–1198.
- Davidsson Bremborg, Anna (2011). Interviewing. *The Routledge Handbook of Research Methods in the Study of Religion*. Toim. Steven Engler & Michael Stausberg. New York: Routledge, 310–322.
- Edgell, Penny (2012). A Cultural Sociology of Religion: New Directions. *Annual Review of Sociology* 38, 247–265.
- Einstein, Mara (2007). *Brands of Faith. Marketing Religion in a Commercial Age*. New York: Routledge.
- Fonneland, Trude (2013). Sami Tourism and the Signposting of Spirituality. The Case of Sami Tourism: A Spiritual Entrepreneur in the Contemporary Experience Economy. *Acta Borealia* 30:2, 190–208.
- Gauthier, François (2020). *Religion, Modernity, Globalisation: Nation-State to Market*. New York: Routledge.
- Gauthier, François & Tuomas Martikainen (2013). *Religion in Consumer Society: Brands, Consumers, and Markets*. Farnham: Ashgate.
- Gilhus, Ingvild Sælid & Steven J. Sutcliffe (2013). Conclusion. New Age Spiritualities – “Good to Think” in the Study of Religion. *New Age Spirituality: Rethinking Religion*. Toim. Ingvild Sælid Gilhus & Steven J. Sutcliffe. Durham: Acumen, 256–262.
- Gregory, Karen (2019). Pushed and Pulled to the Internet: Self Employment in the Spiritual Marketplace. *The American Behavioral Scientist* 63:2, 208–224. DOI:10.1177/0002764218794768.
- Heelas, Paul & Linda Woodhead (2005). *The Spiritual Revolution: Why Religion is Giving Way to Spirituality*. Malden, MA: Blackwell.
- Hero, Markus (2016). The Marketing of Spiritual Services and the Role of the Religious Entrepreneur. *Religions as Brands: New Perspectives on the Marketization of Religion and Spirituality*. Toim. Jean-Claude Usunier & Jörg Stolz. New York: Routledge, 75–87.

- Hjorth, Daniel & Monika Kostera (2007). Introduction. *Entrepreneurship and the Experience Economy*. Toim. Daniel Hjorth & Monika Kostera. Frederiksberg: Copenhagen Business School Press, 19–23.
- Hulkkonen, Katriina (2021). *Elämää henkimaailman, uskonnon ja yhteiskunnan rajoilla: Etnografinen tutkimus kanavoinnista, tietämisestä ja uushenkisestä yrittäjyydestä Suomessa*. Uskontotieteen väitöskirja. Turun yliopisto.
- Jespers, Frans (2013). From New Age to New Spiritualities: Secular Sacralizations on the Borders of Religion. *New Age Spirituality: Rethinking Religion*. Toim. Ingvild Sælid Gilhus & Steven J. Sutcliffe. Durham: Acumen, 197–211.
- Kapusta, Jan & Zuzana Marie Kosticová (2020). From the Trees to the Wood: Alternative Spirituality as an Emergent "Official Religion"? *Journal of Religion in Europe*, 13:3–4, 187–213.
- Karjalainen, Mira (2018). Käännösten henkisyteen. *Uskontososiologia*. Toim. Kimmo Ketola, Tuomas Martikainen & Teemu Taira. Helsinki: Gaudeamus, 242–254.
- Ketola, Kimmo (2020). Uskonnolliset identiteetit ja uskomusmaailma moninaistuvat. *Uskonto arjessa ja juhlassa: Suomen evankelis-luterilainen kirkko vuosina 2016–2019*. Toim. Hanna Salomäki, Maarit Hytönen, Kimmo Ketola, Veli-Matti Salminen & Jussi Sohlberg. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus, 67–89.
- Ketola, Kimmo & Jussi Sohlberg (2011). Helsingin uskonnot. Uskonnollisuuden muutos yhteiskartoituksen valossa. *Teologinen Aika-kauskirja* 116:3, 208–231.
- Knibbe, Kim & Helena Kupari (2020). Theorizing Lived Religion: Introduction. *Journal of Contemporary Religion* 35:2, 157–176. DOI:10.1080/13537903.2020.1759897.
- Koivunen, Tuija & Hanna Ojala (2015). Joogaopettajat: Sukupuolitunutta työtä talouden laitamilla. *Sukupuolentutkimus* 2, 5–18.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2012). *Principles of Marketing*. Boston: Pearson Prentice Hall.
- Kupari, Helena (2016). *Lifelong Religion as Habitus: Religious Practice among Displaced Karelian Orthodox Women in Finland*. Boston: Brill.
- Kyyrö, Jere (2019). *Mannerheim ja muuttuvat tulkinat*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Kühle, Lene (2012). Bourdieu, Religion, and Pluralistic Societies. *Bulletin for the Study of Religion* 41:1, 8–14.
- Linjakumpu, Aini (2018). *Vanhoillislestadiolaisuuden taloudelliset verkostot*. Tampere: Vastapaino.
- Martikainen, Tuomas, Måns Broo, Tuija Hovi, Marcus Moberg & Terhi Utraiainen (2015). The Changing Forms of Religious Organizations. *On the Outskirts of "the Church": Diversities, Fluidities and New Spaces of Religion in Finland*. Toim. Peter Nynäs, Ruth Illman & Tuomas Martikainen. Zürich: Lit Verlag, 73–87.
- McGuire, Meredith B. (2008). *Lived Religion: Faith and Practice in Everyday Life*. Oxford: Oxford University Press.
- Mikkola, Elisa (2019). Enkelit tuovat apua ja lumoa arkeen: Kyselytutkimus Lorna Byrnen Suomen tilaisuuksiin osallistuneille. *Teologinen Aika-kauskirja* 124:4, 308–328.
- Mikkola, Elisa (2020a). Angel Spirituality in the World's Happiest Country: The Attraction of Lorna Byrne among Finnish Women. *Journal of Religion in Europe* 13:3–4, 351–379.
- Mikkola, Elisa (2020b). Lorna Byrne – tämän ajan naismystikon kulttuurinen pääoma ja legitimaatio. *Uskonnontutkija – Religionsforskaren* 9:1, 1–27. DOI:10.24291/uskonnontutkija.v9i1.96004.
- Orsi, Robert A. (2003). Is the Study of Lived Religion Irrelevant to the World We Live in? Presidential Plenary Address, Society for the Scientific Study of Religion, Salt Lake City, November 2, 2002. *Journal for the Scientific Study of Religion* 42:2, 169–174.
- Pallaste, Tuija (2018). Bisnesenkelit. Enkelit ovat suosittumia kuin Jeesus. Heiltä saa varmasti apua (2,59 € / min +pvm, ovella 10 €, lähihoitona 80 € ja nettikurssina 125 € / kk). *Helsingin Sanomien kuukausiliite* 4, 40–51.
- Partridge, Christopher H. (2016). Occulture and Everyday Enchantment. *The Oxford Handbook of New Religious Movements*. Vol II. Toim. James R. Lewis & Inga B. Töllefsen. New York: Oxford University Press, 315–333.



- Polanyi, Michael (1983) [1966]. *The Tacit Dimension*. Garden City, New York: Doubleday & Company.
- Possamai, Adam (2000). A Profile of New Agers: Social and Spiritual Aspects. *Journal of Sociology* 36, 364–377.
- Puustinen, Liina, Matti Rautaniemi & Lauha Halonen (2013). Enemmän kuin liikuntaa: Jooga kaupallisessa mediakulttuurissa, *Media & Viestintä* 36:2, 22–39.
- Redden, Guy (2016). Revisiting the Spiritual Supemarket: Does the Commodification of Spirituality Devalue it? *Culture and Religion* 17:2, 231–49.
- Rey, Terry (2007). *Bourdieu on Religion: Imposing Faith and Legitimacy*. London: Equinox.
- Ruusuvuori, Johanna, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen (2010). Haastattelun analyysin vaiheet. *Haastattelun analyysi*. Toim. Johanna Ruusuvuori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen. Tampere: Vastapaino, 9–36.
- Salmenniemi, Suvi, Johanna Nurmi & Joni Jaakola (2019). ”Living on a Razor Blade”: Work and Alienation in the Narratives of Therapeutic Engagements. *Assembling Therapeutics Cultures, Politics and Materiality*. Toim. Suvi Salmenniemi, Johanna Nurmi, Inna Perheentupa & Harley Bergroth. London: Routledge, 155–171. DOI:10.4324/9781351233392.
- Salomäki, Hanna, Maarit Hytönen, Kimmo Ketola, Veli-Matti Salminen & Jussi Sohlberg. (2020). *Uskonto arjessa ja juhlassa: Suomen evankelis-luterilainen kirkko vuosina 2016–2019*. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus.
- Saldaña, Johnny (2016). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. London: Sage Publications.
- Shaw, Deidre & Jennifer Thomson (2013). Consuming Spirituality: The Pleasure of Uncertainty. *European Journal of Marketing* 47:3–4, 557–573.
- Sohlberg, Jussi (2022). Uushenkisyyteen liittyvien näkemysten kannatus 2000-luvulla kyselytutkimusten valossa. *Spiritualiteetti 2020-luvun Suomessa*. Toim. Niko Huttunen & Veli-Matti Salminen. Suomen ev.-lut. kirkon tutkimusjulkaisuja, 137. Helsinki: Kirkon tutkimus ja koulu- tus, 258–287.
- Sointu, Eeva & Linda Woodhead (2008). Spirituality, Gender, and Expressive Selfhood. *Journal for the Scientific Study of Religion* 47:2, 259–276.
- Taves, Ann & Michael Kinsella (2013). Hiding in Plain Sight: The Organisational Forms of ”Unorganised Religion”. *New Age Spirituality: Rethinking Religion*. Toim. Ingvild Sælid Gilhus & Steven J. Sutcliffe. Durham: Acumen, 84–98.
- Tuomaala, Salome (2011). *Keskeytyksiä elämässä: Naisten toimijuudet aborttikertomuksissa*. Uskontotieteen väitöskirja. Helsingin yliopisto.
- Utriainen, Terhi (2017). *Enkeleitä työpöydällä: Arjen ja lumon etnografiaa*. Tietolipas 257. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Voas, David & Steve Bruce (2007). The Spiritual Revolution: Another False Dawn for the Sacred. *A Sociology of Spirituality*. Toim. Kieran Flanagan & Peter C. Jupp. Ashgate: Aldershot, 43–61.
- Weber, Max (2009) [1946]. Science as a Vocation. *From Max Weber: Essays in Sociology*. Toim. Hans H. Gerth, C. Wright Mills & Bryan S. Turner. London: Routledge.
- Woodhead, Linda (2007). Why So Many Women in Holistic Spirituality? A Puzzle Revisited. *A Sociology of Spirituality*. Toim. Kieran Flanagan & Peter C. Jupp. Aldershot: Ashgate, 115–125.