

KULUTUS JA TALOUS - NÄKÖKULMIA YHTEISKUNNAN MUUTOKSEEN

JAAKKO AUTIO, MINNA AUTIO,
ELIISA KYLKILAHTI & MIKA PANTZAR (TOIM.)



Helsingin yliopisto
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta
Taloustieteen osasto
Julkaisu numero 70

Taloustieteen osasto ja Kuluttajatutkimuskeskus
Helsingin yliopisto
Helsinki

KULUTUS JA TALOUS

- NÄKÖKULMIA YHTEISKUNNAN MUUTOK- SEEN

Juhlakirja professori Visa Heinosen 60-vuotispäiväksi

Jaakko Autio, Minna Autio,
Eliisa Kylkilahti & Mika Pantzar (toim.)

Helsinki 2018

Kansikuvan lähde: Reprokuvaaja Ritva Bäckman, Historian kuvakokoelma, Museovirasto

Futuro-talo esillä Stockmannin tavaratalossa. Kuvaus ja näyttelyn rakennus W. Welti, suunnittelija Matti Suuronen, 1968. Futuro-taloja rakennettiin satakunta 1960- ja 1970-luvuilla. Rakennusmateriaalina on käytetty polyesterimuovia ja lasikuitua. Talot ovat pyörähdysellipsoidin muotoisia, halkaisijaltaan noin 8 metriä ja korkeudeltaan noin 4 metriä. Valmistaja Polykem Oy.

© Tekijät

ISBN 978-951-51-4846-9 (nid.)

ISBN 978-951-51-4847-6 (PDF)

ISSN 1235-2241

Department of Economics and Management Publications 70

Unigrafia

Helsinki 2018

SISÄLLYS

Esipuhe – kulutusprofessorin tie kaupungista Viikkiin5

Jukka Kekkonen

Sisällissotien muistovuodet stimuloivat tutkimusta11

KULUTUKSEN JA KULUTUSTUTKIMUKSEN MUUTOKSEN KENTÄT

Petteri Repo ja Päivi Timonen

Näkökulma: Kuluttajapolitiikka demokratisoituu! 21

Minna Autio, Jaakko Autio ja Eliisa Kylkilahti

Kohti kestäväää kuluttajalähtöistä liiketoimintaa – kuluttaja tietolähteenä, toimijana ja verkoston jäsenenä25

Toni Ryytänen

Erityisistä elämyksistä tavalliseen arkeen – kulutukseen liittyvien kokemusten laajentuva tutkimus..... 41

Sami Koponen, Mari Niva ja Johanna Mäkelä

Yksin ja yhdessä syöminen modernissa kulutusyhteiskunnassa 55

Mika Pantzar ja Minna Ruckenstein

Verkkokeskustelut: riidankylvämistä ja rauhanrakentamista69

KULUTUKSEN JA KULUTTAJAKANSALAISUUDEN HISTORIALLISIA MUUTOKSIA

Jukka Kortti

Luovasta lukemisesta kuluttajakansalaisuuteen: Huomioita mainonnasta ja kulutuksesta mediahistoriassa..... 79

Riitta Matilainen

”Että oikeastaan minä käytin sen voittosumman hyvin”: Rahapelaamalla kuluttajakansalaiseksi 1900-luvun jälkipuoliskon Suomessa.....93

Kaarina Kilpiö

Turvamusaa arkikulutukseen: c-kasettikäytäntöihin syventyvän
muisteluvastauksen lähiluku..... 107

KOTITALOUDET, HYVINVOINTI JA TALOUS

Anu Rajjas

Kotitalouksien kulutus ja talouden suhdanteet 2000-luvun Suomessa 121

Jukka Pekkarinen

Tutkimustieto ja Suomen talouspolitiikka..... 135

Ilja Kristian Kavonius

Talouden ja materiaalisen hyvinvoinnin mittaaminen ja sen haasteet..... 145

Tarja Römer-Paakkanen

Yrittäjyysosaaminen mahdollisuutena muuttuvassa taloudessa 161

Sari Mäki ja Kiti Haukilahti

Asumisen ongelmat ja asunnottomuus sisäilmasta oireilevilla ja
sairastavilla..... 181

ESIPUHE – KULUTUSPROFESSORIN TIE KAUPUNGISTA VIKKIIN

Visa Heinonen syntyi 5.5.1958 – samaa juhlapäivää vietti myös taloustieteilijä Karl Marx. Yliopisto-opinnot Visa aloitti vuonna 1979 Helsingin yliopiston valtiotieteellisessä tiedekunnassa. Pääaineeksi valikoitui kansantaloustiede, mutta nopeasti alkoivat muut tieteenalat kiehtoa opiskelijan mieltä. Maisteri- ja lisensiaattitutkinnon jälkeen väitöskirja syntyi talous- ja sosiaalhistorian alalta vuonna 1998 ja nimeksi tuli enteilevästi *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki: kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*.

Vuonna 2000 Visan tie vei agraarijuuriseen maatalous-metsätieteelliseen tiedekuntaan, jossa oppituoliksi tuli kuluttajaekonomian professuuri. Visan tutkijauran perusteet valettiin kuitenkin Kuluttajatutkimuskeskuksessa, jossa hän työskenteli vuodesta 1992 lähtien, kunnes saapui Viikin kampukselle *Nyt uutta Suomessa! – Suomalaisen mainonnan historia* -teos kainalossaan – ja rokin soidessa. Musiikki on yhä vahvasti läsnä Visan päivittäisessä elämässä myös töissä. Etenkin lukukauden alussa ja lopussa rokin soinnut kuuluvat usein vaimeasti oven läpi.

Visa viikkiläistyi 2000-luvun alussa nopeasti. Kuluttajaekonomian opetus, tutkimus, opiskelijat ja työyhteisö veivät ajatukset asian ytimeen – tieteenalan aseman vakiinnuttamiseen. Nopeasti Visa löysi itsensä myös tiedekunnan eri toimikunnista ja kokoushuoneista. Visan tutkimuksellinen mielenkiinto on kohdistunut kulutusyhteiskunnan kehitykseen. Oppihistoriallinen intohimo on puolestaan näkynyt yhteisjulkaisussa *The History of Finnish Economic Thought 1809–1917*, joka käsitteli 1800-luvun suomalaista talousajattelua (Heikkinen, Sakari, Visa Heinonen, Antti Kuusterä & Jukka Pekkarinen 2000). Tämän teoksen yhteydessä Visa sai myös mahdollisuuden tavata filosofi Georg-Henrik Wrightin. Visa on monesti muistellut suuresti arvostamansa legendaarisen henkilön tapaamista.

2000-luvun lopulla taloustieteen laitoksen varajohtajuus ja johtajuus (2010–2013) toivat yliopistohallinnon tutuksi. Viime vuosina Visa on ollut aktiivinen Yliopistokollegiossa ja edistänyt yliopistolain muuttamista Yliopistokäänne-ryhmässä. Kuluttajatutkimuskeskuksen johtokunnassa hän on toiminut useita kausia. Visa oli myös vaikuttamassa siihen, että tutkimusyksikkö siirtyi osaksi Helsingin yliopistoa. Myös Kulutustutkimuksen seurassa Visa on toiminut aktiivijäsenenä seuran perustamisesta lähtien ja kantanut hallitusvastuuta vuosien ajan.

Ennen Viikkiä Visan akateeminen koti sijaitsi valtiotieteellisen tiedekunnan talous- ja sosiaalhistorian oppiaineessa. Visa ylläpiti tiiviitä tutkimuksellisia suhteita ”Tasoon”. Visan, Matti Peltosen ja Vesa Kurkelan toimittama teos *Arkinen kumous: Suomalaisen 60-luvun toinen kuva* julkaistiin 2003. Pari vuotta myöhemmin Visa ja Matti perustivat Kulutuksen muutos -tutkimusryhmän (KuMu) ja seminaaritoiminta jatkui vuoteen 2015 saakka. Tutkijaryhmästä moni väitteli ja moni vieraileva tutkija kutsuttiin puhumaan tutkimuksesta – keskusteluilmapiiri oli rento, asiallinen ja huumoripitoinen. Yksi tutkijaryhmän keskeisistä saavutuksista on Visan ja Matin toimittama vuonna 2013 julkaistu *Finnish Consumption: An Emerging Consumer Society between East and West*. Tutkimusryhmän useat jäsenet ovat kirjoittajina myös tässä teoksessa.

Visan viikkiläisyys on saanut viimeisen vuoden aikana uuden vivahteen, kun Helsingin yliopiston koulutusuudistus mahdollisti opetuksen keskustakampuksella yhdessä kulutustutkijoiden kanssa. Opettajakollegoja löytyy nyt myös valtiotieteellisen tiedekunnan kuluttajatutkimuskeskuksesta.

Historiaa, kulutusta ja taloutta

Professori Visa Heinosen juhlakirja *Kulutus ja talous - näkökulmia yhteiskunnan muutokseen* on syntynyt kuluttajaekonomian, yhteiskuntahistorian (talous- ja sosiaalhistoria) ja kuluttajatutkimuskeskuksen tutkijoiden sekä muiden Visalle tärkeiden kollegoiden yhteistyönä. Teos kuvastaa merkkivuotta juhlihan professorin mielenkiinnon kohteita ja tuo esiin yhteiskuntatieteellisesti relevantin kulutustutkimuksen kirjoa Suomessa. Tekstit on vertaisarvioitu kirjoittajaryhmässä.

Juhlakirjan ensimmäinen artikkeli katsoo sisällissodan tutkimuksen historiaan. **Jukka Kekkonen** pohtii tekstissään, millaisia uusia avauksia ja tulkintoja historiamme kipupiste on saanut viime vuosina, kun sodasta on kulunut 100 vuotta. Suomen ja Espanjan sisällissodissa oli kyse kansalaisväkittämistä ja poliittisesta liikehdinnästä, jonka seurauksena taloudellinen valtakin alkoi järjestyä uudelleen. Kun kulutusyhteiskunta teki jo läpimurtoaan läntisessä Euroopassa, Suomessa sisällissodissa valettiin pohjaa tulevien kuluttaja-kansalaisten poliittisen toiminnan mahdollisuuksille.

Aloituserikkeen jälkeen tekstit muodostavat kolme kulutuksen teema-aluetta. Ensimmäinen osio *Kulutuksen ja kulutustutkimuksen muutoksen kentillä* tarkastelee kuluttajapolitiikan demokratisoitumista, kuluttajalähtöisen liiketoiminnan kehittämistä, kuluttajakokemuksia, yksin ja yhdessä syömistä sekä kansalaisten verkkokeskusteluja. Osiossa huomio kiinnittyy siten kuluttajaan ja tämän toimijuuden muotoihin, joilla tämä muuttaa kulutuksen kenttää. **Petteri Repo** ja **Päivi Timonen** pohtivat näkökulmassaan kuluttajapolitiikan uusia muotoja, etenkin tietoverkkojen merkitystä kuluttaja-kansalaisuuden aktivoitumisessa. Kuluttajat arvioivat erilaisten palveluiden toimivuutta (mm. Eat.fi, TripAdvisor, Hotels.com)

reaaliaikaisesti ja antavat äänensä kuulua sosiaalisen median palstoilla. Yritykset voivatkin reaaliaikaisesti monitoroida asiakkaidensa käyttäytymistä ja tuoda tiedon tuote- ja palvelukehitykseen, niin halutessaan.

Minna Autio, Jaakko Autio ja **Eliisa Kylkilahti** käsittelevät kulutustutkimuksellisen tiedon ja liiketaloustieteellisen tutkimuskeskustelun yhteyttä erilaisten kuluttajan toimijuuksien kautta. He tuovat esiin, miten haastavaa yrityksille on ymmärtää kuluttajia ja miten näiden kahden toimijan välinen vuorovaikutussuhde on jännitteinen ja melko vähän tutkittu liiketoimintamallin muotoilukirjallisuudessa. Kestävyysshaasteeseen vastaaminen pakottaa molemmat toimijat etsimään yhteisiä tavoitteita ja toimintamalleja.

Toni Ryyänen erittelee kulutuskokemusten ja -elämysten tarkastelun kehittymistä limittyvässä kulutustutkimuksen ja markkinoinnin paradigmoissa. Kun vielä 1980-luvulla keskityttiin paljolti kuluttajien mielikuviin, fantasioihin ja tunteisiin, kokemusten tutkiminen alkoi vahvistua 2000-luvulle tultaessa. Sosiaalinen media onkin täynnä kuluttajien tarinaa ja puhetta. Kulutuskokemusten tutkimuksen valtavirtaistuminen jatkuu, vaikka tutkimussuunnan kriittinen tarkastelu on myös ajankohtaista, kuten tutkija esittää.

Sami Koponen, Mari Niva ja **Johanna Mäkelä** ottavat tarkasteluun ravintolasyömisestä kulutuskäytännöistä yksin ja yhdessä syömisestä. Ruuan saalistaminen yhdessä tai yksin on osa metsästyskulttuuria ja samalla tavoin syömisestä käytänteet tapahtuvat sosiaalisena ja kenties yhä enemmän epäsosiaalisena toimintana – yksin. Tutkijat pohtivatkin sitä, miten yhdessä syömisestä ideaali on rapautumassa ja miten ateriointi saa erilaisia muotoja ja tulkintoja niin ajankäytön, sosiaalisuuden kuin paikankin suhteen. Virtuaalinen aterian kulutus – ennen ja jälkeen – laajentaa kokemusmaailmaa.

Mika Pantzar ja **Minna Ruckenstein** sukeltavat verkkokeskustelujen kentille, jossa käytävä kirjoittelu ja ”äänen” käyttö muistuttavat talouspoliittista retoriikkaa: vaihtoehdottomuus ja kapeakatseisuus kukoistavat. Tutkijat antautuvat pohtimaan keskustelun kuvitteluvoimia eli esimerkiksi sitä, miten talousjärjestyksen uusiutumisen voima voisi pohjautua pikemminkin luovaan mielikuvituksen käyttöön kuin rationaaliseen suunnitteluun. Tutkijat osoittavat kuitenkin Suomi24-palstan kautta, että maailman muuttuessa verkon kivettyneet sisällöt eivät kovin helposti liikahta – voima kuvittelulle tuntuu puuttuvan.

Kulutuksen ja kuluttajakansalaisuuden historiallisia muutoksia -osio tarkastelee kulutus- ja mediahistoriaa, rahapelaamista ja musiikin kulutusta. Artikkelit osoittavat, miten vahvasti kulutus määrittelee yhteiskuntamme mentaliteettia, ei vain kulutusyhteiskunnan rakentumista. Mainos, lottokuponki tai itseäänitetty C-kasetti herättävät yksittäisessä kuluttajassa paljon muistoja, mutta historian tutkijan käsissä kulutuskohteista avautuu kansallisen identiteetin analyttistä tulkintaa.

Jukka Kortti valottaa talouden, median ja kulutuksen kytköksiä. Hän muistuttaa mieliin kuinka keskeinen osa mainonta on kulutusyhteiskunnan kehittymistä. Mainonnan valta ja voima piilee siinä, että se saa ihmiset omaksumaan uusia tuotteita, palveluja sekä muuttamaan aikaisempia kulutustottumuksiaan. Lisäksi muuttuvat arvot ja asenteet. Näin media ja mainonta muokkaavat ja muotoilevat identiteettejämme. Tämän muotoilubisneksen synnyn mahdollisti kirjapainotekniikka, pääoma ja verkostot.

Riitta Matilainen argumentoi rahapelaamisen läpileikkaavaa merkitystä suomalaisen yhteiskunnan modernisoitumisessa. Kansallista rahapelikulttuuriamme määrittää erikoinen käytäntö: peliautomaatit on sijoitettu arkisen toiminnan kaupallisille kulkureiteille. Pelejä löytyy kaupoista, huoltoasemilta, kioskeilta, ravintoloista, baareista, risteilyaluksilta ja työpaikkaruokaloista. Onneksi koulut, sairaalat ja palvelukodit on jätetty automaattivapaaksi alueeksi.

Kaarina Kilpiö avaa musiikin kuuntelun – tai tuunaamisen – kautta näkökulman teknologian kehittymiseen. C-kasetti pakotti kuluttajat aktiivisiksi musiikin editoijiksi. Oman musiikkimaun mukaiseen taltiointiin tuli paneutua ajallisesti ja painaa oikealla hetkellä äänitysnapia! Kilpiö osoittaa, että C-kasetti oli nykyaikaisen käsityöläiskuluttajan (Craft Consumer) prototyyppi. Samalla kasettikulttuuriin liittyi rahaan, sosiaalisiin suhteisiin, koulussa käyntiin tai matkusteluun liittyviä merkityksiä. Kannettava kasettisoitin mahdollisti ”turvamus” koulussa tai brändikorvalappustereoiden tuunaamisen omannäköiseksi – uniikiksi tuotteeksi.

Kotitaloudet, hyvinvointi ja talous -teema valottaa kotitalouksien asemaa taloussuhdanteissa, tutkimustiedon merkitystä talouspolitiikassa, hyvinvoinnin mittaamista, yrittäjyysosaamista sekä asumisen riskejä. **Anu Raijas** luo katsauksen kotitalouksien kulutukseen 2000-luvulla pohtien samalla yksityisen kulutuksen merkitystä kansantaloudelle. Hän muistuttaa, että yksityisen kulutuksen osuus bruttokansantuotteesta on 55 prosenttia (vuonna 2017). Ympäristöuhkien kasvaessa Raijaksen pohdinta kulutuksen perimmäisestä olemuksesta on hyvä muistutus elämän perusasioista. Kulutus on perustarpeiden, kuten nälän, janon, suojan sekä henkilökohtaisen hygienian tyydyttämistä, vaikka myös sosiaaliset ja kulttuuriset tarpeet ylläpitävät yhteisöjen toimintaa.

Jukka Pekkarinen pohtii, miksi tutkimustietoon perustuvan poliittisen päätöksenteon mallia on vaikea toteuttaa käytännössä, vaikka se on periaatteellisella tasolla hyväksytty. Pekkarinen esittää, että tutkimustiedon tarjonta ja sen hyödynnettävyys päätöksenteossa on puutteellista, koska Suomea koskeva empiirinen taloudellinen tutkimus on niukkaa. Dialogin puute johtuu myös poliittisen valmistelun ja päätöksenteon piirteistä, kuten hallitusasetelman avoimuudesta. Puolueet nojaavat vaaliohjelmiin, joissa kartetaan vaikeita kysymyksiä.

Ilja Kavonius avaa talouden ja aineellisen hyvinvoinnin mittaamisen historiaa. Toisin sanoen sitä, mitkä ovat olleet ne vaikuttimet, jotka ovat

luoneet paineita mittaamisen kehittämiseen. Kavonius tuo esiin, miten kaksi mittaamisen perinnettä – talouden ja hyvinvoinnin – ovat lähteneet liikkeelle eri lähtökohdista, mutta ovat sittemmin lähentyneet. Molempien tilastointi on kuitenkin käynnistynyt virtojen analyysistä eli makrotaloustilastot ovat keskittyneet tulonmuodostukseen, kun taas kotitalouskyselyt keskittyivät aluksi kulutukseen ja vasta myöhemmin myös tuloihin.

Tarja Römer-Paakkanen pohtii työn, yrittäjyyden ja osaamisen tulevaisuutta. Uran sijaan voidaan nykyisin puhua elämäntyöstä, joka on joustava ja monimuotoinen verrattuna perinteiseen urakehitysmalliin. Työidentiteetti ei näin sisällä vain urasaavutuksia vaan myös puolison, perheen sekä yhteisön jäsenenä toimimisen. Römer-Paakkanen tarkastelee yrittäjyyttä ja siihen liittyviä taitoja, kompetensseja sekä yrittäjyyden muotoja työelämän murroksessa. Parhaimmillaan osaaminen on sekä kykyä suorittaa tavoitteita ja ratkaista ongelmia että kykyä soveltaa oppimistaan erilaisissa tilanteissa ja konteksteissa.

Sari Mäki ja **Kiti Haukilahti** ovat elämän perusasioiden – tarpeiden – äärellä. He osoittavat, miten vaikea asia sisäilmaongelma on ihmisen arjessa ja yhteiskunnallisena kysymyksenä. Kun perhe kohtaa asunnon sisäilmaongelmat, voivat elämän kaikki peruspilarit romahtaa – terveys, työkyky, talous, oma koti ja perhe. Kodin kosteus- ja homevauriot ajavat ihmiset asunnottomiksi, mikä on inhimillinen tragedia, mutta samalla se politisoituu, yhteiskunnallistuu. Kirjoittajat tuovat esiin, että asunnottomuusuhan alla tai asunnottomina oleville sisäilmasta oireileville ja sairastaville tulisi tarjota palveluja sekä tukea asunnottomuuden ennaltaehkäisyyn ja vähentämiseen.

Kulutus on poliittista

Kulutussyhteiskunnan tutkiminen sekä kulutuksen ja kotitalouksien merkityksen tuominen yhteiskunnalliseen keskusteluun sekä poliittiseen päätöksentekoon on tärkeä, jokaista kansalaista koskeva päämäärä. Ilmastonmuutoksen edetessä arjen teot ja tutkimus sekä inhimillisten perustarpeiden tyydyttäminen nousevat uudella tavalla keskiöön. On renessanssin – uudelleen syntymisen – aika taloudessa. Tämän soisi näkyvän myös yliopistojen, tutkimuksen, opetuksen ja akateemisten professioiden yhteiskunnallisena arvotuksena. Olemme ylpeästi kaiken maailman tutkijoita, dosentteja ja professoreita, jotka tuovat näkemyksensä ja osaamisensa yhteiskunnan palvelutehtäviin.

Käsillä olevan teoksen kautta onnittelemme lämpimästi kuluttajaprofessori Visa Heinosta!

Helsingissä 5. toukokuuta 2018,

Toimituskunta Minna Autio, Eliisa Kylkilahti, Jaakko Autio ja Mika Pantzar ja kirjoittajat

JUKKA KEKKONEN

SISÄLLISSOTIEN MUISTOVUODET STIMULOIVAT TUTKIMUSTA

Oman aikamme ongelmat vaikuttavat olennaisesti siihen, mikä meitä historiassa kiinnostaa. Erilaiset kriisit ja konfliktit johtavat katsomaan, löytyykö historiasta paralleleja tai vertailukohtia niille. Poliittinen väkivalta, terrorismi, sisällissodat ja talouden kriisit ovat olleet 2000-luvulla arkipäivää. Niiden esille nousemiseen puolestaan vaikuttavat sekä globaalinen poliittinen arkkitehtuuri että kansallisvaltioiden sisäiset kehitystiet. Demokratia tarjoaa muita regiimejä paremman kasvualustan erilaisten kansallisten kipupisteiden tarkastelulle. Tämä pätee sekä kansalaiskeskusteluun että tutkimukseen.

Tässä kirjoituksessa tarkastelen lyhyesti sitä, miten viime vuosien merkki- ja muistovuodet – tässä tapauksessa Espanjan ja Suomen sisällissotien alkaminen on vaikuttanut sisällissotien tutkimukseen. Mitä uutta on syntynyt ja millaisia ovat tutkimuksen painopisteet? Havainnot ovat osin epätäydellisiä ja epäsystemaattisia, koska erityisesti tutkimus- ja tietokirjallisuuden tulva on ollut suuri. Ja Suomen osalta muistovuosi on vasta käynnistynyt. Näistä rajoituksista huolimatta uskon, että seuraava tarkastelu voi nostaa esille yhtä ja toista kiinnostavaa, jos ja kun uusimmat teokset sijoitetaan osaksi maiden sisällissotatutkimuksen historiografiaa pitkällä aikavälillä.¹

Espanjan sisällissota (1936–1939) oli toisen maailmansodan verinen esinäytös, jota seurasi sodan jatkeena Francon 36 vuotta kestänyt diktatuuri. Siirtymä demokratiaan tapahtui Francon kuoleman (20.11.1975) jälkeen nopeasti ja harvinaislaatuisesti siten, että muutoksen askelmerkit oli laadittu vanhan järjestelmän aikana. Muutoksen välttämättömyydestä vallitsi laaja konsensus. Vuoden 1978 perustuslaki loi demokraattisen oikeusvaltion perustan Espanjaan.

Yhteiskunnalliset ja erityisesti kulttuuriset muutokset ovat kuitenkin hitaita, eikä niiden syvyyttä tai sen puutetta välttämättä näe ensi katsomalla. Sisällissotaan kohdistuva akateemiset mitat täyttävä tutkimus oli käytännössä mahdotonta Francon valtakaudella. Siitä huolimatta ulkomaalaiset tutkijat (eturivissä Hugh Thomas ja Raymond Carr) julkaisivat lähteiden saatavuuteen liittyneistä ongelmista huolimatta aikaa erinomaisen hyvin kestäneitä tutkimuksia konfliktista.²

¹ Tämän artikkelin pohjana on vuonna 2016 *Työväentutkimus* -vuosikirjassa (s. 65–68) julkaistu katsaukseni *Espanjan sisällissota inspiroi edelleen tutkimusta*.

² Hugh Thomasin massiivinen *The Spanish Civil War* ilmestyi jo vuonna 1961. Siitä on useita – pienin korjauksen – varustettuja lisäpainoksia. Yleisesti ottaen teos on kestänyt aikaa erittäin hyvin.

Demokratiasiiirtymä loi kuitenkin perusedellytykset sisällissodan kipeimpien kohtien tutkimukselle. Poliittinen väkivalta ja muu repressio, erityisesti Francon hallinnon harjoittama, nousi nopeasti tutkimuksen polttopisteeseen. Tutkimus eteni Espanjan yliopistoissa alueellisen ja paikallisen tason tutkimusten kautta, vaikka se kohtasi edelleen suuria vaikeuksia lähteiden saatavuudessa. Kuva kokonaisuudesta alkoi kuitenkin rakentua - ja samalla muuttua. Silti tutkimuksellisia aukkoja on edelleenkin muun muassa oikeudellisen repression eri muotojen tutkimuksen alueella. Tähän seikkaan viitataan myös nyt esiteltävissä kokoomateoksissa.

Uudella vuosituhanella on tultu monista syistä uuteen vaiheeseen, jossa menneisyyspolitiikka on noussut yhteiskunnallisen keskustelun keskiöön. Samalla myös tutkimuksen kenttä on saanut uusia ulottuvuuksia. Tutkimuksen valtalinja vastaan on noussut suuntaus, jota voidaan kutsua tutkimukselliseksi ”revisionismiksi”. Sen edustajat pyrkivät tavalla tai toisella kirkastamaan kuvaa Francon regiimin toiminnasta väittäen tutkimuksen valtalinnan sortuneen yksipuolisesti tutkimaan ja tuomitsemaan Francon hallinnon toimia tilanteessa, jossa päätavoitteena oli kommunismin torjuminen.³

Kaikkien sisällissotien jälkikäteistarkastelussa uhrimäärät ja niiden jakautuminen eri osapuolten tilille ovat ehdottomia peruskysymyksiä. Niihin liittyy väistämättä suuria ja tunteita kuohuttavia kysymyksiä vastuusta ja syyllisyydestä. Uhrimäärät kertovat vääjäämätöntä kieltään taistelun kovuudesta ja sen luonteesta. Erityisesti taistelujen ulkopuolella surmattujen vastustajien määrä kertoo näistä seikoista.

Espanjassa päästiin vasta uuden vuosituhanen taitteessa sellaiseen uudelleenarvioon uhrilukemista, joka tänään näyttäisi perustellulta kansainvälisten vertailutietojen valossa. Espanjan sisällissodan uhrimäärä ei nouse miljoonaan, kuten sodan päätyttyä molempien osapuolten propagandassa väitettiin, vaan noin 600 000. Olennaisin muutos arvioissa koskee poliittisen terrorin uhrien lukumääriä. Tasavaltalaisen terrorin uhrien lukema on asettunut, ja sitä pidetään suhteellisen luotettavana arviona, noin 50 000:een, kun taas nationalistien surmaamien määrä on ainakin kaksinkertainen aikaisempiin arvioihin verrattuna, reilusti yli 100 000, ehkä jopa 130 000. Ottaen huomioon lähdetilanteen, lähteitä on tietoisesti hävitetty ja vääristelty jo sodan aikana, on todennäköistä, että kovin tarkkaan arvioon ei koskaan tulla pääsemään. Poliittisen väkivallan mittasuhteet kyllä ovat selvillä entistä paremmin.

Berliinin muurin kaatumisen jälkeinen maailma on luonut edellytyksiä niin tutkimuksen kuin historian muistamisen uusille painotuksille. Eri puolilla maailmaa onkin noussut esille ennen kokematon määrä vaatimuksia menneiden vääryyksien tutkimisesta ja hyvittämisestä. Näin on käynyt sekä

³ Tunnetuin revisionisti on Pio Móa, jonka lukuisat poleemiset teokset ovat saaneet suuren suosion, vaikka ne eivät täyty akateemisen tutkimuksen kriteereitä. Sen sijaan Julius Ruizin tutkimuksia tasavaltalaisesta terroristista (*Franco's Justice. The Repression in Madrid after the Spanish Civil War.* Oxford University Press, 2005) ei ole voitu ohittaa yhtä helposti.

kansallisilla että ylikansallisilla foorumeilla. Holokausti ja sittemmin myös Armenian kansanmurha (1914-1915) on kriminalisoitu monissa valtioissa ja Euroopan neuvoston parlamentaarinen yleiskokous tuomitsi Francon regiimin vuonna 2006.

Espanjassa menneisyyspolitiikan kysymykset ovat 2000-luvulla nousseet sisäpolitiikan ytimeen. Vuonna 2007 säädettiin menneisyyslaki, joka oli keskeisellä sijalla José Luis Zapateron sosialistihallituksen (2004-2011) ohjelmassa. Laista tuli kompromissi, johon kukaan ei ollut täysin tyytyväinen. Vasemmiston mielestä se sisälsi osuvia arvostelmia Francon valtakauden hallinnosta, mutta antoi kovin vähän konkreettista tukea Francon hallinnon uhreille. Oikeiston mielestä se taas repi auki vanhoja haavoja ja loi eripuraa yhteiskuntaan.

Laki on puutteineenkin joka tapauksessa viitoittanut suuntaa avoimemmalle suhtautumiselle sisällissodan aikaisiin tapahtumiin ja ilmiöihin. Tässä prosessissa on kansalaisjärjestöjen rooli ollut keskeinen. Uhrien kuolinpaikkojen etsimisen edistäminen kuului tehtäviin, joita paikallishallinnon tuli lain mukaan tukea. Tämä aktiviteetti on laajentunut vaikka Mariano Rajoyn (oikeistopuolue PP) hallitus on viime vuosina käytännöllisesti katsoen sulkenut rahahanat kokonaan tältä toiminnalta.

Vuonna 2011 Espanjan tiedeakatemian historian osasto julkaisi biografisen sanakirjan, jonka useissa artikkeleissa annettiin Francon valtakaudesta myönteisiä arvioita. Se synnytti nopeana vastareaktion laajan johtavien historiantutkijoiden koostaman teoksen *El cómbate por la historia* (Taistelu historiasta), jossa listattiin sisällissotaan ja sen ilmiöihin kohdistuneen tutkimuksen yleisesti hyväksytyt saavutukset, mutta myös kiistakysymykset ja niihin esitetyt erilaiset tulkinnat. Kirjassa kuumimmiksi kiistanaiheiksi nousivat Francon hallinnon verinen luonne, tasavaltalainen repressio ja Francon tavoite sodan jatkamisesta vastustajan totaaliseen nujertamiseen saakka.⁴

Kuvaillusta maaperästä on versonut ja versoo jatkuvasti uutta tutkimusta, joista nyt esitellään kolme merkittävää vuonna 2015 ilmestynyttä kokoomateosta, joissa on yhteensä yli 50 artikkelia, joista useat on aikaisemmin julkaistu *Bulletin of Spanish Studies* -julkaisusarjassa.⁵ Artikkelien kirjoittajat edustavat sekä sisällissotatutkimuksen etabloitunutta kärkeä (Paul Preston, Helen Graham ennen muita), että uutta tutkijasukupolvea. On kiinnostavaa, että teokset ovat syntyneet tiiviissä yhteistyössä espanjalaisten ja anglosaksisten yliopistojen ja

⁴ Angel Viñas (toim.) *El combate por la historia La República, la Guerra Civil, el franquismo. Pasado y Presente*, Barcelona, 2012.

⁵ Peter Anderson and Miguel Ángel del Arco Blanco (toim.) *Mass Killings and Violence in Spain 1936-1952. Grappling with the Past*. Routledge/Canada Blanch Studies on Contemporary Spain, Routledge 2015; Susana Bayó Belenguier, Ciaran Cosgrove and James Whiston (toim.) *Living the Death of Democracy in Spain, Civil War and Its Aftermath*, University of Glasgow, Routledge 2015; Susana Bayó Belenguier: *Getting it wrong in Spain. From Civil War to Uncivil Peace (1936-1975)*. University of Glasgow, Routledge, 2015. On huomattava, että kaikilla teoksilla on sama kustantaja ja niiden julkaisemisen taustalla ovat eräät merkittävimmät Espanjan historian tutkimuksen keskuksat anglosaksisessa maailmassa.

tutkimuslaitosten kesken. Tältä osin erityisesti englantilaisten tutkijoiden kontribuutio jatkuu vahvana.

Kaikkia kolmea teosta yhdistää kiinnostus historiantutkimuksen metodologisiin peruskysymyksiin (käsitteet, lähteet, lähdekritiikki, ilmiöiden ja ratkaisujen selittäminen) ja niiden painopiste on vahvasti Francon valtakauden repressiossa ja sen heijastumisissa yhteiskuntaan ja kulttuuriin - nykyajan muistamisen politiikkaan saakka.

Kaikki teokset – erityisesti Peter Andersonin toimittama teos, kuten myös hänen omat aikaisemmat tutkimuksensa – tukevat tutkimuksen kansainvälisen valtalinjan näkemyksiä poliittisen väkivallan luonteesta vastustajaan kohdistuvana puhdistuksena. Myös kuva Francon valtakoneiston armottomuudesta saa vahvistusta.⁶

Tukea saa niin ikään näkemys eri osapuolten terrorin erilaisuudesta. Francolainen terrori oli luonteeltaan systemaattisempaa ja ennalta suunnitellumpaa kuin tasavaltalainen terrori ja sen lähtökohtana oli selvästi sodan alusta asti monen kenraalin suusta kuultu ajatus vastustajan alistamisesta väkivaltaa ja pelon ilmapiiriä synnyttämällä. Kuvattu tulee myös hyvin lähelle valkoisen ja punaisen terrorin luonteen eroja Suomen sisällissodassa.⁷

Kaikki teokset kertovat myös karua ja opettavaista kuvaa Espanjan historiasta 1930-luvulla ennen sisällissotaa. Tyypillistä kaikille merkittävälle mielipidesuunnille oli näkemys oman ideologian ehdottomasta ylivoimaisuudesta muihin nähden. Vielä pahempaa oli se, että päämääriä arvioitiin riippumatta keinoista. Päämäärät pyhittävät keinot ajattelu merkitsi eräänlaisen ideologisen fundamentalismin voittokulkua laajalle rintamalla.

Kirjat tuovat myös uusia alueita ja näkökulmia tutkimuksen kohteeksi. Monet kirjoitukset heijastavat osaltaan yleisempiä historiantutkimuksen trendejä, joissa kulttuuri laajassa mielessä, erilaiset arkielämän ilmiöt sekä naisten ja lasten näkökulma saavat paljon huomiota. Sama koskee erilaisten järjestöjen ja katolisen kirkon toimintaa sekä ulkomaiden ja kansainliiton roolia sodassa. Viimeksi mainittua tutkimusta on odotettavissa nimenomaan niistä maista, joiden kansalaiset tai johtajat tavalla tai toisella osallistuivat Espanjan tapahtumiin. Taide, tässä tapauksessa kirjallisuuden ohella erityisesti elokuvat, ovat tarkastelun kohteena useissa artikkeleissa.

Sisällissodan karua todellisuutta tarkastellaan myös yksilöiden kautta - sekä tunnettujen hahmojen että tavallisten espanjalaisten kautta. Yksi vaikuttavimmista kirjoituksista on Espanjan Paul Prestonin armoton läpivalaisu (*The psychopathology of an assassin*) Francon armeijan julmimpiin toimijoihin kuuluneesta kenraali Gonzalo Queipo de Llanosta (1875-1951), joka huolehti Sevillan (ja Andalusian alueen) puhdistuksesta,

⁶ Tämä sopii saumattomasti myös oman metodiltaan systemaattisesti vertailevan tutkimukseni tuloksiin. Ks. Jukka Kekkonen: *Kun aseet puhuvat Poliittinen väkivalta Espanjan ja Suomen sisällissodissa*. Art House, 2016.

⁷ Ks. Kekkonen 2016, s. 100–102.

joita luonnehti, jos mahdollista, poikkeuksellisen armoton väkivaltainen repressio.⁸

Yksi mielenkiintoisimmista esille tulevista teemoista on uuteen regiimiin kohdistuneen vastarinnan tarkastelu osana eurooppalaisten vastarintaliikkeiden vertailevaa tutkimusta. Espanjassa toimineiden (vuoteen 1952 saakka) maquis-sissien toimintaa ei ole käsitelty vertailevissa eurooppalaisissa yleisesityksissä.

Viimeisenä esimerkkinä kiinnostavasta Espanjan sisällissodan analyysistä nostan esille ruotsalaisen lehtimiehen ja tietokirjailija Nathan Shacharin teoksen *Sin egen värstä fiende* (2016).⁹ Vaikka teos on esseistinen ja suuri osa sen sisällöstä perustuu haastatteluihin, on teos myös tutkimuksellisesti antoisa. Se avaa uusi näkökulmia muun muassa Francon joukoissa taistelleisiin marokkolaisiin, joista suuri osa on pakolla värvättyjä. Ulkoministeri Serrano Sunerin henkilöhistoria ja hänen poliittisen uransa loppu saavat myös uutta valaisua. Sunerin pesti ulkoministerinä päättyi naisseikkailuun eikä poliittiseen välirikoon Francon kanssa. Myös tasavaltalaisen osapuolen tekemisiä ja tapahtumia esitellään kiinnostavalla tavalla.

Uskallan ennustaa, että sisällissotaa koskeva tutkimus tulee jatkumaan jopa erityisen intensiivisenä lähivuosina. Siihen vaikuttavat sekä uudet lähestymistavat, kuten vertaileva tutkimus, että vielä vähälle huomiolle jääneiden aihealueiden kartoittaminen. Oma tärkeä merkityksensä tulee olemaan myös muisto- ja juhlavuosilla, joita riittää jatkossakin niin Espanjan sisällissodan vaiheisiin kuin demokratiatransioonkin liittyen – unohtamatta keskeisiä toimijoita. Silti myös vanhat sisällissodan tutkimuksen ydinaiheet kuten poliittinen väkivalta ja yhteiskunnallisten instituutioiden toiminta tulevat edelleen olemaan tutkimuksellisen kiinnostuksen kohteena.

Muistamisen politiikan kysymyksen jatkuvaa ajankohtaisuutta alleviivaa se, että demokratiasiihtymän tärkeä, joskin paljolti julkilausumaton edellytys eli Francon kauden vääryyksien painaminen villaisella, on uuden sukupolven myötä joutunut ankaran kritiikin kohteeksi. Tämän lisäksi viime vuosien ongelmat, jotka liittyvät siirtolaisuuteen ja Katalonian separatismiin, ohjaavat myös historian tutkimusta näiden kysymysten suuntaan.

Muistovuoden 2018 satoa

Suomen sisällissodan muistovuodelle 1918 antoi oivallisen lähtölaukauksen presidentti Sauli Niinistön uuden vuoden puhe, jossa hän korosti keskustelun tärkeyttä ja erilaisen mielipiteiden ja tulkintojen suvaitsemisen merkitystä. Tämän kanssa linjassa on se, että muistovuosi on synnyttänyt tutkimuksen ja muun kirjallisuuden ohella valtavan määrän tapahtumia ja taidetta. Eikä ainakaan toistaiseksi julkisuudessa ole esiintynyt sellaisia

⁸ Paul Preston teoksessa *Anderson and del Arco Blanco* (toim.) 2015, s. 23–58.

⁹ Nathan Shachar: *Sin egen värstä fiende* (2016)

tunnepitaisia purkauksia tai keskusteluja, joissa ideologinen lähtökohta olisi ohittanut viileän analyysin vuoden 1918 tapahtumista. Sosiaalinen media muodostaa kuitenkin poikkeuksen nyt sanotusta; sieltä löytyvät kaikki mahdolliset – myös tosiasioiden vastaiset – näkemykset sisällissodasta.

Sanotusta huolimatta voi jo nyt tehdä eräitä mielenkiintoisia havaintoja, jotka liittyvät itse tutkimukseen ja toisaalta vuoden 1918 tapahtumista käytyjen keskustelujen sävyyn. Nostan seuraavassa esille muutamia huomioita näistä asioista. En yritäkään vielä tässä vaiheessa systemaattisesti arvioida uuden tutkimuksen kokonaisuusmäärää ja tasoa. Se on tässä vaiheessa ennen aikaista. Kuitenkin jo nyt uskallan arvioida, että ainakin kaksi teosta jää elämään ja vaikuttamaan pidempikestoisesti historiakuvaamme joskin erilaisista syistä.¹⁰

Ne ovat Seppo Hentilän muistamisen historiaa ja politiikkaa käsittelevä tutkimus *Pitkät varjot* sekä Marjo Liukkonen väitöskirjatutkimus *Hennalan naisvangeista*.¹¹ Ne osuvat vuoden 1918 tutkimuksen eri laidoille siinä mielessä, että Liukkonen pureutuu sodan raakuuksien ytimeen, poliittiseen väkivaltaan ja vielä erityisesti naisten kohtaloihin. Tutkimuksessa ei aikaisemmin ainakaan yhtä vahvoin sanakääntein ole puhuttu etnisistä puhdistuksista ja keskityksleireistä. Tällainen terminologia kumpuaa kauempaa löytyvien historiallisten tapahtumien ohella viimeisten vuosikymmenten laajojen ihmisoikeusloukkausten ja kansanmurhien kautta. Siitä huolimatta, että Liukkonen teosta voidaan arvostella sekä käsitteiden anakronistisesta käytöstä että vakavista puutteista lähdekritiikissä, on tutkimuksen kohde sellainen, että se piiskaa tutkijoita keskustelun ohella jatkotutkimuksiin.¹²

Hentilä tavoittaa olennaisen vuoden 1918 sisällissodan merkityksestä kansakunnan historiassa. Teos tuo oivallisesti esille sen, miten erilaiset yhteiskunnalliset muutokset ovat vaikuttaneet kuvaamme vuodesta 1918 ja miten näkemykset välittyvät myöhempien avainkokemusten tai historiankuvamme kerrostumisen kautta. Pitkä varjo on metafora, jota itsekin olen käyttänyt teoksessani suomalaisen oikeuskulttuurin muutoksista itsenäisyyden aikana.¹³

Vuotta 1918 käsittelevän tutkimuksen ja tietokirjallisuuden kokonaisuudessa löytyy myös kiinnostavia trendejä tai jos niin haluaa asian ilmaista, koulukuntaisia tai jopa ideologisia painotuksia. Kyse on samasta ilmiöstä, joka tuli esille Berliinin muurin kaatumisen ja Neuvostoliiton romahtamisen jälkeisessä Suomessa. Kun globaalisen ja kansallisen

¹⁰ Tekstissä mainittujen ohella haluan mainita seuraavat teokset tässä yhteydessä. Risto Alapuro *Valtio ja vallankumous*. Gaudeamus 2018; Tuomas Tepora ja Aapo Roselius (toim.): *Rikki revitty maa*. Gaudeamus 2018. Molemmat ovat – hämmästyttävää kyllä – käännöksiä, joiden alkuperä on englannin kielisissä teksteissä. Alapuron kirja julkaistiin jo vuonna 1988, joten sitä voi hyvin perustein pitää alan klassikkona.

¹¹ Ks. Seppo Hentilä: *Pitkät varjot. Muistamisen historia ja politiikka*. Siltala, 2018; Marjo Liukkonen: *Hennalan naisvangit*. Vastapaino, 2018.

¹² Ks. esimerkiksi Marko Tikan ja Tiina Lintusen arvio teoksesta, HS 2018.

¹³ Ks. Jukka Kekkonen: *Suomen oikeuskulttuurin pitkä linja 1898–1998*. Suomalainen lakimiesyhdistys 1998.

valtajärjestyksen muutos antoi tilaa aikaisemmin valtalinjan varjoon jääneille ajatuksille – alkaen samalla synnyttää samalla uusia rajoitteita keskusteluun – näkyi muutos pienellä viiveellä myös tutkimuksen alueella.

Kuvasin muutosta 27.5.1995 Helsingin Sanomissa julkaisemassani kirjoituksessa *Uusoikeistolaisten tulkintojen paluu*. Nyt muistovuosi, yli kaksikymmentä vuotta myöhemmin, aika lailla muuttuneessa maailmassa ruokkii samansuuntaisia ilmiöitä. Oikeistopopulismien nousu Euroopassa on osaltaan kasvualustana valkoisen Suomen ideologiaa myötäileville tulkinnoille.

Tähän muutokseen tai muutostrendiin liittyy olennaisena osana kontrafaktuaalisen argumentaation (jossittelun) nousu. Perinteisesti jossitteluun on liittynyt nimenomaan vahva valkoisten toimien apologia, jossa valkoisten toimintaa pyritään tekemään ymmärrettäväksi sen perusteella, miten olisi käynyt, jos punaiset olisivat voittaneet. Ajatus kulkee siten, että suomalaisten ja Suomen kohtalo olisi ollut vielä pahempi, jos näin olisi käynyt. Suomi olisi voinut hävitä maailmankartalta, jos lievä kärjistyksellä sallitaan. Kehityskulku ei ole mahdoton, mutta tutkimuksellisesti sitä ei voi todistaa. Voimme tutkimuksellisesti lähestyä vain sitä, mikä on toteutunut.

Kontrafaktuaalinen tarkastelu kytkeytyy luontevasti perinteiseen yllytysteoriaan tukeutuvaan vapaussotatulkintaan, joka oli Suomessa hallitseva näkemys yli toisen maailmansodan. Tässä tulkinnassa punaisten toimien selitykseksi nousee vuosikymmeniä jatkunut agitaattorien vihankylvö, joka juurtui yksinkertaiseen väestöön. Vastaavasti punaisten vallankumoukselliset johtajat saivat toimiinsa aatteellista inspiraatiota ja kannustusta bolsevikeiltä. Kapina syttyi virheiden ja tyhmyyden yhteisvaikutuksesta.¹⁴

Muistovuoden tietokirjoissa ja keskusteluissa kontrafaktuaalisuus on noussut selvimmin esille Risto Volasen ja Lasse Lehtisen tuotannossa, joissa kritisoidaan erityisesti punaisten johtoa vääristä ja typeristä ratkaisuista. Sota oli tarpeeton, koska samat uudistukset saatiin aikaan ilman sitä ja lisäksi Suomi oli yksi maailman demokraattisimmista valtioista ennen sotaa. Mitään kenenkään kannalta järkevää syytä ei sen taustalta voi löytää.¹⁵ Keskustelu ei ole tosin uutta; samat argumentit tulivat esille muun muassa Helsingin Sanomissa joku vuosi sitten.¹⁶

Uudempi, joskaan ei aikaisempina vuosikymmeninäkin tuntematon painotus on sen sijaan hyökkäys Väinö Linnan luomaa historiakuvaa vastaan. Edellä mainittujen ohella erityisesti Vesa Vares lähtenyt tämän suunnan kritiikkiin, jossa Pohjantähti trilogian moititaan antavan yksipuolisen ja

¹⁴ Tätä teoriaa lähestyi Jari Ehrnrooth väitöskirjassaan *Sanan vallassa, vihan voimalla: Sosialistiset vallankumousopit ja niiden vaikutus Suomen työväenliikkeessä 1905–1914*. SKS, 1992. Nyt sisällissodan muistovuonna hän ilmaisee asian vielä jyrkemmin (Yle 8.4.2018).

¹⁵ Ks. Lasse Lehtinen & Risto Volanen: *1918 Kuinka vallankumous levisi Suomeen*. Otava, 2018. Molemmat ovat myös ihailtavan aktiivisesti tuoneet omaa sanomaansa esille eri medioissa. Sanottakoon kuitenkin, että mainituista Lasse Lehtisen historianäkemyks on selkeästi asiantuntevampi ja tasapainoisempi kuin Volasen. Ks. myös Lasse Lehtinen: *Tanner. Itsenäisen Suomen mies*. Otava, 2017; Risto Volanen: *Suomen synty ja kuohuva Eurooppa*. Otava, 2017.

¹⁶ Jukka Kekkonen *Helsingin Sanomat* 12.12.2010.

vääristyneen kuva sisällissodan todellisuudesta. Pentinkulman tapahtumista ei voi tehdä yleistystä.¹⁷

Tässä unohtuu se, että Linnan teos on kaunokirjallinen. Linnan arvo ja merkitys eivät perustu historiallisen kuvauksen täydellisyyteen, vaan siihen metodologiseen seikkaan, että hän analysoi kaikki ihmisiä heidän aatteensa väristä riippumatta samalla mittapuulla. Juuri tämän periaatteen soveltaminen tekee Linnasta niin suuren kirjailijan ja intellektuellin.¹⁸

Liitän lyhyesti viittamaani näkemykset koulukuntaeroihin, joita aina löytyy yhteiskunta- ja historiatieteissä. Richard J. Evans on tuonut esille mielenkiintoisen havainnon nimenomaan kontrafaktuaalisen argumentaation käytön yhteydessä. Kontrafaktuaalisia argumentteja käyttävät eniten historian tutkijat, joiden poliittinen kanta oikeistolainen.¹⁹ Tämä havainto saa vahvaa tukea suomalaisen tutkimuksen ympärillä käydyistä keskusteluista.

Kuten edellä esitetty toivottavasti todistaa, merkkivuodet tuottavat tavallista runsaammin tutkimusta historian tärkeistä ja pitkään vaietuista vaikeista aiheista. Edellytyksenä kuitenkin on se, että demokratian tila suo siihen mahdollisuuden. Tutkimusten ja tutkimuksellisten tulkintojen kirjo on hyvä ja välttämätön asia, koska historian kipukohtia ei saisi koskaan sivuuttaa, saati unohtaa.

Jukka Kekkonen on oikeushistorian ja roomalaisen oikeuden professori, Helsingin yliopiston hallituksen jäsen sekä Visan ystävä, kollega ja yhteistyökumppani yliopistodemokratian puolustamisessa.

¹⁷ Ks. Vesa Vares: Kun ikoni painaa liikaa, *Kanava* 2018/2.

¹⁸ Ks. Yrjö Varpio: *Väinö Linnan elämä*. WSOY 2003; Kekkonen 2016, s. 316–318. Jo Marko Tikan väitöskirjassa *Kenttöoikeudet Suomessa vuonna 1918* annetaan käsityksen mukaan vinoutunut kuva Linnan teoksen ja 1960-luvun historiantutkimuksen merkityksestä luokittelemalla 1960-luvulla syntynyt uusi historianäkemykset yhtä lailla ”puolueelliseksi” kuin vapaus- ja luokkasotanaikemys.

¹⁹ Ks. Richard J. Evans: *Altered Pasts Contrifactuals in History*. Brandeis University Press, 2013.

KULUTUKSEN JA KULUTUSTUTKIMUKSEN MUUTOKSEN KENTÄT

PETTERI REPO JA PÄIVI TIMONEN

NÄKÖKULMA: KULUTTAJAPOLITIikka DEMOKRATISOITUU!

Kuningas on kuollut, kauan eläköön kuningas! Tätä dynastista jatkuvuutta korostavaa julistusta ei enää voi soveltaa kuningaskuluttajaan. Kuluttajapolitiikka on nimittäin demokratisoitunut eli kansanvaltaistunut siinä mielessä, että sitä toteuttavat aikaisempaa enemmän yksittäiset kuluttajat ja heidän vertaisensa. Se tarkoittaa samalla, että kuluttajapoliittiset toimet tai ylipäänsä toimet, joilla on kuluttajien mielestä poliittisia ulottuvuuksia, tulevat aikaisempaa herkemmin ja laajemmin arvioiduiksi julkisessa keskustelussa.

Nykymuotoinen kuluttajapolitiikka syntyi Suomessa 1970-luvulla, jolloin poliittisilla päätöksillä panostettiin kuluttajansuojaan ja viranomaistoimintaan. 1990-luvun vaihteessa uudistunut julkisen kuluttajapolitiikan järjestäytyminen vahvisti tätä suuntausta. ”Kesäkuun alusta kuluttajan etua turvaa viisi valtion virastoa. Elinkeinoelämä saa varautua entistä tarkempaan valvontaan”, uutisoi Talouselämä artikkelissa, jonka otsikko kuului *Kuluttajan sotilaat* (Pennanen 1990). Kuningaskuluttajalla oli tietenkin hyvä olla vahvat sotajoukot pelotteenaan.

Suomalaista kuluttajapolitiikkaa ovatkin leimanneet viranomaisille annetut tehtävät. Kuluttajien oikeuksien toteutumisen valvonnan ohella on tarjottu valistusta ja neuvontaa. Viime vuosina on kuitenkin oltu huolissaan tällaisen kuluttajapolitiikan hiipumisesta: esimerkiksi kuluttaja-asiamiehen saama huomio ei ole yhtä merkittävä kuin ennen. Valtiojohtoisen kuluttajapolitiikan osittainen väistyminen ei kuitenkaan tarkoita kuluttajan antautumista markkinoiden tyrannialle.

Politiikka on nimittäin myös kulutuksen alalla viranomaistoimia laajempaa ja monimuotoisempaa. Englannin kielessä onkin peräti kolme vastinetta suomen politiikka-käsitteelle: polity, policy ja politics. Näistä kaksi ensimmäistä sopivat viranomaistoimien kuvaamiseen, sillä polity viittaa hallintojärjestelmään ja policy instituutioiden toimintalinjoihin (Reisch 2004, Palonen 2003).

Politics-käsite on kuitenkin nyt voimissaan, koska se liittyy osallistumiseen, keskusteluun ja kiistelyyn. Tällaisessa politiikassa punnitaan intressit, ideologiat, valta-asetelmat, tavoitteet ja toimintatavat (ks. Cohen 2003, Hilton 2003, Autio, Heinonen & Huttunen 2008, Southerton & Evans 2017). Ympäristöliike onkin tehnyt aloitteen kulutuksen politics-areenalla, koska sen piirissä pohditaan mitä kulutuksen politiikan pitäisi olla eikä pelkästään, miten omia tai ennalta määritettyjä tavoitteita tulisi toteuttaa.

Myös kuluttajat ovat itse alkaneet toteuttaa kulutuksen politiikkaa aiempaa enemmän. Se näkyy erityisesti niin, että tietoverkot ovat mahdollistaneet uudenlaisen osallistumisen (Micheletti & McFarland 2011). Aluksi kuluttajat otettiin mukaan osaksi tuotantoa ja kehitystä, mutta sittemmin kuluttajakansalaisista on tullut digitaalitalouden arvonmuodotuksen lähde (Pantzar 2017). Ensin demokratisoitui innovaatiopolitiikka siten, että tunnustettiin käyttäjien omatahtoinen merkitys sille, millaista uutta luodaan (von Hippel 2005) - nyt demokratisoituu kuluttajapolitiikka siten, että yhä useampi kuluttaja itse niin halutessaan luo oman politiikkansa.

Perinteiset poliittisen konsumerismin muodot ottavat nekin aiempaa paremmin huomioon kuluttajapolitiikan demokratisoitumisen. Laatua osoittavien merkintäjärjestelmien rinnalla on kuluttajien toteuttamia arvioita (Repo, Timonen & Zilliacus 2009) ja kuluttajaboikottien luonne on muuttunut taistelutoimista aatteellisemmaksi ja kansainvälisemmäksi osallistumiseksi (Micheletti 2003).

Tietoverkkojen välittämä uudenlainen kulutuksen politiikka toimii vastavoimana yrityksissä kertyvän ylijäämän käytön suuntaamiselle. Hirschmanin (1970) mukaan nimenomaan kulutus jakaa talouskasvun ja teknologian edistymisen ylijäämät hyvinvoinniksi ja siksi kulutuksen politiikka on keskeinen talouden uudistumisen käynnistäjä ja ylläpitäjä. Korjausliikkeisiin yritykset tarvitsevat palautetta kuluttajilta ja sitä he saavat joko kuluttajien markkinavoiman eli ostopäätösten tai poliittisen voiman eli kuluttajien äänen kautta. Tietoverkot ovat muuttaneet tuottajien ja kuluttajien valta-asetelmaa kuluttajien eduksi lisäämällä tuotetiedon sisältöä, vertaistietoa ja tiedon saatavuutta päätöksentekoon sekä muuttavat markkinoita kuluttajien tavoittelemaan suuntaan molempien vallankäytön keinojen avulla. Kuluttaja voi tuotetta vaihtamalla (*exit*) sanktioida ja kontrolloida tuotantoa ja saada markkinoille paremmin odotuksiin ja tarpeisiin vastaavia tuotteita ja palveluja, jotka voivat tietoverkkojen myötä levitä hetkessä muille kuluttajille. Vastaavasti mikrotason poliittinen vaikuttaminen eli kriittinen palaute yrityksen toiminnasta välittyy asiasta kiinnostuneiden kuluttajien tietoon avoimissa palautejärjestelmissä ja rankkauksissa (*voice*).

Euroopassa 1950-luvulla käynnistynyt kehitys kulutuksen omavaraisuudesta kohti markkinataloutta (Heinonen & Autio 2013) näkyy eurooppalaisessa kuluttajapolitiikassa pyrkimyksenä yhteismarkkinoihin, joilla jokainen kuluttaja on keisari. Euroopan unionissa on laaja poliittinen kiinnostus kuluttajiin markkinoiden muuttajina ja talouden mikrovaikuttajina. Komission toteuttaman kuluttajapolitiikan tavoitteena on mahdollistaa kuluttajien kollektiivinen *exit* takaamalla kuluttajille oikeuden tietoon sekä mahdollistamalla kaupan purkamisen. Eurooppalaiset digitaaliset yhteismarkkinat ovat puolestaan tuore esimerkki siitä, mitä kulutuksen politiikan tulisi olla. Kyseenalaistamalla vaatimukset fyysisten ja digitaalisten kauppapaikkojen samankaltaisuudesta tavoitellaan politiikkaa, joka

ymmärtää ja ottaa huomioon kulutuksen rutiinit arvioitaessa politiikan toteuttamiskelpoisuutta (COM 2015ab, Brownsword 2012). Selkeitä maa- ja aluekohtaisia eroja kuluttajien tyytyväisyydessä markkinoiden toimivuuteen joka tapauksessa on (Repo & Timonen 2017).

Kuluttajien äänelle tietoverkot antavat mahdollisuuden järjestää sekä paikallisia että globaaleja boikotteja, jotka voivat kohdistua niin tuotteita valmistaviin yrityksiin kuin julkisiin palveluihin. Denegri-Knott (2006) on tunnistanut useita erilaisia kuluttajien käyttämiä strategioita saada äänensä kuuluviin digitaalisessa ympäristössä. Kuluttajat voivat välttää yritysten mainontaa erilaisin filtterein ja palomuuriasetuksin, he voivat kyseenalaistaa tuottajien tavoitteet ja käytännöt hyödyntämällä mm. hintoja vertailevia välittäjiä, käyttää joukkovoimaa virheellisen tiedon oikaisemiseen ja hyvityksen saamiseen virheistä sekä löytää samanmielisiä kuluttajia ja näin käyttää joukkovoimaa vahvistamaan ääntään. Kuluttajat eivät suinkaan käytä ääntään pelkästään arvioidessaan, onko tuottajan antama tieto laadukasta ja kuluttajien kannalta merkittävää. Näiden lisäksi kuluttajat keskustelevat netissä siitä, ovatko yritykset viestinnässään rehellisiä ja epäitsekkeitä ja täyttävätkö ne kuluttajien odotukset (Lillqvist ym. 2017).

Kuluttajapolitiikka on demokratisoitunut, eläköön kansanvaltainen kuluttajapolitiikka!

Kirjoittajat toimivat tutkijoina Helsingin yliopiston kuluttajatutkimuskeskuksessa ja opettavat Politics of Consumption -kurssilla yhdessä professori Visa Heinosen kanssa.

LÄHTEET

- Autio, Minna, Visa Heinonen, & Kaisa Huttunen (2008) Tasa-arvo, liberalismi ja kestävä kehitys Suomen kuluttajapoliittisissa ohjelmissa. Teoksessa Lammi, M., Mäkelä, J. & Varjonen, J. (toim.) *Kulutuksen politiikat Arjen muovaajina*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus, 46–64.
- Brownsword, Roger (2012) The shaping of our on-line worlds: getting the regulatory environment right. *International Journal of Law and Information Technology* 20 (4), 249–272.
- Cohen, Lizabeth (2003) *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*. New York: Alfred A. Knopf.
- COM(2015a). *European Commission, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, 'A Digital Single Market Strategy for Europe' 192 final* (Brussels, 6.5.2015).
- COM(2015b). *European Commission, Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on certain aspects concerning contracts for the online and other distance sales of goods, 635 final* (Brussels, 9.12.2015).

- Denegri-Knott, Janice (2006) Consumers behaving badly: deviation or innovation? Power struggles on the web. *Journal of Consumer Behaviour* 5, 82–94.
- Heinonen, Visa & Minna Autio (2013). The Finnish Consumer Mentality and Ethos: At the Intersection between East and West. In Heinonen, V. & Peltonen, M. (eds.) *Finnish Consumption - An Emerging Consumer Society between East and West*. Helsinki: SKS, 42–85.
- Hilton, Matthew (2003). *Consumerism in 20th-Century Britain: The Search for a Historical Movement*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hirschman, Albert (1970). *Exit, voice and loyalty: Responses to decline in firms, organizations and states*. Cambridge: Harvard University Press.
- von Hippel, Eric (2005) *Democratizing innovation*. Boston: MIT press.
- Lillqvist, Ella, Moisander, Johanna & Firat, Fuat (2018) Consumers as legitimating agents: how consumer-citizens challenge marketer legitimacy on social media. *International Journal of Consumer Studies* 42, 197–204.
- Micheletti, Michele & McFarland, Andrew S. (eds.) (2015) *Creative participation: Responsibility-taking in the political world*. Routledge.
- Micheletti, Michele (2013) *Political Virtue and Shopping: individuals, shopping and collective action*. New York: Palgrave MacMillan.
- Palonen, Kari (2003) Four times of politics: Policy, polity, politicking, and politicization. *Alternatives* 28 (2), 171–186.
- Pantzar, Mika (2017) Kuluttajakansalainen datataloudessa. *Tieteessä tapahtuu* 35 (5), 21-26.
- Pennanen, Risto (1990) Kuluttajan sotilaat. *Talouselämä* 18, 34–35.
- Reisch, Lucia (2004) Principles and Visions of a New Consumer Policy. *Journal of Consumer Policy* 27 (1), 1–42.
- Repo, Petteri & Päivi Timonen (2017) Regime Market Performance Analysis: Informing European Consumer Policy. *Journal of Consumer Policy* 40 (1), 125–143.
- Repo, Petteri, Timonen, Päivi & Zilliacus, Kim (2009) Alternative regulatory cases challenging consumer policy. *Journal of Consumer Policy* 32 (3), 289–301.
- Southerton, Dale & David Evans (2017). Consumption policies within different theoretical framework. In Keller, M., Halkier, B., Wilska, T-A. & Truninger, M. (eds.) *Routledge Handbook of Consumption*. London, New York: Routledge, 204–214.

MINNA AUTIO, JAAKKO AUTIO JA ELIISA KYLKILAHTI

KOHTI KESTÄVÄÄ KULUTTAJALÄHTÖISTÄ LIIKETOIMINTAA – KULUTTAJA TIETOLÄHTEENÄ, TOIMIJANA JA VERKOSTON JÄSENEENÄ

Ihmiskunnan historiassa kauppa ja kaupankäynti sekä eurooppalaisesta näkökulmasta uusien tuotteiden löytäminen (silkki, kahvi, tee, pippuri) ja keksiminen (höyrykone, tietoverkot) ja niiden kaupallistaminen ovat olleet edellytyksiä materiaalisen hyvinvoinnin kasvulle. Myös arvojen muutos on edistänyt kapitalismin kukoistusta. Bernard de Mandevillen (1670–1733) teos *Tarina mehiläisistä: eli yksityiset paheet, yhteiset edut* argumentoi, miten hyveet estävät kaupallisen menestyksen ja juuri paheiden (mm. ahneus, kohtuuttomuus) kautta (kulutus)yhteiskunta voi kehittyä.

Adam Smith näki, että tuotannon ainoa päämäärä on kulutus ja kulutuksen päämäärä puolestaan inhimillisten tarpeiden tyydyttäminen – hyvinvointi ([1776]). Erilaisten inhimillisten tarpeiden tyydytystä voidaankin pitää kuluttajalähtöisen liiketoiminnan perustana. Kansakuntien vaurastuessa kuluttajatarpeet ovat muuttuneet myös haluiksi. Colin Campbellin (1987, 61) mukaan uutuuksista unelmoiminen on kulutusyhteiskunnan liikkeelle paneva voima. Uusille tuotteille on löytynyt maksukykyisiä asiakkaita ja siten on luotu markkinat liiketoiminnan kukoistamiselle. Taloudellisesta menestyksestä on kuitenkin seurannut myös ongelmia, suurimpana niistä ympäristöongelmat, kuten luonnonvarojen riittämättömyys ja ympäristön saastuminen sekä epätasa-arvoinen resurssien jakautuminen kehittyneiden ja kehittyvien maiden välillä.

Kulutusyhteiskunnan kehittymisen myös tavaratuotannon monipuolistuminen ja uusien markkinoiden syntyminen muuttivat tuotannon ja kulutuksen välistä ”työnjakoa”: kotitaloudet hankkivat yhä enemmän tuotteita ja palveluita markkinoilta. Näin kotitalouden tuotannollisen toiminnan sijaan kuluttajan asema vahvistui markkinoilla (Heinonen 1998). Liiketoiminta perustui tuotantolähtöiseen ajatteluun, jossa yritysten tehtävä oli tuottaa ja kuluttajien tehtävä oli ostaa ja käyttää tuotteita. Tavarat ja palvelut löysivät käyttäjänsä – ja kodin – keksintöjen, innovaatioiden, tuotantojärjestelmien sekä myynnin logistiikkaketjun tehostuessa. Toisaalta kulutuksella on myös tuottava, luova aspekti, kuten Ilmonen (1993; 2007) on painottanut. Kuluttajat ja kotitaloudet ovat aina toimineet tuottajina muun muassa koti- ja hoivatyössä sekä vapaaehtoistyössä (ml. talkoot).

2000-luvulla, jälkimodernissa kulutusyhteiskunnassa, tuotannon ja kulutuksen välinen työnjako on muotoutumassa uudella tavalla. Perinteistä

jakoa haastaa kuluttajan toiminnan uudet muodot, kuten sisällön tuottaminen sosiaalisen median alustoille tai Ikean huonekalujen ”tuunaaminen” (mm. Campbell 2005). Myös kuluttajien ja yritysten välinen työnjako on murroksessa, kun kuluttajista on tulossa yritysten osa-aikaisia ”työntekijöitä”, jotka tekevät aikaisemmin yritykselle kuuluneita tehtäviä ja toimintoja (Zwick ym. 2008, Rieder & Voß 2010, Dujarier 2016). Markkinoille on syntynyt myös kuluttajien omia ”liiketoimintamalleja”, kuten Ravintolapäivä tai yhteisöllinen rakentaminen. Lisäksi uudentyypiset, yritysälähtöiset liiketoimintamallit (AirBnB, Uber) on suunnattu kuluttajille, jotka ottavat ne haltuun ja toimivat itse palvelujen tarjoajina. Tuottamisen ja kuluttamisen monitahoistuva kenttä ja toimijuus haastavat jälkimodernissa yhteiskunnassa niitä koskevaa aikaisempaa ymmärrystä.

Markkinoihin, kulutukseen ja ympäristön tilaan kohdistuvat muutospaineet ovat herättäneet tutkijat pohtimaan uudenlaisia tapoja ymmärtää kuluttajan ja liiketoiminnan välistä suhdetta. Kaksi tutkimussuuntaa on saanut huomiota viime aikoina: kuluttajälähtöinen (consumer-driven, esim. Svensson 2003, Pynnönen, Hallikas & Ritala 2012, Holopainen 2016) ja kestävyyslähtöinen (sustainability-driven, esim. Bocken ym. 2014, Toppinen ym. 2018). Molemmat lähestymistavat haastavat ajattelua, jossa yrityksen tavoitteena pidetään taloudellisen arvon tuottamista sidosryhmille (Baden-Fuller & Morgan 2010). Kuluttajien käyttäytyminen ja yrityksen liiketoimintamallit ovat jännitteisessä suhteessa toisiinsa, mitä kirjallisuudessa on kuitenkin tarkasteltu niukasti (esim. Pynnönen, Hallikas & Ritala 2012).

Avaamme artikkelissamme kuluttajälähtöisyyden tarkastelua liiketoimintatutkimuksen perinteessä ja erittelemme näkemyksiä siitä, miten kuluttajia osallistetaan liiketoiminnan kehittämiseen sekä millaisia toimijoita heille tarjotaan. Esittelemme artikkelin lopussa esimerkkitapauksen kuluttajälähtöisestä palveluinnovaatioprosessista, jossa olemme olleet mukana (Kuvio 1). Tapauksen kautta pyrimme havainnollistamaan, millaisin keinoin kuluttajälähtöistä liiketoiminnan kehittämistä voidaan toteuttaa ja mitä kehittämisprosessin eri vaiheissa voidaan oppia. Tapauskuvausta ei kuitenkaan ole tarkoitettu ”malliesimerkiksi”, eikä se suoranaisesti avaa kestävyyslähtöistä liiketoimintaa. Kestävyysajattelun edistäminen liiketoiminnassa edellyttää kuitenkin syvällistä kuluttajaymmärrystä, sillä ympäristöongelmat haastavat kehittämään liiketoimintamalleja, joissa kestävyystavoitteet yhdistyvät luontevasti ihmis- ja kuluttajälähtöisyyteen.

Kestävyysaaste osana liiketoimintaa – innovoivat kuluttajat

Liiketoimintamallin perusidea on käsitteellistä sitä, miten yritys tekee ”bisnestä” (Bocken ym. 2014) ja luo arvoa (value creation). Kuluttajamarkkinoilla tämä tarkoittaa sitä, kenelle ja keiden kanssa, miten sekä millä resursseilla tuotteita ja palveluja markkinoille tuotetaan sekä luodaan yhdessä kuluttaja-asiakkaiden kanssa. Maapallon kantokyvyn näkökulmasta luonnonvarojen kestävä käyttö (mm. jäte, kiertotalous, suljettu kierto) on

keskeistä. Ympäristöongelmat, kuten ilmastonmuutos, muovaavat liiketoimintaa sekä määrittävät uudenlaisia tapoja nähdä tuotannon ja kulutuksen työnjakoa sekä tulevaisuutta, jossa hyvinvointi rakentuisi ekologisesti, taloudellisesti ja kulttuurisesti kestäväällä tavalla (Heinonen 2001).

Liiketoimintamalli voi perustua markkinalähtöiseen lähestymistapaan, jossa tavoitteena on tuottaa arvoa asiakkaan/kuluttajan/loppukäyttäjän tarpeista lähtien (mm. Porter 1996, Teece 2010). Resurssiperustaisessa lähestymistavassa asiakkaille tuotetaan arvoa, mutta samalla kuluttaja nähdään voimavarana ja innovaatiopotentialina (Pynnönen, Hallikas & Ritala 2012). Liiketoiminnassa voidaan taloudellisen arvon rinnalla painottaa sosiaalista ja ekologista arvoa (Bocken ym. 2014) eli huomioida myös kestävyysaasteet. Kim ja Mauborgne (2005) ovat käyttäneet punaisen ja sinisen meren kielikuvia kuvatessaan yrityksen strategiavalintoja. Punainen meri kuvaa perinteistä markkinatilannetta, joka perustuu kilpailulle. Sininen meri kuvaa puolestaan uusien markkinoiden luomista, jossa kilpailu ei olekaan olennaista. Jälkimmäinen ajattelutapa (Sustainable Value Innovation) voisi tarjota ratkaisuja kestävyysaasteen huomioivaan liiketoimintamalliin. Esimerkiksi kauraa raaka-aineena hyödyntävä ruotsalainen Oatly (Fuentes & Fuentes 2017) on haastanut vallitsevaa markkinaa uusien, kestävien tuotteiden avulla. Yrityksen kauramaitoa ei tuotu markkinoille vain maidon substituuttina, vaan uudenlaisena kuluttajatuotteena.

Kulutustutkimuksen traditio on tuottanut tietoa ja ymmärrystä kuluttajien ympäristöasenteista, tiedon tasosta, ajattelumalleista ja käytänteistä (mm. Heiskanen & Pantzar 1997, Moisander 2001, Heiskanen 2005, Autio ym. 2009). Vastaavasti vastuullisen tai kestävään liiketoiminnan keskustelut ovat tarkastelleet yritysten käyttäytymismuutosta ottamalla huomion ekologisen ja sosiaalisen vastuullisuuden integroinnin osaksi liiketoimintamallia (mm. Prahalad 2009). Siinä missä tuotantoa on pyritty dematerialisoimaan, kuluttajien arvomaailman on toivottu siirtyvän kohti immateriaalisuutta (Jalas 2004). Jakamistalous on 2000-luvulla edistänyt materiaalien (mm. asunnot, autot, tavarat, vaatteet) yhteiskäyttöä. Ratkaisuksi onkin esitetty palvelulogiikan edistämistä siten, että kotitaloudet hankkivat tarvelähtöisiä palveluratkaisuja tai -kokonaisuuksia (esim. MAAS = Mobility as a Service, SaaS = Software-as-a-Service), eivätkä yksittäisiä tuotteita. Arvojen muutos näyttää kuitenkin olevan vasta aluillaan. Kotitalouksien tavaramaailma ja asuinneliöt ovat kasvaneet vuosi vuodelta (Autio 2018). Myös yksin- ja kaksinasumisen kasvu on lisännyt materiaalien käyttöä. Innovaatiotoiminnalla onkin pyritty luomaan ratkaisuja ympäristöhaasteeseen (mm. Heiskanen & Lovio 2010).

Kuluttajälähtöinen liiketoiminnan kehittäminen on vakiintuneinta tutkimuksissa, joissa kuluttajat osallistetaan eriasteisesti yrityksen innovaatiotoimintaan (consumer-driven innovation) ja siten myös osaksi strategiaa. Myös käyttäjälähtöinen innovaatiotoiminta ja -tutkimus on

vakiintunutta. Loppukäyttäjät on tunnistettu yrityksen voimavaraksi jo 1970-luvulta saakka (von Hippel 1976). Kuluttajia on osallistettu ratkaisujen kehittäjiksi (esim. Jeppesen & Molin 2003, Vernetto & Hamdi-Kidar 2013, Goodman ym. 2017) ja heille on annettu erilaisia toimijuuden muotoja, kuten edelläkävijät, autonomiset innovaattorit, hobbistit, tavalliset ja/tai passiiviset kuluttajat (von Hippel 2005, Kotro 2005, Busse & Siebert 2018). Kuitenkin kuluttajia osallistavassa innovaatiotutkimuksessa on pitkälti keskitytty yhden tuote- ja/tai palveluinnovaation kehittämiseen (ks. myös Kuvio 1) ei niinkään liiketoimintamallin kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen ja uudelleenmuotoiluun. Käyttäjälähtöistä kehittämistä määriteltäessä on kuitenkin tunnistettu, että osallistamisprosessit ovat muuntuvia ja monivaiheisia (Hyysalo ym. 2016).

Asiakas liiketoiminnan lähtökohtana

Vaikka *asiakaskeskeinen* (customer-centric) ajattelumalli on juurtunut liiketoimintatutkimukseen (Grönroos 1984) jo 1980-luvulta lähtien, liiketoimintamallit ovat yhä ”jumittuneet” tuotantologiikan yrityskeskeiseen malliin (Prahalad & Ramaswamy 2004, Mickelsson 2013, Heinonen 2017). Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yrityksillä on vaikeuksia ymmärtää loppukäyttäjän tarpeita ja toiveita ja kuluttajan arkea (esim. Mäkelä 2015). Mahdollisesti kysymys on siitä, että asiakas ja kuluttaja ymmärretään käsitteellisesti eri tavoin: asiakas on useimmiten suhteessa yritykseen, kuluttaja taas nähdään laajemmin, potentiaalisena asiakkaana kuluttajamarkkinoilla (Svensson 2003). Asiakaslähtöisyys avaakin kapeamman näkökulman ihmisten arkielämän haasteiden ymmärtämiseen. Tutkimuksissa on todettu juuri niiden yritysten menestyvän, jotka tuovat kuluttajia palvelevat ratkaisut liiketoiminnan ytimeen (Svensson 2003). Esimerkiksi Ikean liiketoimintamalli perustuu palveluiden tarjoamiseen ”to real-life problems”, ei pelkästään huonekalujen ja muiden sisustustuotteiden valmistuttamiseen ja myymiseen (Edvardsson ym. 2010, Garvey 2018).

Palvelututkijat ovat kehittäneet 2000-luvulla niin sanottua *asiakaskeskeistä toimintalogiikkaa* (CDL, customer-dominant-logic; Heinonen ym. 2010), jossa asiakas on toiminnan keskiössä. Perinteiseen ajattelutapaan verrattuna asiakaslähtöisessä toimintalogiikassa pyritään ymmärtämään asiakkaan toimintaa sekä toimintoja markkinoilla ja arjessa syvällisemmin (Heinonen 2017, Mickelsson 2013). On nähty, että pelkästään asiakassuhteen – vuorovaikutus asiakkaan ja yrityksen välillä – tarkastelu ei ole riittävää. Asiakkaan ydintoiminnot eli kulloinkin ratkaistavana oleva arkinen haaste, kuten sairastuneelle lemmikille avun saaminen (ks. Liite 1; Autio ym. 2014) sekä kaikki ne muut toiminnot ja käytänteet, jotka vaikuttavat asiakkaan elämään, tulisi nostaa liiketoiminnan lähtökohdaksi. Yrityksen tulisi ankkuroitua asiakkaan elämäntilanteeseen ja tarjota ratkaisuja hänen ongelmiinsa, tarpeisiinsa, haluihinsa ja toiveisiinsa.

Asiakaskeskeinen toimintalogiikka on kiistatta pyrkinyt huomioimaan markkinoiden ja asiakassuhteen ulkopuolella olevia tekijöitä, jotka vaikuttavat sekä liiketoiminnan menestymiseen että asiakkaan tarpeiden tyydyttämiseen ja hyvinvoinnin parantamiseen (Heinonen 2017, Särkikangas & Autio 2017). Lähtökohtana on paljolti yrityksen management-teoreettinen tapa tarkastella kuluttajia informaation lähteenä sekä tuotteiden ja palveluiden ostajina sekä arvon luojina ja vastaanottajina. Kuluttajan arkielämän tutkiminen ja saadun tiedon sekä ymmärryksen tuominen liiketoimintaan on osoittautunut vaikeaksi. Voidaan myös argumentoida, että yritysten näkökulmasta kuluttaja on haastava yhteistyökumppani, koska arjessa toimivana se on vaikeasti ”manageroitavissa” (unmanageable consumer, Gabriel & Lang 2006/1995) ja kuluttajalla ei lähtökohtaisesti ole tarvetta sitoutua yritykseen ja sen tavaroiden ja palveluiden kehittämiseen – eli strategiaan.

Kuluttajälähtöisyys ja asiakastiedon hallinta datataloudessa

Tutkimuskirjallisuudessa on viime aikoina pyritty vaihtamaan tarkastelua *kuluttajälähtöiseen* (consumer-driven) näkökulmaan, jossa kuluttaja-asiakkaan tarpeet nousevat toiminnan lähtökohdaksi myös yrityksen strategiassa. Se, mitä kuluttajälähtöisyydellä tarkoitetaan, vaihtelee tutkijoiden näkemyksissä eikä keskustelu ole vakiintunutta (ks. esim. Busse & Siebert 2018, Kylkilahti 2018). Kuluttajälähtöisyyttä ei juuri määritellä eksplisiittisesti. Tarkastelemmekin seuraavassa, miten kuluttajälähtöisyyttä on lähestytty liiketoimintakirjallisuudessa.

Kuluttajälähtöisen (consumer-driven) liiketoiminnan tulisi olla kuluttajamarkkinoilla toimiville yrityksille itsestäänselvyys. Kuten edellä esitettiin, kuluttaja nähdään kirjallisuudessa liiketoimintasysteemin ja -verkoston loppukäyttäjänä tai tuotteen sekä palvelun vastaanottajana (Pantzar 2017). Vaikka kuluttajan merkitystä arvonluonnin keskeisenä osapuolena on painotettu yhä vahvemmin (Prahalad & Ramaswamy 2004), kuluttajalle ei kuitenkaan anneta toimijuutta yrityksen liiketoimintastrategiassa (vrt. Svensson 2003, Toppinen ym. 2018) tai -verkostoissa. Kuluttaja on toki huomioitu innovaatioresurssina, mutta liiketoimintamallin ja -strategian sekä kuluttajan toiminnan välisiin suhteisiin keskittyvää tutkimusta on niukasti (Pynnönen, Hallikas & Ritala 2012).

Syvällisempää, kuluttajälähtöistä ymmärrystä markkinoiden toimintalogiikasta ja liiketoimintaverkostoista on pyritty saamaan laajentamalla lähestymistapoja ja aineistonkeruumenetelmiä (Cox ja Mowatt 2004, Guerrero ym. 2009). Vaikka tutkijat painottavat uudenlaisia tiedonkeruutapoja (data mining, sociologically-based studies), heidän näkemyksensä perustuu edelleen perinteiseen liiketoiminnan asiakassuhteiden hallinnan lähestymistapaan (CRM = Customer Relationship Management, ks. Kaijanen 2010), jossa kuluttajatietoa kerätään, hallitaan ja hallinnoidaan yrityksen sisäisiin tarpeisiin – ja joskus myös myydään eteenpäin. Cox ja Mowatt

(2004) painottavat tiedon virtaamisen merkitystä innovaatioverkostoissa sekä ammattilaisten, kuten kokkien, asiakastuntemusta ja asiakasymmärrystä (myös Yamauchi & Hiramoto 2016). Myös he näkevät kuluttajien toimijuuden lähinnä informaatiolähteenä, vaikka he tunnistavatkin tarpeen kuluttajan ymmärtämiseen perinteisiä menetelmiä laajemmin.

Pynnönen, Hallikas ja Ritala (2012) ovat tutkimuksessaan nostaneet kuluttajien tarpeet osaksi liiketoimintamallin innovoimista ja kehittämistä. Kuten aikaisemmatkin tutkijat, myös Pynnönen, Hallikas ja Ritala ovat kartoittaneet kuluttajien toiveita laadullisin menetelmin määrällisten rinnalla. He näkevät sosiaalisen median alustat kuluttajayhteisöjen ja yrityksen vuorovaikutusfoorumeina, joilla yritys voi reaaliaikaisesti monitoroida asiakastarpeitaan (myös Hänninen, Smedlund & Mitronen 2018). 2010-luvulla on tunnistettu myös big datan mahdollisuudet kuluttajaliiketoiminnan suuntaamisessa ja kehittämisessä (Erevelles ym. 2016). Pantzarin (2017) mukaan kuluttajan digitalisoituneesta arjesta syntyvä data mahdollistaa taloudellisen arvonmuodostuksen globaaleilla markkinoilla. Hän näkee kuluttajien henkilödataan liittyvän liiketoiminnan laajenemisen merkittävänä tulevaisuuden suuntana. Kääntyykö kuluttajalähtöisyys kuitenkin datalähtöisyydeksi, jossa kuluttaja on muuntunut ”datajättien globaalin ja älykkään hermoston aistielimeksi”, kuten Pantzar (2017, 25) on pohtinut?

Kuluttajalähtöinen logiikka – liiketoimintamallin suunnanvaihdoksia

Tutkimuskirjallisuudessa on esitetty vaihtoehtoisia näkemyksiä liiketoimintamallien kehittämiseksi ja niitä on tunnistettu myös yrityksen käytännön strategisessa suunnittelussa. Svensson (2003) on suhtautunut kriittisesti arvonluonnin yrityslähtöisyyteen ja nostanut kuluttajan arvoketjun lähtökohdaksi. Hän käyttää kuluttajasta nimitystä ’ultimate consumer’ painottaen juuri sitä, että viime kädessä vain kuluttaja luo arvon tuotteelle tai palvelulle (consumer-driven value). Näin ajateltuna yrityksen omat toiminnot aiheuttavat arvoketjun eri vaiheissa vain kustannuksia. Svensson kääntääkin perinteisen yksisuuntaisen ”yritykseltä kuluttajalle” - liiketoimintamallin logiikan toisin päin: ”kuluttajalta yritykselle” eli kuluttajalähtöiseksi. Tämän jälkeen hän kehittää mallia kaksisuuntaiseksi, jossa kuluttaja toimii vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa ja osallistuu arvon luontiin ollen keskeinen osa liiketoimintamallia. Svensson pohjaa argumenttinsa ruotsalaisten vähittäiskaupassa toimivien johtajien haastatteluihin. Aineisto antaa vihjeitä siitä, että ruotsalaisten yritysten – kuten Ikea, Hennes & Mauritz, Clas Ohlson – menestys kuluttajamarkkinoilla rakentuisi juuri vahvan kuluttajaymmärryksen varaan ja kuluttajan näkemiseen resurssina arvoketjun eri vaiheissa (myös Eriksson ja Hilletoft 2011, Garvey 2018).

Vaikka kuluttajalähtöisyyden keskeisyys on toisinaan tunnistettu liiketoimintamallien päivittämisessä, keinot ja menetelmät sen toteutta-

miseksi jäävät usein raportoimatta. Esimerkiksi Eriksson ja Hilletoft (2011) ovat tutkineet ruotsalaista huonekalualan yritystä, joka käänsi liiketoimintamallinsa kuluttajalähtöiseksi vuosituhannen alkupuolella. Heille kuluttajan asettaminen keskiöön tarkoittaa kysyntälähtöistä toimintalogiikkaa, jossa hankintaketjun ja logistiikan kanavat on viritetty palvelemaan asiakkaita (vrt. Amazon). Yrityksen liikevaihto on kehittynyt kilpailijoitaan paremmin liiketoimintamallin muutoksen jälkeen. Tutkijat eivät kuitenkaan kerro täsmällisesti, mitä kuluttajalähtöisyys tarkoittaa eli miten yritys tutkii kuluttajien toiveita tai sitä, millä tavoin kuluttajia osallistetaan liiketoiminnassa.

Jeppesen ja Molin (2003) esittävät tutkimuksessaan kiinnostavan ajatuksen, jossa kuluttajia tarkastellaan liiketoiminnan yhteiskehittäjinä yrityksen ulkopuolella. Tutkijat painottavat kuluttajien integroimista osaksi yrityksen strategiaa, mikä tapahtuu kuluttajien kollektiivisen oppimisen ja tuotekehitykseen osallistamisen kautta. Tutkijoiden mukaan tämä prosessi on lähellä von Hippelin (1986) edelläkävijämetodia. Jeppesenin ja Molinin tutkimus kuitenkin osoittaa, että kuluttajat osallistava innovaatiostrategia vaikuttaa yrityksen liiketoimintastrategiaan ja siten liiketoimintamalliin. Jeppesen (2005) on kuitenkin nähnyt osallistamisstrategian haasteena yrityksen kustannusten kasvun erityisesti osallistamisen tukitoiminnoissa, minkä vuoksi hän päätyy ehdottamaan kustannusten ulkoistamista lisäämällä kuluttajien välistä vuorovaikutusta. Kustannuskysymysten näkökulmasta kuluttajan roolittaminen yrityksen strategiaan ja liiketoimintaan on jännitteinen ja vaikeasti toteutettavissa. Kuluttajien osallistamista yrityksen toimintoihin on tarkasteltu myös kriittisesti; se vie aikaa ja resursseja kuluttajilta ja he voivat ajautua eräänlaiseen palkattoman työntekijän rooliin (Zwick ym. 2008, Rieder & Voß 2010).

Osallistavat ja verkostomaiset liiketoimintamallit – keskinäinen riippuvuussuhde

Pels ja Sheth (2017) ovat esittäneet osallistavia liiketoimintamalleja (inclusive business model) ratkaisuksi kehittyvien markkinoiden haasteisiin. Näillä Base of the Pyramid (BoP) -markkinoilla on kuluttajia ja muita toimijoita, joilla on niukat taloudelliset resurssit, mutta heidän sosiaalinen ja kulttuurinen osaamisensa voi tarjota resursseja liiketoimintasynteesin kehittämiseen ja kehittymiseen. Tutkijat painottavat pikemminkin toimijoiden vahvuuksia ja kykyä kuin osaamisvajetta ja resurssien niukkuutta (Ritchie & Sridharan 2007, Prahalad 2009). Eri toimijoiden (niukkojakin) resursseja käyttävien osallistavien liiketoimintamallien soveltaminen kehittyneiden markkinoiden toimintalogiikkaan edistäisi kuluttajalähtöistä ajattelua ja siten mahdollistaisi kestävyyslähtöistä toimintaa. Resurssien niukkuuden näkeminen myönteisesti voisi toimia ekologisen kestävyuden lähtökohtana.

Kuluttajälähtöiseen liiketoimintamalliin tähtäävä ajattelutavan muutos asettuu uuteen valoon, kun sitä tarkastellaan osana laajempaa verkostomais- ta liiketoimintaa tai liiketoimintaekosysteemiä, jossa huomioidaan myös julkisten toimijoiden rooli ja tavoitteet, kuten kestävän yhteiskunnan edistäminen. Kuluttaja ei ole toistaiseksi saanut ekosysteemiajattelussa merkittävää roolia. Pulkka ym. (2016, 130) ovat kuitenkin tunnistanee liiketoimintaekosysteemikirjallisuudessa toistuvat elementit, joiden kautta kuluttajälähtöisyyttä voidaan pohtia. Ensinnäkin, ekosysteemiajattelun lähtökohtana on, ettei arvo muodostu suoraviivaisessa prosessissa eikä kuluttajan ja yrityksen kahdenvälisestä suhdetta pidetä yksin ratkaisevana. Yhtäältä, asiakas-kuluttaja tai loppukäyttäjä voidaankin tunnistaa yhtenä verkoston toimijana eli osallistujana useiden erilaisten toimijoiden verkostossa. Reficcon ja Vernisin (2010) mukaan ekosysteemin menestymisen edellytyksenä on se, että sen jäsenet ovat riippuvaisia toisistaan, kaikilla on lähtökohtaisesti pääsy resursseihin ja osapuolilla on jaettu päämäärä. Ekosysteemi rakentuu jäsenten keskinäiseen vuorovaikutukseen ja yhdessä oppimiseen (Moore 1996).

Kuluttajälähtöisyys voisikin tarkoittaa ekosysteemilähestymistavassa sitä, että ekosysteemin kaikkien jäsenten väliset riippuvuussuhteet (participant interdependence) edellyttäisivät ekosysteemin muut toimijat osallistamaan kuluttajatoimijat mukaan osaamisen kehittämiseen (co-evolution of capabilities). Toisaalta, kuluttajälähtöisyyttä ekosysteemissä voisi edustaa yhtä lailla kuluttajaymmärrys eli näkemys kuluttajasta tiedollisena resurssina; tiedon vaihto ja sujuva siirtyminen (substantial knowledge exchange) ekosysteemin toimijoiden välillä on keskeistä toimivassa liiketoimintaekosysteemissä. (Pulkka ym. 2016.) Tällöin huomiota tulisi yhä enemmän kiinnittää siihen, mitä kuluttajista ja kulutuksen konteksteista tiedetään, miten eri toimijoiden tulisi huomioida loppukäyttäjä omassa toiminnassaan, vaikka suoria vuorovaikutussuhteita kuluttajaan ei muodostuisikaan. Tarve kulutustutkimukselliselle tiedolle ja tiedon ymmärtämiselle kasvaa.

Keskustelua: Kuluttaja- ja kestävyyslähtöisyyden yhteensovittaminen

Kuluttajat ovat aina haastaneet yritysten liiketoimintamalleja käyttäytymis- muutosten ja uusien vaatimusten kautta (Martin & Schouten 2013, Heinonen & Strandvik 2018). Hiljattain kuluttajat ovat hyväksyneet kasvisruuan ja se on arkipäiväistynyt osaksi kuluttajien ruokavaliota. Esimerkiksi maitoti- layrittäjien omistama Valio toi vastikään markkinoille kauramaitotuotteen, vaikka sen aikaisempi liiketoimintamalli on perustunut lähes täysin maitoraaka-aineen hyödyntämiseen. Siirtymän taustalla ovat Oatly ja muut uudet toimijat, joiden kestävyysshaastetta ratkova toiminta on kyennyt vastaamaan muuttuvaan kuluttajatarpeeseen ja muuttanut pelin luonnetta (vrt. Kim & Mauborgne 2005).

Kuluttajat voivat myös toimia aktiivisesti suhteessa yrityksiin haastamalla markkinointiosastoja brändisitoutumisen, jopa brändikaappausten, kautta. Nämä aktiivisesti brändiin sitoutuneet asiakkaat toimivat tuotteen markkinoijina ja elävöittäjinä (Cova ym. 2007, Autio 2011, Närvänen 2013) ja siten nostavat yrityksen brändiarvoa ja samalla liikevaihtoa. Tämä toiminta voi johtaa liiketoimintastrategian ja -mallin muutokseen (esim. Cova ym. 2007, Jeppesen & Molin 2003, Eriksson & Hilletoft 2011), jos liikevaihto kasvaa ripeästi.

Kuluttajien toiminnan ja liiketoimintamallien välinen suhde on jännitteinen ja vaikeasti hahmotettava ilmiö. Vuorovaikutussuhdetta on lähestytty eri tulokulmista, kuten asiakas- ja kuluttajälähtöisyyden tai osallistavien liiketoimintamallien kautta, mutta merkittävin toimija-asema liiketoiminnan kehittämisessä kuluttajalle on annettu yrityksen innovaatioresurssina (Heiskanen & Lovio 2010, Hyysalo ym. 2016). Liiketoiminnan kestävyysvaade asettaa arjen toimijan sekä toiminnan yhä keskeisemmäksi tutkimuskohteeksi. Kuten jo Adam Smith on todennut, tuotannon päämäärä on kulutus ja inhimillisten tarpeiden tyydyttäminen. 2000-luvulla maapallon kantokyky ja ympäristöongelmat haastavat yhä voimakkaammin liiketoiminnan logiikan muuttumaan kestävyys- ja ihmislähtöiseksi. Tämä yhteinen tavoite vaatii yhteistyötä eri osapuolten välillä. Perinteinen tuotantokeskeinen logiikka, jossa yrityksen taloudellinen arvo on keskiössä, ei palvele kuluttaja- ja kestävyyslähtöistä liiketoimintaa. On toki mahdollista, että yritysten halu ratkaista kestävyysaasteita tapahtuu niin, että kuluttajat eivät osallistu prosessiin. Kestävyyslähtöisyys voi perustua ”Sinisen meren” strategiaan (Kim & Mauborgne 2005), jossa uudet markkinat luodaan ekologisten innovaatioiden kentille – ilman kuluttajan aktiivista osallistamista.

Verkostomainen, ekosysteeminen liiketoiminnan kehittäminen korostaa kuitenkin yhteistoimintaa. Ekosysteemiajattelu tuo aiempaa vahvemmin eri toimijat (esimerkiksi kuluttajat, yritykset, kunnat) yhteen ja edellyttää niitä tunnistamaan toiminnalleen yhteisen tavoitteen. Erilaisten tavoitteiden yhteensovittaminen edellyttää myös kuluttajien tunnistamista ja arvostamista. Valtasuhteiden väännössä erilaisten tavoitteiden yhteensovittaminen on tuskin ongelmaton. Toimijaroolien hämärtyessä herää kysymyksiä siitä, kuka kantaa vastuun, kuka hyötyy ja kuka määrittelee tavoitteet. Kuluttajille saattaa tällöin siirtyä yhä enemmän vastuuta ja tehtäviä, joita kaikki eivät arkeensa kaipaa (Dujarier 2016). Se, miten kuluttajat tunnistetaan liiketoiminnan resurssina tai osallistujina, kertoo siitä, miten yrityksissä on sisäistetty ”ajan henki”.

Verkostomaisuudessa ei ole kyse ainoastaan yritysten välisestä työnjaosta, vaan sellaisen palvelukokonaisuuden tuottamisesta, jossa osat täydentävät toisiaan ja jossa kyetään vastaamaan joustavasti erilaisten kuluttajien tarpeisiin. Kehittynyt kuluttajaymmärrys kääntyy kilpailueduksi, kun yritykset kykenevät tunnistamaan ne kuluttajan arjessa ilmenevät muuttuvat tilanteet, joihin ratkaisuja tuotetaan. Yritykset tarvitsevat siis

jatkossa yhä enemmän kulutuksen asiantuntijoita ja kulutustutkimuksellista tietoa sekä ymmärrystä arkisista käytänteistä.

Kulutussyhteiskunnan haasteena ei kuitenkaan ole ainoastaan kuluttajaymmärryksen vahvistaminen liiketoiminnassa, vaan: ”Kysymys kuuluukin, miten ihmiselämän kannalta välttämätön kulutus ja elämäämme rikastavat pienet turhuudetkin voidaan sovittaa yhteen hyvän elämän ja kestävä kehityksen suurten tavoitteiden kanssa?” kuten Visa Heinonen (2001, 118) toteaa. Näin ollen kestävyysajattelun sovittaminen yhteen kuluttajalähtöisyyden kanssa tulisi olla keskeinen liiketoimintamallien kehityssuunta. Luonnollisesti kestävyysajattelun vahvistamistarve kumpuaa osin kuluttajien vaatimuksesta vastuullisesta tuotannosta. Yhtäältä taustalla vaikuttavat poliittiset ohjauskeinot ja julkisen vallan tahtotila, toisaalta yritykset ovat itse ottaneet keskeiseksi tavoitteekseen kestävyysaasteeseen vastaamisen (ns. yhteiskunnallinen yrittäjäyys, ks. esim. Haanpää & Tuppurainen 2012). Tutkimusta tarvitaan eri toimijoiden välisistä suhteista ja heidän tavoitteistaan – miten kestävyys- ja kuluttajalähtöisyys on sovitettavissa yhteen eri toimialoilla (esim. Toppinen ym. 2018).

Kirjoittajat ovat kuluttajaekonomian tutkijoita ja opettajia sekä Visan oppilaita. Kirjoittajakaartin yhteistyö Visan kanssa on yhteenlaskettuna mittava. Työnteko ja hauskanpito alkoivat Jaakon osalta 1990-luvulla valtiotieteellisessä tiedekunnassa ja Minnan osalta 2000-luvun alussa maatalous-metsätieteellisessä. Eliisa liittyi joukkoon 2010-luvulla, kun hän jatkoi maisterista tohtoriksi.

LÄHTEET

- Autio, J., Kuismin, A., Autio, M., Syrjälä, H. & Kylkilahti, E. (2014) Consumer value journey with pet in multiple service touchpoints. In Toivonen, M. (ed.) *Proceedings of XXIV Annual RESER Conference 2014 – Services and New Societal Challenges: Innovation for Sustainable Growth and Welfare*, September 11–13, 2014, Helsinki, Finland. Espoo: RESER, VTT, 96–106.
- Autio, M. (2011) Kuluttaja- ja brändiheimot yhteisöllisyytenä nykykulttuurissa. Teoksessa Seppo Kangaspunta (toim.) *Yksilöllinen yhteisöllisyys – Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen*. Tampere University Press. Tampere, 92–113.
- Autio, M. (2019) Muuttuva kulutussyhteiskunta ja sen symbolit. Teoksessa *Suomen taloushistoria teollistumisen jälkeen*. Susanna Fellman, Matti Hannikainen, Jaana Laine ja Jari Ojala (toim.). Gaudeamus.
- Autio, M., Heiskanen, E. & Heinonen, V. (2009) Narratives of ‘Green’ Consumers – the Antihero, the Environmental Hero and the Anarchist. *Journal of Consumer Behaviour* 8 (1), 40–53.
- Baden-Fuller, C., & Morgan, M. S. (2010) Business models as models. *Long Range Planning* 43 (2), 156–171.

- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014) A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production* 65, 42–56.
- Busse, M., & Siebert, R. (2018) The role of consumers in food innovation processes. *European Journal of Innovation Management* 21 (1), 20–43.
- Campbell, C. (2005) The craft consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture* 5 (1), 23–42.
- Campbell, C. (1987) *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford, UK: Basic Blackwell.
- Cova, B., Kozinets, R. & Shankar, A. (2007) Tribes, Inc.: The new world of tribalism. Teoksessa Bernard Cova, Robert Kozinets & Avi Shankar (toim.) *Consumer Tribes*. Chennai: Elsevier/Butterworth-Heinemann, 3–26.
- Cox, H., & Mowatt, S. (2004) Consumer-driven innovation networks and e-business management systems. *Qualitative Market Research: An International Journal* 7 (1), 9–19.
- Dujarier, M. A. (2016) The three sociological types of consumer work. *Journal of Consumer Culture* 16 (2), 555–571.
- Edvardsson, B., Enquist, B., & Johnston, R. (2010) Design dimensions of experience rooms for service test drives: case studies in several service contexts. *Managing Service Quality: An International Journal* 20 (4), 312–327.
- Erevelles, S., Fukawa, N., & Swayne, L. (2016) Big Data consumer analytics and the transformation of marketing. *Journal of Business Research* 69 (2), 897–904.
- Eriksson, D., & Hilletoft, P. (2011) A consumer driven business models' impact on sourcing and inventory. Paper presented at Technology, innovation and industrial management 2011, Oulu, Finland, 28–30 June 2011.
- Fuentes, C., & Fuentes, M. (2017) Making a market for alternatives: marketing devices and the qualification of a vegan milk substitute. *Journal of Marketing Management* 33(7–8), 529–555.
- Gabriel, Y & Lang, T. (2006[1995]) *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and Its Fragmentation*. London: Sage Publications.
- Garvey, P. (2018) *Unpacking Ikea: Swedish Design for the Purchasing Masses*. London & New York: Routledge.
- Goodman, J., Korsunova, A. & Halme, M. (2017) Our Collaborative Future: Activities and Roles of Stakeholders in Sustainability-Oriented Innovation. *Business Strategy & the Environment* 26 (6), 731–753.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing* 18 (4), 36–44.
- Guerrero, L., Guàrdia, M. D., Xicola, J., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Zakowska-Biemans, S. & Scalvedi, M. L. (2009) Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study. *Appetite* 52 (2), 345–354.
- Haanpää, L. & Tuppurainen, S. (2012) *Nuoret yrittävät – vastuullisuus, joustavuus ja mahdollisuudet yrittäjyydessä*. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto/ Nuorisotutkimusseura, julkaisuja 122.
- Heinonen, K. (2017) Positive and negative valence influencing consumer engagement. *Journal of Service Theory and Practice* 28 (2), 147–169.

- Heinonen, K., Strandvik, T., Mickelsson, K. J., Edvardsson, B., Sundström, E., & Andersson, P. (2010) A customer-dominant logic of service. *Journal of Service management* 21 (4), 531–548.
- Heinonen, K., & Strandvik, T. (2018) Reflections on customers' primary role in markets. *European Management Journal* 36 (1), 1–11.
- Heinonen, V. (2001) Kulutus, hyvä elämä ja kestävä kehitys. *Kansantaloudellinen Aikakauskirja* 97 (1), 114–118.
- Heinonen, V. (1998) *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki: kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Helsinki: Suomen historiallinen seura.
- Heiskanen, E. (2005) The performative nature of consumer research: consumers' environmental awareness as an example. *Journal of Consumer Policy* 28 (2), 179–201.
- Heiskanen, E., & Pantzar, M. (1997) Toward sustainable consumption: Two new perspectives. *Journal of Consumer Policy* 20 (4), 409–442.
- Heiskanen, E., & Lovio, R. (2010) User–Producer interaction in housing energy innovations. *Journal of Industrial Ecology* 14 (1), 91–102.
- Holopainen, J. (2016) *Changing institutions and consumer-driven development of forest products and services*. Dissertationes Forestales 223. Department of Forest Science, University of Helsinki.
- Hyysalo, S., Repo, P., Timonen, P., Hakkarainen, L., & Heiskanen, E. (2016) Diversity and Change of User Driven Innovation Modes in Companies. *International Journal of Innovation Management* 20 (2), 1650023–33.
- Hänninen, M., Smedlund, A., & Mitronen, L. (2018) Digitalization in retailing: multi-sided platforms as drivers of industry transformation. *Baltic Journal of Management* 13 (2), 152–168.
- Ilmonen, K. (1993) *Tavaroiden taikamaailma: sosiologinen avaus kulutukseen*. Helsinki: Vastapaino.
- Ilmonen, K. (2007) *Johan on markkinat. Kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Helsinki: Vastapaino.
- Jalas, M. (2004) Kuluttajat ympäristöjohtamisen kohteina ja osapuolina. Teoksessa: Eva Heiskanen (toim.). *Ympäristö ja liiketoiminta. Arkiset käytännöt ja kriittiset kysymykset*. Helsinki: Gaudeamus, 211–226.
- Jeppesen, L. B. (2005) User toolkits for innovation: Consumers support each other. *Journal of Product Innovation Management* 22 (4), 347–362.
- Jeppesen, L. B., & Molin, M. J. (2003) Consumers as co-developers: Learning and innovation outside the firm. *Technology Analysis & Strategic Management*, 15 (3), 363–383.
- Kaijanen, P. (2010) *Se on tunne, joka siinä ratkaisee. Kuluttajalähtöistä arvontuotantoa asiakassuhteiden hallintaan*. Taloustieteen laitoksen selvityksiä 61. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005) Value innovation: a leap into the blue ocean. *Journal of business strategy* 26 (4), 22–28.
- Kotro, T. (2005) *Hobbyist knowing in product development. Desirable objects and passion for sports in Suunto Corporation*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki.
- Kylkilahti, E. (2018) *Kulttuurista peliä palveluissa: Kuluttajataktiikoiden ja nuorten toimija-asemien esitysteoreettinen tarkastelu*. Taloustieteen laitoksen julkaisuja 68. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Martin, D. M., & Schouten, J. W. (2013) Consumption-driven market emergence. *Journal of Consumer Research* 40 (5), 855–870.

- Mickelsson, K.-J. (2013) Customer activity in service. *Journal of Service Management* 24, 534–552.
- Moisander, Johanna (2001) *Representation of Green Consumerism: A Constructionist Critique*. Helsinki: Helsinki School of Economics and Business Administration.
- Mäkelä, O. (2015) *Integrating business models and knowledge management*. Akateeminen väitöskirja. Helsinki: Aalto-yliopisto.
- Närvänen, E. (2013) *Extending the Collective Consumption of Brands*. Academic dissertation. Tampere: University of Tampere, Acta Universitatis Tampereensis 1868.
- Pantzar, M. (2017) Kuluttajakansalainen datataloudessa. *Tieteessä tapahtuu* 35 (5), 21–26.
- Pels, J., & Sheth, J. N. (2017) Business models to serve low-income consumers in emerging markets. *Marketing Theory* 17 (3), 373–391.
- Porter, M. E. (1996) What is strategy? *Harvard Business Review* 74, 61–78.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004) Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing* 18 (3), 5–14.
- Prahalad, C.K. (2009) *The Fortune at the Bottom of the Pyramid, Revised and Updated 5th Anniversary Edition: Eradicating Poverty Through Profits*. Pearson FT Press.
- Pulkka, L., Ristimäki, M., Rajakallio, K., & Junnila, S. (2016) Applicability and benefits of the ecosystem concept in the construction industry. *Construction Management and Economics* 34 (2), 129–144.
- Pynnönen, M., Hallikas, J. & Ritala, P. (2012) Managing customer-driven business model innovation. *International Journal of Innovation Management* 16 (4), 1250022-1–18.
- Reficco, E. & Vernis, A. (2010) Engaging Organizational Ecosystems in Inclusive Business. Teoksessa P. Márquez, E. Reficco, & G. Berger (toim.) *Socially Inclusive Business. Engaging the Poor through Market Initiatives in Iberoamerica*. Cambridge: Harvard University Press, 111–152.
- Rieder K. & Voß G.G. (2010) The Working Customer – An Emerging New Type of Consumer. *Psychology of Everyday Activity* 3, 2–10.
- Ritchie, R. & Sridharan, S. (2007) Marketing in Subsistence Markets: Innovation through Decentralization and Externalization. *Advances in International Management* 20, 195–214.
- Svensson, G. (2003) Consumer driven and bi-directional value chain diffusion models. *European Business Review* 15 (6), 390–400.
- Särkikangas, U. & Autio, M. (2017) Families with special needs children consuming social and health care services – visible and invisible activities of daily life. In: E. Gummesson, C. Mele & F. Polese (toim.) *Proceedings of the 5th Naples Forum on Service: Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for a New Service Agenda*. Sorrento: Naples Forum on Service.
- Teece, D. J. (2010) Business models, business strategy and innovation. *Long range planning* 43 (2), 172–194.
- Toppin, A., Autio, M. Sauru, M. & Berghäll, S. (2018) Sustainability driven new business models in the wood construction towards 2030. In *Towards a Sustainable Bioeconomy: Principles, Challenges and Perspectives*. Walter Leal Filho, Diana Mihaela Pociovălișteanu, Paulo Roberto Borges

- de Brito, Ismar Borges de Lima (eds.). Springer World Sustainability Series, 499–516.
- Vernette, E., & Hamdi-Kidar, L. (2013) Co-creation with consumers: who has the competence and wants to cooperate. *International Journal of Market Research* 55 (4), 539–561.
- Von Hippel, E. (1986) Lead users: a source of novel product concepts. *Management science* 32 (7), 791–805.
- Von Hippel, E. (1976) The dominant role of users in the scientific instrument innovation process. *Research policy*, 5 (3), 212–239.
- Von Hippel, E. (1988) *The sources of innovation*. New York: Oxford University Press.
- Von Hippel, E. (2005) *Democratizing innovation*. MIT press. London.
- Yamauchi, Y., & Hiramoto, T. (2016) Reflexivity of Routines: An Ethnomethodological Investigation of Initial Service Encounters at Sushi Bars in Tokyo. *Organization Studies* 37 (10), 1473–1499.
- Zwick, D., Bonsu, S. K., & Darmody, A. (2008) Putting Consumers to Work: Co-creation and new marketing govern-mentality. *Journal of Consumer Culture* 8 (2), 163–196.

Liite 1. Kuluttajalähtöinen palveluinnovaatio – Case Petnets

Helsingin yliopiston ja Aalto-yliopiston PETNETS-yhteistyötutkimushankkeessa tutkittiin ja kehitettiin kuluttajalähtöistä liiketoimintaa lemmikkieläinliiketoiminnan kontekstissa. Hankkeessa yhdistyivät kulutustutkimuksen ja liiketoimintaverkostotutkimuksen otteet. Hankkeen kulutustutkimusosiossa liiketoimintaa ja tarjolla olevia palveluita lähestyttiin yhteiskuluttajien eli lemmikkien ja heidän omistajiensa näkökulmasta (Syrjälä ym. 2014).

Hankkeessa järjestettiin työpajoja ja kerättiin erilaisia kulutustutkimusaineistoja (haastattelut, kyselyt, havainnointi, ks. Ryttilähti ym. 2015) sekä otettiin mallia japanilaisesta lemmikkialan liiketoiminnasta. Kuluttajalähtöisen liiketoiminnan kehittämisoitteiden työkaluja ammennettiin palvelumuotoilusta, jossa käyttäjä asetetaan keskiöön. Palvelumuotoilussa, kuten palvelupolkujen ja kohtaamispisteiden suunnittelussa on kuitenkin harvoin huomioitu sitä, miten eri toimijat täydentävät toisiaan. Petnets-hankkeen kulutustutkimuksen kautta kävi selväksi, miten kuluttajat hyödyntävät monitoimijaista verkostoa arjen haasteissa. Esimerkiksi lemmikin sairastuessa neuvoa kysytään harrastuskavereilta tai lemmikkieläintarvike-liikkeen myyjältä. Tietoa etsitään myös internet-sivustoilta ja sitä ammennetaan omasta kokemuksesta jo ennen ensimmäistä yhteydenottoa eläinlääkäriin. Tutkimuksessa tunnistettiin tässäkin kontekstissa, että ”Kuluttajien muodostamat verkostot ovat tärkeä osa liiketoimintaverkostoa.” (Petnets-hankkeen loppuraportti 2015).

Työpajoissa yritysten edustajat eli alan asiantuntijat asetettiin kuluttajan rooliin ja heille annettiin syötteitä kulutustutkimuksesta. Tavoitteena oli saada heidät tunnistamaan kuluttajien palvelutarpeita ja kehittämään

niihin ratkaisuehdotuksia. Ratkaisuehdotuksia ja -ideoita ei muokattu työpajoissa pidemmälle vaan niitä lähdettiin kokeilemaan keskeneräisinä eli niin sanotusti ”raakaversioina”. Puolivalmiiden ratkaisujen vieminen käytäntöön tuotti olennaista tietoa ratkaisun onnistumismahdollisuuksista. Esimerkiksi havainto siitä, miten osa omistajista joutui pienen asuntonsa vuoksi kamppailemaan koiransa turkinpesun kanssa, jalostui kokeilun kautta lemmikin hemmotteluhoitopalveluksi. Eteenpäin jalostetun hemmottelupalvelun ennako-oletus vaikeahoitoisista lemmikkiasiakkaista murtui, kun jatkokokeilussa havaittiin, että omistajat toivatkin palveluun pieniä ja verrattain helppohoitoisia koiria. Sen sijaan vaativampien rotujen omistajat näyttivät huolehtivan eläimen turkista mieluummin itse – varsinkin ”vakavat harrastajat” saattavat valita jopa asuntonsa tarkoitukseen sopivaksi (Kylkilahti ym. 2016; Syrjälä 2016). Koska näiden eläinten pesu onnistui varattua aikaa nopeammin, hoitajat käyttivät ylimääräisen ajan lisäpalveluihin, kuten hierontoihin ja tassujen rasvaukseen, mikä ilahdutti omistajia erityisesti. Tästä alkoi laajemman palvelukokonaisuuden kehitys.

Kaikki ideat eivät osoittautuneet jatkokehittämisen arvoisiksi. Esimerkiksi lemmikin lainaus- ja ulkoilutuspalveluksi suunnitellun idean kohdalla huomattiin, että lemmikin ja omistajan välisen suhteen väliin tulevaan palveluun liittyy suuria vastuukysymyksiä, joihin ei kyetä vastaamaan edes vakuutuksin. Todettiin jopa, että lemmikki itse toimii näillä osa-alueilla usein palveluntarjoajan roolissa, arvon luoja huolehtiessaan omistajansa kunnan ylläpidosta ”personal trainerina” (Kylkilahti ym. 2016). Myös hemmottelupalvelun kohdalla luottamus oli huomioitava – palvelu rakennettiin myymälätiloissa läpinäkyvästi lasiseinien taakse, jolloin omistajat pystyivät halutessaan seuraamaan oman lemmikkinsä hoitokäyntiä.

Miten kuluttajälähtöisyys toteutui hankkeessa? Hankkeessa kuluttajan arjen verkostot (ekosysteemi) vietiin osaksi liiketoimintaekosysteemiä. Kuluttajälähtöisyys palveluiden kehittämisessä tarkoittikin vuoropuhelua ja kuluttajien osallistamista kokeilujen kautta. Tutkimustulokset loivat kuvaa siitä, että ainakin lemmikkialan kuluttajälähtöinen liiketoimintamalli voisi rakentua kuluttajälähtöisen liiketoimintaverkoston tarjoamien mahdollisuuksien tehokkaampaan hyödyntämiseen. Voi ajatella myös, että lemmikkialan kuluttajien osaaminen ja vakava harrastuneisuus voidaan hyödyntää entistä vahvemmin esimerkiksi kehittämällä osallistavia liiketoimintamalleja.

KIRJALLISUUS

- Kylkilahti, E., Syrjälä, H., Autio, J., Kuismin, A. & Autio, M. (2016) Understanding co-consumption between consumers and their pets. *International Journal of Consumer Studies* 40 (1), 125–131.
- Mäkelä, Otto (2015) *Integrating business models and knowledge management*.

Akateeminen väitöskirja. Helsinki: Aalto-yliopisto.

Petnets – Orchestrating networks for better pet services /Verkostojen orkestrointi lemmikkieläinliiketoiminnan kilpailueduksi. Loppuraportti 2015.<http://blogs.helsinki.fi/pet-nets/files/2013/08/PETNETS-Julkinen-loppuraportti-FINAL-2015.pdf>

Syrjälä, Henna (2016) Turning point of transformation: Consumer communities, identity projects and becoming a serious dog hobbyist. *Journal of Business Research* 69 (1), 177–190.

Syrjälä, Henna, Kuismin, Ari, Kylkilahti, Eliisa & Autio, Jaakko (2014) “Aina Tassun parhaaks” Arvon kokeminen lemmikkikulutuksessa. *Kulutustutkimus.Nyt* 8 (1), 22–44.

Rytilahti, P. Rontti, S. & Miettinen, S. (2015) Service design integration with business development: Six Finnish case studies of digital service development. *Journal of Design, Business & Society* 1 (2), 203–219.

TONI RYYNÄNEN

ERITYISISTÄ ELÄMYKSISTÄ TAVALLISEEN ARKEEN – KULUTUKSEEN LIITTYVIEN KOKEMUSTEN LAAJENTUVA TUTKIMUS

Kokemusten merkitykset ja kokemuksellisuus ovat nousseet esiin 2000-luvulla niin tutkimuksen kuin yhteiskunnallisen keskustelun yhteydessä. Lisääntyneen kiinnostuksen syiksi voidaan hahmotella länsimaissa pitkään jatkunutta yksilöllistymiskehitystä, asiakkaiden ja loppukäyttäjien näkemysten korostumista yritysmaailmassa sekä yhteiskuntien kulutuskeskeisyyttä ja kulutuksenkaltaisuuden siirtymistä markkinoilta muille elämänalueille. Kokemustietoa hyödynnetään myös ammattiosaamisen rinnalla ja osittain poliittisessa päätöksenteossakin. Lisäksi digitalisaatio eli digitaaliteknologian lisääntynyt hyödyntäminen arjessa muokkaa ihmisten kokemusmaailmaa: verkossa tapahtuva spontaani mielipiteiden vaihtaminen ja sosiaalinen kanssakäyminen, jakamistalouden ilmiöt, verkkokaupankäynti ja mobiilimaksaminen sekä pelimaailmoissa tapahtuva digitaalinen virtuaalinen kulutus laajentavat hiljalleen ihmisten taloudellista, sosiaalista ja kulttuurista kokemusmaailmaa.

Kokemuksia tarkastellaan lisääntyvästi myös kulutus- ja markkinointitutkimuksessa. Rajaan tarkastelukulmani niin, että esitän ensin lyhyesti ja valikoiden kokemuskäsitteiden määrittelyjä ja kokemuksen tutkimuksen taustoja. Taustoitus on tässä yhteydessä olennaista, sillä kokemusten tutkijoita on kritisoitu usein epämääräisestä kokemuskäsitteiden viljelystä ja tutkimuskohteiden ominaisuuksien puutteellisesta kuvaamisesta. Siirryn sitten pääasiaan eli kokemuksellisen kulutus- ja markkinointitutkimuksen teemojen jäljittämiseen viimeisen 35 vuoden ajalta. Keskeisinä tarkastelusani ovat kulutukseen liittyvien kokemusten tutkimus ja siinä tapahtuneet muutokset.

Rajaus tarkoittaa väistämättä valikointia. Sivuutan tarkoituksella muutamia tutkimusalueita kokonaan (esim. palvelukokemusten tutkimus) ja suuren osan kokemuksiin liittyvistä yksittäisistä ilmiöistä. Esimerkiksi nostalgisten kokemusten tarkastelu ansaitsisi oman katsausartikkelin, sillä ilmiö nousi yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen kohteeksi jo 1970-luvun lopulla (Davis 1979) ja kulutustutkimukseenkin voimakkaasti 1990-luvulta lähtien (esim. Holbrook 1993; Rynnänen ja Heinonen 2018). Lisäksi nostalgiaa tarkastellaan lisääntyvässä määrin talous- ja yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa.

Tarkoituksenani on esittää kulutus- ja markkinointitutkimuksen kehukseen asettava tulkinta, jonka perusteella kokemusten tarkastelua

luonnehtii kolme kehitysvaihetta tai teema-aluetta. 1980-luvun alun tutkimusalueen muotoutumisvaiheen jälkeen teemoiksi ovat vakiintuneet erityisten kokemusten tarkastelu sekä tutkimuskentän laajentuminen muun muassa arkisiin kulutuskokemuksiin. Kuvailen kulutukseen liittyvien kokemusten tutkimuksen etenemistä ja keskeisiä piirteitä lähinnä lähdekirjallisuuden avulla. Pohdin loppuluvussa, mihin kulutukseen liittyvien kokemusten tutkimus voisi olla suuntaamassa. Ennen siirtymistä varsinaiseen aiheeseen, tarkastelen seuraavissa luvuissa lyhyesti kokemusten tutkimisen lähtökohtia, keskeisiä käsitteitä ja erityispiirteitä. Nämä luvut toimivat johdatteluna kokemusten tarkastelemiseen kulutustutkimuksen yhteydessä.

Kokemuksen tutkimuksen lähtökohtia

1700-luvun alkuvuosikymmeniin saakka sanat *kokemus* (engl. experience) ja *koe* tai *testi* (engl. experiment) olivat läheisesti kytköksissä toisiinsa. Niillä viitattiin siihen, kuinka tietoon päädyttiin testaamisen ja havainnoimisen avulla (Williams 1985). Vaikka käsitteiden etymologia juontuu yhdestä latinasta peräisin olevasta kantasanasta *experiri*, testi tai kokeilu, niiden vakiintuneet merkitykset ja nykykäyttö eroavat huomattavasti toisistaan.

Kokemus substantiivina voi viitata sanakirjamääritelmän¹ mukaan viiteen erilaiseen merkitykseen: 1) tiedon saamiseen suoraan tapahtumien havainnoinnin tai niihin osallistumisen kautta tai näiden avulla joko suoraan saatuun tai epäsuorasti yhdistelemällä tuotettuun tietoon, 2) käytännön tietoon, taitoon tai toimintatapaan, joka on peräisin suorasta havainnoinnista tai osallistumisesta tapahtumiin tai tällaisen osallistumisen ajallinen kesto, 3) tiedostettuihin tapahtumiin, jotka muodostavat yksilön elämän tai tapahtumat, jotka muodostavat yhteisön, kansakunnan tai ihmiskunnan tiedostetun menneisyyden, 4) johonkin henkilökohtaisesti kohdattuun, läpikäytyyn tai elettyyn, ja 5) välittömään toimintaan tai prosessiin, jossa tapahtumien tai todellisuuden havaitseminen tai aistiminen tapahtuu.

Jokainen edellä mainituista määrittelyistä viittaa erilaisiin asioihin. Kokemuksen tarkastelun haasteellisuutta lisää edelleen se, että käsite voidaan ymmärtää "substantiivina tai verbinä ja sitä on käytetty vaihtelevasti kokemusprosessin kuvaamisena, toimintaan osallistumisena, vaikutuksena tai tapana jolla esine, ajatus tai tunne välittyy aistien tai mielen avulla, ja jopa kokemisen lopputuloksena kuten esimerkiksi oppimisena tai taidon karttumisena" (Tynan ja McKechnie 2009: 502–503). Lisäksi osa yleisistä kokemuksen määritelmistä viittaa parhaillaan tapahtuviin havaintoihin, aistimuksiin ja tunteisiin, kun taas toisin painottuneissa määritelmissä korostetaan karttunutta kokemustietoa sekä menneisyydessä tapahtuneita ja siten muisteltuja kokemuksia (Schmitt 2010).

¹ "Experience". Merriam-Webster.com. Luettu 9.2.2018. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/experience>. Suomennokset ovat kirjoittajan.

Kokemuksen tutkijan olisikin syytä ottaa kantaa siihen, millaista kokemusta hän tutkii. Peruskäsitteistön määrittelyn lisäksi kokemustutkimuksen lähtökohtana on tarkasteltavan ilmiön ja sen ominaisuuksien hahmottelu. Kokemuksia pidetään tyypillisesti aitoina ja psykologisesti tosina kokijalleen: kukin kokee itsensä ja ympäristönsä autenttisesti omalla tavallaan. Kuluttajat ovat oman elämänsä asiantuntijoita. Sen sijaan kokemusten ja niiden pohjalta karttuvan arkitiedon suhde muiden ihmisten vastaaviin kokemuksiin tai tutkittuun ja tieteelliseen tietoon on usein ongelmallinen. Kokemukset liittyvät jokapäiväisiin tai toistuviin tapahtumiin, niitä pidetään itsestään selvinä, muiden ajatellaan kokevan samoin ja koettu liittyy läheisesti kokijan läheiseen elämänpiiriin. Kokemukset rakentuvat myös aiemmin koetulle. Koetun sattumanvaraisetkin kytkökset muodostavat yksilöllisen kokemustiedon, joka taas eroaa laadultaan sekä asiantuntija- että tutkimustiedosta. Esimerkki tällaisesta keskustelusta on yksilölle omasta mielestään sopiva ruokavalio ja ravinnon rasvojen käyttäminen suhteessa väestötason ravitsemussuosituksiin (esim. Syrjäläinen ym. 2016).

Kokemuksia on lähestytty useista tieteenaloista käsin, mikä on johtanut alakohtaisten osatekijöiden korostumiseen. Esimerkiksi psykologiassa korostuu usein yksilö ja hänen elämäkokemuksensa, kun taas kulttuurintutkimukselle tyypillinen lähestymistapa ottaa jaetut ja kollektiiviset tapahtumat kokemusten tarkastelun lähtökohdiksi. Hedelmällisintä lienee tarkastella kokemusten holistisuutta eli niiden kokonaisvaltaisuutta: yksilö on kiistaton kokija, mutta kokemukset ovat tyypillisesti monitasoisia ja jakamattomia kokonaisuuksia. Yhteiskuntatieteissä kokemusten tutkiminen on keskeistä, sillä koetun tieteellinen tarkastelu avaa muihin tiedontyyppeihin verrattuna laadullisesti erilaisen ja siten lähtökohtaisesti arvokkaan näkymän ihmisten arkeen heidän omasta näkökulmastaan.

Kokemusten tutkimusta määrittäviä piirteitä

Edellä sivusin valikoiden kokemuksen erilaisia määrittelyjä ja sitä, millaisena ilmiönä kokemuksia tyypillisesti pidetään. Tässä luvussa kiinnitän lyhyesti huomiota siihen, miten kokemukset suhteutuvat niitä kehystäviin tapahtumiin ja millaisia haasteita esiintyy kokemusta kuvaaviin tutkimusaineistoihin.

Kokemusten tutkimuksessa erotetaan tyypillisesti *tapahtumat* (engl. events) ja asiat, jotka tapahtuvat ihmisille eli *kokemukset* (engl. experiences, ks. Carú & Cova 2008). Näin määriteltynä kokemukseen liittyy tunteen intensiteetti sekä kehystäminen, joka muokkaa tapahtuman raportoitavaksi tarinaksi; yksittäisistä kokemuksista muodostuvaksi kokemusten virraksi.

Tutkimuksen tekemisen näkökulmasta korostetaan vain harvoin, että parhaillaan koettua on hankala ja ehkäpä mahdotontakin saavuttaa sellaisenaan tai vangita tutkittavaksi: kokemuksilla on taipumuksena pirstaloitua, kun kokija yrittää niitä aktiivisesti pohtia kokemisen hetkellä.

Myös toisten ihmisten kokemusten havainnoiminen on mahdotonta sellaisena kuin ne kokijalleen esiintyvät. Tästä johtuen kuluttamiseen liittyvien kokemusten parempaan ymmärtämiseen tähtäävät tutkimusaineistot sekä niiden keräämis- ja analysoimismenetelmät ovat suurelta osin laadullisia (Carù ym. 2014). Tämä tarkoittaa lisäksi sitä, että käytännössä kaikki kokemuksiin liittyvät tutkimusaineistot ovat jotenkin välittyneitä tai tallennettuja. Lisäksi tarkastellut kokemukset ovat pääosin muisteltuja kokemuksia. Eleytetyt kokemukset täytyy ensin rakentaa, tulkita ja sanoittaa sekä viestiä muille.

Vaikka kokemuksia on kuvattu ainutlaatuisina ja yksilöllisinä, ne muokkautuvat ulkoisen fyysisen ympäristön, sosiaalisen vuorovaikutuksen ja koetun tapahtuman erityispiirteiden vuorovaikutuksessa (Carbone ja Haeckel 1994; Walls ym. 2011a; 2011b). Esitetyn perusteella kulutukseen liittyviä kokemuksia voidaan luonnehtia yksilöllisiksi tuntemuksiksi, jotka rakentuvat havaintojen perusteella ja joihin vaikuttavat kulttuurisesti määrittävät merkitykset, fyysiset ympäristöt, sosiaaliset kohtaamiset ja koetun tapahtuman erityisyydet sekä yksilölliset mieltymykset. Kokemusten monimutkaisuutta lisää vielä niiden ajallisuus ja kasautuvuus: aiemmat kokemukset muokkaavat osittain myös tulevia kokemuksia.

Kulutukseen liittyvät kokemukset, kuluttajakokemus ja kulutuskokemus

Edellä mainitut kokemusten määrittelyt ja erityispiirteet pätevät yleisesti kokemusten tutkimisessa, mutta erityistieteet tuovat mukanaan niille tyypilliset ilmiöt, ongelman asettelut ja tutkimuskysymykset rajauksineen. Kulutus- ja markkinointitutkimuksessa tarkastellut kokemukset on rajattu kiinteästi kulutustapahtumien yhteyteen. Kulutukseen liittyviä kokemuksia on jaoteltu muun muassa neljään kategoriaan, joita ovat perhe-, ystävyys-, kansalaisuus- ja markkinakokemukset (Edgell & Hetherington 1997). Ajallisesti etenevän kulutusprosessin mukaan tehty kokemusten jaottelu hyödyntää erilaista logiikkaa ja erottelee ennen kuluttamista tapahtuvat kokemukset, ostohetken kokemukset, ydinkulutuskokemukset ja muistellut tai nostalgiset kokemukset (Arnould ym. 2002).

Edellä mainittujen jaottelujen pohjalta on ehdotettu kaksiosaista jakoa *kulutuskokemuksiin* (engl. consumption experiences) ja *kuluttajakokemuksiin* (engl. consumer experiences), joista ensimmäinen liittyy vastavuoroisiin suhteisiin ja toimintaan markkinoiden ulkopuolella, kun taas jälkimmäinen viittaa pääasiassa markkinoilla tapahtuviin tilanteisiin ja markkinatoimijan roolissa koettuun (Carù & Cova 2003). Ensimmäinen käsitteistä on laajempi kattaen laajan skaalan toimintoja ja vaiheita esimerkiksi tuotteiden kuljettamisesta varastoitumiseen ja käyttämiseen, kun taas jälkimmäinen on varattu lähinnä osto-, maksu- ja palvelutilanteisiin liittyville kokemuksille. Usein kokemusta käytetään yleiskäsitteenä, eikä sitä määritellä tarkemmin kulutus- ja markkinointitutkimuksen yhteydessä. Olen käyttänyt tähän

saakka yleisenä käsitteenä termiä *kulutukseen liittyvä kokemus*, joka sisältää kulutus- ja kuluttajakokemukset.

Kirjallisuudessa on lisäksi eroteltu *rakeiset* (engl. granular) ja *yhtenäiset* (engl. coherent) kulutukseen liittyvät kokemukset (Carú & Cova 2008). Perustuen Michael Bambergin (2006) ajatteluun Carú ja Cova (2008) ehdottavat, että yksittäisistä tapahtumista kerättyjä havainnointiaineistoja voidaan hyödyntää rakeisten tai yksittäisten ja irrallisten kokemusten kuvaamisessa ja pienten tarinoiden rakentamisessa havainnoijan näkökulmasta. Itsehavainnointi on taas hyödyllinen lähestymistapa koostettaessa jatkuvista ja yhtenäisistä kokemusten sarjoista isoja tarinoita, jotka paljastavat kulutuskokemusten jatkumoa kokijan omakohtaisesta näkökulmasta käsin. Rakeisten kokemusten tarkastelu perustuu siten meneillään olevien tapahtumien havainnointiin, kun taas yhtenäiset kokemukset henkilökohtaisesti elettyjen kokemusten pohdiskeluun ja omaelämäkerrallisiin selontekoihin. *Syventyminen* (engl. immersion) on puolestaan prosessi, jolla kuluttajien väitetään saavuttavan kokemukset (Carú & Cova 2003; 2006; 2007b; Firat & Dholakia 1998). Se voi olla täydellistä ja välitöntä tai osittaista ja vähitellen kehittyvää.

Kulutukseen liittyvät kokemukset ja tutkimuksen alkutaival

Edellisessä luvussa esittelin muutamia käsitteitä, joilla kokemuksia on lähestytty kulutus- ja markkinointitutkimuksen piirissä. Kokemusten tutkimus ei kuitenkaan alkanut käsitteiden määrittelyllä näissä erityistieteissä. Rajaukset ovat poikkeuksetta karkeita luokitteluja, mutta kulutus- ja markkinointitutkimuksen kentällä on kohtuullisen jaettu yhteisnäkemyksien tutkimisen alkutaipaleesta. Kokemusten muotoutuminen tutkimusteemaksi ajoitetaan 1980-luvun alkuvuosiin (Holbrook 1995; 2006; Holbrook & Hirschman 1982; Hirschman & Holbrook 1982; myös Addis & Holbrook 2001; Carú & Cova 2007a).

Alan tutkimuksissa viitataan erityisesti Holbrookin ja Hirschmanin artikkeliin vuodelta 1982, jossa tutkijat nostavat esiin kokemuksellisuuden ja erityisesti fantasiat, tunteet ja kulutukseen liittyvän hauskanpidon olennaisena merkityksiä luovana toimintana. Tarpeiden tyydyttämisen lisäksi haluilla koettiin olevan tärkeä rooli kulutusyhteiskuntia muokkaavina tekijöinä. Samaan aikaan aineettoman arvonaluonnin ja palveluiden osuus kasvoi kansantaloudessa nopeammin kuin perinteisten fyysisten hyödykkeiden.

Holbrook (1995; 2006) myöntää myöhemmin, että se minkä he luulivat olevan täysin uusi lähestymistapa, olikin taloustieteellisissä keskusteluissa 1950-luvulta lähtien käsitelty teema. Esimerkiksi Sidney Levy ehdotti jo vuonna 1959, että kuluttajat hankkivat tavaroiden tuottaman hyödyn lisäksi symbolisia merkityksiä. Kulutukseen liittyvien merkitysten tarkastelussa kokemuksilla on sittemmin havaittu olevan keskeinen rooli.

Tunteiden merkitysten tutkimus ja tulkinnallisten menetelmien soveltaminen kokemuksellisen näkökulman ohessa lisääntyi 1980-luvulla (Jantzen ym. 2012; Thompson ym. 2013). Kulutuksen kokemuksellisuuden nousu tutkimuskohteeksi voidaan tulkita myös kritiikiksi ja vastareaktioksikin kuluttajakäyttäytymisen tarkastelussa tuolloin vallinnutta rationaalista ja tiedonprosessointia korostanutta tutkimusparadigmaa kohtaan. Kulutustutkimus laajentui 1980-luvulla tarkastelemaan uusia ilmiöitä, joihin 1950-luvulta lähtien tutkimuskenttää hallinneet lähestymistavat menetelmiseen eivät pystyneet vastaamaan tyydyttävästi.

Jos 1980-luvun alkua luonnehti muotoutumisvaihe ja symbolinen irtiotto tuolloin vallinneesta kulutustutkimuksen paradigmasta ja menetelmistä kohti tulkinnallisempia lähestymistapoja, vuosikymmenen lopussa peräänkuulutettiin vaihtoehtoisia tutkimustapoja, kuten eksistentiaalis-fenomenologista lähestymistä (Thompson ym. 1989) kulutuskokemusten tutkimiseen. Lisäksi tutkimusteemojen tasolla tehtiin erotteluja muun muassa pyhään ja arkipäiväiseen kulutukseen (Belk ym. 1989). Tutkimusten painopiste siirtyi hiljalleen erityisten kokemusten tutkimiseen, joihin liittyviä teemoja tarkastelen seuraavassa luvussa.

Kulutukseen liittyvät erityiset kokemukset

Yksi historiallinen tulkinta kokemusten jakautumisesta tavallisiin ja erityisiin voidaan jäljittää filosofi Wilhelm Diltheyn ajatteluun. Hänen käsitteensä *pelkkä kokemus* (engl. mere experience, 1976[1914]) viittaa tavalliseen, kun taas *kokemus* (engl. an experience) erityiseen. Diltheyläinen kokemus viittaa siten kahteen suuntaan: rutiiniin ja sen rikkoutumiseen. Antropologi Roger Abrahams (1986, myös Throop 2003) rakentaa kokemuskäsitettään filosofi John Deweyn (1934) työn pohjalle. Hän ehdottaa, että jatkuva kokemusten virta saattaa ajoittain tiivistyä erityiseksi kokemukseksi. Tästä näkökulmasta pelkkä kokemus viittaa rutiineihin, jatkuvaan virtaan tavallisia, päivittäisiä ja taustalla olevia kokemuksia. Kokemus tai erityinen kokemus on taas jotakin, joka kasvaa intensiiviseksi, työntyy tietoisuuden etualalle, on erityistä ja siksi suunniteltua ja odotettua (Abrahams 1986).

Samansuuntaista ajattelua on havaittavissa muun muassa antropologi Victor Turnerin (1969) käsitteissä struktuuri (tavallinen) ja antistruktuuri (erityinen). Kaikille edellä esitetyille käsitteille yhteistä on, että ne viittaavat joko tavallisiin tai erityisiin kokemuksiin. Kokemisen kuvaamiselle on tyypillistä tietoisesta havaitsemisesta tai aistimisesta jatkuva virta, jossa tavallinen ja tuttu vallitsee, mutta josta voi muodostua yllättäen erityistä. Kokemuksiin liittyvissä pohdinnoissa on päädytty usein kaksijakoiseen määritelmään, jossa kokeminen on jatkuvaa ja tiedostettua neutraalia kokemusten virtaa tai sitten jotakin erityistä, tiivistynyttä ja poikkeuksellista. Kokemukset ovat siten joko tavallisia tai erityisiä, eivät samanaikaisesti molempia tai jotain muuta.

Erityisten kokemusten tarkastelu on ollut yleistä erityisesti markkinoinnin alan akateemisessa tutkimuksessa, vaikka vain murto-osa kulutukseen liittyvistä kokemuksista voidaan luokitella erityisiksi. *Erityiset kokemukset* (engl. extraordinary experiences) viittaavat markkinointitutkimuksessa rutiinia ja tavallista kokemusten virtaa rikkoviin, kokijaa itseään tai hänen identiteettiä uudelleen määritteleviin *ilmestyksellisen kaltaisiin kokemuksiin* (engl. epiphanic experiences, Denzin 1992) ja *poikkeuksellisiin tai yliaistillisiin* (engl. transcendental) kulutuskokemuksiin, joita on tarkasteltu esimerkiksi koskenlaskemiseen (Arnould & Price 1993; Arnould ym. 1999), laskuvarjohyppäämiseen (Celsi ym. 1993; Loeffler 2004), moottoripyöräilyyn (Schouten & McAlexander 1995; Murphy & Patterson 2011) sekä vaeltamiseen (Ladwein 2007) liittyen.

Erityisiin kokemuksiin voidaan yleisellä tasolla lukea myös *korkean riskin kokemukset* (engl. high risk tai extreme experiences, Celsi ym. 1993; Murphy & Patterson 2011), mukaansatempaavat ja usein uskonnollisiakin piirteitä saavat *huippukokemukset* (engl. peak experiences, Maslow 1964; Privette 1983) tai *optimaaliset kokemukset* (engl. flow experiences, Csikszentmihalyi 1990; 1997). Myös poikkeuksellisen kielteiset eli niin sanotut *aallonpohjakokemukset* (engl. nadir experiences, Thorne 1963; Stagg 2014) lukeutuvat tähän erityisten kokemusten kategoriaan.

Tutkimuksissa on havaittu, että erityisillä kokemuksilla on yhtenäisiä piirteitä. Näitä ovat muun muassa voimakkaat tunteet, nautinnollisuus, henkilökohtaisten rajojen testaaminen sekä mahdollisuus muutokseen, uudistumiseen ja henkilökohtaiseen kasvuun. Lisäksi yhteisöllisyyden ja toveruuden tunne sekä jakamaton keskittyminen, jota määrittelee tekemisen vaivattomuus ja soljuminen ovat erityisiä kulutukseen liittyviä kokemuksia yhdistäviä piirteitä. Myös voimakkaan harmonian sekä luonnon tai elinympäristön kanssa sulautumisen tuntemuksia on raportoitu edellä mainituissa tutkimuksissa. Tällaisia kokemuksia välittävät kulutustapahtumat ovat lähes poikkeuksetta erityisiä ja ne tapahtuvat rutiininomaisen perusarjen ulkopuolella. Lisäksi nämä kokemukset ovat erityisyydessään mieleenpainuvia, helposti muistettavia ajan kuluttua ja siten otollisia tutkimusaineistojen saatavuuden kannalta.

Viimeaikaisissa erityisiä kokemuksia käsittelevissä tutkimuksissa on havaittu osittainen ristiriita yhteisöllisyyden ja yksilöllisten tavoitteiden välillä: nämä tavoitteet eivät ole yksioikoisen helposti saavutettavissa yhtäaikaisesti. Tutkimukset ovat osittain kyseenalaistaneet yhteisöllisyyteen ja kuluttajan henkilökohtaiseen muuttumiseen liittyvää kokemuksellisuutta erityisesti sellaisten tapahtumien kuten vuorikiipeilyn (Tumbat & Belk 2011), kanoottiretkeilyn (Lindberg & Østergaard 2015) ja arktisen seikkailumatkailun (Lindberg & Eide 2016) yhteyksissä. Näyttääkin siltä, että kulutukseen liittyvät erityiset kokemukset jakautuvat karkeasti kahteen luokkaan: yhteisöllisyyteen painottuviin ja yksilöllisyyttä korostaviin. Tutkimuksen arvoista voisi olla selvittää, onko olemassa tilanteita tai tapauksia, joissa esiintyy näihin molempiin liittyviä kokemuksia.

Kokemustutkimuksen laajentuminen ja arkiset kokemukset

Edellisessä luvussa käsitellyt erityiset kokemukset ilmaantuivat kulutus- ja markkinointitutkimukseen 1990-luvun alkuvuosina. Vuosituhannen vaihteen molemmin puolin kokemukseen liittyvät keskustelut laajenivat edelleen. Tämä tapahtui muun muassa konsulttikirjallisuuden esittelemän *kokemustalouden* (engl. experience economy, Pine & Gilmore 1998; 1999; myös Poulsson & Kale 2004) ja tutkimuksessa *kokemuksellisen markkinoinnin* (engl. experiential marketing, Schmitt 1999; 2003) suuntiin.

Lisäksi tieteellisissä keskusteluissa esiteltiin uusia näkökulmia liittämällä kokemuksen käsite soveltuviin ja rajattuihin yhteyksiin. Tällaisia ovat esimerkiksi *tuotekokemukset* (engl. product experiences, Desmet & Hekkert 2007), *brändikokemukset* (engl. brand experiences, Brakus ym. 2009) tai *messukokemukset* (engl. trade fair experiences, Ahola 2012; Ryyänen & Heinonen tulossa). Edellä mainittujen käsitteiden yhteydessä ei juurikaan ole pohdittu sitä, onko ihmisillä leimallisesti ominaisuuksiltaan erotettavissa olevia palvelu-, brändi- tai tuotekokemuksia. Toisesta näkökulmasta voitaisiin väittää kuluttajilla olevan vain kokemuksia, jotka sitten liittyvät erilaisiin tilanteisiin ja tapahtumiin. Joka tapauksessa kokemuskäsitteistön laajentuminen voidaan tulkita merkiksi siitä, että vajaassa 30 vuodessa aihealue ilmiiöineen vakiintui uuden ja marginaalisen ilmiiön tarkastelusta osaksi valtavirtaista kulutus- ja markkinointitutkimusta.

Useat 2000-luvulla laaditut katsausartikkelit osoittavat, että kuluttamiseen liittyviä kokemuksia on tarkasteltu erilaisista ilmiiöistä ja teoreettisista näkökulmista käsin (Schmitt 2010; Schmitt & Zarantonello 2013; Tynan & McKechnie 2009). Viimeisimpiin käännteisiin liittyy myös se, että arkisiin tapahtumiin ja tavallisiin tuotteisiin liittyvät kokemukset ovat nousseet kiinnostuksen kohteiksi. Esimerkiksi suklaan (Zarantonello & Luomala 2011) ja pastan kuluttajakokemuksia (Dalli & Romani 2007) sekä syömisen käytäntöihin (Autio ym. 2013; Kauppinen-Räisänen ym. 2013) ja pakkauksiin (Underwood 2003; Ryyänen & Rusko 2015; Ryyänen ym. 2016) liittyviä kokemuksia on tutkittu. Lisäksi ”näkymättömien” brändien kulutus (Coupland 2005) ja kodin sotkuisuus (Dion ym. 2014) ovat yleisiä esimerkkejä arkista kokemusmaailmaa jäsentävistä tutkimuksista.

Edellä mainittuja tutkimuksia yhdistävät tuotteet tai ilmiiöt, joita ei tyypillisesti ole yhdistetty intensiiviseen kokemuksellisuuteen. Sen sijaan niihin liittyvät kokemusten yksityiskohtaiset analyysit päivittäisistä sosiaalisista tapahtumista ja niihin liittyvistä paikoista, kulutuskäytännöistä ja arkeen kiertyvistä merkityksistä. Olennaista tässäkin yhteydessä on kokemusten erottaminen tapahtumista: tavalliset tilanteet voivat myös tuottaa erityisiä kokemuksia sekä toisinpäin eli aluksi erityisenä koetut tilanteet rutinoituvat jatkuessaan. Arkisista kokemuksista on muodostunut tutkimuksen arvoisia itsessään. Valtaosa kulutukseen liittyvistä kokemuksista on luonteeltaan arkista, näkymätöntä ja siten tavallista.

Kokemusten tutkimuksessa esiintyy myös lisääntyvästi kriittisiä ääniä. Nämä liittyvät kokemusten tutkimuksen lähtökohtien ja teoreettisten

näkökulmien uudelleen arviointeihin ja käytettyjen käsitteiden selkeyttämiseen (Carú & Cova 2003; 2008; Husemann ym. 2016; Lanier ja Rader 2015; Lindberg & Eide 2016; Lindberg & Østergaard 2015; Ryyänen ym. 2016; Schmitt & Zarantonello 2013; Tumbat & Belk 2011; 2013; Tung & Ritchie 2011; Walls ym. 2011a). Lisäksi tilannetekijöiden merkitystä on selvästi korostettu kulutuskokemuksia tarkastelevissa tutkimuksissa 2010-luvulta lähtien (Askegaard & Linnet 2011; Lindberg & Eide 2016; Lindberg & Østergaard 2015; Walls ym. 2011a; 2011b). Tapauskohtaisten kulutustilanteiden on havaittu ohjaavan ja määrittävät kokemuksia huomattavasti aikaisemmin arvioitua enemmän.

Tavallinen-erityinen -jaon ylittävälle teoreettisille kehittelyille voisi olla tilausta, sillä tilanteisiin sidottujen ja ajallisesti merkityksellisten kokemusten tarkastelu tarjoaa mahdollisuuksia uusille tutkimusavauksille ja ennakkoluulottomille lähestymistavoille.

Johtopäätökset

Tarkastelin artikkelissani kokemuskäsitteistön määrittelyjä ja jäljitin valikoiden kulutukseen liittyvien kokemusten tutkimusta reilun 35 vuoden ajalta. Kokemuskäsitteistö on laaja ja sitä on myös hyödynnetty erilaisten kokemuksellisten ilmiöiden tarkasteluissa. Kokemuksilla viitataan pääasiassa muisteltuihin kokemuksiin. Tieteenaloilla on myös selkeitä painopiste-eroja kokemusten määrittelyissä ja lähestymistavoissa: erityistieteissä käsitteistöä on laajennettu kattamaan alakohtaisia ilmiöitä, kuten nostalgiaa tai erityisiä kokemuksia. Määrittelyjen osalta on esitetty myös kritiikkiä. Tutkimuksissa kokemukset otetaan usein annettuina ja niitä ei eritellä. Useissa tapauksissa kokemuksen voisi korvata muun muassa käsitteillä mielikuva, havainto, tuntemus tai muisto.

Kulutus- ja markkinointitutkimuksen aloilla tunnutaan olevan suhteellisen yksimielisiä kokemuksellisten teemojen ilmaantumista ja niihin liittyvästä tutkimusparadigman muutoksesta 1980-luvun alussa. Sen jälkeen kokemusten tarkastelu on ollut liikkeessä: muotoutumisvaihetta seurasivat erityisiin kokemuksiin liittyvät tutkimusteemat ja edelleen kokemustutkimuksen laajentuminen muun muassa arkisten kokemusten tarkastelemiseen.

Edellä esitetty jaottelu kokemuksellisiin tutkimusteemoihin on karkea ja jättää siten huomioimatta yksittäisiä tutkimuksia. Taustasta hahmottuu kuitenkin kuva erilaisista painopisteistä kulutukseen liittyvien kokemusten tarkastelussa. Taaksepäin katsottuna kokemuksellisuus näyttäytyy itsestään selvältä ilmiöltä kulutustutkimuksen yhteydessä, mutta sitä se ei ollut vielä 1980-luvun alussa. Tuolloin tutkimusalaa hallitsevien teemojen ohessa kiinnitettiin huomiota myös kuluttajien mielikuviin, fantasioihin ja tunteisiin.

Kulutustutkimuksen ongelman asetteluissa esiintyy edelleen perustavaa laatua oleva jako, jossa erotellaan tavallisten kokemusten arkinen virta ja siitä tiivistyneet erityiset kokemukset. Lisäksi erotellaan kulutukseen liittyvät

kokemukset ja niitä kehystävät kulutustapahtumat. Erityisiä kulutukseen liittyviä kokemuksia on tarkasteltu kirjallisuuden mukaan eniten. Samankaltaisina toistuvat arkiset kulutustilanteet ovat todennäköisesti vähäisemmässä määrin tutkittu teema-alue siitakin huolimatta, että niihin liittyviä kokemuksia on määrällisesti eniten. Arkiset ja rutinoituneet kokemukset ovat tutkimuksen näkökulmasta mielenkiintoisia jo siksi, että ”tavalliseksi” luokitteluun liittyy aina jonkinlainen taustalla toimiva merkitysjärjestelmä.

Kulutustapahtumat ja niihin liittyvien kokemusten ajallinen kesto on myös usein sivuutettu tekijä. Tutkimuksissa on tarkasteltu pääasiassa yksittäisiä ihmisten kuvaamia kokemuksia. Pitkäkestoiset kulutustapahtumat, kuten matkailu-, messu- ja erilaiset kulttuuripalvelukokemukset musiikkikonserteista museovierailuihin sisältävät tyypillisesti sarjan kokemuksia, jotka voivat vaihdella runsaastikin tavallisen ja erityisen välillä. Esimerkiksi syvänmeren sukellusmatkaa saatettaisiin lähestyä erityisenä kulutustapahtumana, joka siten tuottaa erityisiä kulutuskokemuksia. On kuitenkin epätodennäköistä, että koko matka-aika olisi keskeytymätön ketju uskomattomia ja ikimuistoisia kokemuksia. Tällainen erityisten kokemusten jatkuva sarja olisi psyykkisesti ja henkisesti kuormittavaa. Ihmisille on luontaista turvautua rutiineihin ja hyödyntää peukalosääntöjä koetun elämän yksinkertaistamiseen. Käänteisesti arjessa ostoksilla käymisen soljuva rutiini saattaa joskus tiivistyä erityiseksi ja muistettavaksi kokemukseksi, jolloin keskeistä on niin ikään ostotapahtuman aikana kohdattujen kokemusten ketjuuntuminen ja vaihtelu. Nämä ovat esimerkkejä teemoista, joita kuluttamiseen liittyvien kokemusten tutkimus ei vielä toistaiseksi ole juurikaan tarkastellut.

Kulutukseen liittyvien kokemusten viimeaikainen tutkimus on laajentunut niin laadullisesti kuin määrällisestikin. Näyttää siltä, että kokemusten tarkastelu on vakiintunut osaksi kulutus- ja markkinointitutkimusta. Lisäksi digitalisaation kaltaiset ilmiöt tuottavat jatkuvasti uusia tutkimuskohteita kokemusten tutkijoille. Kokemustutkimus ei kehity ainoastaan laajentumalla uusiin ilmiöihin, vaan tutkijat näyttäisivät arvioivan kriittisesti myös alan historiaa ja aiemmin esitettyjä tutkimustuloksia.

Kirjoittaja työskentelee vanhempana tutkijana Helsingin yliopiston Ruralia-instituutissa. Hän on julkaissut professori Visa Heinosen kanssa muun muassa kuluttajien pakkauskokemuksista ja nostalgisista kulutuskokemuksista.

LÄHTEET

Abrahams, Roger (1986) Ordinary and extraordinary experience. In Turner, V. & Bruner, E. (eds.) *The Anthropology of Experience*. Chicago (IL): University of Illinois Press, 45–72.

- Addis, Michaela & Holbrook, Morris (2001) On the conceptual link between mass customisation and experiential consumption: an explosion of subjectivity. *Journal of Consumer Behaviour* 1 (1), 50–66.
- Ahola, Eeva-Katri (2012) Towards an understanding of the role of trade fairs as facilitators of consumer creativity. *Journal of Marketing Communications* 18 (5), 321–333.
- Arnould, Eric, Price, Linda & Otnes, Cele (1999) Making magic consumption: a study of white-water river rafting. *Journal of Contemporary Ethnography* 28 (1), 33–68.
- Arnould, Eric, Price, Linda & Zinkhan, George (2002) *Consumers*. New York (NY): McGraw-Hill.
- Arnould, Eric & Price, Linda (1993) Rivermagic: extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research* 20 (1), 24–45.
- Askegaard, Søren & Linnet, Jeppe (2011) Towards an epistemology of consumer culture theory: Phenomenology and the context of context. *Marketing Theory* 11 (4), 381–404.
- Autio, Minna, Collins, Rebecca, Wahlen, Stefan & Anttila, Marika (2013) Consuming nostalgia? The appreciation of authenticity in local food production. *International Journal of Consumer Studies* 37 (5), 1–5.
- Bamberg, Michael (2006) Stories: big or small: why do we care? *Narrative Inquiry* 16 (1), 139–147.
- Belk, Russell, Wallendorf, Melanie & Sherry, John Jr (1989) The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: Theodicy on the Odyssey. *The Journal of Consumer Research* 16 (1), 1–38.
- Brakus, Joško, Schmitt, Bernd & Zarantonello, Lia (2009) Brand experience: what is it? How measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing* 73 (3), 52–68.
- Carbone, Lewis & Haeckel, Stephan (1994) Engineering Customer Experiences. *Marketing Management* 3 (3), 8–19.
- Carú, Antonella & Cova, Bernard (2003) Revisiting consumption experience: a more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory* 3 (2), 267–286.
- Carù, Antonella & Cova, Bernard (2006) How to facilitate immersion in a consumption experience: Appropriation operations and service elements. *Journal of Consumer Behaviour* 5 (1), 4–14.
- Carù, Antonella & Cova, Bernard (2007a) Consuming experience: An introduction. In Carú, A. & Cova, B. (eds.) *Consuming experience*. London: Routledge, 3–16.
- Carù, Antonella & Cova, Bernard (2007b) Consumer immersion in an experiential context. In Carú, A. & Cova, B. (eds.) *Consuming experience*. London: Routledge, 34–47.
- Carù, Antonella & Cova, Bernard (2008) Small versus big stories in framing consumption experiences. *Qualitative Market Research: An International Journal* 11 (2), 166–176.
- Carù, Antonella, Cova, Bernard & Pace, Stefano (2014) Combining qualitative methods in practice: A contextualized account of the evolution of consumer studies. *Management Decision* 52 (4), 777–793.
- Celsi, Richard, Rose, Randall & Leigh, Thomas (1993) An exploration of high-risk leisure consumption through sky diving. *Journal of Consumer Research* 20 (1), 1–23.

- Coupland, Jennifer (2005) Invisible Brands: An Ethnography of Households and the Brands in Their Kitchen Pantries. *Journal of Consumer Research* 32 (1), 106–118,
- Csikszentmihalyi, Mihály (1990) *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York (NY): Harper & Row.
- Csikszentmihalyi, Mihály (1997) *Finding Flow: The Psychology of Engagement with Everyday Life*. New York (NY): Perseus Book.
- Dalli, Daniele & Romani, Simona (2007) Consumption experiences and product meanings: pasta for young Italian consumers. In Carú, A. & Cova, B. (eds.) *Consuming Experience*. London: Routledge, 65–78.
- Davis, Fred (1979) *Yearning for Yesterday. A Sociology of Nostalgia*. New York (NY): The Free Press.
- Denzin, Norman (1992) *Symbolic Interactionism and Cultural Studies: The Politics of Interpretation*. Cambridge (MA): Blackwell.
- Desmet, Pieter & Hekkert, Paul (2007) Framework of product experience. *International Journal of Design* 1 (1), 57–66.
- Dewey, John (1934) *Art as Experience*. New York (NY): Capricorn Books.
- Dilthey, Wilhelm (1976[1914]) *Selected Writings*. Edited, translated and introduced by Rickman, H.P. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dion, Delphine, Sabri, Ouidade & Guillard, Valérie (2014) Home Sweet Messy Homes: Managing Symbolic Pollution. *Journal of Consumer Research* 41 (3), 565–589.
- Edgell, Stephen & Hetherington, Kevin (1997) Introduction: Consumption Matters. In Edgell, S., Hetherington, K. & Warde, A. (eds.) *Consumption Matters: The Production and Experience of Consumption*. Oxford: Blackwell, 1–8.
- Firat, Fuat & Dholakia, Nikhilesh (1998) *Consuming People: From Political Economy to Theatres of Consumption*. London: Routledge.
- Hirschman, Elizabeth & Holbrook, Morris (1982) Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing* 46 (3), 92–101.
- Holbrook, Morris (1993) Nostalgia and consumption preferences: some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research* 20 (2), 245–256.
- Holbrook, Morris (1995) *Consumer Research: Introspective Essays on the Study of Consumption*. Thousand Oaks (CA): Sage.
- Holbrook, Morris (2006) Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: an illustrative photographic essay. *Journal of Business Research* 59 (6), 714–725.
- Holbrook, Morris & Hirschman, Elizabeth (1982) The experiential aspects of consumption: consumer fantasy, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research* 9 (2), 132–140.
- Husemann, Katharina, Eckhardt, Giana, Grohs, Reinhard & Saceanu, Raluca (2016) The dynamic interplay between structure, anastructure and antistructure in extraordinary experiences. *Journal of Business Research* 69 (9), 3361–3370.
- Jantzen, Christian, Fitchett, James, Østergaard, Per & Vetner, Mikael (2012) Just for fun? The emotional regime of experiential consumption. *Marketing Theory* 12 (2), 137–154.
- Kauppinen-Räsänen, Hannele, Gummerus, Johanna & Lehtola, Katariina (2013) Remembered eating experiences described by the self, place, food, context and time. *British Food Journal* 115 (5), 666–685.

- Ladwein, Richard (2007) Consumption experience, self-narrative, and self-identity: the example of trekking. In Carú, A. & Cova, B. (eds.) *Consuming Experience*. London: Routledge, 95–108.
- Lanier, Clinton Jr. & Rader, Scott (2015) Consumption experience: An expanded view. *Marketing Theory* 15 (4), 487–508.
- Levy, Sidney (1959) Symbols for Sale. *Harvard Business Review* 37 (4), 117–124.
- Lindberg, Frank & Østergaard, Per (2015) Extraordinary consumer experiences: Why immersion and transformation cause trouble. *Journal of Consumer Behaviour* 14 (4), 248–260.
- Lindberg, Frank & Eide, Dorte (2016) Challenges of extraordinary experiences in the Arctic. *Journal of Consumer Behaviour* 15 (1), 15–27.
- Loeffler, T.A. (2004) A Photo Elicitation Study of the Meanings of Outdoor Adventure Experiences. *Journal of Leisure Research* 36 (4), 536–556.
- Maslow, Abraham (1964) *Religions, Values and Peak-Experiences*. Columbus (OH): Ohio State University Press.
- Murphy, Stephen & Patterson, Maurice (2011) Motorcycling edgework: a practice theory perspective. *Journal of Marketing Management* 27 (13–14), 1322–1340.
- Pine, Joseph II & Gilmore, James (1998) Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review* 76 (4), 97–105.
- Pine, Joseph II & Gilmore, James (1999) *The experience economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston (MA): Harvard Business School Press.
- Poulsen, Susanne & Kale, Sudhir (2004) The Experience Economy and Commercial Experiences. *The Marketing Review* 4 (3), 267–277.
- Privette, Gayle (1983) Peak experience, peak performance, and flow: a comparative analysis of positive human experiences. *Journal of Personality and Social Psychology* 45 (6), 1361–1368.
- Ryynänen, Toni & Heinonen, Visa (2018) From nostalgia for the recent past and beyond: The temporal frames of recalled consumption experiences. *International Journal of Consumer Studies* 42 (1), 186–194.
- Ryynänen, Toni & Heinonen, Visa (tulossa). *Temporally Scattered and Contextually Situated: Timecycles of Consumption*.
- Ryynänen, Toni, Joutsela, Markus & Heinonen, Visa (2016) My grandfather kept one of these tins on top of the bookshelf: Consumers recalled experiences involving packaging. *Qualitative Market Research: An International Journal* 19 (1), 4–26.
- Ryynänen, Toni & Rusko, Elina (2015) Professionals' view of consumers' packaging interactions – a narrative analysis. *Packaging Technology and Science* 28 (4), 341–355.
- Schmitt, Bernd (1999) *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands*. New York (NY): The Free Press.
- Schmitt, Bernd (2003) *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers*. Hoboken (NJ): Wiley & Sons.
- Schmitt, Bernd (2010) Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *Foundations and Trends in Marketing* 5 (2), 55–112.
- Schmitt, Bernd & Zarantonello, Lia (2013) Consumer Experience and Experiential Marketing: A Critical Review. In Malhotra, N. (ed.) *Review*

- of *Marketing Research* (Review of Marketing Research, Volume 10). Emerald Group Publishing Limited, 25–61.
- Schouten, John & McAlexander, James (1995) Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers. *Journal of Consumer Research* 22 (1), 43–61.
- Stagg, Russell (2014) The Nadir Experience: Crisis, Transition, and Growth. *The Journal of Transpersonal Psychology* 46 (1), 72–91.
- Syrjäläinen, Pasi, Ryyänen, Toni, Heinonen, Visa, Jauho, Mikko & Jallinoja, Piia (2016) Hyvän ja pahan taistelu – ravinnon rasvojen mediajulkisuus Helsingin Sanomissa 2010–2011. *Sosiaalilääketieteellinen Aikakauslehti* 53 (1), 44–57.
- Thompson, Craig, Arnould, Eric & Giesler, Markus (2013) Discursivity, difference, and disruption. Genealogical reflections on the consumer culture theory heteroglossia. *Marketing Theory* 13 (2), 149–174.
- Thompson, Craig, Locander, William & Pollio, Howard (1989) Putting Consumer Experience Back into Consumer Research: The Philosophy and Method of Existential-Phenomenology. *Journal of Consumer Research* 16 (2), 133–146.
- Thorne, Frederick (1963) The clinical use of peak and nadir experience reports. *Journal of Clinical Psychology* 19 (2), 248–250.
- Throop, Jason (2003) Articulating experience. *Anthropological Theory* 3 (2), 219–241.
- Tumbat, Gülnur & Belk, Russell (2011) Marketplace Tensions in Extraordinary Experiences. *Journal of Consumer Research* 38 (1), 42–61.
- Tumbat, Gülnur & Belk, Russell (2013) Co-construction and performances-capes. *Journal of Consumer Behaviour* 12 (1), 49–59.
- Tung, Vincent & Ritchie, Brent (2011) Exploring the Essence of Memorable Tourism Experience. *Annals of Tourism Research* 38 (4), 1367–1386.
- Turner, Victor (1969) *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. Ithaca: Cornell University Press.
- Tynan, Caroline & McKechnie, Sally (2009) Experience marketing: a review and reassessment. *Journal of Marketing Management* 25 (5–6), 501–517.
- Underwood, Robert (2003) The Communicative Power of Product Packaging: Creating Brand Identity via Lived and Mediated Experience. *Journal of Marketing Theory and Practice* 11 (1), 62–76.
- Walls, Andrew, Okumus, Fevzi, Wang, Youcheng & Kwun, David Joon-Wuk (2011a) An epistemological view of consumer experiences. *International Journal of Hospitality Management* 30 (1), 10–21.
- Walls, Andrew, Okumus, Fevzi, Wang, Youcheng & Kwun, David Joon-Wuk (2011b) Understanding the Consumer Experience: An Exploratory Study of Luxury Hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management* 20 (2), 166–197.
- Williams, Raymond (1985) *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press.
- Zarantonello Lia & Luomala Harri (2011) Dear Mr Chocolate: Constructing a typology of contextualized chocolate consumption experiences through qualitative diary research. *Qualitative Market Research: An International Journal* 14 (1), 55–82.

SAMI KOPONEN, MARI NIVA JA JOHANNA MÄKELÄ

YKSIN JA YHDESSÄ SYÖMINEN MODERNISSA KULUTUSYHTEISKUNNASSA

Yhdessä syöminen ihanne on juurtunut syvään erilaisiin ruokakulttuureihin (Fischler 2011). Ruokaa on totuttu jakamaan arjessa ja erityisesti juhlassa, ja usein ruoka maistuukin paremmalta seurassa (Bildtgård 2010). Yhteisen aterioinnin kautta on työstetty iloja ja suruja sekä uusinnettu sosiaalisia suhteita niin kotona kuin erilaisissa julkisissa ympäristöissä. Yhdessä syödyt ateriat rytmittävät arkea, ja niillä on nähty vahvoja yhteyksiä terveyteen ja hyvinvointiin (ks. esim. Pliner & Bell 2009).

Modernissa kulutusyhteiskunnassa syöminen sosiaalisuus on kuitenkin kiinnostavassa liikkeessä. Ruoan ja syöminen yhteiskuntatieteellinen tutkimus on jo pitkään pohtinut *gastronomiaa* eli sosiaalisten normien ja käytäntöjen rapautumista, informalisoitumista, syöminen välipalaistumista ja laiduntavia kuluttajia (esim. Fischler 1980, Poulain 2002, Holm ym. 2016). Empiirisen tutkimuksen perusteella muutos ei ainakaan lyhyellä tarkasteluvälillä ole kuitenkaan ollut kovin nopeaa (ks. Lund & Gronow 2014). Samalla (kunnon) aterioihin liitettävät normatiiviset merkitykset ja toimintatavat elävät. Olemme aiempaa tietoisempia erilaisista kulttuureista ja näissä ilmenevistä hyvän aterian ja syöminen määritelmistä. Perhe ei ole myöskään enää ainoa keskeinen ruoan jakamisen yhteisö (esim. Sobal & Nelson 2003). Aterioita syödään myös ystävien, kollegoiden ja satunnaisten tuttavuuksien kanssa. Yhdessä syöminen vaikuttaa löytävän uusia ilmenemismuotoja. Toisaalta yksin syömiseen liitettävät negatiiviset miellelyhtymät saattavat olla lientymässä.

Monimuotoisen nykytilanteen taustalla voi nähdä lukuisia syitä. Ensinnäkin syömisestä on tullut lisääntyneen vaurauden myötä voimakas kamppailun kohde ja keskeinen identiteetin rakentamisen väline (Purhonen ym. 2014). Kuluttajat jakaantuvat syömistä eri tavoin määrittäviin ”heimoihin” (Shankar, Cova & Kozinets 2007), eivätkä esimerkiksi terveellinen ravinto ja syöminen aistinautinnot ole ongelmattomasti yhdistettävissä. Tämän lisäksi esimerkiksi digitalisaatio ja muu teknologinen kehitys, yksin asuvien kuluttajien kasvava määrä sekä muutokset työelämän rytmeissä muovaavat yksin ja yhdessä syömistä ja pakottavat katsomaan niitä uusista näkökulmista.

Tarkastelemme seuraavassa aluksi ateriasosiaalisuuden ihanteen vahvoja juuria yhteiskuntatieteellisen ateriatutkimuksen lähtökohdista. Tämän jälkeen luomme katsauksen syöminen sosiaalisuuteen tuoreiden lukujen valossa. Kuinka paljon ja missä tilanteissa syömme tänä päivänä yksin ja yhdessä? Etenemme pohtimaan tarkemmin muutamia ruokayhteisöllisyyttä

tässä ajassa tai lähitulevaisuudessa mahdollisesti uudelleen jäsentäviä ilmiöitä. Lopuksi käsittelemme aihepiiriä kodin ulkopuolella tapahtuvan syömisen ja ravintolakulutuksen osalta, sillä yhdessä syömisen ihanne on perinteisesti ilmennyt erityisen vahvana paitsi lapsiperheiden ateriaideoissa myös vapaa-ajan ravintolasyömisessä.

Aterioiden sosiaalisuus

Ruoan jakaminen samassa pöydässä olevien kanssa (commensality) on yksi keskeisiä ihmisen sosiaalisuuden ilmentymiä (Fischler 2011). Toisin päin ajateltuna voi todeta, että sosiaalisuus on aterioiden ja syömisen keskeinen piirre (Pliner & Bell 2009, Mäkelä 2009) tai määritelmällisesti jopa osa ateriaa (Sobal 2000). Näiden käsitysten ja tottumusten taustalla lienee ainakin ajatus siitä, että yhteisen aterioinnin ajatellaan heijastavan ihmisen kykyä nousta luonnon, syömisen biologisen funktion ja itsekkyyden yläpuolelle (Fischler 2011). Sosiaalisuuden keskeisyyttä aterioinnissa voi havainnollistaa palauttamalla mieleen erilaisia stereotyyppisiä ruokailutilanteita. Kumpi liittyy todennäköisemmin ihanteellisen ruokakulttuurin kuvastoon: sunnuntailounas pöydän ääressä perheen kanssa vai yksin nautittu ateria sohvalla television äärellä (ks. Baggini 2014a)? Molemmat ateriat ravitsevat ja tuottavat syöjälleen nautintoa, mutta niiden kulttuuriset ja sosiaaliset merkitykset ovat varsin erilaisia. Ei olekaan yllättävää, että ateria ja sen yhteisöllisyys ovat olleet keskeisiä sosiologisen ruokatutkimuksen tarkastelukohteita.

Aterioita valmistetaan ja syödään monissa julkisissa paikoissa kouluista työpaikkoihin, sairaaloihin, palvelutaloihin ja vankiloihin. Työpaikka-, koulu- ja päiväkotiruokailu ovat Suomessa tunnetusti tärkeitä yhteisen aterioinnin muotoja, ja näissä yhteyksissä nautitaan satoja tuhansia aterioita joka (arki)päivä (Vikstedt ym. 2012). Fazerin teettämän lounasruokailututkimuksen mukaan työikäisistä suomalaisista lähes kaksi kolmesta syö lounaan useimmiten työ- tai opiskelutovereiden, ystävien, perheen tai asiakkaiden kanssa. Kiinnostavaa kyllä, nuorille hyvä seura on lounastauolla paljon tärkeämpää kuin keski-ikäisille. Yksin nautitut lounaat lisääntyvätkin iän myötä. (Fazer Food Services 2014.)

Aivan erityisesti aterioiden sosiaalisuus yhdistyy kuitenkin kotiin ja perheeseen. Perheateriaa onkin kuvattu ”kommensaalisuuden arkkityypiksi” (Mestdag 2005, 72). Perheen jakama ateria merkitsee huolenpitoa, uusintaa perhesuhteita ja tarjoaa mahdollisuuden kuulumisten vaihtamiseen sekä (ruoka)sivistyksen rakentamiseen (Mäkelä 1996). Nuorille pariskunnille yhteinen, ”kunnollinen” ilta-ateria on tärkeä osa yhdessä elämistä ja osa pariskuntaidentiteetin ja uuden kommensaalisen yksikön muotoutumista (Marshall & Anderson 2002). Perheiden yhteisen syömisen koetaan muodostavan myös lapsille terveellisten ruokavalintojen pohjan. Tutkimusten perusteella perheaterian syöminen onkin yhteydessä koululaisten parempaan hyvinvointiin ja muun muassa vähäisempään

päihteidenkäyttöön ja tupakointiin (Mure ym. 2014, ks. myös esim. Sobal & Nelson 2003). Aikuisväestöllä syöminen sosiaalisuuden ja terveellisyuden yhteydestä on kuitenkin saatu jonkin verran ristiriitaisia tuloksia (Holm, Bøker Lund & Niva 2015).

Välipalaistuminen ja mahdollinen perheaterioinnin väheneminen koetaan usein vaarallisena, moraalisesti arveluttavana sekä tärkeitä arvoja ja perinteitä uhkaavana kehityksenä (Julier 2014). Huolessa perheaterioiden vähenemisestä tunnutaan kuitenkin unohdettavan, ettei perheaterian historia tosiasiaassa ole kovin pitkä vaan siitä on tullut aterioinnin malli vasta ydinperheistymisen ja siihen liittyvien ideaalien myötä. Aikaisemmin naiset ovat usein toimineet pikemminkin perheen palvelijoina kuin tasaveroisina aterialle osallistujina (ks. Murcott 1997, Mäkelä 2002). Suomalaisessa maaseutuyhteisössä tarjoilu piti emännän kiireisenä, eikä hän aina ehtinyt istua samassa pöydässä muiden kanssa (Mäkelä 2002). Ydinperheaterian mallia on myös pidetty länsikeskeisenä (Tuomainen 2014). Traphagan ja Brown (2002) toteavat, että Japanissa perheateria on pikemminkin poikkeus kuin sääntö, sillä perheiden isät ovat tavallisesti töissä myöhään iltaan. Toisaalta Chilessä tehdyn laadullisen tutkimuksen perusteella perheateriaan ja muutenkin yhdessä syömiseen liittyy vahvoja sosiaalisia normeja ja odotuksia (Giacoman 2016).

Syöminen voi yhdistyä ja olla samanaikaista muiden käytäntöjen kanssa. Esimerkiksi Yhdysvalloissa merkittävä osa ravintoloissa valmistetuista annoksista nautitaan autossa (Jackson 2008). Myöskään television ääressä syötävä ”perheillallinen” ei välttämättä merkitse sosiaalisuuden vähenemistä, vaan kertoo sen uusista ilmenemismuodoista (Holm ym. 2016). Ruokaa syödään ja yhä useammin myös valmistetaan yhdessä ystävien kanssa. Muutaman vuoden takainen ruoanlaiton kehityskulkuja Pohjoismaissa luotaava raportti julisti jopa, että ”sosiaalinen ruoanlaitto on uusi musta” (OBH Nordica 2014, 28). Samalla yhdessä syömistä luonnehtivat uudenlaiset, perheen ja suvun ulkopuolella olevat yhteisöt, jotka ovat usein ohimeneviä ja väliaikaisia. Pop up -sosiaalisuuden rinnalla ruokaa jakamalla pyritään usein kohti parempaa maailmaa niin kuin erilaiset hävikkiruuan ympärillä olevat monimuotoiset ruokapalvelut osoittavat.

2000-luvulla suomalaiset ovat löytäneet kiinnostavasti uusia yhdessä syöminen urbaaneja tapoja. On syöty illallisia taivaan alla ja jaettu gourmet-aterioita ennestään tuntemattomien ihmisten kanssa pitkissä pöydissä erilaisissa pop up -ravintoloissa. Kaupunkilaisia tuovat yhteen myös spontaaneja kohtaamisia luovat Ravintolapäivän tapaiset karnevaalit ja muut katuruokatapahtumat. On syntynyt palveluita, jotka helpottavat tuntemattomien kutsumista koteihin illalliselle. Näyttää siltä, että ihmiset etsivät uusia tapoja valmistaa ja jakaa ruokaa sekä syödä yhdessä elämyksellisillä tavoilla. Nämä kurottautuvat yhä enemmän myös kodin ulkopuolelle.

Yksin ja yhdessä: mitä, kuinka usein, miten ja missä

Laajan pohjoismaisen syömisen rytmejä ja rakenteita tarkastelleen tutkimuksen perusteella syömisen sosiaalisuudessa ja aterioiden organisoinnissa ei ole tapahtunut dramaattisia muutoksia 1990-luvun lopulta (Holm ym. 2016). Yksilöllistymisestä ja informalisoitumisesta on silti nähtävillä joitain merkkejä. Vuosien 1997 ja 2012 välillä yksin syötyjen aterioiden määrä lisääntyi hieman Tanskassa ja Norjassa, sen sijaan Ruotsissa määrä pysyi melko vakaana (Suomesta näitä lukuja ei ole). Kaikissa kolmessa maassa noin neljä kymmenestä ateriesta syötiin yksin. Hyvin nopeiden, alle 10 minuuttia kestäneiden aterioiden määrä lisääntyi. Pöydän ääressä syötyjen aterioiden määrä väheni, mutta pysyi kuitenkin yleisempänä kuin vaikkapa sohvalla syöminen, joskin Norjassa jo 40 prosenttia aterioista nautittiin sohvapöydän ääressä vuonna 2012. Tutkimus osoitti myös, että todennäköisimmin yksin söivät alle 60-vuotiaat, erityisesti nuoret ja vähemmän yllättäen ne, jotka asuivat yksin. Suomessa syötiin vuonna 2012 aterioita hieman useammin yksin kuin muissa Pohjoismaissa. Näin oli erityisesti päivällisellä, joista runsaat 30 prosenttia syötiin yksin. Lounaat ja päivälliset olivat Suomessa kuten myös muissa Pohjoismaissa kuitenkin yhteisöllisempiä kuin aamiaiset tai välipalat, joista yli puolet nautittiin yksin. (Holm ym. 2016.) Aamiaista onkin pidetty ”kommensaalise-na anomaliana”, sillä se syödään varsin usein yksin (Sobal & Nelson 2003).

Maiden väliset, yksin syömistä koskevat pitkän aikavälin määrälliset vertailut ovat haastavia aineistojen puuttuessa (Takeda & Melby 2017). Tutkimukset kuitenkin osoittavat yksin syömisen jonkin verran lisääntyneen mm. Belgiassa (Mestdag & Glorieux 2009) ja Australiassa (Venn, Banwell & Dixon 2016). Esimerkiksi Australiassa vuodesta 1992 vuoteen 2006 kotitalouksien arkipäivinä yksin syömiseen käyttämä aika lisääntyi viidellä prosenttiyksiköllä 27 prosenttiin. Yksin asumisen lisääntyminen vaikuttaa merkittävästi ilmiön taustalla, ja toisaalta havainto avio- ja avopuolisoiden säännöllisestä yhdessä aterioimisesta (Mestdag & Glorieux 2009) vahvistaa ajatusta kommensalisuusihanteiden ja -tapojen pysyvyydestä. Muutoksesta huolimatta suurin osa syömisestä tapahtuu edelleen seurassa.

Díaz-Méndezin ja García-Espejon (2017) tuore tutkimus osoitti, että perhearvoja ja yhteisöllisyyttä arvostavassa Espanjassa yksin syöminen on edelleen suhteellisen harvinaista: väestökyselyssä lounasta söi arkisin yksin runsaat 20 prosenttia ja viikonloppuisin runsaat 7 prosenttia. Päivällistä syötiin vain harvoin yksin. Iso-Britanniassa tehdyn tutkimuksen mukaan yksin syöminen oli sidoksissa yksinkertaisempiin, nopeisiin aterioihin, ja että yleisimmin yksin syöminen ajoittui aamuihin ja keskipäivään. Mikäli seuraa oli saatavilla, päivällinen syötiin yksin hyvin harvoin. Vähemmän kuin yksi kymmenestä yhdessä asujasta söi yksin arki-iltana tai viikonloppuna iltapäivällä tai illalla. Huomattavaa on sekin, että myös yhdessä asuvat söivät yksin: yksin asuminen ei ole ainoa tekijä yksin syömisen taustalla. (Yates & Warde 2017.)

Syömisen sosiaalisuuden kannalta on olennaista myös se, mitä syödään. Yksin harvemmin laitetaan suuritöisempiä aterioita (ks. Yates & Warde 2017), ja ruoanlaitto saa erilaisia merkityksiä riippuen siitä, laitetaanko sitä itselle vai myös muille. Daniels ym. (2012) havaitsivat, että yksinsyöville ruoanlaitto merkitsi useammin välttämättömyyttä ja harvemmin nautintoa ja velvollisuutta kuin niille, jotka söivät seurassa. Mielihyvää ruoanlaitto tuotti erityisesti silloin, kun seuraan kuului myös ystäviä ja sukulaisia. Suomessakin on helppo kuvitella, miten tietynlaisiin ruokiin ja niiden valmistamiseen liittyy erityisen vahvaa yhdessä syömisen odotusta. Tällaisia lienevät esimerkiksi paljon vaivaa vaativat ja juhlapyyhiin liittyvät ruokalajit, joita monien mielestä ”kuuluu” tehdä itse tai joita täytyy vähintään tuunata omaksi, vaikka pohjana olisikin kaupasta valmiina ostettu ruoka. Voikin olla, että yhdessä halutaan syödä erityisesti ruokia, joihin liittyy vahvoja itse tekemisen ja yhdessä syömisen muistoja lapsuudesta.

Muutoksen lähteitä ja yhdessä syömisen uudelleenmäärittämiä

Edellä mainitut tutkimukset osoittavat kiinnostavia tekijöitä syömisen yksilöllistymiseen liittyen. Samalla ne vahvistavat ajatusta yhdessä syömisestä suhteellisen pysyvänä ruokakulttuurin piirteenä. Vaikka jo epäilyt yhdessä syömisen ja erityisesti perheaterian murroksesta riittävät herättämään huolta ja jopa moraalista paniikkia, (suomalainenkaan) ruokakulttuuri ei ole tältä osin täydellisessä hajaannuksen tilassa tai äärimmäisen nopeassa murroksessa.

Jaettujen aterioiden vahvasti juurtuneet ideaalit törmäävät kuitenkin jatkuvasti kiireiseen arkeen ja syömisen muuttuviin merkityksiin. Tulemme tietoisemmiksi erilaisista, länsimaisesta ”hyvästä” aterioinnista tai ateriyhteisöllisyydestä poikkeavista määrittämisistä ja käytännöistä (ks. Tuomainen 2014). Hyväksymme, ettei kommensaalisuutta tarvitse toteuttaa täydellisessä muodossaan joka aterialla tai edes päivittäin: ateriasosiaalisuus vaikuttaa olevan kiinnittymässä erityisesti päivälliseen (ks. Mäkelä 2009). Kiinnostavia yksin ja yhdessä syömisen muutospotentiaaleja voi edelleen hahmottaa esimerkiksi suhteessa teknologiseen kehitykseen, vastuullisuuteen, ruokaheimoutumiseen sekä syömisen tilalliseen ja ajalliseen ulottuvuuteen.

Teknologinen kehitys ja elintarviketeollisuuden tuotekehitys muodostavat yhden ruokasosiaalisuutta muokkaavan tekijän. Teollisuus kehittää innokkaasti erilaisia valmisruokaratkaisuja käytettäviksi kotona tai liikkeellä ollessa. Myös erilaiset kätevät pakkausratkaisut voivat mahdollistaa syömisen osana muita aktiviteetteja ja saattavat näin tukea yksin aterioimisen kasvua. Toisaalta erilaiset teollisuuden puolivalmisteet saattavat helpottaa yhteisten aterioiden kasaamista vähentäessään aterian kokoamiseen vaadittavaa työtä.

Teknologinen kehitys ilmenee kiinnostavasti myös erilaisissa aterioita kokonaan korvaamaan pyrkivissä tuotteissa. Esimerkiksi Ambronite on

juotava ateria, joka sisältää ainakin periaatteessa kaikki tarvittavat ravintoaineet. Sen avulla ruokailu voidaan jättää kokonaan pois hektisestä arjesta. Tämä saattaa vedota yhtäältä niihin, joille syömisen esteettiset tai sosiaaliset nautinnot eivät ole ensisijainen tavoite. Toisaalta aterioita korvaavat tuotteet saattaisivat löytää kohteensa myös kuluttajista, joita edellä mainitut tekijät kiinnostavat niin paljon, että aterian ohittaminen houkuttelee ainakin ajoittain puolihuolimattomasti arjen kiireessä toteutettua ateriaa enemmän. Osaa kuluttajia voi myös innostaa valmis ravitsemuksellisesti optimoitu vaihtoehto. Näihin ajatuksiin liittyy huomio arjen ja viikonlopun eriytymisestä nykyajan ruokakulttuurissa. Viikonloppuaterioihin saatetaan panostaa huomattavasti arkiaterioita enemmän (esim. Yates & Warde 2015).

Toinen esimerkki siitä, kuinka tekniikan kehittyminen voi vaikuttaa syömisen käytäntöihin ja mahdollisesti yhteisöllisyyteenkin liittyy terveyteen ja geenitekniikkaan. Kehittynyt teknologinen osaaminen mahdollistaa sairausriskien tarkemman kartoittamisen ja näitä pienentämään pyrkivien yksilöllisten ruokavalioiden räätälöimisen. Nutrigenetiikkaan liittyviä visioita esitettiin jo 2000-luvun alussa, mutta yksilölliset ruokavaliot siintävät edelleen jossakin tulevaisuudessa (Heiskanen ym. 2007). Nähtäväksi jää, muuttavatko mahdolliset yksilölliset ruokavaliot yhdessä syömistä sinänsä vai pikemminkin sitä, jaetaanko pöydässä oleva ruoka. Ravintola- ja kahvilakulttuurin sekä erilaisten ruokavalioiden yleistymisen myötä ajatus siitä, että saman pöydän ääressä jokaisella on oma ruokalajinsa, ei ehkä tunnu niin vieraalta kuin muutama vuosikymmen sitten.

Syömisen sosiaalisuus sivuaa samalla modernissa kulutuskulttuurissa esille noussutta vastuullisuuden teemaa. Ruokakulttuurissa vastuullisuus on ollut 2010-luvulla pinnalla runsaasti varsinkin mediakeskusteluissa, mutta se on asettumassa osaksi myös käytännön ruoka-arkea sekä kotona että julkisissa ruokailutilanteissa. Tämä ilmenee muun muassa luomua, lähi- ja kasvisruokaa ja reilua kauppaa koskevinä keskusteluinä ja kulutusvalintoina (esim. Mäkelä & Niva 2016). Vastuullisuuskysymykset ohjaavat miettimään ruokayhteisöllisyyttä uusista näkökulmista. Ketkä ovatkaan läsnä ruokapöydässämme? Tulisiko modernin, vastuullisen kuluttaja-kansalaisen tuntee yhteisöllisyyttä, ruoan jakamisen iloa ja jo edellä mainittua luonnon yläpuolelle nousemista (ks. Fischler 2011) myös esimerkiksi suhteessa eläimiin ja ruoan tuottajiin?

Ruokakysymyksiä pohtinut brittifilosofi Julian Baggini (2014b) on esittänyt, että yhdessä syömistä koskevia ihanteita olisi laajennettava niin, että näkisimme myös iloitsevan pöytäseurueemme ulkopuolelle jäävät, äänettä läsnä olevat tahot: eläimet, ruoan tuottajat ja ravintolatyöntekijät sekä näiden mahdollisen riiston ruokajärjestelmässä. Baggini huomauttaa, että jos ruoan jakaminen ymmärretään vain suhteessa omaan pöytäseurueeseen, yhdessä syöminen ei näyttäydy ratkaisuna itsekkyyden yläpuolelle kohoamiseen. Yksin aterioija voisi sen sijaan tällä abstraktilla tasolla

helpommin saavuttaa yhteyden edellä mainittuihin laajennetun ruokayhteisöllisyyden tahoihin.

Edelliset esimerkit nostavat esiin teemoja, joiden suhteen kuluttajat joutuvat modernissa kulutusyhteiskunnassa ottamaan kantaa ja jotka osin myös jakavat ihmisiä erilaisiin kulutusheimoihin. Ruoan ympäristövaikutukset tai laajemmin eettisyys, terveellisyys, hinta, alkuperä tai maku asettuvat ruokaa koskevilla valinnoilla erilaisiin asemiin, ja niiden keskinäinen merkitys riippuu niin yksilöllisistä kuin institutionaalista tekijöistä. Warde (2016) onkin äskettäin ehdottanut syömisen käytännön koostuvan erilaisista alakäytännöistä, jotka kukin lähestyvät syömistä omista lähtökohdistaan käsin. Näillä jokaisella on omat tekstinsä, jotka koordinoivat käytäntöä normatiivisesti. 2010-luvulla sosiaalinen media on entisestään kiihdyttänyt kuluttajien jakautumista erilaisiin toisistaan erillisiin heimoihin, jotka eivät aina kohtaa kovin rakentavalla tavalla.

Vaikka syömisen sosiaalisuuteen vaikuttavat ruokailutavat ja -rytmit olisivatkin suhteellisen pysyviä, ruoan asettuminen suurten yksilöllisten tai ruokaheimollisten valintojen kohteeksi luo säröjä erilaisten yhteisöjen, kuten perheiden ja työyhteisöjen, sisällä. Näiden jäsenet saattavat pyrkiä aiempaa useammin oman kulutusheimonsa pariin, minkä seurauksena esimerkiksi perheissä erilaisia ruokafilosofioita joudutaan sovittamaan yhteen aiempaa enemmän. Saman ateriahetken saattavat jakaa vegaani teini, moniallergikko esikoululainen, perinnöllistä syöpäriskiään pienentämään pyrkivä perheenisiä sekä uusia gastronomisia kokemuksia jahtaava ”extreme-foodie” -perheenäiti (jälkimmäisestä ks. Goodyear 2013). He kaikki toteuttavat ja synkronoivat ruokavalioitaan vaihtelevalla vakaumuksella ja johdonmukaisuudella, arjen kätevyyttä sekä yksilöllisiä tai ruokaheimollisia periaatteitaan yhteen sovittaen. Tämänlaisen esimerkkiperheen ateriointi osoittaa samalla jälleen sen, ettei yhdessä syöminen välttämättä enää tarkoita saman ruoan jakamista. Mitä erilaisimpia ruokavalioita toteuttavat kuluttajat voivat aterioida yhdessä kotona ja julkisesti, vaikka se tuottaakin perheille arjen hallinnan ja ravintoloille erilaisten ruokavaliotoiveiden toteuttamisen hankaluuksia.

Ehkä yksin ja yhdessä syömistä voidaan ainakin periaatteessa tulkita myös siten, että edes samassa tilassa ja ajassa olemisen ei välttämättä olekaan keskeinen yhdessä olemisen määrittäjä. Esimerkiksi (sosiaalinen) media ja monipuoliset ja helppokäyttöiset viestintävälineet luovat yksin aterioivalle kätevän yhteyden muihin samankaltaisiin kuluttajiin tai harrastusyhteisöihin. Aterian aikana voi pitää yhteyttä toisiin ihmisiin lukemattomilla tavoilla joko puhelimen välityksellä suoraan kommunikoiden tai abstraktimmin sanomalehden välityksellä ruokaseuraa simuloiden (ks. Holm ym. 2016). Kommunikointi voi myös keskittyä ateriaan itsessään. Esimerkiksi ravintolasyömisestä osalta Yelpin ja TripAdvisorin kaltaiset sivustot sekä blogiyhteisöt mahdollistavat ateriamuistojen ja tunteiden tallentamisen ja välittämisen. Tällöin aterioita ja ruoka-annoksia eletään ja ”kulutetaan” myös ennen ja jälkeen ruokailukokemusten.

Yksin syöminen ja vapaa-ajan ravintolakulutus

Vapaa-ajan ravintolasyömisessä yhdessä syöminen on pitkään ollut vahva normi. Ravintolat ovatkin tunnettuja sosiaalisuuden näyttämöitä (esim. Finkelstein 2014). Erityisesti päivällisten osalta ravintolasyöminen on edelleen vahvasti sosiaalista ja sellaiseksi miellettyä. Näin on erityisesti maissa, joissa yhteisöllisyys ja perhekeskeisyys määrittävät muutenkin syömistä, kuten Espanjassa (Díaz-Méndes & García-Espejo 2017).

Koska yksin syöminen nähdään niin monin tavoin vähempiarvoisena verrattuna yhteisiin aterioihin, myös ravintola-annosta yksin nauttivaan ihmiseen liitetään helposti kielteisiä ja yksinäisyyteen liittyviä merkityksiä. Ravintolasosiaalisuus on kuitenkin murroksessa aikana, jolloin Suomessakin vapaa-ajan ravintolakulutus arkipäiväistyy ja sen suosio kasvaa (ks. Varjonen & Peltoniemi 2012). 2010-luvulla soolopsyöminen vaikuttaa nousseen pieneksi gastronomiseksi ilmiöksi. Yhä useampi kuluttaja vaikuttaa uusintavan ravintolateoillaan brittifilosofi Bagginin (2014a) ajatuksia ajoittaisen yksin syömisestä positiivisista puolista. Bagginin ajatusten pohjalta yksin tapahtuvaa ravintolasyömistä voi ajatella esteettisenä, älyllisenä ja tunnepitoisena ruokaan keskittymisenä sekä ihmisen sisäisen elämän rikkauten kuvaajana ja lähteenä. Samalla yksin syöminen mahdollistaa oman ajan ottamisen hektisessä yhteiskunnassa. Ei olekaan ihme, että yksin tapahtuvasta ravintolaruokailusta uutisia etsiessään päätyy usein Japania tai Koreaa käsitteleviin artikkeleihin.

Yksin syömistä harkitseville onkin nykyään tarjolla useita sivustoja, joiden avulla voi kasvattaa tietouttaan kyseisen käytännön sujuvasta suorittamisesta ja etsiä tietoa yksin syömiseen suopeasti suhtautuvista ravintoloista. Maailmalle on ilmestynyt jopa ravintoloita, jotka toivottavat kalusteratkaisuillaan tervetulleeksi ainoastaan yksin ruokailevia. Ravintola Eénmal Amsterdamissa on tästä hyvä esimerkki. Suomessakin yksin syöjän on aiempaa helpompaa aterioida ravintoloiden tiskipaikoilla sekä erilaisissa, ns. uutta rentoa gourmet-kulttuuria (mm. Johnston & Baumann 2010, Pearlman 2013) ilmentävissä ravintoloissa. Jopa fine diningia lähestyvissä ravintoloissa tapahtuu muutosta. Helsinkiläisessä ravintola Orassa yksin syöjälle on varattu kenties ravintolan paras paikka, josta voi havainnoida sekä salia että keittiötä.

Ravintoloissa tapahtuvaa yksin syömistä on tutkittu suhteellisen vähän. Jonsson ja Pipping Ekström (2009), Lahad ja May (2017) sekä Goode (2018) ovat tarkastelleet ilmiötä erityisesti sukupuolinäkökulmasta. Sukupuolinäkökulmaa laajemmin kodin ulkopuolella tapahtuvaa syömistä koskevien tuoreiden tutkimusten yhteydessä on vahvistunut kuva yksin julkisessa tilassa nautittujen aterioiden poikkeuksellisuudesta. Tämä koskee erityisesti iltoja. Esimerkiksi Iso-Britanniassa vuonna 2015 vain kuusi prosenttia ravintola-aterioista syötiin yksin, joskin kaksikymmentä vuotta aiemmin ravintola-aterioista syötiin yksin vain kolme prosenttia (Paddock, Warde & Whillans 2017). Ylivoimainen enemmistö yksin syödyistä aterioista ilmensi kuitenkin nopeita ja helppoja, päiväsaikaan syötäviä aterioita. Yksin

syömisen kasvu Iso-Britanniassa liittyy siis ainakin osittain ravintolasyömis-
sen arkipäiväistymiseen.

Tätä taustaa vasten vastaavat luvut pohjoismaisista ravintolatottumuksis-
ta näyttäytyvät mielenkiintoisina. Pohjoismaisen tutkimuksen mukaan täällä
syödään jonkin verran useammin yksin ravintolassa kuin esimerkiksi Iso-
Britanniassa (ks. ed.), ja suomalaisille tämä on kiinnostavasti suhteellisesti
vähemmän vierasta kuin muille. Ravintolassa tai kahvilassa edellispäivänä
syöneistä suomalaisista 21 prosenttia raportoi syöneensä ateriansa yksin, kun
Ruotsissa vastaava osuus oli 14, Norjassa 13 ja Tanskassa 7 prosenttia. Luvut
kuitenkin osoittavat, että yksin syöminen ravintoloissa ja kahviloissa näyttää
olevan edelleen verrattain harvinaista pohjoismaissa(kin), varsinkin
verrattuna yksin kotona nautittuihin aterioihin. (Lund, Kjaernes & Holm
2017.)

Yksin tapahtuvan ravintolasyömis-
suhteellinen yleisyys Suomessa
saattaa ainakin osin liittyä siihen, että Suomessa (mutta myös Ruotsissa)
ravintolasyöminen liittyy erityisesti työpäivään ja lämpimien aterioiden
lounaskulttuuriin, tätä edistävään politiikkaan ja rakenteellisiin mahdolli-
suuksiin. Norjassa ja Tanskassa ravintolaruokailu yhdistyy enemmän vapaa-
aikaan, jossa sosiaalisuuden normi lienee vahvempi ja yksin syöminen täten
hyvin harvinaista (Lund, Kjaernes & Holm 2017, ks. myös Yates & Warde
2017). Suomessa lounasruokailun suhteen saattaa ajoittain käydä niin, että
eväiden ja/tai lounasseuran puuttuessa mennään spontaanisti yksin
ravintolaan. Lämmin lounaskulttuuri on näin voinut edesauttaa tilannetta,
jossa ravintolaan voi ilman erityistä syytä mennä yksin. Ajatus on toki
suuresti yksinkertaistava, mutta aika näyttää, voisiko ilmiö laajeta myös
suomalaiseen iltojen (gourmet-)ravintolakulttuuriin. Olisiko meille kenties
monia muita (pohjois-)maita luontevampaa mennä myös alkuillasta yksin
kevyelle aterialle laadukkaaseen viinibaariin? Tämä voisi toimia samalla
yhtenä siemenenä suomalaiselle omalaatuiselle gourmet-ruokakulttuurille,
jossa määritämme hyvää (ravintola)syömistä aiempaa rennommin myös
suhteessa syömis-
sosiaalisuuteen. Yksin syömisestä tulisi näin
ravintolakulutuksen arkipäiväistymisen yksi osoittaja (ks. Paddock, Warde &
Whillans 2017).

Ravintolat ovat urbaanin kulutuskulttuurin keskiössä ja nykykulutuksen
avaininstituutioita (ks. Sassatelli 2007). Ehkäpä yhä useampi kuluttaja
haluaa osallistua urbaaneihin ravintolaperformansseihin aikana, jolloin
ruoka kasvattaa merkitystään keskiluokkaisen identiteetin määrittäjänä.
Esimerkiksi yksin asuminen, yksin oleminen työmatkojen takia tai perheen
pienet lapset eivät näin olisi syitä jäädä sivuun tästä nykyajan kulutuksen
keskeisestä muodosta.

Ravintolasyömis-
kohdalla on hyvä palata myös miettimään sosiaali-
suuden muovautuvia määritelmiä. Yksin syöminen voi nousta aidosta yksin
olemisen halusta, välttämättömyydestä tai kiinnostuksesta keskittyä
ruokanautintoon. Toisaalta yksin aterioiva ei välttämättä ole ”yksin”.
Digitaaliset kommunikointivälineet mahdollistavat reaaliaikaisen

kommunikoinnin tai ateriakokemuksen taltioimisen myöhempää kommunikointia varten. Ruokailija voi keskustella ruokailun aikana joko ravintolahenkilökunnan tai muiden syöjien kanssa ja ”jakaa” aterian ystäväpiirin kanssa virtuaalisesti tai viipeellä. Moni kuluttaja ”tuntee” henkilökohtaisesti kokkeja, jolloin ravintoloista muodostuu alusta kaupallisille ystävyysuhteille (ks. Price & Arnould 1999).

Lopuksi

Modernissa kulutusyhteiskunnassa yksin–yhdessä-vastinpari on syytä hahmottaa monimuotoisesti. Yksin ja yhdessä elävät rinnakkain (ks. Mäkelä 2009). Perheateria on vain yhdenlainen ateria, ja syömme yhdessä mitä moninaisimmissa sosiaalisissa tilanteissa ja seurueissa. Yksin syöminen voi olla hengähdys arjen kiireestä tai tapa keskittyä ruoasta nauttimiseen, mutta kaikille se ei ole vapaaehtoinen valinta vaan yksinäisyyteen ja osattomuuteen kytkeytyvä arjen pakko.

Yhdessä syöminen ihanne vaikuttaa kohtalaisen pysyvältä erilaisista muutospaineista huolimatta. Löydämme uusia tapoja olla yhteydessä uudenlaisten ihmisten, ryhmien ja yhteisöjen kanssa. Yhteenkuuluvuutta voi ajatella myös suhteessa luontoon, eläimiin ja paikalla olemattomiin ihmisiin. Tästä näkökulmasta sanonta ”olet sitä kenen kanssa syöt” (Sobal & Nelson 2003, 188) laajenee käsittämään niin pöydässä istujat kuin koko sen globaalin verkoston, jonka kanssa olemme ruoan välityksellä monin tavoin vuorovaikutuksessa.

Kirjoittajat ovat professori Visa Heinosen nykyisiä ja entisiä kollegoita Kuluttajatutkimuskeskuksessa ja Helsingin yliopistossa. Moninainen yhteistyö on sisältänyt muun muassa väitöskirjaohjausta, johtoryhmätyöskentelyä, ainejärjestöaktivismia, yhteistä opetusta, lukuisia lounaita ja kahvihetkiä. Koponen on tohtorikoulutettava, Niva professori ja Mäkelä dekaani Helsingin yliopistossa.

LÄHTEET

- Baggini, Julian (2014a) *The virtues of the table: How to eat and think*. London: Granta Cop.
- Baggini, Julian (2014b) Conviviality for one. Esitys MAD 4 -konferenssissa. Kööpenhamina 24.8.2014.
Saatavilla: <https://www.madfeed.co/video/conviviality-for-one/> (22.2.2018)
- Bildtgård, Torbjörn (2010) What it means to “eat well” in France and Sweden. *Food and Foodways* 18, 209–232.
- Daniels, Sarah, Glorieux, Ignace, Minnen, Joeri & van Thienoven, Theun Pieter (2012) More than preparing a meal? Concerning the meanings of home cooking. *Appetite* 58, 1050–1056.

- Díaz-Méndes, Cecilia & García-Espejo, Isabel (2017) Eating out in Spain: Motivations, sociability and consumer contexts. *Appetite* 119, 14–22.
- Fazer Food services (2014) Näin Suomi syö lounasta. Fazer Food Services. Saatavilla: <https://www.slideshare.net/FazerFoodServicesFinland/nin-suomi-sy-lounasta-2014-tutkimustulokset-fazer-food-services-verkkoon-final> (8.2.2018)
- Finkelstein, Joanne (2014) *Fashioning appetite. Restaurants and the making of modern identity*. London: I.B. Tauris.
- Fischler, Claude (1980) Food habits, social change and the nature/culture dilemma. *Social Science Information* 19, 937–953.
- Fischler, Claude (2011) Commensality, society and culture. *Social Science Information* 50, 528–548.
- Giacoman, Claudia (2016) The dimensions and role of commensality: A theoretical model drawn from the significance of communal eating among adults in Santiago, Chile. *Appetite* 107, 460–470.
- Goode, Jackie (2018) Being one's own honoured guest: Eating out alone as gendered sociality in public spaces. *Sociological Research Online* 1–14.
- Goodyear, Dana (2013) *Anything that moves. Renegade Chefs, Fearless Eaters and the Making of a New American Food Culture*. New York: Riverhead Books.
- Heiskanen, Eva, Hyvönen, Kaarina, Niva, Mari, Pantzar, Mika, Timonen, Päivi & Varjonen, Johanna (2007) User involvement in radical innovation: are consumers conservative? *European Journal of Innovation Management* 10, 489–509.
- Holm, Lotte, Bøker Lund, Thomas & Niva, Mari (2015) Eating practices and diet quality: a population study of four Nordic countries. *European Journal of Clinical Nutrition*, advance online publication 29 April 2015; doi: 10.1038/ejcn.2015.61.
- Holm, Lotte, Lauridsen, Drude, Bøker Lund, Thomas, Gronow, Jukka, Niva, Mari & Mäkelä, Johanna (2016) Changes in the social context and conduct of eating in four Nordic countries between 1997 and 2012. *Appetite* 103, 358–368.
- Jackson, Maggie (2008) *Distracted: The erosion of attention and the coming dark age*. New York: Prometheus Books.
- Johnston, Josee & Baumann, Shyon (2010) *Foodies: Democracy and distinction in the gourmet foodscape*. New York: Routledge.
- Jonsson, Inger M. & Pipping Ekström, Marianne (2009) Gender perspectives on the solo diner as restaurant customer. Teoksessa Meiselman, Herbert L. (2009) *Meals in Science and Practice*, 236–248.
- Julier, Alice (2014) Meals: Eating in and eating out. Teoksessa Murcott, Anne, Belasco, Warren & Jackson, Peter (toim.) *The handbook of food research*. London: Bloomsbury, 338–351.
- Lahad, Kinneret & May, Vanessa (2017) Just one? Solo dining, gender and temporal belonging in public spaces. *Sociological Research Online*, 22 (2), 12.
- Lund, Thomas Bøker & Gronow, Jukka (2014) Destructuration or continuity? The daily rhythm of eating in Denmark, Finland, Norway and Sweden in 1997 and 2012. *Appetite* 82, 143–153.
- Lund, Thomas Bøker, Kjaernes, Unni & Holm, Lotte (2017) Eating out in four Nordic countries: National patterns and social stratification. *Appetite* 119, 23–33.

- Marshall, David W. & Anderson, Annie S. (2002) Proper meals in transition: young married couples on the nature of eating together. *Appetite* 39, 193–2006.
- Mestdag, Inge (2005) Disappearance of the traditional meal: Temporal, social and spatial deconstruction. *Appetite* 45: 62–74.
- Mestdag, Inge & Glorieux, Ignace (2009) Change and stability in commensality patterns: a comparative analysis of Belgian time-use data from 1966, 1999 and 2004. *The Sociological Review* 57:4, 703–726.
- Murcott, Anne (1997) Family meals: a thing of the past? Teoksessa Caplan, Pat (toim.) *Food, Health and Identity*. London: Routledge, 32–49.
- Mure, Katri, Konu, Anne, Kivimäki, Hanne, Koivisto, Anna-Maija & Joronen, Katja (2014). Perheateriöinnin yhteys 8.- ja 9.-luokkalaisten päihteidenkäyttöön. *Sosiaalilääketieteellinen aikakauslehti* 51: 88–100.
- Mäkelä, Johanna (1996). Kunnan ateria. Pääkaupunkiseudun perheellisten naisten käsityksiä. *Sosiologia* 33 (1): 12–22.
- Mäkelä, Johanna (2002) *Syömisen rakenne ja kulttuurinen vaihtelu*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Mäkelä, Johanna (2009) Meals: the social perspective. Teoksessa Meiselman, Herbert L. (toim.) *Meals in Science and practice. Interdisciplinary research and business applications*. Oxford: Woodhead Publishing, 7–18.
- Mäkelä, Johanna & Niva, Mari (2016) Citizens and sustainable culinary cultures. Teoksessa Paloviita, A. & Järvelä, M. (toim.) *Climate change adaptation and food supply chain management*. Abingdon: Routledge, pp. 172–182.
- OBH Nordica (2014). The OBH Nordica home cooking report. Ladattavissa: <https://www.obhnordica.se/produktserier/home-chef/home-cooking-report> (8.2.2018).
- Paddock, Jessica, Warde, Alan & Whillans, Jennifer (2017) The changing meaning of eating out in three English cities 1995 – 2015. *Appetite* 119, 5–13.
- Pearlman, Alison (2013) *Smart casual. The transformation of gourmet restaurant style in America*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Pliner, Patricia & Bell, Rick (2009) A table for one: the pain and pleasure of eating alone. Teoksessa Meiselman, Herbert L. (toim.) *Meals in science and practice. Interdisciplinary research and business applications*. Oxford: Woodhead Publishing, pp. 169–189.
- Poulain, Jean-Pierre (2002) The contemporary diet in France: “de-structuration”, or from commensalism to “vagabond feeding”. *Appetite* 39, 43–55.
- Price, Linda L. & Arnould, Eric J. (1999) Commercial friendships: Service provider - client relationships in context. *Journal of Marketing* 63:4, 38–56.
- Purhonen, Semi (& työryhmä: Gronow, Jukka, Heikkilä, Riie, Kahma, Nina, Rahkonen, Keijo & Toikka Arho) (2014) *Suomalainen maku: Kulttuuri-pääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Sassatelli, Roberta (2007) *Consumer culture: History, theory and politics*. Los Angeles: Sage.
- Shankar, Avi, Cova, Bernard & Kozinets, Robert (2007). *Consumer tribes*. Abingdon: Routledge.

- Sobal, Jeffery (2000) Sociability and meals: Facilitation, commensality, and interaction. Teoksessa Meiselman, Herbert L. (toim.) *Meals in science and practice. Interdisciplinary research and business applications*. Oxford: Woodhead Publishing, 119–133.
- Sobal, Jeffery & Nelson, Mary K. (2003) Commensal eating patterns: a community study. *Appetite* 41, 181–190.
- Takeda, Wakako & Melby, Melissa K. (2017) Spatial, temporal, and health associations of eating alone: A cross-cultural analysis of young adults in urban Australia and Japan. *Appetite* 118, 149–160.
- Traphagan, John W. & Brown, L. Keith (2002) Fast food and intergenerational commensality in Japan: New styles and old patterns. *Ethnology* 41, 119–134.
- Tuomainen, Helena (2014) Eating alone or together? Commensality among Ghanaians in London. *Anthropology of Food* S10.
- Varjonen, Johanna & Peltoniemi, Ari (2012) *Kodin ulkopuolella ruokailu osana ruokailutottumusten muutosta 1990 – 2010*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Vikstedt, Tiina, Raulio, Susanna, Helakorpi, Satu, Jallinoja, Piia & Prättälä, Ritva (2012). *Työaikainen ruokailu Suomessa 2008–2010*. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, Raportti 23/2012.
- Venn, Danielle, Banwell, Cathy & Dixon, Jane (2016) Australia's evolving food practices: a risky mix of continuity and change. *Public Health Nutrition* 20 (14), 2549–2558.
- Warde, Alan (2016) *The practice of eating*. Cambridge: Polity.
- Yates, Luke & Warde, Alan (2015) The evolving content of meals in Great Britain. Results of a survey in 2012 in comparison with the 1950s. *Appetite* 84, 299–308.
- Yates, Luke & Warde, Alan (2017) Eating together and eating alone: meal arrangements in British households. *The British Journal of Sociology* 68 (1), 97–118.

MIKA PANTZAR JA MINNA RUCKENSTEIN

VERKKOKESKUSTELUT: RIIDANKYLVÄMISTÄ JA RAUHANRAKENTAMISTA

Voiko valtiovarainministerin korvata koneella?

Miksi talouspoliittinen keskustelu säilyy vuodesta toiseen yhtä vaihtoehdottomana ja kapeakatseisena, vaikka maailma muuttuu ja todellisuuden haltuunoton välineet kehittyvät yhä hienostuneemmiksi? Näitä kysymyksiä pohti Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkija Visa Heinonen yhdessä kollegoidensa kanssa parikymmentä vuotta sitten. Vihaisten miesten ryhmä kokoontui puolisalaa kesäisinä aamuöinä noin kello neljästä alkaen Kuluttajatutkimuskeskuksen neuvotteluhuoneessa, johon oli koottu useita tietokoneita visuaalista analyysiä varten. Varhaisen laskennallisen yhteiskuntatieteen keinoin tutkijaryhmä kävi läpi vuosikymmenien aikana pidettyjä valtiovarainministerien budjettipuheita (Heinonen, Mykkänen, Pantzar & Roponen 1996). Samalla testattiin laadullisten aineistojen systemaattista analyysiä ja koodausta tukevan *ATLAS.ti*-ohjelmiston varhaista protoversiota.

Tutkijaryhmä tiivisti löydöksensä väitteeseen, jonka mukaan ekonomistien tieteellinen maailmankuva ja varsinkin yhä kehittyneemmät kansantalouden tilinpitojärjestelmät olivat tärkein syy siihen, että budjettipuheenvuorot olivat rituaalinomaisesti etääntyneet poliittisen aktivismin kontekstista. Puhe oli näennäisen objektiivista ja sen päämääränä oli korostaa ”tosiasioden välttämättömyyksiin” sopeutumista.

Paradoksaalisesti pitkälle jalostettu tieto (valtiovarainministerien budjettipuheet) oli kaikkea muuta kuin itsekorjaavaa ja muuttuviin olosuhteisiin reagoivaa. Neljän vihaisen miehen joukko päätyi kysymään vuoden 1995 kansantaloustieteen päivien performanssissa: Pitäisikö valtiovarainministeri korvata koneella? Esitystä vahvisti munkin kaapuun pukeutunut ryhmän jäsen lukemalla juuri valmistunutta Ilkka Niiniluodon julkaisua kansankunnan henkisestä tilasta. Kuluttajatutkimuskeskuksen johtokunnan puheenjohtaja kielsi julkaisemasta aiheesta tehtyä kirjaa – ehkä peläten valtiovarainministeriön kostoaa. Turhaan. Yhtä turhaa oli Visa Heinosen ja kumppanien taloustieteilijöiden cocktail-kutsuilla saama varoitus elinkeinoelämän keskusjärjestön kollegalta: ”Teidän käy huonosti, jos vielä jatkatte”.

Tässä kirjoituksessamme pohdimme budjettipuheiden ja verkon keskusteluiden samankaltaisuuksia. Kivettyneelle tilinpidon kehikkoon sovitetulle tiedolle on ominaista, että kansantalouden toiminnallisten

kokonaisuuksien, esimerkiksi yksityisen kulutuksen ja viennin, eri puolet irtaantuvat kielellisesti (ja mielellisesti) toisistaan. Jopa siinä määrin, ettei niitä yleensä enää ymmärretä saman kokonaisuuden osiksi ja sellaisenaan toistensa välttämättömiksi edellytyksiksi. Samaa tapaan Suomi24-foorumin keskustelut voivat irtautua muusta maailmanmenoksi kivettyneiksi keskusteluiksi, jotka toistavat käsityksiä maailmasta, jota ei ehkä enää edes ole (Nikunen 2010). Ne rakentavat maailmaa, joka perustuu vastakkainasetteluille ja väitteille, joiden paikkansapitävyyttä on mahdotonta osoittaa. Omassa kontekstissaan väitteet ovat kuitenkin ymmärrettäviä.

Lähestymme seuraavassa keskustelun kuvitteluvoimia ja pohdimme sitten esimerkkien avulla Suomi24-foorumilla käytävää keskustelua ja kysymme: Ovatko verkkokeskustelut kivettyneiden asenteiden toistoa vai tuottavatko ne uudenlaisia näkökulmia tuttuihin ilmiöihin? Ja mitä ne voivat kertoa meille budjettipuheista?

Kuvitteluvoimien jäljillä

Tämän päivän mielikuviutus on huomisen todellisuutta. Näin toteaa Jens Beckert (2016) tuoreessa kirjassaan, jonka mukaan kapitalismin dynamiikka ja uusiutumisoima perustuu enemmän tulevaisuussuuntautuneen luovan mielikuviutuksen käyttöön kuin rationaaliseen suunnitteluun. Talouspuhe ja erityisesti ennusteet kiistävät performatiivisuutensa ja siten hämärtävät tietoisesti tarkoitushakuisuuttaan viittaamalla ikään kuin objektiivisiin tosiasioihin. Beckertin mukaan teknologiaennusteet toimivat päinvastoin: Ne eivät asetu olemassaolevaan tulkintakehikkoon vaan tunnistavat uusia ajatuksellisia uria avaavan keskustelun tarpeen. Teknologiapuhe – näin ajateltuna – ymmärtää erilaisten presentaatioiden performatiivisen voiman. Teknologiapuheella tuodaan ihmisiä yhteen ja saadaan heidät liikkeelle. Kun teknologiaennusteet toimivat eritasoisten toimijoiden koordinaatiovälineinä, ne myös tuottavat todellisuutta ja tässä mielessä ne ovat poliittisia ja avoimen tarkoitushakuisia. Ja mikä tärkeintä: teknologiaennusteet luovat ajatusten ylijäämää mielikuviutuksen avulla (esim. Alvial-Palavicino 2015; Fenn & Raskino 2008).

Beckert puhuu siis kuvitteluvoimien puolesta. Tulevaisuutta pitää kuvittaa ja kuvitella. Visa Heinonen ja kumppanit esittivät, että ekonomistien hallitsemassa maailmassa suurimpia ”vallankäyttäjiä”, siis uuden kuvittelun vastavoimia, ovat menneisyyden ilmiöitä varten kehitetyt tilinpidolliset ajattelukonventiot. Niin kauan kuin tällaiset ajattelulliset orientaatiot elävät meissä, mikään ei muutu.

Lähestymme Suomi24-foorumia useiden aineistojen ja tutkimuksellisten näkökulmien avulla (Lagus ym. 2016). Käytämme aineistona niin Suomi24-foorumin entisten moderaattoreiden haastatteluja, verkkokeskusteluista tehtyä tutkimusta (Lagus, Pantzar & Ruckenstein 2018) kuin Suomi24-käyttäjille suunnatun kyselyn avovastauksia (joulukuu 2016). Kyselyyn vastasi lähes 1400 Suomi24-foorumin kävijää. Miehiä vastaajista oli 63

prosenttia (Harju 2018). Avovastausten avulla tarkastelemme erityisesti sitä, mitä Suomi24-palstojen keskustelijat itse ajattelevat käymistään ja seuraamistaan nettikeskusteluista. Tunnistamme keskusteluiden kaksi ääripäätä: verkkokeskustelut yhtäältä likapyykkilinkona ja toisaalta keskinäisen tuen ja yhteisymmärryksen rakentamisen ilmentymänä.

Verkon likapyykkilinko

Anonyymeja keskusteluja pidetään tyypillisesti turhana roskana ja likapyykkinä, johon viittaa Suomi24:n lempinimi Suoli24. Yksi verkkokyselyn vastaajista kuvaa Suomi24-foorumia ”suomalaisen verkon sairaimmaksi hullujenhuoneeksi, jota tarkkailee samalla uteliaisuudella kuin liikenneonnettomuutta.” Kun keskustelufoorumia lähestyy likapyykinäkökulmasta, huomio kiinnittyy mielipiteiden kärjistämiseen ja tunteiden nostatukseen. Kommentit kertovat toistuvasta huolesta: Suomi on uhattuna ja kaipaa tarmokasta tukea. Suomi24-palstoille kirjoittavat korostavat isänmaallisuuttaan tekemällä eroa suvaitsevaisiin eli suvakkeihin: ”*Saan kirjoittaa juuri niin kuin ajattelen eikä tarvitse suvaitsevaisista välittää*”, kirjoittaja kertoo käyttäjäkyselyn avovastauksessa.

Suomi24-foorumin luonne ennakkomoderoinnista vapaana kanavana antaa kirjoittajien itseilmaisulle tilaa. Palstan viesteissä puhutellaan ja panetellaan ämmiä tai ämmämäisiä miehiä, jotka eivät kunnioita sotaveteraaneja ja hyysäävät rintamakarkureita, jotka ovat jättäneet naiset, lapset ja vanhukset kokemaan sodan kauhut. Näiden keskustelujen elävä rintamalinja on suvakki, jonka avulla isänmaallisuutta ilmastaan: ”*Meillä kaikilla varmaan on työpaikalla joku suvakki, joka ei hyväksy ajatuksiamme koska ne ovat oikeita ja koska olemme nähneet tulevaisuuden jo kauan sitten*”, yksi käyttäjäkyselyn vastaajista selittää.

Verkon likapyykkilinko kiinnittää huomion yhdenlaiseen kivettyneeseen todellisuuteen: Suomi24-kirjoituksilla erottaudutaan viesti viestiltä suvakeista, itselle vieraista ja vastenmielisistä kukkahattutädeistä ja hyysäreistä. Suvakkivastaiset viestit piirtävät esiin miehistä mielenmaimaa. Viestejä lukee ensin kiinnostuksella. Jos keskustelua lähestyy avoimin mielin, suvakkiviesteissä on humoristisia piirteitä. Vihaa ilmaistaan elävin sanakääntein. Pian viestit alkavat kuitenkin toistaa tympeää maailmankuvaa, jossa naiset ja ulkomaalaiset ovat syypäitä suomalaismiehen ahdinkoon. Viesteissä kuvataan uhkia ja etsitään syntipukkeja. Suvakit pitäisi raiskata tai lähettää panopuuksi pakolaisille.

Tämä on se keskustelu, joka Suomi24-keskusteluista usein etsimällä etsitään. Kun aloitimme projektimme, toimittajat soittelivat ja kyselivät, onko vihapuhe nousussa. Suomi24-foorumia moderoineiden työntekijöiden mukaan vihapuhe ei ole varsinaisesti lisääntynyt vaan se on ollut verkkokeskustelujen piirre alusta alkaen. Yksi moderaattoreista aloitti työnsä 2000-luvun alkuvuosina ja hän sanoo ajatellessaan, että palstat tulisi sulkea saman tien: trollausta ja toisten kiusaamista oli niin paljon.

Vihapuheen voi ajatella olevan verkon takapihan vakio. Anonyymin kirjoittelun tietyt toistuvat muodot takovat eteenpäin yhteiskuntavastaisuudella ja ihmisvihamielisyydellä. Vääränlaisia ihmisiä nimitellään ja kiusataan. Viesteissä tuotetaan vastakkainasetteluja, joita ratkotaan kuvitteellisella väkivallalla. Nimittelyn ja leimaamisen lähtökohtana on, ettei kerrottavia asioita suhteuteta tai tasapainoteta vaan tapahtuneet asiat tuodaan esille seurauksista välittämättä. Palstoilla selvitetään aktiivisesti tekijöitä rikosuutisten takana. Poliitikot ja maahanmuuttajat on saatava kiinni virheistään. Rikosten tekijöiden nimet ja etninen tausta on paljastettava. Paljastukset tyydyttävät uteliaisuutta ja antavat tunnevoimaa omille mielipiteille ja oikeassa olemisen tunteelle.

Lintutorni

Suomi24-keskusteluja lukee moninkertainen määrä viestien kirjoittajiin verrattuna. Eri palstoilla lukijoiden ja kirjoittajien suhde vaihtelee (Lagus ym. 2016). Karkeasti voisi sanoa, että palstoilla, joilla lukijoiden määrä verrattuna kirjoittajiin on suuri, käydään asiapitoista pikemminkin kuin mielipiteiden ohjaamaa keskustelua. Niihin tallentuu viestejä esimerkiksi resepteistä, auton korjaamisesta tai sairauksien hoidosta. Yksi syy lukijoiden suurempaan määrään on siinä, että ihmiset päätyvät googlaamalla huolenaiheita tai esittäessään kysymyksiä nimenomaan asiapitoisiin keskusteluihin.

Yhteiskunnallisilla ja poliittisilla keskustelualueilla lukijoita on vähemmän. Tämä tukee näkemystä, jonka mukaan osa teksteistä palvelee enemmän mielipiteiden suoltamista ja pahanolon ”oksennusta” kuin varsinaista useamman kirjoittajan välistä keskustelua. Palstojen lukijoille mielipiteiden suoltaminen tai pahanolon ilmaisut voivat kuitenkin toimia myös viihteenä tai kuriositeettina. Suomi24:n voi ajatella toimivan lintutornin tapaan. Sieltä bongaillaan vieraita lajeja ja elämänpiiriä. ”*Kaipaam masokistisuuteni takia välillä sitä, että voin lukea perehtymättömien tekstejä ja vajota syvään epätoivoon.*”

Joistakin käyttäjäkyselyn vastauksista huokuu ylemmydentunne palstan kirjoittajia kohtaan, mutta toisissa halu ymmärtää vaikuttaa vilpittömältä. Eri alojen ammattilaiset, lääkärit, poliitikot tai kirkon työntekijät, voivat käydä lukemassa kirjoituksia, jotta he käsittäisivät miten ”kansa” toimii ja reagoi: ”*Lähinnä ammattini puolesta seurailen, mitä työhöni liittyvää keskustelua maallikot täällä käyvät, jotta osaa reagoida uskomuksiin oikein :)*” Suomi24-palsta avaa näkökulman vieraslajiin, jonka jähmettynyt maailmankuva voi laajentaa omia käsityksiä. Kuten vastaajat kuvailevat Suomi24:n merkitystä itselleen:

”Tietyn, pienen kansanosan ahtaaseen maailmannäkemykseen kurkistaminen. Joka siis tapahtuu työn takia.”

”Jos suomi24 Keskustelut -sivustoa ei olisi, niin ainakin Filosofinen keskusteluni olisi todella paljon vaillinaisempaa kuin nyt tällä hetkellä”.

”Ikäänkuin olisi yliopisto kotona. ei tarvitse olla yksin ajatuksinensa vaan voi testata niitä keskustelussa muiden kanssa. Tämä on aivan uusi tilanne ihmiskunnalle. Kukaan ei ole yksin maaseudulla eristettynä tutkijoiden, ajattelijoiden, taiteilijoiden tms seurasta.”

Lintutornista katsottuna keskustelupuheenvuorojen erilaisuus on arvo. Oma ajattelu laajenee, vaikka muut katsovat maailmaa ennakkoluulojensa läpi. Verkkokeskustelujen yhteiskunnallinen arvo syntyy siitä, että niiden avulla pääsee nopeasti kiinni toisenlaisiin maailmakuviin ja maailman käsityksiin.

Arjen rauhankone

Nimittelyn ja leimaamisen rinnalla Suomi24-palstoilla elävät täysin vastakkaiset pyrkimykset: ihmisten halu paneutua toisten kirjoittajien ongelmiin ja kannustaa vaikeissa elämäntilanteissa. Suomi24-keskusteluissa jauhaa arkinen rauhankone: ihmisten halu tukea toisia ihmisiä ja edistää keskustelemalla tulevaisuudenuskoa. Yksi vastaajista kertoo arkisista ”merkitysneuvotteluistaan” (Honkela 2017) verkossa kuvaamalla Suomi 24:ää *huoltoasemien maailmanparannusryhmäksi*.

Käyttäjäkyselyn myönteisissä Suomi24-kokemuksissa toistuvat auttaminen ja avun saaminen. Kyselyyn vastanneet kiittävät kirjoittajia, jotka aikaa ja vaivaa säästämättä paneutuvat käytännön pulmiin ja toisten ongelmiin. Moni muistaa tietokoneisiin, esimerkiksi viruksiin tai käynnistysongelmiin saadun ratkaisun. Palstalta pyydettyyn neuvoon tuli vastaus puolessa tunnissa: *”Siitä tuli hyvä mieli”*. Arkisista auto-ongelmista kertoo esimerkiksi se, että Toyota-sanaan viitataan kymmenien miljoonien viestien joukossa 200 000 kertaa.

Ihmisiä askarruttavat terveydenhuoltoon ruoanlaittoon, remontteihin ja lemmikkieläimiin liittyvät kysymykset: *”Monta hyvää neuvoa ja niksiä ois jäänyt saamatta, samoin kuin myös ne hauskat hetket joita noiden juttujen lukeminen joskus suo”*. Kysymyksiin löytyy usein jo googlaamalla vastaus. *Miksei kakku nouse? Miten koiran kynnet leikataan?* Vastaukset näihin ja moniin muihin kysymyksiin löytyvät Suomi24-palstoilta.

Kun yhteiskuntatieteilijät suuntaavat katseen verkon negatiivisiin puoliin, arjen rauhankoneen, siis merkitysneuvotteluiden tarve ohitetaan. Tämä vääristymä on ohjannut myös sitä, miten avointa Suomi24-aineistoa käytetään. Tiedämme aineiston avulla enemmän trollauksesta ja vihan ilmauksista, mutta vertaistuen yhteiskunnallinen arvo on edelleen heikko. Verkossa ilmaistu vertaistuki näyttäytyy helposti puuhasteluna, joka tapahtuu ihmisten välisissä suhteissa, hyvää hyvyttä. Arkisen rauhankoneen laajempaa yhteiskunnallista voimaa, kuten vahvistuvaa oikeudenmukaisu-

den tuntua tai yhteiskuntaa lujittavia verkostoja, ei nähdä. Kärjistäen: vihapuhe on yhteiskunnallista, mutta vertaistuki on jokaisen oma asia.

Suomi24 on paikka, josta ihmiset ovat hakeneet yli viidentoista vuoden ajan elämälleen kaikupohjaa epätietoisuuden ja yksinäisyyden hetkinä. Yksinäisyyteen on vaikea eläytyä, jos siitä ei ole omakohtaista kokemusta. Kaikkihan haluavat joskus olla yksin. Yksinäisyys ei kuitenkaan ole valinta vaan sosiaalista osattomuutta, joka tuottaa syvää inhimillistä kärsimystä. Elämän sosiaalinen tyhjiys ja autius näyttäytyvät Suomi24 foorumin käyttäjäkyselyssä kiitollisuutena. Vastaukset ovat lyhyitä ja niistä voi vain arvuutella kirjoittajan kokemuksia. Ne kertovat kuitenkin siitä, miten tärkeää on kohdata tukijoita ja samalla tavalla ajattelevia. *”En ole yksin”*, kirjoittaa yksi kyselyyn vastanneista. *”Chatti on saattanut pelastaa vuosien varrella ihmishenkä”*, arvelee toinen. Yksi kirjoittaja toteaa anonyymien verkkoviestinnän ansion luultavasti viitaten seksuaalisten vähemmistöjen osaan: *”Olisipa nuorena ollut internet noin yleensä. Kaikille asioille ei ollut nimiä 70-luvulla”*.

Työttömyys ja taloudellinen huono-osaisuus on helpommin kestettävissä, kun voi jakaa kokemuksia. Ihmiset neuvovat toisiaan Kela-asioinnissa, sairauksiin ja eläkkeisiin liittyvissä etuisuuksissa. Käyttäjäkyselyn vastaajat kertovat, kuinka elämän murroskohdissa palstalta on löytynyt samassa tilanteessa olevia. Raskautta yrittävä on jakanut pettymyksen palstalla kuukautisten alkaessa. Ilo raskauden vihdoin alkaessa on jaettu naisten kesken ja *”odotusajan hermoilut ja ihmeellisyydet toisiamme tukien”*. Toinen kirjoittaja kertoo hämmästyneensä avioeron jälkeen kuinka fiksua porukkaa keskustelupalstoilta löytyy: *”Sain laastarisuhteen täältä ja eheydyin ihmisenä.”*

Tunnustussiilo

Suomi24:n likapyykkilinko ja rauhankone toimivat palstojen yli. Niiden rinnalla yksittäisten palstojen sisälle muodostuu keskustelukulttuureja, jotka voivat olla hyvin omalaatuisia. Laura Savolainen (2018) tutki ahmintahäiriöön liittyvää tunnekeskustelua Suomi24:n BED eli Binge Eating Disorder –palstalla. Häiriölle on tunnusomaista, että siitä kärsivä ahmii ruokaa nopeatahtisesti ja hallitsemattomasti. Savolaisen analyysi kertoo, että palstaa luonnehtii tunnetoisto ja keskustelullinen monotonisuus. Kommentoijat eivät keskustele keskenään vaan käyvät ilmaisemassa palstalla asiansa ja poistuvat vähin äänin ne ilmaistuaan. Useisiin viesteihin on kirjattu pelkkiä listoja ahmituista ruoista.

Keskustelun monotonisuudella on Savolaisen mukaan kaksi ulottuvuutta: kommentoijat eivät oikeastaan keskustele keskenään ja palstan tunneintensiteetti pysyy useimmiten kutakuinkin vakiona voimistumisen tai laantumisen sijaan. Nämä havainnot kertovat keskustelun toimivan ikään kuin tunnustussiilona. Keskustelijoiden välille ei muodostu dialogia vaan kirjoittajat hakeutuvat vertaistukipalstalle tunteiden vallassa, tunnustavat ne

ja poistuvat vähin äänin. Tunnustussielona keskustelua ohjaa vaatimus jaetusta kokemusmaailmasta. Jos kirjoittajalla ei ole omakohtaista kokemusta ahmimisesta, hänellä ei ole tunnustettavaa.

Lopuksi

Samaan tapaan kuin budjettipuheiden verkkokeskustelujen voi ajatella jauhavan yhtä ja samaa. Ympäröivä maailma muuttuu, mutta verkon kivettyneet sisällöt pysyvät ennallaan. Talouspuheen ankkureina toimivat usein tilinpitojärjestelmät, jotka yhtäältä mahdollistavat yhteisen keskusteluavaruuden ja toisaalta rajaavat mielikuvitusta. Verkkokeskusteluiden kivetymisen syyt ovat toisaalla. Yhtenä syynä näyttää olevan muutoksen pelko, tulevaisuus vyöryy päälle ja toiminta-avaruuden koetaan kapenevan. Usein verkkokeskustelua jähmettävät piirteet kuvaavat maahanmuuttajia tai suvaitsevaistoa yleistä moraalialueita rapauttavina voimina. Keskustelu muuttuu toisteiseksi, ennakoitavaksi ja kapea-alaiseksi.

Poliittiset vaikuttajat ja virkamiehet puhuvat ”someväestä” ja ”somekansasta”, joka kulkee laumana keskustelunaiheesta toiseen. Suomi24-tutkimuksemme kertoo, ettei tällaista yhtenäistä joukkoa foorumilta löydy. Suomi24-palstat muodostavat pikemminkin keskustelujen saariston. Yli kahden tuhannen palstan joukosta löytyy riitaisia, harmonisia ja yhdentekeviä palstoja. Keskustelukulttuuri voi suosia ajanviettoa, toisten tukemista tai nimittelyä ja leimaamista.

Vihapuheen dominoiman yhtenäisen ja harhaanjohtetun somekansan saa houkutelua esiin ainoastaan kiinnittämällä huomion yhdenlaiseen keskustelukulttuuriin. Toisaalta on ymmärrettävää, että vihapuhe kiinnittää huomion. Se on häiritsevää ja rikkoo yleistä oikeustajua. Silti siihen ei pitäisi jäädä kiinni, koska yksinomaan vihapuheeseen kiinnittynyt tarkkailija päätyy helposti toistamaan nettikeskustelujen jähmettyneitä lähtökohtia. Verkkokeskustelu näyttää uhkana pikemminkin kuin moninaisena kommunikaatiokulttuurina. Ihmiset puhuvat Suomi24:n palstoilla mielenterveysongelmista, lääkekokemuksista, lemmikkieläimistä, uskonnosta ja matkoista. Suomi24-palstoilla haetaan myös poliittisia vastavoimia vihapuheelle. Käyttäjäkyselyjen vastauksissa toivottiin toistuvasti keskustelujen parempaa valvontaa: ”*rasistiset kirjoittajat pitäisi jäljittää ja tuomita oikeudessa*”. Kommentteja, joissa toivottiin keskustelijoiden rekisteröintiä ja tiukempaa valvontaa, oli monin kerroin enemmän kuin isänmaallisuutta juhlivia totuudenpuhujia.

Someväestä puhuminen tyrehdyttää verkkokulttuurin kykyä uudistua ja kuvitella vaihtoehtoja. Suomi 24 on viihdettä, uteliaisuutta, vertaistukea, salaliittojen vastaista työtä, referenssipinnan löytämistä muiden ihmisten kanssa. Se on myös sananvapauden toteuttamista, ihmissuhteiden hoitoa ja yksinäisyyden lievittämistä.

Matemaattisen sosiologian isän Gabriel Tarden mukaan arkinen, kapakoissa ja kaduilla käytävä, keskustelu on tärkein yhteiskuntaa ja taloutta

uudistava voima (Tarde 1903; ks. myös Latour & Lépinay 2009). Talouspoliittisesta puheesta luovaa mielikuvitusta tai kuvitteluvoimaa oli Heinosen ja kumppaneiden mukaan vaikea löytää. Nettikeskusteluista sellaista voisi löytää ja sitä voisi myös tarmokkaammin tukea. Voisiko yhteiskunnallisen keskustelun ja uudistumisen tarvetta edistää verkkokeskusteluja ja mielikuvitusta moderoimalla? Olisiko syytä antaa tuki niille, jotka eivät tunnusta kulttuuristen jähmettyneisyyksien voimaa, esimerkiksi nuorille naisille, jotka blogeissaan ja tubettaessaan uudistavat maailmaa?

Kirjoittajat ovat valtiotieteellisen tiedekunnan professoreita ja Visa Heinosen ystäviä.

LÄHTEET

- Alvial-Palavicino Carla (2015) The Future as Practice. A Framework to Understand Anticipation in Science and Technology. *TECNOSCIENZA, Italian Journal of Science & Technology Studies* 6 (2), 135–172.
- Beckert Jens (2016) *Imagined Futures. Fictional expectations vs. rational expectations*. London: Harvard University Press.
- Fenn Jackie & Raskino, Mark (2008) *Mastering the Hype Cycle: How to Choose the Right Innovation at the Right Time*. Boston: Harvard Business School Publishing.
- Harju Auli (2018) Suomi24-keskustelut kohtaamisten ja törmäysten tilana. *Media&Viestintä* 41 (1), 51–74
- Heinonen, Visa, Mykkänen Juri, Pantzar Mika & Roponen Seppo (1996) *Suomalaisen talouspolitiikan ajattelumallit valtiovarainministerien budjettiesitelmissä 1974–1994*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Honkela, Timo (2017) *Rauhankone*. Helsinki: Gaudeamus.
- Lagus, Krista, Pantzar, Mika, Ruckenstein, Minna & Ylisiurua, Marjoriikka (2016) *Suomi24 Muodonantoa aineistolle*. Valtiotieteellisen tiedekunnan julkaisuja 10. Helsinki: Unigrafia.
- Latour, Bruno & Lépinay, Vincent Antonin (2009) *The Science of Passionate Interests. An Introduction to Gabriel Tarde's Economic Anthropology*. Chicago: Prickly Paradigm Press, University of Chicago Press.
- MacKenzie, Donald (1998) The Certainty Trough. In Williams, R., Faulkner, W. & Fleck, J. (eds.) *Exploring Expertise. Issues and perspectives*. London: Macmillan.
- Nikunen, Kaarina (2010) Rakastamisen vaikeudesta: Internet, maahanmuuttokeskustelu ja tunteet. *Media & viestintä* 33 (4), 7–26.
- Savolainen, Laura, Yksin yhdessä – tunnetoisto vertaistukipalstalla. Citizen Mindscapes blogi 6.3.2018, <https://blogs.helsinki.fi/citizenmindscapes/2018/03/06/yksin-yhdessa-tunnetoisto-vertaistukipalstalla/>
- Tarde, Gabriel (1903) *The Laws of Imitation*. New York: Henry, Holt and Co.

**KULUTUKSEN JA
KULUTTAJAKANSALAISUUDEN
HISTORIALLISTIA MUUTOKSIA**

JUKKA KORTTI

LUOVASTA LUKEMISESTA KULUTTAJAKANSALAISUUTEEN: HUOMIOITA MAINONNASTA JA KULUTUKSESTA MEDIAHISTORIASSA

Yhdysvaltalainen kulttuurihistorioitsija Roland Marchand (1986, 9, 116, 335) on korostanut mainonnan mahtia taloudellisena voimana ja uusien urbaanien tapojen, kuten hygienian, pukeutumisen ja tyylin suositteluissa: kaikki uusi oli tavoiteltavaa. Yhdysvalloista tuli kulutuskeskeisen modernisaation veturi 1800-luvun lopulta lähtien. Taustalla oli monta tekijää, joista vähäisimpiä ei suinkaan ollut valinta rahoittaa media ensisijaisesti mainonnalla – toisin kuin esimerkiksi suuressa osassa Eurooppaa. Marchandin kohteena oli maailmansotien välinen amerikkalainen mainonta, jonka pääalustana olivat tuolloin vielä tuoreet massamediat, lehdistö ja radio.

Mutta tämä ei suinkaan ollut ensimmäinen tai viimeinen kerta, jolloin talous ja kuluttaminen ovat kietoutuneet median kehitykseen. Tarkastelen artikkelissani median, talouden ja kulutuksen kytköksiä historiassa. Lähtökohtana on etenkin mainonnan historia ja sen nivoutuminen kulutuskeskeiseen mediahistoriaan. Tarkoitus ei ole niinkään systemaattisesti käydä läpi mediahistoriaa kulutuksen näkökulmasta, vaan pikemminkin nostaa esiin elementtejä, jotka ovat tärkeitä ymmärtääksemme tämän päivän mediakeskeistä kulutuskulttuuriamme.

Raha ja bisnes ovat usein ratkaisevia tekijöitä tämän päivän mediakulutuksessa. Tämä asetelma löytyy tosin jo viimeistään kirjapainotaidon leviämisen yhteydestä varhaismodernissa. Kulutuskeskeinen media integroituu ihmisten päivittäiseen elämään tavalla, joka tekee siitä myös keskeisen tekijän inhimillisessä kanssakäymisessä. Mediatutkijat puhuvat yhteiskunnan ja kulttuurin *medioitumisesta*. Mikään digitaalisen aikamme ilmiö se ei kuitenkaan ole.

Toisaalta medially on ollut etenkin valistuksen jälkeisessä länsimaisessa elämänmenossa keskeinen asema demokratioissa; se on linkittynyt vahvasti sen perusteisiin, kuten sananvapauteen ja julkisuuteen. Valtion jäsenen ja palveluja ostavan yksilön välinen raja kuitenkin hämärtyy usein ajassamme. Esseen lopulla pohdinkin 2000-luvulla kulutustutkimuksessa keskeiseksi nousutta *kuluttajakansalainen*-käsitettä mediahistorian näkökulmasta. Teksti perustuu pitkälle yleisesitykseeni mediahistoriasta (Kortti 2016).

Mainonta ja media

Moderni kulutuskulttuuri on ollut hyvin riippuvainen mediasta. Ilmeisin ilmentymä symbioosista on mainonta. Itse asiassa *media* terminäkin on mainontalähtöinen. Kun amerikkalainen markkinointiväki halusi 1920-luvulla kuvata sanomalehdistöä omana mainosalustanaan, se alkoi puhua *mediumista*. Latinasta johdettua termiä oli toki käytetty jo aiemmin pitkälle samassa merkityksessä: toimia jonkin välittäjänä. Sana löytyy englanninkielestä jo Shakespearen teksteistä. Arkikieleen sen kuitenkin lanseerasivat mainosmiehet. Myös suomeen *media*-termi laskeutui mainosväen kautta; ensimmäisenä sitä käytettiin 1960-luvun markkinointikielessä, ja vasta 1980-luvulla ”*media*” (tuolloin usein lausuttuna ”*meedia*”) yleistyi kaiken kansan suussa.

Toisen maailmansodan jälkeen *media* – nyt monikossa – kattoi myös sähköiset joukkotiedotusvälineet. Viestintäteknologioiden lisäksi *media* tarkoitti viestintäteollisuutta kulttuurisena toimijana. *Media* nähtiin jopa keskeiseksi tekijäksi nopeasti laukkaavassa länsimaisessa elämänmenossa, jossa sen olemus, ei pelkästään sen sisällöt, on mullistavaa. Ehkä kautta aikain kuuluisimman mediateoreetikon Marshall McLuhanin yksi tunnetuimmista sloganeista on: ”The medium is the message” – väline on viesti (McLuhan 1984, 27–42).

Toisen maailmansodan jälkeisestä kulutuskulttuurin riemukulusta ponnisti myös McLuhanin (1984, 261) luonnehdinta mainonnasta historian tutkimuksen lähteenä samaisessa *Ihmisen uudet ulottuvuudet* -teoksessa: ”Historioitsijat ja arkeologit keksivät joskus, että meidän aikamme mainokset ovat monipuolisimpia ja uskollisimpia jokapäiväisiä heijastuksia mitkä mikään yhteiskunta on koskaan jättänyt kaikista toiminnoistaan.”

Siteeraus aloittaa – tosin erilaisena käännöksenä kuin tämä Antero Tiusasen jo 1968 tekemä versio – myös Visa Heinosen ja Hannu Konttisen (2001, 11) *Nyt uutta Suomessa. Suomalaisen mainonnan historian*. Mainonnan historiasta luennoidessani olen usein näyttänyt sitaattia, mutta samalla myös tähdentänyt, että McLuhanin luonnehdinta on vajaa. Välittäessään (*mediate*) paitsi tavaroiden ja palveluiden evoluutiota, muotia, tyylejä, muotoiluja, malleja ja hintoja yms., myös arvoja, ideologioita ja maailmankuvia, mainonta on toki ainutlaatuinen historiantutkimuksen lähde. Mutta mainonta ei ole vain peilikuva, vaan mainonnalla, kuten medialla laajemminkin, on myös yhteiskuntaa ja kulttuuria muokkaava voima.

Etenkin pohjoismaiset ja saksalaiset mediatutkijat ovat viimeisen kymmenen vuoden aikana pyrkineet analysoimaan median merkitystä yhteiskunnallisessa ja kulttuurisissa ilmiöissä *medioitumisen* (*mediatization*) käsitteellä (esim. Lundby 2009; Hepp & Krotz 2014). Sillä on pyritty selittämään ja ymmärtämään yhteiskunnallis-kulttuurisia muutosilmiöitä median muutosten kautta. Pontimena teoretisoinnille on ollut havainto kuinka digitaaliset mediateknologiat muuttavat yhteiskuntaa ja kulttuuria perinpohjaisesti. Teoretisoinnissa on viime aikoina alettu kiinnittää

huomiota myös medioitumisen historialliseen ulottuvuuteen. Itse olen esimerkiksi pyrkinyt korostamaan etenkin arjen historian medioitumista (Kortti 2017).

Mainonnan voi nähdä myös omana medioitumiseen alanaan, koska siihen on sisäänkirjoitettu pyrkimys vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen. Mainonta onkin erityisen tehokasta silloin kun se saa ihmiset muuttamaan paitsi kulutustottumuksiaan, myös arvoja ja asenteita. Lisäksi on tärkeää muistaa, että tuo McLuhanin heijastokuva on kuin Linnanmäen peilialissa; se vääristää.

Yhdysvaltalainen viestinnän tutkija Michael Schudson vertasi mainontaa 1980-luvulla sosialistiseen realismiin. Kuten kommunistisessa itäblokissa vallinnut taidesuunta, tämä ”kapitalistinen realismikin” idealisoi kohdettaan, yksinkertaisti ja tyypitti. Mainonta oli kapitalismin tapa sanoa itselle ”minä rakastan sinua” (Schudson 1984, 215, 220, 221, 232.)

Perusta tälle itsensä rakastamiselle luotiin 1800-luvun lopulla ja 1900-luvun alussa, jolloin median, mainonnan ja talouden toisiinsa kietoutunut kehitys loivat modernin kulutuskulttuurin. Tavaroiden valmistuksessa siirryttiin yhä enemmän massatuotantoon, minkä vuoksi 1800-luvun viimeisiä vuosikymmeniä on nimetty myös toisen teollisen vallankumouksen ajaksi. Tällöin teollistumisen painopiste siirtyi Isosta-Britanniasta Manner-Eurooppaan, etenkin Saksaan, sekä Yhdysvaltoihin. Teollinen tavaratuotanto kiihtyi ja erottautuakseen tavarat tarvitsisivat mainontaa, joka taas loi tarpeita kuluttamiselle.

Informaatiosta kauppa- ja kulutustavaraa

Median synty voidaan ajoittaa aina kielen kehittymiseen saakka. Mutta jos ajatellaan mediaa ensisijaisesti materian kautta, niin keskeistä sen muotoutumisessa oli maanviljelyksen ja sivilisaation syntyminen. Sen mukana tuli kaupankäynti, joka vaati kehittämään symbolisen systeemin. Osana sivilisaatiota syntyi kirjoitustaito noin viisi, kuusi tuhatta vuotta sitten Sumerissa, nykyisen Etelä-Irakin alueilla. Paitsi hallintoon (verotus, kirjanpito), myös kauppatavaran vaihtoon, mittaamiseen ja laskemiseen tarvittiin symboleita. Niitä alettiin viestiä representaatioilla, jotka muuntuivat ajan myötä kuvamerkeiksi, foneettisiksi merkeiksi ja aakkosiksi. McLuhanin oppi-isä – niin ikään kanadalainen – taloushistorioitsija Harold A. Innis (1971; 1972) on tarkastellut jopa koko sivilisaation historiaa mediahistorian kautta: taloudelliseen voimaan perustuvat imperiumit ovat riippuvaisia viestinnästä.

Taloudella oli siis roolinsa jo median varhaishistoriassa, mutta varsinainen mediabisnes syntyi kirjapainotaidon myötä. Modernin median katsotaankin alkavan tuosta saksalaisen Johannes Gutenbergin 1400-luvun puolessavälissä kehittämästä, irtokirjasimiin perustuvasta painotekniikasta. Kirjapainotaidon leviäminen oli suhteellisen nopeaa ajatellen uuden ajan Euroopan verkostoja. Sen mahdollistivat tämänkin päivän talouden

peruspilarit: pääoma ja kontaktit. Niitä löytyi Gutenbergin asioita hoitaneelta liikemies Johan Fustilta. Kuten talouden merkitystä historiassa korostanut ranskalainen historioitsija Fernand Braudel (1981, 401) on painottanut, kirjapaino levisi ensin nimenomaan niihin eurooppalaisiin kaupunkeihin, joissa oli tarvittavat rahoitus- ja kaupankäyntiedellytykset. Tämä tarkoitti yksittäisiä kauppamiehiä, mutta myös tarvittavia kauppareittejä, markkinoita ja messuja.¹

Painoala oli yksi ensimmäisistä teollisuudenaloista, jonka tuotantoa hallitsivat kapitalistiset voittoa tavoittelevat firmat. Lisäksi ne pystyivät toimimaan varsin vähän säädelyssä toimintaympäristössä. Kirjapainotaito edesauttoi taloutta myös siten, että pankkiirien ja kauppiaiden liiketoimintaa edistävät opit kuten kirjanpito, sovellettu matematiikka ja uudet liiketoimintakäytännöt levisivät tehokkaasti. (Dittmar 2015.)

Yhdysvaltalainen kirjallisuustieteilijä Walter J. Ong (1988, 122, 132) on korostanut sitä, kuinka painettu sana on paljon helpompaa lukea kuin tuottajasuuntautunut (*produce-oriented*) käsinkirjoitettu sana. Painettu teksti olikin kuluttajasuuntautunutta (*consumer-oriented*) ja lisäksi luotettavampaa.

Kirjapainotaito oli myös ensimmäinen kokoonpanolinja: kirja oli standardoitu kulutustuote, joka kopioitui samanlaisena kuin alkuperäinen. Kuten vasta pari sataa vuotta myöhemmin alkanut teollistuminen, kirjapaino pystyi tuottamaan huokeasti standardisoituja tavaroita. Kirjojen valmistus oli aiemmin vaivalloista, aikaa vievää ja siten kallista – pääosin munkkien tekemää – käsityötä. Kirjojen ”massatuotannon” myötä ne päätyivät helpommin myös muiden kuin pienen pappiseliitin tai hallintovirkamiesten käsiin. Ensin tiedemiehet, lääkärit ja muut ammattilaiset, sitten myös rahvas pääsi kuluttamaan mekanisoitua mediaa. Tämä merkitsi myös auktoriteettien kyseenalaistamista. Tästä kertoo esimerkiksi Carlo Ginzburgin (2007) mikrohistorian klassikkotutkimus *Juusto ja madot* – tutkimus 1500-luvulla eläneestä 1500-luvulla eläneestä italialaisesta mylläri Menocchiosta. Mylläri tuomittiin inkvisitioon julistaessaan kirjoista oppimaansa mutta itsenäisesti luomaansa maailmankuvaa, joka ei ollut sopusoinnussa katolisen kirkon oppien kanssa.

Lukutaito ei toki ollut vielä pitkään kovin yleistä, mutta markkinoita alkoi muodostua 1600-luvun Euroopassa halvoille pienpainatteille, pamfleteille, almanakoille, (broadside) balladeille ja arkikirjoille (chap books) – ja pienille painatteille, jotka kertoivat pyhimyksistä, ihmeteoista ja romansseista. Suomalainen, hiukan myöhempi versio niistä olivat arkkiveisut. Lukeminen alkoi myös privatisoitua. Tunnettu ranskalainen arjen historioitsija Philippe Ariès korosti yksityiselämän muutosta kuvaavassa tarkastelussaan mentaalaisia poliittis-kulttuurisia muutoksia, jotka vaikuttivat käsityksiin

¹ Messut ovat olleet myös kulutuksen ja mainonnan kannalta keskeisiä foorumeja aina 2000-luvulle saakka. Suomenkin ottaessa kulutusyhteiskunnan ensiaskeleita, ensimmäiset Suomen messut vuonna 1920 olivat paitsi itsenäisen Suomen elinkeinoelämän voimannäyttö, myös laajemmin kansallisen itsetunnon kohotustapahtuma. (Heinonen & Konttinen 2001, 48.)

yksilöllistymisestä. Yksi niistä on kirjapainotaidon syntyminen, joka vaikutti paitsi kirjojen helpompaan saatavuuteen myös luku- ja kirjoitustaidon leviämiseen (Ilmakunnas 2001, 10.)

Samalla oltiin huolestuneita yksityisen lukemisen vaaroista ja puututtiin etenkin naisten ja rahvaan lukemiseen. Esimerkiksi 1500-luvun Venetsiassa eräs silkkityöläinen tuomittiin inkvisitioon ”koska hän luki koko ajan” ja eräs aseseppä koska hän ”on valveilla lukien kaikki yöt”. Keskustelut tuovat mieleen 1900-luvun varoittelet massakulttuurin ja television tai internetin vaaroista. Naisille lukemisen taas pelättiin aiheuttavan vaarallisia tuntemuksia, kuten rakkauden tunteita. (Briggs & Burke 2002, 61–66.)

Kirjapainotaidon leviäminen synnytti yhtenä painotuoteryhmänä uutiskirjeet. Nämä sanomalehtien esiasteet alkoivat palvella merkantilistisen hallinnon ja kaupan tarpeita saada ajankohtaista tietoa kauppasuhteista ja maailman tapahtumista laajemminkin. Tärkeä rooli uutiskirjeiden levittämisessä oli saksalaisen kauppiassuvun Fuggerien kauppahuoneella, joka alkoi välittää säännöllistä kuriiriliikennettä kauppakonttoriensa välillä ympäri Eurooppaa. Uutislehtisissä tiedotettiin myös sadoista, kadoista, laivavuoroista ja hinnoista. Aluksi uutiskirjeet olivat käsinkirjoitettuja, mutta pian niitä alettiin myös painaa. Lehdistö ja uutistoiminta syntyivät, kun kauppiaiden yksityistä kirjeenvaihtoa alettiin levittää laajemmin. Informaatiosta tuli kauppatavaraa. Kauppiat eivät niinkään tarvinneet julkisuutta, mutta heidän perustamansa lehdet alkoivat ajan myötä julkaista myös muuta aineistoa kuin kauppatietoja. (Febvre ja Martin 1976, 249.)

Varsinaisesti lehdistöstä tuli osa kulutuskulttuuria vasta massalehdistön syntymisen myötä 1800-luvulla. New Yorkin Park Row -kadulla etelä-Manhattanilla perustettiin 1830-luvulla sanomalehtiä, jotka eivät enää pelkästään palvelleet eliittiä, sen poliittisia ja taloudellisia intressejä, vaan alkoivat kohdella yleisöjään kuluttajina. Lehdistöön sovellettiin samoja kysynnän ja tarjonnan lakeja kuin muuhunkin liiketoimintaan: tuottaakseen voittoa, lehtien sisällön piti resonoida yleisömassojen tarpeita. (Turner 1999.)

Tämä asetelma johti myös ennennäkemättömään kilpailuun etenkin 1800-luvun lopulla ja 1900-luvun alussa, jossa sankareita (ja konnia) olivat sensaatiojournalistit ja lehtikeisarit. Viimeksi mainitut, kuten unkarilainen emigrantti Joseph Pulitzer ja miljonäärin poika William Randolph Hearst kilpailivat lehdillään Yhdysvaltain itärannikolle Euroopasta vyöryvien siirtolaisten sieluista. Journalistit tekivät raflaavia juttuja mielisairaaloista, julkisista hirttäjäisistä ja prostituutiomurhista. Toisin sanoen, tarjottiin sisältöä, joka miellytti massoja, mikä taas veti puoleensa mainostajia. Syntyi positiivinen levikkikierre, joka kumuloitui suunnattomina voittoina.²

² Sama ilmiö nähtiin esimerkiksi Suomessa 1980-luvulla, jolloin Helsingin Sanomat paisui niin yrityksenä kuin lehtenä: parhaimmillaan 144-sivuisesta aamulehdestä piti jättää sivukaupalla rahakkaita nousukauden asuntoilmoituksia pois tilanpuutteen vuoksi (Jensen-Eriksen & Kuorelahti 2017, 345–396).

Myyvyys tuli keskeiseksi tekijäksi journalismissa. Niin sanotun uuden journalismin mukaisesti paitsi kirjoitettiin inhimillisesti kiinnostavia (*human interest*) keveitä juttuja, myös paljastettiin (*muckraking*) yhteiskunnallisia epäkohtia. Lehtikeisareilla, kuten 2000-luvun Rupert Murdochin ja Silvio Berlusconiin tapaisilla mediamoguleilla, oli myös poliittista valtaa. Hearst, Orson Wellesin klassikkoelokuvan *Citizen Kanen* (1941) esikuva, otti myös itse osaa politiikkaan.

Porvariskoti ja kulutusyhteiskunnan massamedia

Tuota ajanjaksoa (*Progressive Era* 1897–1920) pidetään Yhdysvaltain historiassa paitsi suuren yhteiskunnallisen ja poliittisen reformin aikakautena, myös voimakkaan taloudellisen kehityksen periodina. Maa vaurastui vauhdilla, mikä veti puoleensa ennennäkemättömän määrän siirtolaisia etenkin vanhasta Euroopasta. Tälle kielitaidottomalle, usein myös lukutaidottomalle, rahvaalle oli tarjolla myös muuta viihdettä kuin sensaatiojournalismia.

Tätä tarjosi etenkin yksi aikakauden merkittävistä keksinnöistä, elokuva, joka oli alusta alkaen ensisijaisesti osa viihdeteollisuutta: teollisuuden ala ja vientituote. ”Seitsemäs taidekin” siitä toki muodostui, muttei vielä ensimmäisinä vuosinaan. Euroopasta muuttaneet, pääosin juutalaiset maahanmuuttajat perustivat pieniä, halvan hinnan elokuvateattereita (*nickelodeon*) etenkin Yhdysvaltain itäosalle. Niistä muodostui myöhemmin Hollywoodin perusta maan länsiosalle. Sen studiosysteemille otettiin mallia kaupan alan suurilta vähittäismyymäläketjuilta, joissa erilaisia yritystoimintoja (esim. johto, tilinpito, mainostaminen) oli keskitetty. Elokuviin suhtauduttiin kulutushyödykkeinä etenkin niiden markkinoinnissa, ja elokuvien tuottaminen muistutti tehdasta, jossa liukuhinnallisesti erikoistuneella työnjaolla ja suunnittelulla tuotettiin ja levitettiin kulttuurituotteita. ”Vertikaalisen integraation” idean mukaisesti tuottaja yleensä johti koneistoa, jossa ohjaajat, käsikirjoittajat, näyttelijät, kuvaajat, äänittäjät, lavastajat, puvustajat ja erilaiset avustajat tekivät oman osuutensa elokuvatehtaassa. Myös jakelu oli keskitetty yhden yhtiön hallitsemaksi.

Muitakin uusia medioita syntyi. Nyt niiden äärelle pääsivät myös rahvaan massat, eivät vain ylemmät sosiaaliryhmät. Ensimmäinen uusi 1900-luvun alun massamedia oli gramofoni, jota seurasi pian radio. Varsinkin Yhdysvalloissa oli näille otollinen maaperä. Paitsi että sinne tulvi viihteennälkäistä väkeä, sieltä ei myöskään löytynyt sellaista jarrua uutuuksille kuin vanhalta mantereelta. Vaikka esimerkiksi porvarillinen perheideaali perustui Euroopan tapaan keskiluokkaan, uudelta mantereelta ei löytynyt kuitenkaan vanhaa aatelia, joka olisi jarruttanut uusien elämänmuotojen omaksumista.

Voikin sanoa, että amerikkalainen perhe ”syntyi modernina”. Ranskalainen sosiologi Patrice Flichy (1995, 68, 78, 158) on korostanut tämän

sosiokulttuurisen vaikuttimen keskeisyyttä 1800-luvun lopun uuden median muokkautumisessa massamediaksi etenkin gramofonin ja radion myötä Yhdysvalloissa.

Ennakkoluuloton suhtautuminen uusiin vekottimiin perustui nuoren kehittyvän maan mentaliteettiin. Paitsi että maasta löytyi luonnonvaroja ja muuta vaurautta, tasa-arvoa korostavan perustuslain ansiosta Yhdysvalloissa oli Eurooppaa vähemmän paitsi kulttuurisia, myös lainsäädännöllisiä, poliittisia ja taloudellisia jarruja kehitykselle ja uutuuksille. Visa Heinonen ja Mika Pantzar (2002) ovat löytäneet tästä yhtymäkohtia suomalaisten teknologiamyönteisyydelle: kynnys uutuuksille on myös Suomessa matala, koska meidän nuoresta kulttuurista löytyy samaa uudisraivaajahenkeä kuin Amerikasta.

Gramofoni, puhelin ja radio olivat myös medialaitteita, jotka laajasti kotoutuivat kotitalouksiin. Ensimmäisiä kotien medialaitteita ne eivät kuitenkaan olleet. Jo 1800-luvulla pianon rinnalle porvariskoteihin alkoi tulla myös zoetorooppeja, kaleidoskooppeja, leikkipanoraamoja, tirkistyslaitteita ja stereoskooppeja. Aikalaisittain voi puhua jopa tavaratulvasta. Varsinkin viimeksi mainitun kolmiulotteista illuusiota luovan laitteen eri varianteista tuli eräänlainen viktoriaaninen virtuaalinen ajanviete, joka edelsi gramofonia ja 1900-luvun sähköisiä kotien medialaitteita radiosta tietokonepeleihin.

Varsinkin taikalyhdyistä tuli porvariskotien viihdevempain, kun niistä alettiin valmistaa halvempia versioita 1800-luvun puolivälissä. Näyttävimmät taikalyhdyt olivat statusesineitä, jotka eivät täysin kadonneet elokuvan keksimisen myötä; elokuvia ja taikalyhtydioja näytettiin samoissa esityksissä vielä 1920-luvulla. Ensimmäiset elokuvaprojektorit olivat periaatteessa taikalyhtyjä, joihin oli asennettu filminsiirtomekanismi. (Huhtamo 2000.)

Myös rahvas pääsi kokemaan näitä, nykyisin media-arkeologisiksi medioiksi katsottuja, laitteita messuilla ja kiertelevisissä näytöksissä. Laitteita esittelevät kolportöörit hyödynsivät fantasiaa ja ihmisten taikauskoa kertoessaan tarinoita taikalyhtyesityksissään. Liikkuvat panoraamat, joissa kerrottiin rullalle kierrettyjen maalausten avulla eksoottisia tarinoita, keräsivät niin ikään villissä lännessä kansaa performansseihin. Panoraamaesitykset olivat audiovisuaalisia: niissä oli mukana kommentoiva luennoitsija sekä usein myös musiikkia ja ääniefektejä (Huhtamo 2008). Keskeistä oli kulutuskeskeisten elämysten luominen. Tätä mallia sovelsi myös elokuva varhaisvaiheessaan, kun se ei vielä ollut väline kertoa tarinoita vaan äimistyttää, luoda attraktioita, kuten elokuvatutkija Tom Gunning (2002) on luonnehtinut elokuvan varhaisvaihetta.

Kaiken kaikkiaan perheeseen ja kotiin liittyvien arvojen evoluutio raivasi kodeista tilaa uusille medialaitteille. Saksalainen media-arkeologi Siegfried Zielinski (1999, 134) on tähdentänyt, kuinka radio ja äänilevy muuttivat ajan ja tilan kokemista moderneissa yhteiskunnissa, kun arjesta tuli mekanisoitua ja teknologiaperusteista.

Kuluttajan ja kulutushyödykemarkkinoiden syntyminen merkitsi sitä, että tavarat eivät olleet enää paikallisia ja ne levisivät myös alempiin yhteiskuntaluokkiin. Tarvittiin paitsi massatuotantoa, myös mediaa, jossa mainostaa runsastuvaa tavaramaailmaa.

Kuten mainittua, aikakausi oli myös modernin mainonnan syntymisen aikaa. Yhdysvalloista tuli jo 1800-luvulla mainonnan edelläkävijä. 1800-luvun loppu merkitsi Yhdysvalloissa suuryritysten kasvua, kiihtyvää teollista massatuotantoa, tuotekehittelyä, ostovoimaisia suurkaupunkeja ja markkinointia. Moderni mainonta ei olisi ollut mahdollista ilman kuluttajaa, joka on samanaikaisesti sekä yleinen että yksilöllinen. Potentiaalinen asiakas on määrittynyt samanaikaisesti sekä anonyyminä massana että yksilöityneenä kuluttajana, joka on viestinnän kohteena. (Falk 1994, 91, 97, 101–103.)

Mainonnasta tuli myös tärkeä kulttuurinen tekijä. Mainonnan tavoilla viestiä sekä hyvinvoinnin elämyksillä ja henkilökohtaisella tyydytyksellä on vahva yhteys kulutusyhteiskuntaan, ja sen takia mainonnalla on laaja kulttuurinen ja sosiaalinen merkitys (Leiss ym. 1997, 295). Mainonta käytti laajasti hyväksi taidetta, muotia, muotoilua ja estetiikkaa. Hollywood ja muut populaarikulttuurivaikutteet olivat vahvasti mukana mainonnassa jo ennen toista maailmansotaa. Mainonta ammattimaistui ja ”tieteellistyi”, kun mainostoimistot hyödynsivät George Gallupin tutkimuksia mainonnan vaikutuksista.

Toisaalta nouseva kuluttajaliike alkoi arvostella mainontaa, jonka nähtiin manipuloivan ja johtavan kuluttajia harhaan. Ensimmäinen merkki tästä olivat niin sanotut patenttilääkkeet, jotka lupasivat parantaa lähes kaikki mahdolliset sairaudet. Nämä humpuukiaineet, jotka sisälsivät usein alkoholia ja huumeita, ja niiden katteettomat lupaukset synnyttivät paineita paitsi mainonnan eettisille periaatteille myös kulutuslainsäädännön luomiselle. Aktiivisia olivat usein etenkin naiset. He eivät ainoastaan liikehtineet naisasiassa (suffragetit), vaan ottivat osaa julkisuuteen myös omalla lehdistöllään, jossa kuluttamisella oli merkittävä rooli.

Aikakauslehtien suuntaaminen määritellylle kohderyhmälle on ollut usein kauaskantoista. Etenkin naistenlehdistä tuli tärkeä ”aikakauslehtigenre” osittain jo 1800-luvun lopulla, mutta viimeistään 1920-luvulla. Esimerkiksi yhdysvaltalainen *Ladies' Home Journal* (1883–) oli merkittävä media, joka välitti kulutuskeskeistä ihannetta kaupunkimaisesta elämäntavasta (Marchand 1986, 341). Eurooppalaisia pioneereja kulutuskeskeisten naistenlehtien historiassa olivat ranskalainen *Le Petit Journal* (1863–1944) ja englantilainen *The Daily Mail* (1896–), jotka edustivat 1800-luvun lopun ja 1900-luvun alun ”uutta naista”, mikä tosin oli ”konservatiivista feminismiä”. Tämä tarkoitti yksinkertaistettuna sitä, että nämä lehdet edesauttoivat naisten emansipaatiota ja tulemista julkisuuteen ennen kaikkea kulttuuri- ja kuluttajakansalaisina, ei niinkään poliittisina kansalaisina kuten naisasianaiset eli suffragetit (Chapman 2013, 63–96).

Varsinainen kuluttaja-aktivismi syntyi ensimmäisen maailmansodan jälkeen. Kuten aiheeseen perehtyneen yhdysvaltaisen historioitsijan Lizabeth

Cohenin (2004, 18–61) tutkimuksesta tulee esiin, oli amerikkalaisen maailmansotien välisen ruohonjuuritason kuluttaja-aktiivismin synnyssä lehdistöllä ja muilla painotuotteilla tärkeä rooli. Mutta kuluttaja-aktivisti ei ollut vielä kuluttajakansalainen.

Media ja kuluttajakansalainen

Etenkin viestin yksilöitävyys on modernin mainonnan keskeinen piirre. Samalla tapaa demokratia edellyttää valtiokansalaista, joka on yksilö mutta osa isompaa kokonaisuutta. Ei olekaan sattumaa, että poliittisen kansalaisen ja kuluttajakansalaisen roolit ovat sekoittuneet 2000-luvulla, kun kulutus hallitsee melkein kaikkea (Trentmann 2007). Ennen kuluttajakansalaisuuden syntymistä – Yhdysvalloissa osittain jo ennen toista maailmansotaa, Euroopassa vasta sodasta toivuttua – tuotanto ja kulutus nähtiin vastakkainasetteluna. Keskeistä kuluttajakansalaisuuden synnylle oli yksilöllisen, jopa hedonistisen kulutuksen korostuminen, mikä ilmeni esimerkiksi Suomessa 1960-luvun lopulla (Kortti 2003).

Viime vuosikymmeninä kuluttajakansalaiset on nähty aktiivisina tutkimusmatkailijoina, jotka voivat olla myös kansalaisyhteiskunnan kapinallisia tehdessään itsenäisiä kulutusvalintoja (Gabriel & Lang 2006). On jopa nähty, kuten arjen teoretisoijat (esim. de Certeau 1988) ja kulttuurintutkijat (esim. Fiske 1989) ajattelivat jo 1980-luvulla, että kuluttaja on kuningas soveltaessaan kulutus- ja mediakäyttäytymistään (taktiikat) aivan eri tavalla kuin instituutiot (strategiat) ovat ne tarkoittaneet. Varsinkin internetin utopioissa tämä oli vahvasti mukana 2000-luvun ensimmäiselle vuosikymmenellä niin Piilaakson visiossa osallistumisen kulttuurista (*participatory culture*) kuin kriittisten mediatutkijoidenkin analyyseissä (esim. McChesney 2007).

Kehitys ei kuitenkaan ole mennyt kuten kymmenisen vuotta sitten visioitiin. Tämä on tullut ilmi etenkin nykyisessä, muutaman amerikkalaisen internetjätin (Google, Facebook, Microsoft, Apple, Amazon) harjoittamassa algoritmien ohjaamassa some-maailmassa. Median käyttäjille ja kuluttajille ikään kuin luodaan olettaus, että he aktiivisesti ohjaavat omaa käyttäytymistään internetissä, vaikka se on lopulta varsin passiivisesti ja tarkasti ohjailtua. Tämä on tullut ilmi paitsi siinä, miten Facebookia on käytetty äänestäjien manipulointiin Iso-Britannian Brexit-äänestyksessä ja Yhdysvaltain vuoden 2016 presidentinvaaleissa, myös siinä, kuinka algoritmit ohjaavat kuluttajia nettiostamisessa. ”Ilmaiset” digitaalikonglomeraatit tekevätkin jättimäiset tuloksensa ennen kaikkea myymällä ihmisten selailutietoja, klikkauksia, tykkäyksiä, jopa puhelinkeskusteluja mainostajille.

Vielä toisen maailmansodan jälkeen ero kuluttajan ja poliittisen kansalaisen välillä oli selvempi, vaikka kulutusyhteiskunnan promotoiminen olikin osa kylmän sodan propagandaa etenkin Yhdysvalloissa. Hollywood, mainonta ja televisio valjastettiin luomaan kuvaa Amerikasta ylivoimaisena

ja tavoiteltavana kulutuskeskeisenä onnelana, etenkin suhteessa Neuvostoliittovetoiseen kommunistiseen systeemiin – myös Suomessa (Heinonen ym. 2003). Silti kansalainen oli kansalainen ensisijaisesti suhteessa poliittiseen valtiokoneistoon, ja kuluttaminen sekä viihde olivat enemmän tai vähemmän eristetty omille alueilleen. Asetelma kuitenkin muuttui, kun poliittiset kansalaiset alkoivat tarkoittaa yhä enemmän eliittiä – ei enää koko ”kansaa”. Medialla oli tässä tärkeä rooli.

Yhdysvaltainen politiikantutkija Markus Prior (2007) on paikantanut muutoskohdan Yhdysvalloissa kaapelitelevision voimakkaaseen leviämiseen 1970-luvulla. Perinteisen antennivälitteisen broadcast-television aikana myös vähemmän koulutetut saivat suhteellisen paljon tietoa politiikasta – itse asiassa enemmän kuin koskaan ennen ja jälkeen mediahistoriassa altistuessaan vähäisessä tarjonnassa myös ajankohtaisille asioille. Kuitenkin kaapelitelevision tuoman lisääntyneen tarjonnan myötä demokratian toteutuminen alkoi heikentyä.

Eli kun vielä 1960-luvun lopulla iso osa amerikkalaisista katsoi toimittaja Walter Cronkiten ja kumppaneiden raportteja Vietnamin sodasta valtakunnallisilta network-kanavilta (ABC, CBC, NBC), kaapelikanavien tarjoama viihdemössö eristi osan kansasta kansallisesta poliittisesta julkisuudesta. Usein tämä porukka oli vähemmän koulutettua duunariväkeä tai mustia – juuri niitä, joiden nähtiin keskeiseksi ryhmäksi Donald Trumpin valinnassa Yhdysvaltain presidentiksi.

Vähemmän koulutetut käyttävät enemmän viihdettä, mutta toisaalta ”uutisaddikseille” (*news junkies*) mahdollisuudet ovat runsastuneet huimasti ympärivuorokautisten uutiskanavien ja internetin myötä. Valintamahdollisuuksien lisääntyminen on johtanut siihen, että poliittinen epätasa-arvo on lisääntynyt ja politiikka polarisoitunut. Priorin tutkimus oli tehty ennen sosiaalisen media nousua, jossa polarisaation voi nähdä yhä kiihtyneen. Näitä tuloksia on nähtävissä etenkin Yhdysvaltain vuoden 2016 presidentinvaalien jälkeisessä ajassamme.

Taustalla on vahvasti myös länsimaisessa talousajattelussa tapahtuneet muutokset 1970-luvulta lähtien. Radio- ja televisiotoiminnan julkisuuden rapautuminen on 1980-luvulta lähtien usein yhdistetty niin sanotun uusliberalismin nousuun. On nähty, että markkinavetoinen liberalismi viestintäpolitiikassa on johtanut siihen, että julkisen palvelun ajatus demokraattisesta kansalaisesta on vaihtunut markkinoiden ja mainostajien mukaan määräytyväksi kuluttajaksi. Lisäksi ajatus kuluttajakansalaisesta aktiivisena vaikuttajana tuo myös vivahteita uusliberalismin olemukseen ja merkitykseen julkisuudessa (Dawes 2014).

”Uusliberalismista” on eittämättä tullut samankaltainen haukkumasana kuin ”sosialisoiminen” 1970-luvun oikeistolaisten suussa – eli että termiä voidaan käyttää kaikkeen ”pahaan”, joka ei sovi omaan maailmankuvaan (ks. Vesikansa 2018). Ajatukset kuluttajakansalaisesta voi nähdä kuitenkin osana talousajattelussa tapahtuneita muutoksia viimeisten vuosikymmenten aikana. Mutta kuluttajakansalainen on terminä myös ambivalentti suhteessa

uusliberalismiin. Sillä voidaan korostaa niin yksilön vapautta muokata omaa maailmaansa, kuin mahdollisuutta kyseenalaistaa kapitalistisen markkinatalouden strategioita. Eli kuluttajakansalainen voi sekä kannattaa että vastustaa uusliberalismia.

Kaikki tämä on vaikuttanut myös suomalaiseen mediaan ja kuluttamiseen. Vaikka on perusteltua tarkastella median ja kulutuksen historiaa amerikkalaisvetoisesti – onhan suurin osa molempien moderneista innovaatioista amerikkalaisperäisiä –, on myös hyvä tuoda esiin ratkaisuja, joita on tehty Suomen kaltaisessa pohjoismaisessa hyvinvointivaltiossa sekä median että kulutuksen suhteen.

Vahva puoluelehdistö sekä julkinen palvelu radio- ja televisiotoiminnassa ovat luoneet ympäristön, joka on varsin erilainen kuin Yhdysvalloissa. Suomessa ei ole ollut esimerkiksi sellaista sensaatiolehdistöä kuin Yhdysvalloissa ja Isossa Britanniassa, vaan kansalaista on perinteisesti puhuteltu ensisijaisesti kansalaisena, jota täytyy informoida ja valistaa – toki myös viihdyttää, mutta vastuuntuntoisesti. Vaikka suomalainen televisio alkoi yksityisen yrityksen toimesta (TES-TV) ja mainosrahoitteisesti ollen jopa amerikkalaisinta televisiota (ohjelmien sponsorointi) koko Euroopassa, täytyi kaupallisenkin television toimia vastuullisesti yleisradioihanteita noudattaen (Kortti 2003). Tämä tarkoitti esimerkiksi hartaus- ja koulu-tv-ohjelmia sekä korkeakulttuurista televisioteatteria kaupallisessa televisiossa. Koska Yle on kansainvälisessä kontekstissa niin poikkeuksellisen vahvassa asemassa edelleen ja koska suomalaiset edelleen laajasti lukevat sanomalehtiä, koko kansa ottaa osaa suomalaiseen julkisuuteen – eikä vain kuluttajakansalaisena.

Toisaalta suomalainen kuluttaja on perinteisesti ollut maltillinen ja säästäväinen, noudattaen kansanvalistuksellista, talonpoikaista eetosta (Heinonen 1998). Kuluttajalainsäädäntö on ollut tiukkaa, mikä on ilmennyt myös mainonnan säätelyssä. Esimerkiksi siinä missä viina- ja lääkefirmat ovat maailmalla saaneet mainostaa varsin vapaasti, Suomessa molemmat ovat olleet hyvin rajoitettua (Heinonen 2007). ”Kulutusjuhlat” ja ”norminpurkutalkoot” ovat toki muuttaneet tilannetta, mutta voinee kuitenkin todeta, että suomalaiset suhtautuvat edelleen varsin rationaalisesti kuluttamiseen. Satavuotiaassa Suomessa ollaan aktiivisia sekä kuluttajakansalaisina että poliittisiinsa kansalaisina.

Kun Ilkka Halava ja Mika Pantzar (2010) kirjoittivat EVA:lle raportin kuluttajakansalaisuudesta ja työelämän muutoksista vajaa vuosikymmen sitten, he katsoivat että pohjoismainen sekä yksilöllisyyteen että jälkimaterialistisiin arvoihin (esim. degrowth-liike ja muu vapaaehtoinen ”nuukuus”) nojaava malli on tulevaisuuden malli. Toisaalta he toivat myös esille sen, kuinka kuluttajakansalaisuus ei ole enää edes valinta ”vapaille markkinoilla”, vaan siihen synnyttään.

Samalla tapaa mylläri Menoccion aikana synnyttiin kristityksi. Kirkon vaikutuksen ulkopuolella eläminen oli melkein pä mahdotonta, kuten on irtaantuminen jälkimodernista kulutusyhteiskunnastakin. Varhaismodernin

agaraariyhteiskunnan ja 2000-luvun kulutusyhteiskunnan analogia voi vaikuttaa keinotekoiselta. Mutta jos ajatellaan kuluttamisen ubiikkiutta – kaikkialla läsnä olevuutta – digitaalisessa mediakulttuurissamme, yhtymäkohtia löytyy. Samoin myöhemmät kulutuksen, median ja talouden nivoutumiset tarjoavat perspektiiviä ymmärtää tämän päivän kulutusyhteiskuntaa.

Kirjoittaja on yhteiskuntahistorioitsija, Visan ystävä ja kollega erityisesti mainonnan ja kulutuksen historian tutkimisessa ja opettamisessa.

LÄHTEET

- Braudel, Fernand (1981) *Civilization and Capitalism: 15th-18th century. Vol. 1: The structures of everyday life: the limits of the possible*. London: Fontana Press.
- Briggs, Asa & Burke, Peter (2002) *A Social History of the Media. From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity.
- Certeau, Michel de (1988) *The Practice of Everyday Life*. Los Angeles: University of California Press.
- Chapman, Jane L. (2013) *Gender, Citizenship and Newspapers. Historical and Transnational Perspectives*. Palgrave Macmillan: Hampshire.
- Cohen, Elizabeth (2004) *A Consumers' Republic. The Politics of Mass Consumption in Postwar America*. New York: Vintage Books.
- Dawes, Simon (2014) Broadcasting and the Public Sphere: Problematizing Citizens, Consumers and Neoliberalism. *Media, Culture & Society* 36 (5) 702–719.
- Dittmar, Jeremiah (2015) *New Media, Competition and Growth: European Cities after Gutenberg*. ECP Discussion Paper No 1365, August 2015. <http://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp1365.pdf>
- Falk, Pasi (1994) Tämä on juuri sinulle! Modernin mainonnan kehityshistoriasta. Teoksessa Mika Pantzar, M. & Perälä, L. & Kekki, M. (toim.) *Kohti hyvän elämystä: sosiosemiottisia näkemyksiä kulutuksesta*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Febvre, Lucien & Martin, Henri-Jean (1976) *The Coming of the Book. The Impact of Printing 1450–1800*. London & New York: Verso.
- Fiske, John (1989) *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Flichy, Patrice (1995) *Dynamics of Modern Communication. The Shaping and Impact of new Communication Technologies*. London: Sage.
- Gabriel, Yiannis & Lang, Tim (2006) *The Unmanageable Consumer*. London: Sage.
- Ginzburg, Carlo (2007) *Juusto ja madot. 1500-luvun myllärin maailmankuva*. Suom. Annikki Vuolla. Helsinki: Gaudeamus.
- Gunning, Tom (2002) Attraktioiden elokuva – varhainen elokuva, katsoja ja avantgarde. *Lähikuva* 1/2002, 7–13.
- Halava, Ilkka & Mika Pantzar (2010) *Kuluttajakansalaiset tulevat. Miksi työn johtaminen muuttuu?* Helsinki: EVA, Taloustieto Oy (<http://www.eva.fi/wp-content/uploads/2010/09/Kuluttajakansalaiset.pdf>)

- Heinonen, Visa (1998) *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki: kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Helsinki: SHS.
- Heinonen, Visa (2007) Mainonnan sääntely Suomessa. Teoksessa Heinonen, V. & Kortti, J. (toim.) *Vaikuttamista ja valintoja. Monitieteisiä näkökulmia mainontaan ja kulutukseen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Heinonen, Visa & Konttinen, Hannu (2001) *Nyt uutta Suomessa! Suomalaisen mainonnan historia*. Helsinki: Mainostajien liitto.
- Heinonen, Visa & Pantzar, Mika (2002) Little America: The Modernization of the Finnish Consumer Society in the 1950s and 1960s. In Kipping, M. & Tiratsoo, N. (eds.) *Americanisation in 20th Century Europe: Business, Culture, Politics, Vol.2*. Centre d'Histoire de l'Europe du Nord-Ouest, Université Charles de Gaulle Lille 3.
- Heinonen, Visa, Kortti, Jukka & Pantzar, Mika (2003) *How Lifestyle Products Became Rooted in the Finnish Consumer Market – Domestication of Jeans, Chewing Gum, Sunglasses and Cigarettes*. National Consumer Research Centre working papers 80/2003.
- Hepp, Andreas & Krotz, Friedrich (2014) (eds.) *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Huhtamo, Erkki (2000) *Fantasmagoria. Elävän kuvan arkeologia*. Helsinki: SEA.
- Huhtamo, Erkki (2008) *The Roll Medium. The Origins and Development of the Moving Panorama until the 1860s*. Omakustanne.
- Ilmakunnas, Johanna (2001) Suomentajan esipuhe. Teoksessa Ariés, P., Duby G. & Chartier, R. (toim.) *Omassa huoneessa. Yksityiselämän historiaa renessanssista valistukseen*. Suom. Johanna Ilmakunnas. Helsinki: Nemo.
- Innis, Harold A (1971) *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Innis, Harold A (1972) *Empire and Communications*. Toronto: University of Toronto Press.
- Jensen-Eriksen, Niklas & Kuorelahti, Elina (2017) *Suuri äffääri. Helsingin Sanomien yrityshistoria 1889–2016*. Helsinki: Siltala.
- Kortti, Jukka (2003) *Modernisaatiomurroksen kaupalliset merkit. 60-luvun suomalainen televisiomainonta*. Helsinki: SKS.
- Kortti, Jukka (2016) *Mediahistoria. Viestinnän merkityksiä ja muodonmuutoksia puheesta bitteihin*. Helsinki: SKS.
- Kortti, Jukka (2017) Media History and Mediatization of Everyday Life. *Media History*, 23 (1), 115–129.
- Leiss, William, Kline, Stephen & Jhally, Sut (1997) *Social Communication in Advertising: Persons, Products and Images of Well-Being*. London & New York: Routledge.
- Lundby, Knut (2009) (ed.) *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang.
- Marchand, Roland (1986) *Advertising the American Dream. Making Way for Modernity, 1920–1940*. University of California Press, Berkley, Los Angeles, London.
- McChesney, Robert W. (2007) *Communication Revolution. Critical Junctures and the Future of Media*. New York, London: The New Press.
- McLuhan, Marshall (1984) *Ihmisen uudet ulottuvuudet*. Suom. Antero Tiusanen. 3. painos. Helsinki: WSOY.

- Ong, Walter J. (1982) *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*. London: Methuen/Routledge.
- Prior, Markus (2007) *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. New York: Cambridge University Press.
- Schudson, Michael (1984) *Advertising, the Uneasy Persuasion: Its Dubious Impact on American Society*. New York: Basic Books.
- Trentmann, Frank (2007) Introduction: Citizenship and Consumption. *Journal of Consumer Culture* 7 (2), 147–158.
- Turner, Hy B. (1999) *When Giants Ruled. The Story of Park Row. New York's Great Newspaper Street*. New York: Fordham University Press.
- Vesikansa, Jarkko (2018) Minne katosi uusliberalismin uhka? *Kanava* 1/2018, 6–10.
- Zielinski, Siegfried (1999) *Audiovisions. Cinema and Television as Entr'actes in History*. Saks. alkup. (1989), engl. käänn. Gloria Custance. Amsterdam: Amsterdam University Press.

RIITTA MATILAINEN

”ETTÄ OIKEASTAAN MINÄ KÄYTIN SEN VOITTOSUMMAN HYVIN”: RAHAPELAAMALLA KULUTTAJAKANSALAISEKSI 1900-LUVUN JÄLKIPUOLISKON SUOMESSA

Kysyn tässä artikkelissa, miksi, milloin ja miten suomalaisista tuli kuluttajakansalaisia sekä miten rahapeliunelmointi sekä erilaiset rahapelikäytännöt liittyvät näihin prosesseihin. Ymmärrykseni kuluttajakansalaisuudesta on saanut vaikutteita ennen kaikkea Visa Heinosen, Minna Lammin ja Mika Pantzarin tutkimuksista.¹ Kuluttajakansalaisella (englanniksi consumer citizen) tarkoitan yksilöä, jonka oletetaan oman kulutuksensa ja omien (kulutus)valintojensa kautta rakentavan omaa elämäänsä osana kulutusyhteiskunnan diskursseja, käytäntöjä ja ihanteita. Pantzarin mukaan kuluttajakansalaisuuden käsite paikantuu sekä kulutusyhteiskunnan vaatiman uudenlaisen, liikkuvan ja materialistisen elämäntavan syntyyn, jossa perusyksiköksi ymmärrettiin erilaisia uutuuksia kuluttavat kotitaloudet että kuluttajaliikkeen aktivismiin. Nykyään kulutusyhteiskunnan jäsenyydestä on tullut lähes pakollista ja väistämätöntä.²

Artikkelini on saanut inspiraatiota Minna Sarantola-Weissin väitöskirjasta *Sohvaryhmän läpimurto: kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa*, jossa kiinnostavalla tavalla nostetaan yksittäinen esine eli sohva uudenlaisen kulutuskulttuurin symboliksi³. Minä puolestani hahmotan suomalaisen kulutusyhteiskunnan ja erityisesti kuluttajakansalaisuuden rakentumista rahapeliunelmoinnin ja rahapelikäytäntöjen kautta ja kysyn 1) millaisena suomalaisen kulutusyhteiskunnan kehitys näyttäytyy rahapelaamisen prisman läpi katsottuna ja 2) miten rahapelaaminen muokkasi suomalaista kuluttajakansalaisuutta.

Aineistona käytän vuonna 2000 Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran (SKS) ja silloisen Veikkauksen yhteistyönä rahapelaamisesta keräämää *Veikkausperinne talteen!* -muistitietokeruuta, johon muistojaan kerrytti 230 muistelijaa. Muistelijoista miehiä oli 121, naisia 107 ja kaksi muistelijoista ei kertonut sukupuoltaan. Tekstimassaa tähän keruuseen kertyi yli 1000 liuskaa.⁴ Olen käynyt koko keruun läpi metodinani erilaiset luokittelut ja

¹ Heinonen 1998; Pantzar 2000; Lammi 2006.

² Pantzar 2017, 22.

³ Sarantola-Weiss 2003.

⁴ Kts. tarkemmin kyseisestä muistitietokeruusta Matilainen 2012.

lähiluku. Olen valinnut tähän artikkeliin sellaisia sitaatteja, jotka kuvaavat ja tiivistävät mielestäni hyvin aineiston erityispiirteitä liittyen suomalaisen kulutusyhteiskunnan kehittämiseen ja kuluttajakansalaisuuden ideaan.

Muistitietotutkimuksen klassikkoa Alessandro Portellia mukailleen Outi Fingerroos ja Riina Haanpää toteavat, että muistitieto on luonteeltaan erityistä tietoa: se kertoo vähemmän menneisyyden tosista tapahtumista kuin siitä, mikä näiden tapahtumien merkitys oli tai on muisteluhetkellä⁵. Muistitietotutkija on kiinnostunut menneisyyden moniäänisyydestä eikä välttämättä etsi muistitiedosta faktoja tai menneisyyden ”totuutta”. Jorma Kalelan mukaan tutkimuksessa keskeistä pitäisi olla se, miksi ihmiset ajattelivat ja toimivat siten kuin tekivät eikä se, miten asiat olivat⁶. Muistitietotutkimuksessa johtopäätösten lähtökohtana on se tapa, jolla ihmiset itse jäsentävät omia kokemuksiaan.

Rahapelaaminen ja yhteisen hyvän dispositiivi

Suomalaiseen rahapelaamiseen liittyvien diskurssien ja käytäntöjen sekä yhteiskunnallisen merkittävyyden historiaa on syytä tuntea, jotta pystyy ymmärtämään miksi ja miten rahapelaamiseen liittyneet käytännöt ja unelmointi ovat omalta osaltaan vaikuttaneet suomalaisen kulutusyhteiskunnan syntyyn ja vakiintumiseen ja muovanneet suomalaisten kuluttajakansalaisuutta. Rahapelaamisen tutkimus on viime vuosina Suomessa etabloitunut suotuisista rahoitusmahdollisuuksista johtuen. Kaikkein eniten Suomessa on tutkittu rahapelaamiseen liittyviä ongelmia, mutta myös kulttuurinen ja sosiaalishistoriallinen näkökulma on noussut esille.⁷

Olen väitöskirjassani jakanut suomalaisen laillisen, organisoidun ja julkisen rahapelaamisen historian kolmeen foucaultlaiseen dispositiiviin: kieltolakidispositiiviin, yhteisen hyvän dispositiiviin ja riskidispositiiviin⁸. Nämä dispositiivit kuvaavat miten eri aikoina ja eri tilanteissa suomalaisessa yhteiskunnassa on vastattu rahapeli-ilmiön aiheuttamaan ”ongelmaan”. Dispositiivit paljastavat miten rahapelaamista on ymmärretty, harjoitettu ja säännelty eri aikoina, ja ne kertovat myös suomalaisen rahapelaamisen muutoksesta. Kansainvälisessä vertailussa rahapelaaminen laillistettiin ja kesytettiin Suomessa ajallisesti melko varhain ja poikkeuksellisen onnistuneesti.⁹

Yhteisen hyvän dispositiivi on ollut erityisen tärkeä kausi suomalaisen rahapelikulttuurin kehitykselle. Ajoitan tämän dispositiivin aikakauteen 1920-luvulta 1990-luvun alkuun: 1920-luvulla rahapelaamista alettiin laillistaa sallimalla raha-arpajaiset ja totalisaattori hevostilpailuissa vuoden 1889 ”rahapelikieltolain” jälkeen. Kehitys jatkui seuraavina vuosikymmeni-

⁵ Fingerroos & Haanpää 2006.

⁶ Kalela 2006.

⁷ Raento 2011; Tammi, Castrén & Lintonen 2015.

⁸ Katso Foucault'n dispositiivista Matilainen 2017.

⁹ Matilainen 2017.

nä, kun Raha-automaattiyhdistys perustettiin vuonna 1938 ja Veikkaus hävityn talvisodan jälkeen vuonna 1940.

Yhteisen hyvän dispositiivin tunnusomaisia piirteitä ovat rahapelaamisen ymmärtäminen jokaisen kansalaisen velvollisuudeksi, rahapelaamisen tuottojen ohjaaminen hyvinvointivaltion rakentamiseen, rahoittamiseen ja ylläpitoon sekä rahapelituottojen suojaaminen luomalla rahapelimonopolit, jotta ulkomaiset rahapelitarjoajat eivät pääsisi Suomeen ja jotta suomalaiset eivät pelaisi ulkomaille. Tätä viimeksi mainittua tendenssiä voi kutsua protektionismiksi eli ”taloudelliseksi nationalismiksi”. Tarkoituksena ei ollut ainoastaan lisätä veroihin verrattavia valtiontuloja vaan myös rakentaa suomalaista kansakuntaa nostamalla Suomi muiden länsimaisten valtioiden joukkoon. Rahapelimonopoliin syntymistä voidaan pitää myös merkinä valtion intressistä taata tiettyjen (uusien) sosiaalisten ja kulttuuristen käytäntöjen ja instituutioiden avustaminen.¹⁰

Yhteisen hyvän dispositiiville on myös tyypillistä rahapelaamisen demokratisoituminen ja tasa-arvoistuminen muun yhteiskunnan muuttuessa samaan suuntaan: rahapelaamisesta tuli mahdollista ja siihen kannustettiin olipa pelaajana sitten mies tai nainen, maalainen tai kaupunkilainen tai työväenluokan tai keskiluokan edustaja. Tämän dispositiivin ideaalityyppiinen rahapeli on lotto, joka lanseerattiin vuonna 1971 ja joka hyvin nopeasti nousi suomalaista rahapelikulttuuria ja ennen kaikkea rahapeliunelmointia määrittäväksi peliksi. Toinen suomalaista rahapelikulttuuria määrittävä (ja yleismaailmallisesti erikoinen ilmiö) on rahapeliautomaattien hajasijoittelu erilaisiin arkielämän sujuvuuden ja kulutuksen kannalta keskeisiin tiloihin kuten kaappoihin, huoltoasemille, kioskeille, ravintoloihin, baareihin, risteilyaluksille ja työpaikkaruokaloihin. Näin rahapelaamisesta tehtiin hyvin julkista, helppoa ja soveliaista myös naisille: hämyisän baarin sijaan videopokeria saattoi pelata tutun marketin aulassa.

Erytyisesti Suomen valtiolla on ollut ainutlaatuinen rooli rahapelaamisen kesyttämässä eli rahapelaamisen aktiivisessa tuottamisessa kaikille suomalaisille sopivaksi ajanvietteeksi ja kulutusunelmien kohteeksi. Tätä kehitystä edisti myös se seikka, että Suomen sisäinen rahapelisääntely on kansainvälisesti katsottuna ollut 2010-luvulle asti hyvin sallivaa. Tästä osoituksena ovat jo aiemmin mainittu kansainvälisesti katsottuna lähes ainutlaatuinen raha-automaattien hajasijoitus, rahapelaamisen löysät ikäraajat, valtion mukanaolo rahapelitoiminnassa muun muassa Yleisradion kautta (radiossa vakioveikkausvihjeet ja -tulokset, televisiossa lauantaan lottoarvonta) ja hyvin laajan ja innovatiivisen rahapelimainonnan salliminen.¹¹

Voidaankin sanoa, että rahapelaamiseen osallistumisesta tuli yhteisen hyvän dispositiivin aikana hyvän kansalaisuuden symboli.¹²

¹⁰ Matilainen 2010; Myllymaa & Matilainen 2016.

¹¹ Matilainen & Raento 2014; Myllymaa & Matilainen 2016.

¹² Matilainen 2017.

Rahapelaaminen kulutuksena ja unelmointina

Monien muiden rahapeli-ilmiötä tutkineiden tapaan ymmärrän rahapelaamisen yhtenä kulutuksen muotona. Muistitietoaineistoissa on viitteitä siitä, että näin myös pelaajat ovat sen ymmärtäneet eli rahapelaaminen on ollut yksi muun vapaa-ajankulutuksen (muun muassa elokuvateatterikäyntien) vaihtoehto. On kiinnostavaa, että monille lapsille ja nuorille juuri rahapelaaminen on tarjonnut mahdollisuuden rahankäytön opetteluun ja itsenäisten kulutuspäätösten tekoon. Rahapelaaminen on usein aloitettu silloin kun on tienattu ensimmäisen kerran omaa rahaa.¹³ Myös muut rahapelitutkijat ovat huomanneet samankaltaisen ilmiön. Esimerkiksi Keith Hart toteaa, että osallistuminen rahapelaamiseen voi monille köyhille ihmisille tarjota tilaisuuden osallistua rahatalouteen aktiivisesti. Vedonlyönti ja rahapelaaminen opettavat hänen mukaansa rahanhallintaa ja erilaisia taitoja, joita voi käyttää muutenkin kuin rahapelaamisessa.¹⁴

Colin Campbellin vuoden 1987 kuuluisa kulutushistoriallinen jako traditionaaliseen ja moderniin hedonismiin on aina tuntunut käyttökelpoiselta rahapelikulutuksen ja siihen olennaisesti liittyvän rahapelivoittohaaveilun ymmärtämisessä ja analysoinnissa. Jako traditionaaliseen ja moderniin hedonismiin perustuu käsitteiden tyydytys (*satisfaction*) ja nautinto (*pleasure*) väliseen eroon.¹⁵

Hedonistinen toiminta on käytöstä, jossa nautintoa tavoitellaan tietoisesti ja itsetarkoituksellisesti. Campbellin mukaan hedonistinen toimintateoria (*the hedonistic theory of social action*) ohjaa huomion kulutuksen luonteeseen vapaaehtoisena, kuluttajan itse ohjaamana ja luovana prosessina, jossa kulttuurisilla ideaaleilla on merkityksensä. Modernin hedonismin kehityksen voi ymmärtää siirtymänä tuntemuksista tai aistihavainnoista (*sensations*) tunteisiin (*emotions*). Tässä kehittämissä Campbell nojaa Weberin *Entzauberung*-käsitteeseen: yksi modernin ajan tunnusmerkeistä on luopuminen uskosta ”henkiin” ja niiden toimintaan maailmassa ja luonnossa.¹⁶

Modernin hedonismin tunnuspiirteeksi syntyy mielikuvituksen, päiväunelmoinnin ja fantasioimisen käyttö ja hallinta; Campbell kutsuukin modernia hedonistia ”unelmataiteilijaksi” (*dream artist*). Campbell torjuu näkemykset siitä, että nykyinen materialistinen kulttuuri perustuisi mielihyvän ja nautinnon erittäin pikaiselle tyydyttämiselle. Hän väittää, että päiväunelmointi liittyy kiinteästi odotuksen jännitykseen ja sen mukanaan tuomaan kaipaukseen (*longing*). Itse asiassa haluaminen (*wanting*) onkin modernissa hedonismissa nautinnon tavoittelun keskeinen tekijä omistamisen (*having*) sijasta. Tämä aiheuttaa sen, että halun täytyminen onkin modernille hedonistille pettymystä aiheuttava asia, koska mikään kuviteltu halun kohde ei reaalisesti pysty täyttämään sille unelmamaailmassa

¹³ Matilainen & Raento 2014.

¹⁴ Hart 2013.

¹⁵ Campbell 1987.

¹⁶ Campbell 1987.

annettuja merkityksiä ja toiveita. Näin ollen hedonisti jatkaa alati haaveilua, haluamista ja ostamista. Tärkeää Campbellin ajattelutavassa on myös sen ymmärtäminen, että negatiivisiksi ymmärretyt tunteet kuten suru, nostalgia tai itsesääli voivat olla nautinnon lähde ja kohde. Näin Campbell saa ilahduttavalla tavalla laajennettua kulutuksen määrittelyä tavalla, joka sopii hyvin rahapeliunelmoinnin vetovoiman selittämiseen:

”The essential activity of consumption is thus not the actual selection, purchase or use of products, but the imaginative pleasure-seeking to which the product image lends itself, ”real” consumption being largely a resultant of this “mentalistic” hedonism.”¹⁷

Voittounelmat: Hedonismia suomalaisessa kontekstissa

Unelmointi on aina ollut elintärkeä osa ihmisten rahapelikäyttäytymistä ja rahapeliunelmointia on myös tutkittu jonkin verran. Kiteytetysti voisi sanoa, että voitoista unelmointi on antanut monille rahapelaajille mahdollisuuksia kuvitella mielessään erilaista tulevaisuutta. Monelle suomalaiselle rahapelit ovat olleet ainoa mahdollisuus päästä käsiksi isoihin rahoihin tai usein edes sellaisiin rahoihin, jotka helpottaisivat arkielämää tai mahdollistaisivat esimerkiksi kestokulutustavaroiden hankinnan. On siis ollut tavallaan rationaalista veikata ja pelata rahapelejä, jos muuten ei ole pystynyt rikastumaan.¹⁸

Esittelen tässä kappaleessa aineistositaatteja kronologisessa järjestyksessä, joka mielestäni valaisee suomalaisen kulutusyhteiskunnan kehitystä toisen maailmansodan jälkeen. Voittounelmointi on liittynyt kaikkein vahvimmin oman asunnon hankintaan. Lisäksi ruuan hankinta, oman perheen auttaminen, auton ostaminen ja matkailu nousevat esiin rahapelivoittokulutushaaveissa. Kannattaa kuitenkin pitää mielessä, että muistitietoaineisto on kerätty vuonna 2000. Uskallan väittää, että vuonna 2018 kerätty aineisto paljastaisi jo toisenlaisen, ehkäpä hedonistisemmän ja räväkemmän kulutuskulttuurin, vaikka suureen voittoon ja äkilliseen rikastumiseen liittyvät myytit ja ennakko-oletukset ovatkin tiukassa suomalaisessa kulttuurissa.¹⁹

Vuonna 1939 syntyneen naisen sitaatissa näkyy hyvin sodanjälkeisen ajan niukkuus ja toive vakioveikkausvoitosta herkkuruuan takaajana:

Toiveissani oli paljon: matkustaisin Ruotsiin mamman ja papan luokse (olin sotalapsi ja ikävöin ”oikeiden” vanhempieni luokse), ostaisin takin ja kengät, ja kotiin monta kullankeltaista, lämmintä

¹⁷ Campbell 1987.

¹⁸ Casey 2003; Hart 2013; Matilainen 2017. Englantilaisen sosiologi Emma Caseyn mukaan työväenluokkaiset ihmiset ovat usein suhtautuneet rahapelaamiseen todellisenä mahdollisuutena helpottaa vaikeaa taloudellista tilannettaan.

¹⁹ Vrt. Falk ja Mäenpää 1997.

ranskanleipää ja pötkön vaaleaa, rasvaista makkaraa. Se oli parasta mitä tiesin: paksu viipale makkaraa valkoisen leivän päällä. Ja sitä saisi syödä niin paljon, että napa paukkuisi.²⁰

Tämä sitaatti laittaa myös kysymään missä vaiheessa Suomessa tapahtui muutos Campbellin korostamasta traditionaalisesta hedonismista moderniin hedonismiin. Voisi nimittäin ajatella, että pulan ja puutteen, jopa suoranaisten nälän vaivaamassa 1940-luvun Suomessa on todellakin voinut olla erittäin suuri nautinto saada kerrankin kylliksi syödäkseen ja jopa mässäillä. Eikö tämä menisi traditionaalisen, aistien varassa toimivan traditionaalisen hedonismin kaavaan?

Oma asunto ja toive omasta tilasta (ehkä myös omasta paikasta maailmassa) on rahapeliunelmointimuistojen vahvin diskurssi. Hyvin tyypillinen on seuraava vuonna 1940 syntyneen naisen sitaatti, jossa kerrotaan tädin toiveista tiukassa taloudellisessa ja yhteiskunnallisessa tilanteessa. Punaisen mökin vetovoima suomalaisiin on ollut valtava:

Poissa oli tädin setelinleikkausmasennus, silmissä loisti unelma, askel oli kevyt ja hymy herkässä. Pimenevinä iltoina istuimme tuvassa, leikkasimme matonkuteita, tati kehräsi tai paloittelimme sikuria, tati kertoi unelmansa: punainen mökki, omenapuut, marjapensaat hietamultaperunamaa – ehdottomasti – oma lähde ja sauna. Siinä kaikki.²¹

Vuonna 1975 syntynyt nainen kuvaa omassa muistelmassaan miten opiskeluaikojen köyhyyttä saattoi lievittää lottokävelyillä ja haaveilulla paremmasta tulevaisuudesta, johon olennaisena osana kuuluisi asunto Helsingin hienostoalueelta:

Muutin vuosia sitten Helsinkiin opiskelun vuoksi. Elämä oli rahallisesti todella tiukkaa ja ajattelin että ainoa tapa saada ylimääräistä rahaa on voittaa se lottoamalla. Löysin kimppekaverin lotoon silloisesta kämppiksestäni Tiinasta. Laitoimme molemmat kaksi ruutua lotto kestonä kymmeneksi viikoksi aina kerrallaan, kaiken kaikkiaan kolme vuotta.

Joka lauantai pari tuntia ennen lottoarvontaa lähdimme ns. lottokävelylle. Kävelimme yhdessä reilun tunnin kävelyn ja kävimme läpi asioita joita teemme, kun (!) voitamme lotossa. Kaikki Helsingin hienostoalueiden kiinteistövälityslähiöiden ikkunat kolusimme läpi ja suunnittelimme millaiset vierekkäiset asunnot ostaisimme, miten sisustaisimme ne ja miten loppuelämä sujuisi lottovoittajina. Minkä verran lahjoittaisimme hyväntekeväisyyteen ja kuinka paljon vanhempamme rikastuisivat meidän voitostamme.²²

²⁰ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 40.

²¹ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 828–829.

²² SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 964.

Muistitietoaineistoista käy kiinnostavasti selville mitä on ajateltu hyvään (tai parempaan) elämään kuuluvan. Muistelmaan Yrjö on luullut voittaneensa rahapeleissä. Tyypillistä on, että erityisesti pienillä maalaispaikkakunnilla (mahdollisista) voitoista tuli koko kylän puheenaihe. Vuonna 1941 syntynyt mies kertoo:

Ensialkuun sitä luultiin oikeaksivotoksi kylälläkin ja se oli yleinen puheenaihe ja Yrjö oli niin otetettu vieras, että ja kyselyjä riitti. Ensimmäinen ja tärkein oli päästä naimaan Sitten tuli vaatejen osto, asunnon laitto, auto ja kaikkia mitä, mitä köyhä haaveilee, tietä onneen.²³

Kunnollisten vaatteiden puute ja vaatteiden tärkeys sosiaalisen elämän kannalta nousee esille erityisesti sellaisissa sitaateissa, joissa kuvaillaan sodanjälkeistä aikaa ja 1950-lukua. Vaatteet ovat toisaalta tärkeitä (ja kalliita) vielä 1990-luvullakin, mutta kulutustoiveista löytyy myös lehtiä, tietokoneita ja cd-levyjä:

Jos voittaisin jättipotin, makselisin aluksi omat osuuteni asuntolainasta. Sitten täydentäisin rutkasti perin köyhää vaatevarastoani. Satsaisin etenkin ulkoiluvarusteisiin. Goretexiä, microa; mitä kaikkea niitä onkaan. Asuja hankkisin useamman vaateparren heti kerralla ja kenkiä tuplasti myös. Niinpä minä kävelyfani voisin reippailla joka säällä.

Tilaisin myös enemmän lehtiä; kaikilta kiinnostavilta aloilta. Kenties hankkisin mahdollisimman modernin tietokoneen ja CD-levyjä pyörittävän radionauhurin.

Sen klassisen, fraasinomaisen, kliseemäisen maailmanympärysmatkan minä jättäisin tekemättä. Miksi hiivatissa ihmisen pitäisi eksotiikan ja kokemusten hankkimisen nimissä lähteä kaikenmaailman likaisiin, tautisiin maihin.²⁴

Mutta näkyä voittounelmoinnissa myös toiveita matkustelusta, turkiksista, hienoista autosta ja jopa elämänsuunnan muuttamisesta kokonaan. Vuonna 1940 syntynyt nainen kertoo kuinka hänen ja aviomiehen haaveet voiton jälkeisestä tulevaisuudesta 1970-luvulla eivät sopineet toisiinsa:

Kului aikaa, sitten tuli Lotto. Ja Lottotyttö sai miehenkin innostumaan. Me aloimme lotota. Mutta, mutta meidän unelmamme voittorahojen käytöstä ei oikein lyönyt yksiin, jokaviikkoinen riita ja alkoi tuntua, että jos jompikumpi voittaa päävoiton niin se on sama kuin avioero. Mies: saisi kerrankin ostaa apulannat rahalla, minä: linna

²³ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 1032.

²⁴ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 15.

*Espanjasta, ruusutarha ja dalmatialaiskoira, harmaa hevonen, jolla ratsastaisin viinitarhoja tarkastamassa. Meidän lottoamisemme loppui vähin äänin ja vähin voitoin, ainoa lohtu: tulisihan voitettu joka viikko muutama marka kun ei lotonnut.*²⁵

Apulanta ja linna Espanjasta kuvaavat erilaista suhtautumista voittorahan potentiaaliin: luodako itselle kokonaan uusi elämä, tulevaisuus ja uudet kulutustottumukset vaiko parempi ja taloudellisesti turvatumpi versio omasta aikaisemmasta elämästä jatkaen oman luokan kulutuskäytäntöjä. Minkkiturkki, timanttikoru ja viulu tuntuvat seuraavan sitaatin perusteella olevan takeita sosiaalisesta noususta ja rikastumisen mukanaan tuomasta vaatimuksesta ”hienostua”. Vuonna 1927 syntynyt nainen kirjoittaa:

*”Yksi veljistäni asui sen talon läheisyydessä, hänelläkin oli suunnitelmia talon varalle, -jos sattuisi voittamaan veikkauksessa. Veljeni vaimo pilaili miehensä kanssa: ”Jos voittaisit milj. mk. niin ostasitko sitten vaimolle minkkiturkin, timanttikorun, vai viulun? Hänen mielestään pitäisi ”hienostua”, jos rikastuisi. Hänen kotikylässään eräällä emännällä oli taiteellisia harrastuksia, hänellä oli piano, hän osasi laulaa, ja lausui runoja, hän oli muihin emäntiin verrattuna hieno Diiva.”*²⁶

Kaiken kaikkiaan muistitietoaineistojen vuoden 2018 näkökulmasta hyvin maltilliselta tuntuva unelmointi vahvistaa Heinosen tutkimustuloksia Suomessa pitkään vallinneesta talonpoikaisesta etiikasta, jossa näyttävää, runsasta ja liiallista kuluttamista on pidetty sopimattomana ja tuomittavana²⁷.

Miten rahapelivoitto rakensi kuluttajakansalaisuutta?

Joskus onni potkaisee ja rahapeleissä voitetaan pieniä ja vähän isompiakin summia. Esittelen tässä kappaleessa aineistositaatteja, joiden avulla voi analysoida miten kuluttajakansalaisuutta on rakennettu rahapelivoittojen mahdollistamalla kulutuksella. Ennen kaikkea muistelijat kertovat arkielämän helpottumisesta, asumisen tason nostosta ja pitkään haaveiltujen kestokulutustavaroiden ostamisesta rahapelivoittovarojen avulla. Mutta myös lomamatkoihin ja kauniiseen turhuuteen on satsattu.

Vuonna 1933 syntyneen naisen kotiin ostettiin veikkausvoittorahoilla radio:

Paras muistoni Veikkaamisesta on se kun vuosi ja neljä kuukautta nuorempi veljeni voitti ”tippaamisesta”. Se oli heti, kun ”tippaaminen” alkoi.

²⁵ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 831–832.

²⁶ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 580.

²⁷ Heinonen 1998, 380.

En muista paljonko se oli, mutta se oli siihen aikaan ”iso raha”.

Vanhempani laittoivat vähän rahaa lisää, ja niin meille ostettiin radio, Telefunken. Se oli siihen aikaan harvinaista, mutta Voi miten tärkeä ja tarpeellinen se oli, sitä tultiin naapurista, ja sukulaisetkin kuuntelemaan. Uutiset ja kaikki tärkeät asiat kuunneltiin tarkkaan, eten sota-aikana ”Tiltun” häiritsemisestä huolimatta. Olihan lehdet ja ”Rikun” huuto ”tätkä tanomia” tärkeät, mutta Telefunken, se oli jotain.²⁸

Sitaatista käy ilmi kuinka radiota ei sota-aikaan ollut läheskään kaikilla ja kuinka sen omistaminen antoi perheelle sosiaalista statusta omassa elinympäristössään. Rahapelivoitto on voinut auttaa myös ylitsepääsemättömältä tuntuvassa elämäntilanteessa, joka tämänkin mieskertojan perhettä kohtasi 1960-luvulla:

Eletään 1960 lukua kaikki tuntuu koko perheestämme todella vaikealta kuinka selvitä päivistä. Meitä on neli henkinen perhe isä, äiti ja neljä kasvavaa lasta. Mutta kaikkea varjostaa isän vakava sairaus, osta johtuen jokapäiväinen toimeentulo on todella kiven takana. Kaikki mitä oli ollut on vaihdettu rahaksi, osa annettu velanpantiksi. Mutta paistaa se päivä risukasaankin ja onneksi isällä riitti vielä uskoa veikkaukseen. Varmaankin aivan viimeisillä penneillään hän täytti kupongin ja kuinka ollakaan voittohan sieltä tuli. Velat maksettiin pantatut tavarat lunastettiin, elämä hymyili tältä osin. Ja ehkäpä kyseinen voitto nopeutti isän paranemista, sillä ehtihän hän vielä täyttää monta veikkaus kuponkia loppuelämänsä aikana.²⁹

Voittorahoja on käytetty asumisen tason parantamisen lisäksi myös kestokulutustavaroiden ostoon. Voitto mahdollistaa 1970-luvulla ensimmäisen jääkaapin oston talouteen sekä sähkölieden hankinnan puuhellan lisäksi. Vuonna 1948 syntynyt nainen muistelee, että voiton avulla voitiin myös ostaa uusia kanoja perheen lisätienestien takaajiksi:

Äiti voittaa veikkauksesta 1970-luvulla 5000 mk. ”Ja sitten veikkaustoimistoon.

Muistan hyvin, kun silmä tarkkana yritin laskea eteemme ladottavia satasia. Sekosin täysin laskuissa nähdessäni niin ison setelipinon kasvavan tiskillä.

Tuntui se huimalta. Sitten vaan nopsasti tekemään suunniteltuja ostoksia.. pikkusiskon mekko, itse sain uuden jakkupuvun. Ne olivat varmaan tärkeimmät.

²⁸ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 661.

²⁹ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 1014.

Mutta jotenkin oli vain kiire kotiin näyttämään äidille rahoja. Hänen veikkausinnostuksestaanhan tämä kaikki oli osallemme tullut. ---

Vaikka sanotaan, ettei raha tuo onnea, niin kyllä se meistä ainakin onnelta tuntui.

Saatiin jääkaappi, saatiin sähköliesi vanhan puuhellan lisäksi. Sitten ne ihanat keltaiset tipuset. Meillä oli nimittäin pieni kanalta, josta perheemme sai vähän lisätienestiä äidin hoitaessa kanoja. Munia sitten yhdessä puhdisteltiin ja vietiin kauppaan. Kanat olivat jo vanhoja tai oliko sillä hetkellä ollenkaan, sitä en tarkkaan muista, mutta nyt äiti voi ostaa uusia kasvamaan ja munimaan.

Rajaa jäikin vielä ja äiti vei ne pankkiin.

Meitä vähän hymyilytti, kun äiti kertoi pankkivirkailijan ihmetelleen, että ”tuliko sitä niin paljon”. Vai vieläkin paljon ja mitä kaikkea me olimme jo hankkineet!³⁰

Hurvittelukertomukset tuntuvat nykyisestä näkökulmasta hillityiltä, mutta kuvastavat kirjoittajien kokemusmaailmaa. Rengasmatkat, kesämökit ja jälleen sitaatissa esiintyvä uusi liesi ovat olleet unelmien kohteita, joihin on haluttu panostaa. Vuonna 1924 syntynyt mies muistelee omaa voittojuhlintaansa:

Käytinkin suurimmalta osin sen voittorahan taloremonttiin, toki minä sentään hiukan hurvittelinkin. Sain parin kuukauden kuluttua kesäloman ja silloin tein rengasmatkan. Ajelin junalla ympäri Suomea. Yövyin hotelli Aulangolla pari yötä. Katselin kaunista Suomea ja nautin rahamiehenä olosta jonkin aikaa. Että oikeastaan minä käytin sen voittosumman hyvin.³¹

Sitaatissa ilahduttaa kuinka kirjoittaja tuntee olonsa hyväksi ihmiseksi, kuluttajaksi ja kansalaiseksi. Siinä ei ole tietoaakaan mahdolliseen ”törsäämiseen” liittyvästä katumuksesta, vaan iloa kauniista Suomesta ja hyvin vietetystä lomasta. Nautinto kauniista luonnosta liittyy myös seuraavaan naisen kirjoittamaan muistelmiaan:

Minä taas – palaan kuin muuttolintu, joka kesälomallani Raumalta Mikkelin. Neljä viikkoa nautin tästä kauniista luonnosta, saunomisesta, puhtaasta vedestä ja hiljaisista kesäoista. Ilman sitä jokerivoittoa meillä ei olisi ollut tähän koskaan varaa.³²

Rahapelivoitto on siis mahdollistanut yhden suomalaisen unelman eli oman kesämökin oston. Kiinnostavaa on myös vuonna 1938 syntyneen

³⁰ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 913.

³¹ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 369–370.

³² SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 808.

naiskirjoittajan jako välttämättömään ja ”turhaan” kulutukseen, josta ei kuitenkaan tunnuta saavan omantunnonpistoksia:

Sen verran noita voittoja tuli, että sain ostetuksi meille kaasulieden tilalle silloisen hienouden Helkaman Kuningatar-lieden ja vielä jäi kaikenlaiseen turhuuteenkin rahaa.³³

Sukupuolijako tuntuu olevan melko selvä kestokulutustavarahankinnoissa. Naisten kertoessa omista liesihankinnoistaan vuonna 1932 syntynyt mies ei jaksakaan laittaa rahojaan hautajaisrahastoonsa vaan ostaa tietokoneen ja tekstitelevisioiden:

Omissa veikkauspeleissäni en ole saanut 1700 mk suurempia voittoja. Huomattavin voitto tuli Ässä-arvalla, 5000 markkaa. Ensin ajattelin tallettaa sen hautajaisrahastooni, kun tuo tili aina ammottaa tyhjyyttä. Mutta pitkäksi kävi kuoleman odotus. Niinpä minä ostin kunnan kirjoituspelin, IBM-koneen, jolla voi näitäkin muisteloita panna paperille. Ja vielä ostin myös tekstitelevisioiden, jotta kaikki veikkaustietous on aina käsien ulottuvilla.³⁴

Voittajat pystyivät parantamaan omaa materiaalista elämäänsä ja samalla lisäämään onnellisuuttaan ottaen osaa yleiseen elintason nousuun ja teknologiseen kehitykseen. Ainakin näissä sitaateissa välittyvä kuva kulutukseensa tyytyväisistä rahapelaajakansalaisista, joille rahapelillä saatu ”ylimääräinen” raha on tuonut elämään kauan kaivattu ekstrapääomaa. Campbellin teorioita mukaillen voisi sanoa, että muistelijat ovat todella nauttineet kulutusunelmistaan (wanting), mutta myös itse kulutus ja kestokulutustavaroitten ostaminen (having) on suonut heille onnellisuutta ja tuonut uutta sosiaalista arvonnousua, itsearvostusta, iloa ja nautintoa.

Kuluttajakansalaisuus ja rahapelaaminen

Muistitietoaineistositaattini paikantuvat ajallisesti alussa kuvaamani rahapelaamisen yhteisen hyvän dispositiiviin ja antavat rahapelaamisesta myönteisen kuvan. Yhteisen hyvän dispositiivissa rahapelaamiseen osallistumisesta muodostui hyvän kansalaisen velvollisuus, jonka avulla rakennettiin suomalaista hyvinvointivaltiota keräämällä rahaa valtiolle, joka sitten jakoi ne erilaisiin hyviin tarkoituksiin.³⁵

Tarkoitukseni ei ole vähätellä mahdollisen rahapeliongelmapelaamisen haittoja sekä pelaajalle itselleen että hänen läheisilleen ja ympäristölleen, vaan tuoda esille näkökulma, jossa rahapelaamista tarkastellaan osana suomalaisen kulutusyhteiskunnan syntyä ja vakiintumista. Voisinkin kiteyttää ideani seuraavasti: Osallistumalla suomalaista hyvinvointivaltiota

³³ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 735.

³⁴ SKS KRA 2000 *Veikkausperinne talteen!*, 405.

³⁵ Matilainen 2017.

hyödyttävänä markkinoituun rahapelaamiseen ja usein yhteisöllisesti jaettuun unelmointiin suomalaisesta rakentui hyvä (kuluttaja)kansalainen.

Kirjoittaja toimii tutkijatohtorina ja työskenteli Visan kanssa ensimmäisen kerran kesällä 1998 ollessaan tutkimusapulaisena Visan suomalaisen mainonnan historia -projektissa.

LÄHTEET

Arkistoaineistot:

Suomalaisen Kirjallisuuden Seura Kansanrunousarkisto Veikkausperinne talteen! 2000.

Kirjallisuus:

Campbell, Colin (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Padstow: Basil Blackwell.

Casey, Emma (2003) Gambling and Consumption. Working-Class women and UK National Lottery Play. *Journal of Consumer Culture* 3 (2), 245–263.

Falk, Pasi & Mäenpää, Pasi (1997) *Lottomiljonäärit. Tutkimus suomalaisista lottovoittajista*. Helsinki: Gaudeamus.

Fingerroos, Outi & Haanpää, Riina (2006) Muistitietotutkimuksen ydinkysymyksiä. Teoksessa Fingerroos, O., Haanpää, R., & Heimo, A. (toim.) *Muistitietotutkimus. Metodologisia kysymyksiä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 25–48.

Hart, Keith (2013) Making money with money: reflections of a betting man. In Cassidy R., Andrea Pisac, A. & Loussouarn, C. (eds.) *Qualitative Research in Gambling. Exploring the Production and Consumption of Risk*. New York and London: Routledge, 15–27.

Heinonen, Visa (1998) *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki: kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Helsinki: Suomen historiallinen seura.

Kalela, Jorma (2006) Muistitiedon näkökulma historiaan. Teoksessa Fingerroos, O., Haanpää, R., & Heimo, A. (toim.) *Muistitietotutkimus. Metodologisia kysymyksiä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 67–92.

Lammi, Minna (2006) *Ett' varttuisi Suomenmaa. Suomalaisten kasvattaminen kulutusyhteiskuntaan kotimaisissa lyhytelokuuissa 1920–1969*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 1074 ja Suomen elokuva-arkiston julkaisuja.

Matilainen, Riitta (2010) A Question of Money? The Founding of Two Finnish Gambling Monopolies. In Kingma, S.F. (ed.) *Global Gambling. Cultural Perspectives on Gambling Organizations*. London and New York: Routledge, 21–37.

Matilainen, Riitta (2012) Muistitietoaineistot rahapelaamisen tutkimuksessa. In Raento, P (toim.) *Rahapelaaminen Suomessa. Aiheet ja aineistot*. Helsinki: Gaudeamus, 161–179.

- Matilainen, Riitta (2017) *Production and consumption of recreational gambling in twentieth-century Finland*. Helsinki: University of Helsinki. Publications of the Faculty of Social Sciences.
- Matilainen, Riitta & Raento, Pauliina (2014) Learning to gamble in changing sociocultural contexts: experiences of Finnish casual gamblers. *International Gambling Studies* 14 (3), 432–444.
- Myllymaa, Antti, & Matilainen, Riitta (2016) Eurooppalaisen rahapelipolitiikan suuri murros vielä edessä? Avauksia. *Yhteiskuntapolitiikka* 4/2016, 469–476.
- Pantzar, Mika (2000) *Tulevaisuuden koti: arjen tarpeita keksimässä*. Helsinki: Otava.
- Pantzar, Mika (2017) Kuluttajakansalainen datataloudessa. *Tieteessä tapahtuu* 5/2017, 21–26.
- Raento, Pauliina (2011) Gambling, Space and Boundaries in Finland. In Raento, P. & Schwartz, D. G. (eds) *Gambling, Space, and Time. Shifting Boundaries and Cultures*. Reno & Las Vegas: University of Nevada Press, 60–82
- Sarantola-Weiss, Minna (2003) *Sohvaryhmän läpimurto: kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Tammi, Tuukka, Castrén, Sari, & Lintonen, Tomi (2015) Gambling in Finland: Problem gambling in the context of a national monopoly in the European Union. *Addiction* 100, 746–750.

KAARINA KILPIÖ

TURVAMUSAA ARKIKULUTUKSEEN: C-KASETTIKÄYTÄNTÖIHIN SYVENTYVÄN MUISTELUVASTAUKSEN LÄHILUKU

Vuonna 2010 järjestettiin muistitietokeräys *Musiquitous*-tutkimushankkeen ja Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran yhteistyönä. Tämä *Kasettimuistot*-nimen saanut keräys (Km 2010) tuotti lähes tuhannen suomalaisen – ja muutaman ruotsalaisenkin – muisteluita c-kasettien käytöstä, kulutuksesta ja merkityksestä. Se sisältää kaikenikäisten, mutta valtaosin 1970–1990-luvuilla nuoruuttaan eläneiden, suomalaisten kirjoittamia muistoja ja kokemuksia. Aineistoon kirjoitetut kokemukset ulottuvat osin myös nykypäivän kasettikulttuuriin.

Kasettimuistot-kyselyn kysymykset jakautuivat neljään kokonaisuuteen. Yleisen tason kysymykset kartoittivat sitä, kuinka kasettien käyttö alkoi ja päättyi, sen laajuutta (kasettikokoelman kokoa) sekä siihen liittyneitä käytäntöjä. Toinen osuus keskittyi liikuteltavuuteen eli kasettien käyttöön muistelijoiden kotien ulkopuolella. Kolmannessa osuudessa kysyttiin kasettikäytön sosiaalisista piirteistä kuten kasettien vaihdannasta ja yhteismusisointiin liittyvistä käytöistä. Kyselyn viimeinen osuus oli avoin kutsu muistella kaikkea sellaista, mitä vastauksissa ei tähän mennessä ollut tullut esiin.

Olen työskennellyt *Kasettimuistot*-aineiston parissa useamman julkaisun verran (Kilpiö 2011, 2012; Kilpiö & Lehtinen 2011). Aineiston pohjalta on kirjoitettu empiirinen osuus kirjaan *Koko kansan kasetti – C-kasetin käyttö ja kuuntelu Suomessa* (Kilpiö, Kurkela & Uimonen 2015). Mainittu teos keskittyy musiikinkuuntelun ja -harrastamisen muutoksiin, joten kuluttajuus nousee siinä esiin etupäässä sivumainintoina. Kuluttajuus ja kasettikulttuurin talouteen liittyvät aspektit kokonaisuudessaan muodostivat kuitenkin tärkeän puolen aineistossa. Siksi tarkastelin hiljattain kirjoittamassani artikkelissa muistettuja kasettitekniologiasuhteita nimenomaisesti kuluttajuuteen painottuen (Kilpiö 2017). Kyseisessä artikkelissa yksittäisten vastaajien tekstit eivät nouse etualalle, vaan se on aineistolähtöinen yleiskatsaus ja jäsennetty kuluttamiseen liittyvien teemojen mukaisesti. Tuloksena oli hahmotelma positioperustaisen analyysin käyttämiseksi tämäläisyyppiseen (musiikin)kulutuksen tutkimiseen.

Tässä tekstissä haluan syventyä yhteen keskimääräistä pitempään ja yksityiskohtaisempaan kyselyvastauksen osuuteen (Km 2010/851, nainen, Espoo, s. 1976) tarkastellen kuluttamisen eri puolia ja käyttäen hyväksi positioanalyysiä. Koko vastaus 851 ei ollut kulutuskeskeinen, vaan muistelija

kirjoitti mielenkiintoisesti myös kuuntelukäytännöistä ja musiikin merkityksestä elämänkaarensa. Tällainen merkityksellisyys avautui esimerkiksi musiikinkuuntelun nivoutumisessa koululaisen arkeen: ”Kouluun piti ottaa ”turvamusaa” eli sellaista musaa, jota välitunnilla kuuntelemalla jaksoi kestää sitä kouluahdistusta.” Siteeraan ja suhteutan paikka paikoin tässäkin tekstissä vastaajan lausumia muista kyselyn osuuksista, vaikka painotan pitkää vapaan muistelun vastausta.

Kasettikäyttäjien kuluttajapositiot

Tässä tekstissä esitän analyysia ja tulkintaa vastauksen 851 merkityksistä liittyen nimenomaan kuluttamisen käytäntöihin. (Kuluttaja)positiot ovat käyttökelpoisia työkaluja tällaisessa tarkastelussa. Innoitus positioiden – kotoperäisemmin ilmaistuna asemointien – hyödyntämiseen on lähtöisin erityisesti Minna Aution (2006) ja Jyrki Pöysän (2009) töistä. Näissä töissä tutkijat ovat päässeet positioiden avulla kiinnostavasti kiinni siihen, mitä toimintaansa kuvailevat informantit kertovat tai kirjoittavat elämäntarinastaan ja siihen liittyvistä yksityiskohtaisemmista muistoista. Käsillä olevassa tapauksessa muistot liittyvät kasettitekniikan käyttöön, sen merkityksiin ja reunaehtoihin.

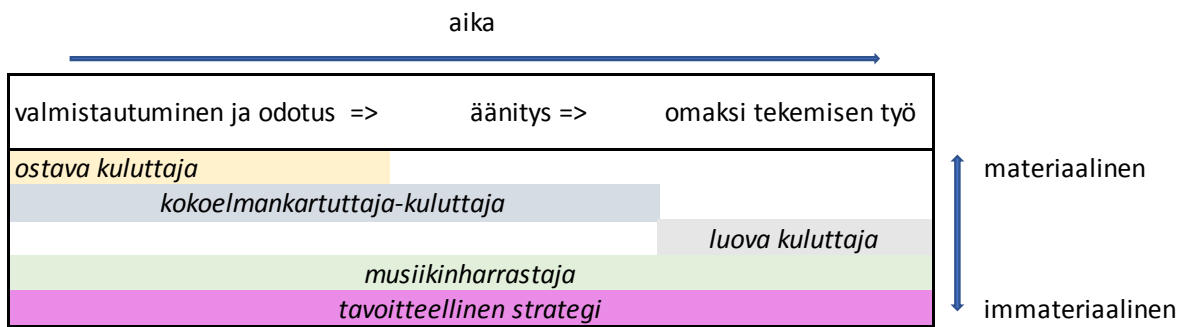
C-kasettiformaatin valtakautena 1970–90-luvuilla kasettikäytön ytimessä olivat kotiäänittämisen käytännöt. Lähes tuhannesta Kasettimuistot-kyselyyn vastanneesta yksi ei ollut harrastanut lainkaan kotiäänittämistä. Kasettiaineiston kuluttamismuistoihin keskittyvässä artikkelissani (Kilpiö 2017) erittelin kotiäänittämisen tunnistettavia yleisiä vaiheita. Nämä vaiheet kytkin kasettikuluttajapositioihin, jotka analyysissäni abstrahoin aineistosta. Kronologisesti vaiheet voi ryhmitellä kolmeen kategoriaan: 1) äänittämiseen ennakkoon valmistautuminen ja odotus, 2) varsinainen äänitys ja siihen suoranaisesti liittyvät tuntemukset ja merkitykset sekä 3) työ, jolla äänitystulokset tehtiin ”omiksi”. Koska oman kasettikokoelman työstäminen oli yleensä jatkuvaa, vaiheista jokainen oli meneillään useimpien käyttäjien arjessa yhtäaikaisesti.

Seuraavassa selostan tiiviisti analyysini tuottamat kasettikuluttajapositiot. *Ostava kuluttaja* -positio sijoittuu kotiäänitysprosessin alkuvaiheeseen ja on kulutustutkimukselle tuttu positio. Alkuvaiheen käytännöt liittyvätkin tiiviisti rahatalouteen, toisin kuin monet kasettikuluttamisen elementit. Tässä vaiheessa kasettikäyttäjä hankkii kodintekniikkaa: äänitys- ja kuuntelutekniikkaa ja siihen liittyen äänittämiseen kelpaavia tallennusalustoja (tyhjiä kasetteja). Seuraava prosessin positio on *musiikinharrastaja*, jolla on kulttuurista pääomaa eli tietoa musiikinkulutuksen mahdollistavista rakenteista (koskien esimerkiksi tallenteita, radion musiikkitarjontaa, musiikkimaultaan samantyyppisiä ikätovereita jne.).

Toinen positioiden ryhmä liittyy itse äänitykseen. Vastauksissa tuli esille *kokoelmankartuttaja-kuluttajan* positio, joka viittaa aineettomia hankintoja

tekevään toimijaan, äänisisältöjen tallentajaan. Myös äänitysvaiheessa on esillä *musiikinharrastaja*-positio, jonka osaaminen ja kulttuurinen pääoma vauhdittaa äänitysprosessia ja suuntaa toimintaa jatkuvasti omalle musiikkiharrastukselle ja -maulle otollisiin kohteisiin.

Kolmas positioryhmä kytkeytyy aineettoman ja aineellisen kulutuksen yhdistämiseen ja tulosten omaksi tekemiseen. *Luova kuluttaja* -positio tarkoittaa oman visuaalisen ilmeen ja kokonaisvaikutelman luomista äänitetyille kaseteille kansitaiteena, tekstauksina, ryhmittelyinä ja esillepanona. Tässä ryhmässä *musiikinharrastajan* positio on kahtalainen. Yhtäältä musiikinharrastaja rakentaa kuuntelijahistoriaansa enemmän tai vähemmän tavoitteellisesti: kuuntelee kokoelmaansa ja samalla kiintyy siihen kokonaisuutena, virheineen ja teknisine omalaatuisuuksineen. Toisaalta harrastaja käyttää kulttuurista pääomaansa jakamalla sekä tietoa että aineetonta ja aineellista kulutettavaa oman lähipiirinsä tai etäisemmän verkoston – esimerkiksi kirjeenvaihtokavereiden – kanssa. Tällöin kasettikäyttäjä toimii musiikillisena asiantuntijana ja suosittelijana.



Kuvio 1 Kasettimuistelijoiden kuluttajapositionot kotiäänitysprosessissa

Viimeinen ja edellä selostettujen positioiden kanssa lomittuva positio on *tavoitteellinen strategi*. Tämä tarkoittaa sitä positiota, jossa yhdistetään tiedot ja taidot – taloudellinen, kulttuurinen ja sosiaalinen pääoma – oman kasettikäytön kannalta mahdollisimman edullista lopputulosta varten. Strategin osuuteen kotiäänitysprosessissa lukeutuvat vaivalloisimmat osuudet. Osa näistä liittyy materiaaliseen kuluttamiseen, kuten hidas säästäminen hankintoja varten ja äänittämiseen liittyvien teknisten pulmien ratkaiseminen oman neuvokkuuden turvin. Tällaisia osuuksia on myös musiikkikuluttamiseen liittyvien rakenteiden hyödyntämisessä, kuten odotus radion äärellä tai äänitysringin vuorojonossa. Edellisten lisäksi strategiaan osuuksiin lukeutuvat oman osaamisen kartuttamiseen liittyvät piirteet. Tavoitteellisen strategin positio levittäytyy kiinnostavasti koko kotiäänitysprosessin alueelle, ja sen avulla kasettikäyttäjät ovat luovineet aineettoman ja aineellisen kulutuksen ongelmakohtien ohi. Kasettimuistot-aineiston valossa se vaikuttaa ratkaisevalta positiolta juuri sellaisen

kulutuksen merkityksellistämässä, jossa aineettoman kulutuksen osuus on suuri.

Maailman ainoiden Sony Rastaman -korvalappustereoiden omistaja kertoo

Esittelen seuraavaksi tämän artikkelin aineiston, kyselyvastauksen 851, ja analysoin tarkemmin kyseisen vastauksen vapaan osuuden tekstin. Kyselylomakkeen alkupuolella esitimme täsmäkysymyksen hintojen vaikutuksesta kasettien käyttöön. Siihen vastaaja 851 oli kuitannut tiiviisti: ”Valmiit kasetit olivat aika kalliita, joten pyrin itse äänittämään mielimusaa kaupan tyhjille kaseteille kavereilta, radiosta tai kirjastosta. Mankaksi kelpasi mikä vain eli hifistelyyn ei mennyt rahaa.” Tämä toteamus oli kyselyvastauksille tyypillinen: lyhyt, kasettiteknologian edullisuuteen keskittyvä, verkostojen ja ilmaisten väylien merkitystä painottava. Se ei vielä antanut aihetta olettaa, että vapaan muisteluosuuden kohdalla vastaaja keskittyisi laajentamaan muistelunsa monista teemoista juuri kulutusaspektia.

Vastauksen 851 vapaa osuus houkuttelee lähempään tarkasteluun paitsi pituutensa ja tarkkuutensa vuoksi myös siksi, että se paneutuu nimenomaan teknologian eikä niinkään äänisisältöjen merkitykseen vastaajan elämässä. Vapaa muisteluosuus on avaus yksittäisen muistelijan teknologiasuhteeseen ja kasettikäyttäjäjyyden vaiheisiin. Olen poiminut siitä sitaatteja analyysini lomaan, mutta vastaus on myös sisällytetty kokonaisuudessaan artikkelini liitteeksi. Tämänkaltaiset pitemmät tarinat ovat Kasettimuistot-aineistossa suhteellisen harvassa, mutta niissä luonnehditaan usein kuvaavasti taloudellisen taktikoinnin eri ulottuvuuksia.

Yhtäältä kyseessä on tyypillinen vapaan osuuden vastaus: monet vastaajat mainitsivat osuudessa tarkkoja muistikuvia siitä, minkä merkkiset kasetit olivat heidän tarkoituksiinsa soveltuvia tai ainakin tarpeeksi hyviä, sekä hahmottelivat aistimellisiä muistoja laitteistojen ominaisuuksista, kaseteista esineinä ja niiden käyttötilanteista. Toisaalta vastaus on taas poikkeuksellisen laaja ja yksityiskohtainen juuri esinesuhteen ja kuluttajuuden kannalta. Siitä on luettavissa tarkkoja huomioita tavarankuulusta (millaiset kasetit olivat parhaita mihinkin käyttöön, mikä oli riittävä laatu käyttäjän näkökulmasta) sekä laitteiden laatu-hintasuhteen kehittymisestä.

Kasettien käyttö on sijoittunut vastaajan elämässä lapsuus- ja nuoruusaikaan ja ollut hänelle merkityksellistä sekä teknologisen omakuvan osalta että äänisisältöjen kytkeytymisessä elämänkaareen. Hän kertoo kyselyyn tuottamassaan muistelussa tavoistaan kustomoida teknologiaa oman kuunteluinnostuksensa mukaan esimerkiksi seuraavasti:

Minulla oli isän Andorrasta tuliaisina tuomat puna-hopeiset Sony Walkman -korvalappustereot, joihin tein reggae-innostuksessa

hieman päivitystä: korvasin Walk-osan logosta itse tekemälläni logon kirjasinta jäljittelevällä tarralla, jossa luki Rasta. Näin Walkmaneistä tuli Rastamanit. Ehkäpä maailman ainoat Sony Rastaman -korvalappustereot!

”Toisen luokan tallenteet” ja perhedynamiikka

Vastaus 851 sisältää yhden koko aineiston kattavimpia kuvauksia kodinelektroniikan kehityksen nivoutumisesta perheen keskinäiseen kommunikaatioon ja taloudenpitoon. Aineistolle hyvin tyypillisesti perhe on jatkuvasti läsnä muistelijan tekstissä. Tämä ei tarkoita ainoastaan kulutusta rahoittaneita ja siihen vaikuttaneita vanhempia, vaan myös veljeä ja loppupuolella vastaajan puolisoa. Vastaja näkee näidenkin kuuntelu- ja kulutustottumukset kertomisen arvoisina, mikä on aineiston vastauksissa niinikään toistuva lähestymistapa. Hän myös positioi perheenjäseniään lyhyesti kuuntelijoina ja teknologiankäyttäjinä siitä huolimatta, että he ovat hänen oman teknologiasuhteensa eri vaiheiden sivuhenkilöitä.

Vastaja luonnehtii kaikkien perheenjäsenten rooleja viihde-elektroniikan hankkimisessa tarkkanäköisesti. Minäkerronta liikkuu me-asemasta henkilökohtaisiin sisäisiin tuntemuksiin ja sisältää vivahteikkaita havaintoja perheen toimijoiden yksilöllisistä suhteista kuluttamisen lisäksi musiikinkuunteluun.

Viisi vuotta vanhempi veljeni sai perheen ensimmäisen kannettavan kasettisoittimen, ehkä käytetyn, muistelen. Tämä tapahtui varmaan joskun 1970-luvun ihan viimeisinä vuosina. [...] Sitä ennen meillä oli vain auton kasettisoitin-radio ja perheen yhteiset stereot, joissa myös kasettidekki, ja levysoitin, siis LP:eille. Meillä ei ollut edes telkkaria.

Isä oli ostanut minulle mankan ja olin seitsemännessä taivaassa. Äidin ilmeestä luin, että hän oli vastustanut asiaa ja piti ostosta joutavana.

Meidän perheessä isä osti kasetteja huoltsikoilta, äiti päivittäistavarakaupoista. Molemmat ostivat niitä satunnaisesti ja useimmiten hetken mielialjohteesta tai tarjouksen innoittamina. Niitä pidettiin vähän sellaisina toisen luokan tallenteina LP:eihin nähden. Isän muistan tosi harvoin kuunnelleen kasetteja autossa, kun taas äidillä soi käytännössä aina jokin, useimmiten klassinen, kasetti ajettaessa. Veljellä soi musa aina ja joka paikassa: kun auton starttasi alkoi kasetti pyöriä dekissä.

Vanhempi sisarus on ollut vastaajan näkökulmasta erityisasemassa. Hänelle tehdyt teknologiahankinnat on kuvailtu nuoremman muistelussa yksityiskohtaisen tarkasti ja niitä verrataan perheen muuhun ”teknologiaprofiiliin”. Hän näyttäytyy vastauksessa myös esikuvana musiikinkuuntelun ja äänitteiden tärkeyden oivaltamisessa.

Kasettimuisteluvastauksissa nämä ovat erittäin tyypillisiä isosisaruksille kirjoitettuja piirteitä. Isosisarus on yleisesti se, jonka kohdalla kerronta siirtyy ”me”-muodosta eli perheyhteisöstä kuvailemaan yksittäisen toimijan kuuntelu- ja teknologiavalintoja ja niiden vaikutusta vastaajan omaan kasettikäyttäytyeen. Vanhemmat puolestaan noudattavat hekin melko tavallista roolijaottelua. Isä on ylivoimaisesti useimmin suvusta se henkilö, joka hankkii perheen kodinelektroniikan – joskus tässä roolissa on vastauksissa myös muu miespuolinen sukulainen; eno, setä tai vaari. Kirjoittajat muistelevat äitiensä musiikkimakua useammin kuin isiensä, mikä pätee myös tähän vastaukseen. Äiti ja veli ovat tämän vastaajan perheessä omaksuneet tavan kuunnella musiikkia kaseteilta autossa, mitä isän ei juuri mainita tehneen.

Vastauksen 851 rakenne ja painotukset

Vastaaja ei ole jakanut muisteluaan selkeästi kappaleisiin, joten siinä ei ole ehdotettua sisäistä jaksottelua, joka joskus helpottaa muistitietoaineiston analyysia valottaen kirjoittajan ajatuksenjuoksua. Olen arvioinut tekstiä kuuteen asiakokonaisuuteen jaoteltuna. Ensimmäinen ”pääjakso” eli tekstin viisi ensimmäistä kappaletta arvioi erilaisten tarjolla olleiden tuotteiden ominaisuuksia: hintaa, käytettävyyttä, vertailtavuutta muihin musiikinkuuntelumahdollisuuksiin, laatua, muokkausmahdollisuuksia (esimerkiksi personoinnin ulottuvuudet) ja näiden seurauksia käytännön kotiäänittämiseen. Toisessa lyhyessä jaksossa, joka käytännössä on vain tekstin kuudes kappale, kirjoittaja nostaa esiin yksittäisen mieleenpainuneen muiston kesätyöstä, Eläkeläiset-yhtyeen albumin soittamisen tauotta kesäleirin keittiötyöpäivän ajan. Tämän jälkeen vastauksen painopiste siirtyy perheen musiikinkuuntelu- ja laitehistorian käytäntöihin. Mainittu kolmas jakso on jälleen pitempi, neljän kappaleen mittainen toinen ”pääjakso”, ja se sisältää useita huomioita omista eri ikäkausien käytännöistä sekä muun kotiväen vastaavista. Siihen on upotettuna myös erityinen muisto ”melkoisesta tapauksesta” eli kalliin kasettisoittimen hankinnasta isoveljelle. Neljäs jakso on jälleen yksittäinen kappale, tällä kertaa muistikuva lapsille suunnattujen kasettisoittinten vastaajassa nuorena herättämästä paheksunnasta. Viidennessä, kahden kappaleen mittaisessa jaksossa kirjoittaja muistelee perheenjäsenten ostos- ja säilytyskäytäntöjä itse tallennusalojen suhteen. Muistelun sulkeva kuudes kappale on oma erillinen jaksonsa ja sijoittuu nykyhetkeen: kirjoittaja arvioi lyhyesti kasettien muuttunutta statusta ja toteaa menneisyytensä tärkeiden esineiden muuttuneen ”tavallaan ongelmajätteeksi”.

Vastauksesta hahmottuu siis tekstin pääpiirteittäinen kuljetus – jota en koe aivan luontevana kutsua narraatioksi – jäntevänä arviointina ja kuvailuna (10 kappaletta), väleihin sijoittuvina kolmena elämysvoimaisena erillismuistona (3 kappaletta) sekä viimeisen kappaleen irrottautumisenä

muistelusta. Viimeinen kappale nousee lyhyeksi arvioinniksi, jollainen löytyy useasta pitkästä Kasettimuistot-vastauksesta.

Muisteluihin kirjoitetut jälkikäteisarviot ja niiden lakoniset toteamukset tyyliin ”laatu ei jälkikäteen ajatellen ollut korkea” ovat aineistolle hyvin tyypillisiä; kirjoittajat yleensäkin katsoivat teknologian kehitystä usein nykynäkökulmasta ja arvioivat edistysaskeleiden olleen varsin pieniä. Näissä yhteyksissä vastausten erottelu kertojaminän ja kerrotun minän välillä on erityisen selkeä – ajallinen, tiedollinen ja taidollinen etäisyys kirjoitetaan toistuvasti esiin. Tavoitteellisen strategin position voi näin omaksua myös takautuvasti.

Ostava positio etualalla

Kun vastaaja kirjoittaa ostavan kuluttajan positiossa, hän osoittaa tietoisuutta ja avoimuutta hintoihin ja musiikinkulutuksen materiaaliseen puoleen liittyvistä seikoista. Hänellä on näkemys kasettitekniikan valmistusmateriaaleista ja niihin kytkeytyen myös hinta-laatusuhteista. Esiin nousee myös taju siitä, mikä kuluttamisessa on arkipäiväistä ja mikä taas epätavallista. Vastaajan isoveljen järjestyksessä toisen kasettinauhurin hankinta on alustettu kiinnostavasti ”melkoisena tapauksena”.

Olimme perheen kanssa Sveitsissä ystäväpariskunnan häissä ja kävimme samalla joillakin nähtävyyshetkillä. Ajankohta oli varmaan noin 1980. Kävimme mm. katsomassa alppeja ja Matterhornia. Isäni ja veljeni menivät köysiradalla Klein-Matterhorn-vuorelle ja sen korkeimmalta huipulta veljeni löysi (?dollari)setelin, jonka joku (?japanilainen) turisti oli sinne jättänyt. Seteli oli merkittävä summa rahaa ja veljeni käytti sen mankan ostamiseen. Ostos oli hopeanvärinen, muovikuorinen, kannettava mankka. Yksi dekki keskellä, kajarit sivuilla, melko korkea, mutta litteä laite, jossa oli oikeasti aika hyvät soundit. Lisäksi tietenkin radio ja jopa jotain äänentasojen säätöjä yms. Se oli silloin hieno laite.

Tämä muistelu sisältää ostavan kuluttajan näkökulmasta useita poikkeuksellisia piirteitä. Ostokseen käytetty raha löytyi sattumalta, ja lisäksi oltiin arjesta erillään olevassa tilanteessa eli lomamatkalla. Onnekaasti löydetyn summan muhkeus sekä ”ylimääräinen” luonne tunnustettiin perheessä sallimalla veljen hankkia tavallista hienompaa ja laadukkaampaa kasettisoitin, mikä on ymmärrettävästi jäänyt muistelijan mieleen. Vastaaja muistaa hyvin selvästi tapauksen jotkin yksityiskohdat: vuoren, jonka huipulta raha löytyi, ketkä vuorella kävivät sekä veljen hankkiman laitteen visuaaliset piirteet. Viimeksi mainitut toki olivat kotona nähtävillä pitkän aikaa ja siksi ehtivät painua mieleen. Sen sijaan epävarmemmat muistikuvat vastaaja on kiinnostavasti merkinnyt sanojen eteen asetetuilla kysymysmerkein. Oliko löytösetelin valuutta dollari? Mistä vastaaja

päättelee, että rahan olisi jättänyt japanilainen turisti? Oliko valuutalla ja/tai kansallisuudella aikanaan sellaista merkitystä kuluttamiseen liittyvissä mielikuvissa, joka nyttemmin on hämärtynyt ja unohtunut? Nämä yksityiskohdat vaikuttavat seikoilta, jotka ovat olleet perheen kesken aikanaan keskustelussa, mutta joista muistelija ei enää ole varma.

Vastaus 851 sisältää useita positiointeja vastaajasta kuluttajana. Lapsena hän positioi kasettikäytön selkeästi erilaiseksi kuin aikuisena: tietoja ja taitoja puuttui, mutta silti vastaaja katsoo jo olleensa mukana kasettien käyttämisessä. Tämä ilmenee tekstissä sellaisista ilmauksista kuin ”ennen kuin osasin lukea”; ”olin niin tottunut kotiäänityksiin”; ”en ymmärtänyt niistä silloin vielä mitään”. Oman osaamisen vähäisyys näyttäytyy siis tavoitteellisen strategian positiota varten tarvittavien taitojen ja näkemyksen puuttumisena. Eri positioissa vastaaja myös asettuu arvioimaan kasetteja ja niiden käyttämistä erilaisista näkökulmista. Lapsena lahjaksi saatu halpa nauhuri oli ”autuus”, koska se oli ensimmäinen oma laite. Nuoruusajaltaan hän mainitsee innostuksen värikoodattuihin kasetteihin ja kuorten muokkaamiseen persoonallisiksi.

Ihan parasta oli, kun 1990-luvulla tuli erivärisiä kasetteja. Yhdessä pakkauksessa oli sininen, vihreä, punainen, keltainen ja klassinen harmaa läpikuultavasta muovista tehty 90 minuutin kasetti (sai niitä 60-minuuttisinakin). Väri ja musiikki sovitettiin sitten yksin. Näiden kasettien kuoriin taiteilin sitten vielä kuvia bändistä tai esittäjistä: piirsin kuvan paperille, leikkasin ja liimasin kuoreen. On muutamia vieläkin tallella.

Omaksi tekemisen työllä on ratkaiseva merkitys luova kuluttaja -positiossa. Vastaajan 851 toiminta kuuluu kuitenkin enemmän kustomoinnin kuin harkitumman ja laajempaa osaamista vaativan luovan kuluttamisen (vrt. Campbell 2005) alueelle. Vastaaja ottaa paikka paikoin luovan kuluttajan position, mutta positio ei ole samalla tavalla keskeinen kuin joissain aineiston teksteissä. Kasettimuistoissa oli kirjoittajia, jotka kiinnittivät vastauksissaan myöhemmän ammatti-identiteettinsä (esimerkiksi graafikko, radiotoimittaja) selvästi nuorena harjoitettuihin kasettikulttuurin käytäntöihin. Sellaisissa tapauksissa luovan kuluttamisen toteutuminen on kuvattu yleensä edellä siteerattua huomattavasti yksityiskohtaisemmin ja innoittuneemmin.

Kasettimuisteluiden viileämmästä päästä

Tämänkaltainen vastaus avautuisi luonnollisesti moniin eri suuntiin ja antaisi innostavia lisäpolkuja suuren muistitietoaineiston analysointiin. Monet syventyvän vastauksen piirteistä tulevatkin esiin myös muualla muisteluaineistossa. Tällaisia piirteitä ovat oman kuluttajuuden positiointi, perheen tärkeä asema kulutustottumuksien ja musiikinkäytön

muotoutumisessa sekä yksittäisten elämysten tarkka kuvailu eräänlaisina nostoina yleisemmän muistelun joukossa.

Vastaaja 851 omaksuu toistuvasti ennen muuta ostavan kuluttajan position, ja sijoittaa siihen myös vuorollaan kunkin perheenjäsenensä. Tämä tekee hänen tuottamastaan tekstistä kulutustutkimuksen kannalta erityisen kiinnostavaa. Musiikinharrastajan ja kokoelmankartuttajan positiot vilahtavat ohimennen kyselyn alkupuolella, kun muistelija mainitsee makunsa muutokset ja musiikkisisältöjen keräämisen aina maun mukaisesti. Näihin positioihin hän ei enää vapaan osuuden vastauksissa palaa. Ostava kuluttaja ja tavoitteellinen strategi ovat vastaajalle ominaiset positiot, ja pelkän vapaan muisteluosuuden perusteella mielikuva vastaajasta hivuttautuisi kohti vanhaa ihannetyyppeä *homo economicusta*, oman toiminnan ja itselle edullisimpien ratkaisujen viileää arvioijaa.

Kasettikulttuurin menneisyys onkin tässä muisteluvastauksessa nähty harvinaisen tiukasti materiaaliseen kulutukseen kietoutuneena. Yleiskuva muistitietoaineistossa on kuitenkin huomattavasti enemmän kytkeytynyt vastaajien emotionaalisiin ja sosiaalisiin elämänkaariin. Viihde-elektroniikan etnografinen tutkimus on vielä toistaiseksi vaatimatonta ja hajanaista verrattuna IT-puolen tutkimukseen (ks. esim. Suominen 2007), mutta tämän pienoisanalyysin perusteella visioituna sillä voisi olla tuotantopuolelle kiinnostavaa kerrottavaa.

Liite: Vapaan osuuden vastaus Kasettimuistot-kyselyn kirjoittajan 851 muistelussa

- 1 1 Kasetteja ostin suurina säästöpakkausina, jotta ne olisivat mahdollisimman halpoja. Parhaita olivat 5 kasetin paketit 90 minuutin kasetteja. Niillä oli paras hinta/ minuutti suhde. Hyvä ostopaikka oli Anttila, jossa oli aina tällaisia paketteja tarjouksessa. Rahasta oli aina nimittäin pula. Ilman kasetteja olisi musiikin maailma jäänyt tosi niukaksi: LP:t, CD:t ja keikat olivat aivan liian kalliita arkikulutukseen ja radion tarjontaa ei voinut valikoida...
- 2 90-minuuttiset olivat parhaita, koska niille mahtui kaksi älppäriä tai CD:tä, 60-minnaset olivat tosi ärsyttäviä, koska toiselle puolelle jäi noin puolet tyhjää, jota sitten piti täytellä sekalaisella tavaralla tai kelata.
- 3 Kasettien laatu vaihteli tosi paljon. Jotkut 80-luvun alun kasetit on vieläkin ihan kurantteja, mutta jotkut varsinkin 2000-luvun alun kasetit on jo ihan mutaa. Laatu tuntui heikkenevän sitä mukaa, kun kasettien käyttö alkoi vähetä. Ihan lapsena oli niitä kaikkia metalli- yms. nauhoja, mutten osaa niistä niin kertoa, kun en ymmärtänyt silloin vielä niistä mitään. Tarkkaa se kuitenkin joillekuille oli niiden kirjainkoodien kanssa. Kotelojen muovin laatukin vaihteli: toiset menivät rikki kertapudotuksesta, toiset kestivät mitä vain.
- 4 Ihan parasta oli, kun 1990-luvulla tuli erivärisiä kasetteja. Yhdessä pakkauksessa oli sininen, vihreä, punainen, keltainen ja klassinen harmaa läpikuultavasta

muovista tehty 90 minuutin kasetti (sai niitä 60-minuuttisinakin). Väri ja musiikki sovitettiin sitten yksiin. Näiden kasettien kuoriin taiteilin sitten vielä kuvia bändistä tai esittäjistä: piirsin kuvan paperille, leikkasin ja liimasin kuoreen. On muutamia vieläkin tallella. Muihinkin kasettien sisäpapereihin piirreltiin yleisesti bändien logoja tms. Samaan aikaan myös kasettien kotelot pienenevät, mikä oli hyvä, koska kasetit veivät vähemmän tilaa.

- 5 Kaksidekkiset mankat olivat aika pitkään melko harvinaisia. Sitten kun sellaisen sai, se avasi ihan uusia mahdollisuuksia, kun pystyi äänittämään myös kasetilta toiselle. Näissä mankoissa oli ja samaan aikaan muutenkin yleistyi myös automaattinen toiselle puolelle kääntö, joskin monet laitteet alkoivat vanhetessaan vetää (venyttää) kasetteja loppu/alkupäistä, kuten monet vanhemmat mankatkin. Äänittäessä piti olla tarkkana, ettei automaattikäntö äänittänyt suoraan toiselle puolelle kesken biisin tai jos toisella puolella oli jo jotain muuta musaa.
- 2 6 Keittiön kesätöissä muistan, kun oli aikaisemmin mainittu GhettoBlaster mukana, jossa oli tällainen automaattinen kääntöominaisuus, niin pistettiin kaverin kanssa Eläkeläisten levyltä äänitetty kasetti, jossa oli sama levy molemmin puolin, aamulla soimaan ja sitten annettiin humpata suunnilleen iltapalaan asti tauotta. Ne sanat oppi aika hyvin ulkoa ja oli leirilapsilla ihmettelemistä...
- 3 7 Lapsena äänitettiin kotona aika paljon radio-ohjelmia, varsinkin kuunnelmia ja Lastenradiota, jota sitten kuunneltiin varsinkin autossa. Valintatalosta, varsinkin Helsingin Annankadun suuresta liikkeestä, sai usein halvalla valmiiksi äänitettyjä kasetteja. Ne olivat kuitenkin lapsena jotenkin outoja, kun olin niin tottunut kotiaänityksiin. Ennen kuin osasin lukea, tunnistin kotona kasetit vain ulkonäöstä. Kun opin lukemaan, tajusin, ettei niissä paljoa sen enempää infoa ollutkaan: kasetit vain tiedettiin.
- 8 Viisi vuotta vanhempi veljeni sai perheen ensimmäisen kannettavan kasettisoittimen, ehkä käytetyn, muistelen. Tämä tapahtui varmaan joskun 1970-luvun ihan viimeisinä vuosina. Se oli ruskea, päältä puupanelijäljitelmäpintainen, suuren kirjan kokoinen suorakulmio, jossa kasettipesä oli toisella laakealla sivulla, näppäimet sen vieressä reunassa ja toinen pää oli kokonaan kajutinta. Kajutinosassa oli vuoroin poikkipäin olevia listoja ja vuoroin "kajutinaukkoja". Toisessa päässä taisi olla myös kahva. Siinä oli mielestäni myös äänitysominaisuus, ainakin jos oli erillinen mikrofoni, mitä meillä ei ollut. Sitä ennen meillä oli vain auton kasettisoitin-radio ja perheen yhteiset stereot, joissa myös kasettidekki, ja levysoitin, siis LP:eille. Meillä ei ollut edes telkkaria.
- 9 Veljeni seuraava laite ja sen hankintaan liittyvä tarina olikin sitten melkoinen tapaus. Olimme perheen kanssa Sveitsissä ystäväpariskunnan häissä ja kävimme samalla joillakin nähtävyyshetkeillä. Ajankohta oli varmaan noin 1980. Kävimme mm. katsomassa alppeja ja Matterhornia. Isäni ja veljeni menivät köysiradalla Klein-Matterhorn-vuorelle ja sen korkeimmalta huipulta veljeni löysi (?dollari)setelin, jonka joku (?japanilainen) turisti oli sinne jättänyt. Seteli oli merkittävä summa rahaa ja veljeni käytti sen mankan ostamiseen. Ostos oli

- hopeanvärinen, muovikuorinen, kannettava mankka. Yksi dekki keskellä, kajarit sivuilla, melko korkea, mutta litteä laite, jossa oli oikeasti aika hyvät soundit. Lisäksi tietenkin radio ja jopa jotain äänentasojen säätöjä yms. Se oli silloin hieno laite.
- 10 Oman ensimmäisen stereoni sain muistaakseni synttärilahjaksi (tai sitten jouluna) 1980-luvun ensivuosina. Siitä alkoi myös oma äänitustoiminta radiosta. Se oli yksidekkinen, muovinen, valkoinen, musta- ja metallivärein koristeltu mankka, jossa oli käännettävä kahva. Malli oli pieni, matala ja pitkulainen: keskellä dekki, päissä kajarit, päällä kahva ja näppäimet. Soittimessa oli myös radio. Isä oli ostanut minulle mankan ja olin seitsemännessä taivaassa. Äidin ilmeestä luin, että hän oli vastustanut asiaa ja piti ostosta joutavana. Tuskin mankka oli senkään ajan mittakaavassa kovin kallis. Laatu ei ainakaan jälkikäteen ajatellen ollut mikään kovin korkea, mutta minulle siis autuus ja palveli käytössäni aina siihen asti kun muutin omilleni 18-vuotiaana ja ostin Ghettablasterin.
- 4 11 Muistan myös kun alkoi tulla pienille lapsille suunnattuja kasettisoittimia, varmaan 1980-luvun puolivälin maissa. Ne olivat monivärisiä, tosi muovisenoloisia ja monissa oli mikrofoni. Olisivatko olleet Sonyn. Pidin niitä melkein pyhäinhäväistyksenä, vaikka olin vasta vähän toisella kymmenellä. En vielä osaa sanoa, että mikä niissä suututti, mutta jossakin mielessä koin, että ne loukkasivat vakavaa musiikinharrastusta.
- 5 12 Meidän perheessä isä osti kasetteja huoltsikoilta, äiti päivittäistavarakaupoista. Molemmat ostivat niitä satunnaisesti ja useimmiten hetken mielijohhteesta tai tarjouksen innoittamina. Niitä pidettiin vähän sellaisina toisen luokan tallenteina LP:eihin nähden. Isän muistan tosi harvoin kuunnelleen kasetteja autossa, kun taas äidillä soi käytännössä aina jokin, useimmiten klassinen, kasetti ajettaessa. Veljellä soi musa aina ja joka paikassa: kun auton starttasi alkoi kasetti pyöriä dekissä.
- 13 Kasetteja säilytettiin meidän perheessä Lundia-hyllyn laatikoissa, ja säilytetään osin edelleen. Ne ovat juuri passelin kokoisia, kuin tehty kasettien säilyttämiseen. Autossa meillä oli miehen kanssa mukana vanha, jostain arkistojäämistöstä saatu arkistokorttiteline, joka on juuri kasetin kokoinen ja johon mahtui mukavasti mukaan parikymmentä matkakasettia ja jossa ne pysyivät hyvässä järjestyksessä eivätkä pyörineet auton lattialla.
- 6 14 Nyt kun kasetteja ei enää juurikaan käytä, ovat ne tavallaan ongelmajätettä: toisaalta ei haluaisi luopua niistä, kun niihin liittyy niin paljon muistoja, mutta toisaalta ne vievät sikana tilaa. Kuunneltua ei kyllä tule juuri koskaan enää. Hassua, kun ne olivat kuitenkin niin tärkeitä aikoinaan!

Kirjoittaja on valtiotieteen tohtori ja musiikin sosiaalishistorian dosentti, joka toimii yliopistonlehtorina Taideyliopiston Sibelius-Akatemian MuTri-tohtorikoulussa.

LÄHTEET

Arkistoaineisto:

Km 2010. *Kasettimuistot*-keruun vastaukset. Kansanperinteen Arkisto, Tampereen yliopisto.

Kirjallisuus:

Autio, Minna (2006) *Kuluttajuuden rakentuminen nuorten kertomuksissa*. SKS:n toimituksia 1066. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Campbell, Colin (2005) The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture* 5 (1), 23–42.

Kilpiö, Kaarina (2011) C-kasetit suomalaisten käyttäjiensä aistimuistoissa. *Tekniikan Waiheita* 4/2011, 39–54.

Kilpiö, Kaarina (2012) ”We listened to our mix-tapes of love songs, talking about boys” – young Finns as a target group for cassette technology. In *Situating popular musics: IASPM 16th International Conference Proceedings*.

<http://www.iaspm.net/proceedings/index.php/iaspm2011/iaspm2011/paper/view/48>
(Viitattu 6.3.2018.)

Kilpiö, Kaarina (2017) Tyhjiin oli varaa: c-kasetit ja nuorten suomalaisten tutustuminen kuluttajuuteen 1970–90-luvuilla. *Elore* 2/2017, Vol 24.
http://www.elore.fi/arkisto/2_17/kilpio.pdf (Viitattu 6.3.2018.)

Kilpiö, Kaarina, Kurkela, Vesa & Uimonen, Heikki (2015) *Koko kansan kasetti. C-kasetin käyttö ja kuuntelu Suomessa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kilpiö, Kaarina & Lehtinen, Vilma (2011) Bulkista uniikiksi – merkitystä massatuotettuihin musiikkisäiliöihin. *Media & Viestintä* 4/2011, 26–47.

Pöysä, Jyrki (2009) Positiointiteoria ja positiointianalyysi – uusia näkökulmia narratiivisen toimijuuden tarkasteluun. Teoksessa Hägg, Samuli, Lehtimäki, Markku & Steinby, Liisa (toim.) *Näkökulmia kertomuksen tutkimukseen*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 314–343.

Suominen, Jaakko (2007) *Tietokoneen takapuoli. Kirjoituksia teknologisesti mielihyvystä*. Blogikirja ja sähköinen opetusmateriaali.
<http://jaasuo.wordpress.com/tietokoneen-takapuoli/johdanto-mielihyva-etualalle/>
(Viitattu 6.3.2018.)

KOTITALOUDET, HYVINVOINTI JA TALOUS

ANU RAIJAS

KOTITALOUKSIEN KULUTUS JA TALOUDEN SUHDANTEET 2000-LUVUN SUOMESSA

Kotitaloudet ovat kansantalouden tasolla yksi keskeisimmistä sektoreista, mutta niiden merkitys ja vaikutusvalta pirstoutuvat, koska kotitalouksia on Suomessa 2,7 miljoonaa. Suuren lukumäärän takia kotitalouksien on vaikea keskitetysti ja koordinoitusti vaikuttaa kansantalouden kiertokulkuun. Tästä huolimatta erityisesti kotitalouden kulutuspäätökset ovat merkittäviä koko kansantalouden kannalta.

Yksityisellä kulutuksella on keskeinen rooli kansantaloudessa, sillä kulutus on vuorovaikutuksessa hyödykkeiden tuotantoon, ihmisten työllistämiseen, rahan kiertämiseen kansantaloudessa ja hyödykkeiden ostamiseen. Yksityisiin kulutusmenoihin lasketaan kotitalouksien kulutusmenojen lisäksi kotitalouksia palvelevien, voittoa tavoittelemattomien yhteisöjen kulutusmenot. Vuonna 2017 yksityisen kulutuksen osuus bruttokansantuotteesta oli 55 prosenttia. (Suomen virallinen tilasto 2018a.) Kuluttajia kehoitetaan aika ajoin valtiovallan taholtakin kuluttamaan omassa kotimaassaan, jos se vain on heille taloudellisesti mahdollista, koska yksityisen kulutuksen vaikutus talouskasvuun on keskeinen. Talouden laskusuhdanteessa voi helposti syntyä negatiivinen kierre, kun heikentynyt ostovoima vähentää kotitalouksien kulutusmahdollisuuksia ja yksityisen kulutuksen lasku puolestaan ruokkii taantumaa. Bruttokansantuotteen muutokset eivät sellaisenaan välttämättä välity kotitalouksien kulutusmahdollisuuksiin, koska se on tuotantoa kuvaava mittari.

Kotitaloudet sopeuttavat kulutuskäyttäytymistään oman taloudellisen tilanteen ja tulevaisuuden näkemystensä mukaan, jotka luonnollisesti syntyvät tietyssä kansantalouden yleisessä suhdannekehityksessä. Talouden suhdanteet ja talouspoliittiset toimenpiteet vaikuttavat ensin kuluttajien mielialoihin. Vasta kun nämä kohdentuvat jollain tavoin heidän omaan talouteensa, se vaikuttaa heidän luottamukseensa ja välittyy heidän käyttäytymiseensä. (ks. esim. Raijas ja Kangassalo 2010.) Niin pitkään kuin kuluttajien luottamus omaan talouteen säilyy korkealla, heillä riittää uskallusta kuluttaa.

Tarkastelen tässä artikkelissa tilastojen avulla kotitalouksien kulutusmenojen kehitystä 2000-luvun Suomen taloudellisissa suhdanteissa. Kotitalous ymmärretään tässä artikkelissa yhtenä kansantalouden sektorin toimijana. Käytän artikkelissa myös kuluttaja-käsitettä, jolla tarkoitan yksilöä, joka on myös kotitalouden jäsen. Aluksi esittelen joitakin tutkimuksia, joissa on tarkasteltu kotitalouksien kulutusta taloudellisissa suhdanteissa ja kotitalouden erilaisissa taloudellisissa olosuhteissa. Kotitalouksien

kulutuskäyttäytymisen kehitystä 2000-luvun Suomessa kuvaan Tilastokeskuksen tuottamien tilastoaineistojen avulla. Näitä tilastoja ovat tilastot väestörakenteesta, kansantalouden tilinpidosta, asumisolosuhteista, kulutuksesta ja kuluttajien luottamuksesta. Kulutusmenojen kehitystä tarkastelen yksityiskohtaisesti menoryhmittäin. Mielenkiinnon kohteena on se, kuinka taloussuhdanteiden muutos näkyy kulutuksen kohdentumisessa eri menoryhmiin. Artikkelin lopussa esitän yhteenvedon lisäksi johtopäätöksiä tilastojen kyvystä kuvata kotitalouksien kulutusmenojen ja hyvinvoinnin kehitystä.

Talouden suhdanteiden ja kotitalouden taloudellisten olosuhteiden heijastuminen kotitalouksien kulutukseen

Taloustieteen näkökulmasta kulutuksessa on kyse siitä, että kotitalous hankkii tavaroita ja palveluita jäsentensä tarpeiden tyydyttämiseen ja saavuttaakseen sen myötä hyvinvointia. Tarpeen tyydytyksen kannalta välttämättömiä hyödykkeitä ovat ne tavarat ja palvelut, joita käytetään inhimillisten perustarpeiden – nälän, janon, suojan ja henkilökohtaisen hygienian – tyydyttämiseen. Perustarpeiden tyydyttämisen lisäksi keskeisiä ovat myös erilaiset sosiaaliset ja kulttuuriset tarpeet, joilla kiinnitytään yhteiskunnan ja erilaisten yhteisöjen täysivaltaiseksi jäseneksi (ks. esim. Borgeraas 1987). Myös näiden tarpeiden tyydyttäminen on tärkeää.

Talouden suhdanteet välittyvät kotitalouksien taloudelliseen käyttäytymiseen (esim. Simon 2009, 1). Myönteisessä taloussuhdanteessa ei-välttämätön kulutus kasvaa ja kotitaloudet uskaltavat tehdä myös investointityyppisiä hankintoja. Kulutuksen kasvun myötä kotitalouksien elintaso pääsääntöisesti paranee ja hyvinvointi kohoaa. Lähitulevaisuuden taloudellinen epävarmuus saa kotitaloudet supistamaan kulutustaan ja suuntaamaan sitä ensisijaisesti välttämättömiin hyödykkeisiin.

Globaalin finanssikriisin ja Euroopan talouskriisin on todettu heijastuneen Euroopassa kotitalouksien kulutukseen suhteellisen vähän. Tosin vaikutukset Euroopan eri maihin ovat olleet erilaisia. Vuosina 2007–2008 kulutus laski lähes kaikissa EU-maissa, eniten Välimeren maissa ja Irlannissa (O'Connell, O'Toole ja Žnuderl 2012, 75–76). Vuonna 2009 talouskriisistä kärsivät EU:n jäsenvaltioista eniten Baltian maat. Kreikassa kotitalouksien kulutus jatkoi laskuaan myös vuonna 2011. (Gerstberger ja Yaneva 2013.)

Talouden taantuma heijastuu kotitalouden käytettävissä oleviin tuloihin ja sitä kautta kulutusmenojen jakaantumiseen. Kotitalouden tulojen laskiessa priorisoidaan välttämättömien perustarpeiden tyydytystä ja vähennetään ei-välttämätöntä kulutusta (Deaton ja Muellbauer 1980; Hall 1993; Parker ja Vissing-Jorgensen 2009; Jappelli ja Pistaferri 2010). Välttämättömyshyödykkeet liittyvät esimerkiksi syömiseen tai asumiseen, joiden kulutuksesta on vaikeaa tinkiä. Yhdysvaltojen kulutusmenotutkimuksen avulla Kamakura ja Du (2012, 233) ovat luokitelleet kotitalouksien menoista välttämättömiksi ruoka-, tupakka-, terveys-, puhelin-, asumis- ja joukkoliikennemenot (ks.

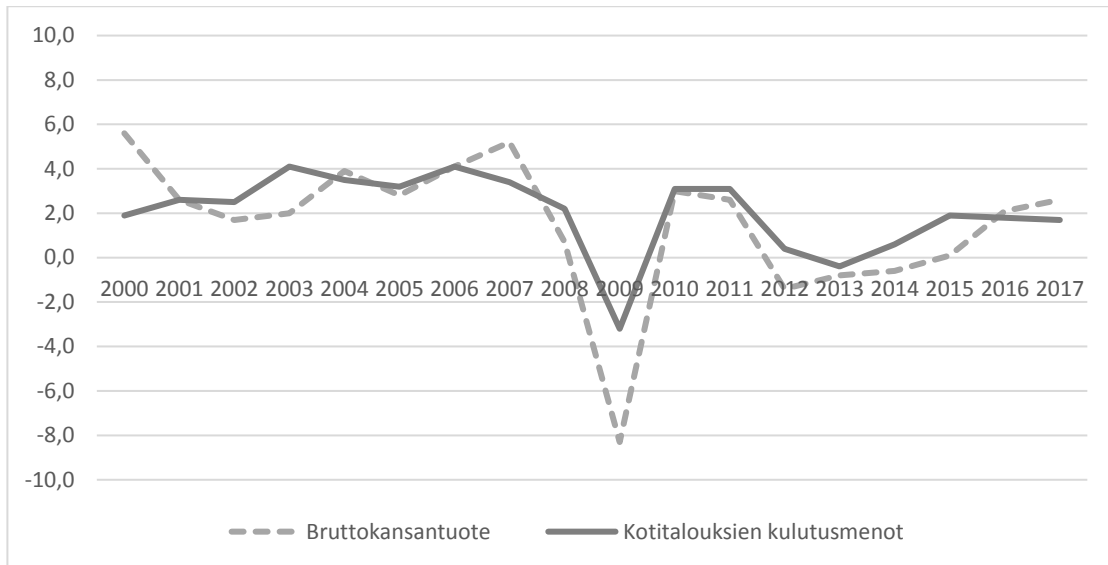
myös Du ja Kamakura 2008; Heffetz 2011). Tulojen ja kulutuksen välistä yhteyttä kuvaa myös Ernst Engelin mukaan nimetty laki, jonka mukaan ruokamenojen osuus kokonaismenoista alenee kotitalouden tulojen noustessa.

Suomessa tutkittiin laskusuhdanteen näkymistä kotitalouksien kulutuksessa 1990-luvun lamassa. Heti laman alkuvaiheessa kotitaloudet vähensivät ei-välttämätöntä kulutusta: kalliiden kestokulutustavaroiden hankintaa ja matkailua. Seuraavaksi karsittiin pukeutumisen ja ravintolakäyntien menoja. (Maula, Pantzar ja Raijas 1995; ks. myös Mankinen 1995.) Tilastokeskuksen Kulutustutkimuksen mukaan kotitaloudet vähensivät tuolloin kulutustaan eniten juuri valinnaisen kulutuksen alueella: liikkumisessa ja vapaa-ajassa sekä vaatteiden ja erilaisten kestotavaroiden hankinnassa (Ahlqvist ja Pajunen 2000, 7). Toisessa tutkimuksessa vuodelta 1994 (Uusitalo ja Lindholm 1994, 59–63) kulutuksen havaittiin supistuneen niin ikään eniten vapaavalintaisessa kulutuksessa, kuten ulkomaanmatkailussa, ravintola- ja kahvilakäynneissä, kodin sisustamisessa ja teknologiahankinnoissa sekä kirjojen ja lehtien ostamisessa. Suhdanneherkimpää kulutuksen kohteita ovat siis investointiluonteiset hankinnat, vapaa-ajan kulutus ja palveluiden käyttö (ks. Ahlqvist ja Ylitalo 2009, 27), kun taas asumisessa ja ruokailussa kotitalouksien liikkumavara on kaikkein pienin.

Myös sosiaaliset tekijät vaikuttavat kotitalouksien kulutukseen taantumassa. Muun muassa Kamakura ja Du (2012, 245) ovat esittäneet, että kotitaloudet voivat pienentää kulutustaan muiden esimerkistä. Suomessa 1990-luvun alussa sosiaaliset normit ja talouden synkät näkymät vaikuttivat siten, että nekin, joilla olisi ollut varaa tehdä hankintoja, supistivat kulutustaan (Uusitalo ja Lindholm 1994).

Suomen talouskehitys 2000-luvulla ja sen näkyminen kotitalouksien kulutuksessa

2000-luvun alussa Suomen talous kasvoi suotuisasti monen vuoden ajan ja tämä näkyi myös kotitalouksien kulutusmenojen kehityksessä, kuten kuviosta 1 nähdään. Kotitalouksien kulutusmenojen kehitys on seurannut bruttokansantuotteen kehitystä, koska yksityinen kulutus kattaa yli puolet bruttokansantuotteesta. Talouskasvun katkaisu Yhdysvalloissa vuonna 2007 alkanut maailmanlaajuinen talouskriisi sekä heti sen perään, vuonna 2008 alkanut euroalueen talouskriisi. Pahin vuosi Suomen taloudessa oli vuosi 2009, jolloin bruttokansantuote laski yli kahdeksan prosenttia, mikä on Suomen historiassa suurin tuotannon lasku kansalaissodan jälkeen. Kotitalouksien kulutusmenotkin laskivat tuolloin lähes neljä prosenttia. Talous lähti tämän jälkeen pariaksi vuodeksi pieneen nousuun, mutta romahti sen jälkeen taas moneksi vuodeksi, kunnes vuonna 2015 talous taas lähti nousuun. (Suomen virallinen tilasto 2018a.) Kuviosta nähdään, että kulutuksen kasvu on joinakin vuosina 2000-luvulla ollut suurempaa kuin bruttokansantuotteen kasvu.



Kuvio 1 Bruttokansantuotteen ja kotitalouksien kulutusmenojen volyymin muutokset (%) Suomessa vuosina 2000–2017 (Suomen virallinen tilasto 2018a)

Tilastokeskuksen Kulutustutkimus¹, jonka avulla voidaan tarkastella väestöryhmittäisiä kulutuseroja, osoittaa kulutuksen eriarvoistumista eri kotitalouksissa: kulutuksen kasvu ei ole 2010-luvulla kohdentunut kaikkiin kotitalouksiin samalla tavoin. Otan tässä tarkemman tarkastelun kohteeksi erilaisten kotitaloustyyppien ja tuloluokkien² kulutuksen kehityksen 2000-luvulla. Kulutustutkimuksen mukaan kotitalouksien kulutus kasvoi vuodesta 2001 vuoteen 2016 keskimäärin 23 prosenttia, mutta yli 64-vuotiailla jopa 52 prosenttia, kun taas alle 64-vuotiaiden yhden hengen talouksilla 14 prosenttia ja yksinhuoltajilla 17 prosenttia. Kasvusta huolimatta yli 64-vuotiaiden kulutusmenot ovat yksinhuoltajatalouksien jälkeen edelleen pienimmät. Yli 64-vuotiaiden kulutuksen kasvu selittyy eläkeikäisten tulotason nousulla, sillä monet heistä nauttivat tänä päivänä työeläkettä kansan- ja takuueläkkeiden sijaan. Tuloviidenneksittäin tarkasteltaessa kulutus on kasvanut kaikissa tuloviidenneksissä 23–27 prosenttia, mutta alimmassa vain 13 prosenttia. (Suomen virallinen tilasto 2018c.)

Taloussuhdanteiden vaihtelussa kuluttajat muodostavat omat käsityksensä kansantalouden ja oman taloutensa kehityksestä. Sen perusteella he arvioivat tilanteen suotuisuutta tehdä kalliita hankintoja, ottaa luottoa tai säästää. Nämä kaikki tekijät yhdessä muodostavat kuluttajien luottamusin-

¹ Tilastokeskuksen Kulutustutkimus tehdään noin viiden vuoden välein; 2000-luvulla Kulutustutkimus on tehty vuosina 2001, 2006, 2012 ja 2016. Vertailussa on huomioitu rahanarvon muutokset sekä kotitalouksien ikä- ja kokorakenne laskemalla menot kulutusyksikköä kohden. (Suomen virallinen tilasto 2018c.)

² Tuloluokkia tarkastellaan viidenneksittäin, jotka on muodostettu seuraavasti: ensin kotitalouden tulot jaetaan talouden kulutusyksiköillä, jolloin jokaiselle kotitalouden jäsenelle tulee sama ekvivalentti tulo. Henkilöt järjestetään tämän jälkeen tulojensa mukaiseen järjestykseen ja jaetaan viiteen yhtä suureen ryhmään. Jokaisessa tuloviidenneksessä on siten 20 prosenttia väestöstä. Alimpaan tuloviidennekseen kuuluu pienituloisin viidennes ja ylimpään suurituloisin. (Suomen virallinen tilasto 2017c.)

dikaattorin. Kuluttajabarometrin mukaan kuluttajat ovat osanneet varsin hyvin ennakoida talouden suhdanteita. Esimerkiksi vuoden 2009 talouden laskusuhdanteeseen kuluttajat reagoivat jo vuoden 2008 lopulla. Myös vuosina 2012 ja 2014 kuluttajat näkivät talouden heikentyneen, jolloin bruttokansantuote laski. (Suomen virallinen tilasto 2018b.) Kyse ei ole kuitenkaan pelkästään kuluttajien osaamisesta ennustaa talouden kehitystä, vaan siitä, että kuluttajat toteuttavat talouskehitystä itse oman toimintansa, kuluttamisen, kautta. Kuluttajien luottamus omaan talouteen on koko 2000-luvun ollut varsin myönteistä ja se on pysynyt melko samalla tasolla. Sen sijaan luottamus Suomen talouteen on ollut aika ajoin hyvinkin synkkää ja lisäksi se on vaihdellut suuresti. (Raijas ja Kangassalo 2010.)

Kotitalouksien kulutusmenojen kehitys eri kategorioissa

Kotitaloudet allokoivat tulonsa eri kulutusmenokategorioihin. Kotitaloudet tekevät kulutuspäätöksensä tarpeidensa mukaan useiden markkinoilla tarjolla olevien vaihtoehtoisten tavaroiden ja palveluiden välillä käytettävissä olevien tulojensa puitteissa.

Seuraavan tarkastelun kotitalouksien kulutusmenojen luvut on poimittu Tilastokeskuksen ylläpitämästä Kansantalouden tilinpidosta (Suomen virallinen tilasto 2018a). Kulutusmenotiedot sisältävät tietoja markkinoilla vaihdettavien hyödykkeiden määrästä ja hyödykkeiden suhteellisista hinnoista koko kansantalouden tasolla. Kulutusmenoja tarkastellaan tässä vuoden 2016 hinnoin. Kulutusmenot on Kansantalouden tilinpidossa jaettu seuraaviin menoryhmiin:

- elintarvikkeet, juomat ja tupakka
- vaatetus ja jalkineet
- asuminen (sis. vesi, sähkö, kaasua ja muut polttoaineet)
- sisustus ja kodinhoito (sis. kotitalousvälineistö)
- terveys
- kuljetus (yksityisten kulkuvälineiden hankinta ja käyttö sekä juna-, raitiovaunu- ja metro-; linja-auto- ja taksi- sekä lento- ja laivamatkat) ja tietoliikenne
- virkistys, kulttuuri³ ja koulutus
- hotellit, kahvilat ja ravintolat
- sekalaiset tavarat ja palvelut⁴.

³ Virkistykseen ja kulttuuriin lasketaan kuuluvaksi seuraavien hyödykkeiden hankinnoista aiheutuvat kulutusmenot:

- audiovisuaaliset, valokuvaus- ja tietojenkäsittelylaitteet,
- suurehkot kestokulutustavarat ajanvietteeseen, virkistykseen ja kulttuuriin,
- tavarat ja laitteet virkistykseen (pelit, lelut ja harrastusvälineet; urheilu- ja retkeilyvälineet), kukat ja puutarhatarvikkeet, lemmikkieläimet ja niiden tarvikkeet,
- virkistys- ja kulttuuripalvelut,
- sanomalehdet, kirjat ja paperitarvikkeet sekä
- valmismatkat.

⁴ Tämä kategoria sisältää henkilökohtaisen puhtauden ja kauneuden hoidon, muualla luokittelemattomat henkilökohtaiset tavarat, sosiaaliturvan, vakuutus- ja rahoituspalvelut.

Vuonna 2000 kotitalouksien yhteenlasketut kulutusmenot olivat 82 332 miljoonaa euroa, 112 454 miljoonaa euroa vuonna 2016. Vuosina 2000–2008 kotitalouksien kulutusmenot kasvoivat kulutusmenojen kaikissa kategorioissa hyvää vauhtia, keskimäärin noin kolme prosenttia vuodessa. Suhteellisesti eniten kulutusmenot kasvoivat kategorioissa virkistys, kulttuuri ja koulutus, sisustus ja kodinhoito sekä vaatetus ja jalkineet. Asumismenojen kasvu oli keskimääräistä kasvua hitaampaa, vaikka asumismenot hallitsevatkin kotitalouksien kulutusta.

Virkistys-, kulttuuri- ja koulutusmenoja kasvattivat 2000-luvun alussa eniten viihde-elektroniikan, kameroiden ja tietokoneiden hankinnoista aiheutuneet menot. Näiden laitteiden teknologinen kehitys on 2000-luvulla ollut nopeaa, ja Suomessa yleistyivät 2000-luvun alussa nopeassa tahdissa taulutelevisiot, tv-maksukortit, DVD- ja Blu-ray-laitteet, digikamerat sekä kannettavat tietokoneet, vähän myöhemmin myös täysteräväpiirtotelevisiot ja taulutietokoneet. Myönteisessä taloussuhdanteessa suomalaiset kotitaloudet hankkivat siis nopeassa tahdissa uutta teknologiaa.

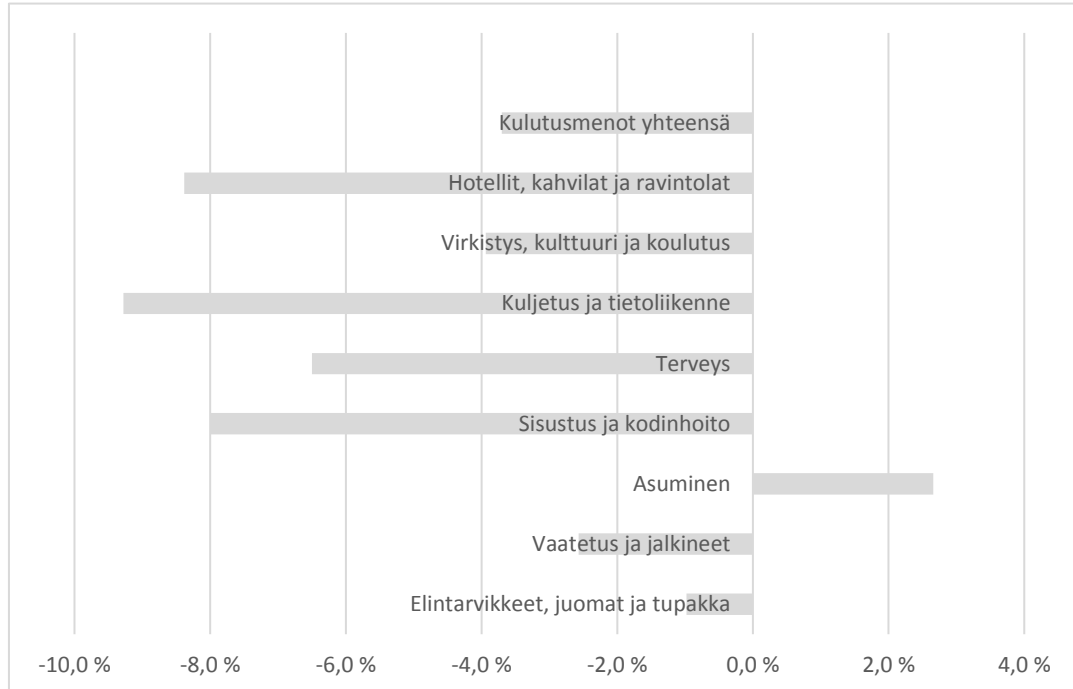
Sisustuksen ja kodinhoidon kategoriassa kulutus kasvoi 2000-luvun alussa eniten kodin- ja puutarhanhoidossa, erilaisissa kodinhoitoon hankituissa tavaroissa ja palveluissa sekä kodinkoneissa. 2000-luvun alussa asuntokauppa kävi kiivaana ja se näkyi tämän alueen kulutuksessa.

Ennen 2000-lukua suomalaiset käyttivät selvästi muita eurooppalaisia vähemmän rahaa ja pienemmän osuuden kulutusmenoistaan vaatteisiin ja jalkineisiin, mutta 2000-luvulla suomalaiset alkoivat tällä kulutuksen alueella lähestyä eurooppalaisten kulutustottumuksia (Gerstberger ja Yaneva 2013), mikä johtuu yleisestä elintason noususta ja osin myös muuttuneesta toimintakulttuurista. Suomalaiset ovat alkaneet hankkia eri käyttötarkoituksiin erilaisia vaatteita ja jalkineita (Lehtinen ym. 2011). Kysyntää on kasvattanut myös vaatteiden ja jalkineiden lisääntynyt tarjonta: 2000-luvulla tarjonta monipuolistui ulkomaisten vaate- ja kenkäkauppaketjujen rantauduttua Suomeen sekä verkkokaupan yleistymisen myötä. Erityisesti nuoret hankkivat verkkokaupasta runsaasti varsinkin vaatteita (Suomen virallinen tilasto 2016a).

Kotitalouksien kulutusmenojen kasvun taustalla on 2000-luvulla vaikuttanut hyvin nopeassa tahdissa tapahtunut väestön rakennemuutos. Pieni kotitalous tarvitsee monet samat hyödykkeet kuin isompikin (esim. kodinkoneet, tietoliikenneyhteydet), ja siksi kotitalouksien määrän lisääntymisestä seuraa näiden hyödykkeiden kulutuksen kasvu. (Suomen virallinen tilasto 2018c.) Vuodesta 2000 vuoteen 2016 asuntokuntien lukumäärä lisääntyi 360 000:lla, ja erityisesti pienet, yhden ja kahden hengen taloudet, ovat yleistyneet. Pienten talouksien osuus kotitalouksista oli vuonna 2016 kolme neljäsosaa: 43 prosenttia asuntokunnista oli yhden hengen ja kolmannes kahden hengen talouksia. (Suomen virallinen tilasto 2017a.) Toinen merkittävä kulutukseen vaikuttanut demografinen tekijä on ikärakenteen muutos: vuonna 2000 väestöstä 15 prosenttia oli 65 vuotta

täyttäneitä, vuonna 2017 heidän osuutensa oli jo 21 prosenttia (Suomen virallinen tilasto 2017b).

Kotitalouksille talouden taantuma konkretisoituu ja heijastuu heidän käyttäytymiseensä vasta sitten kun omat tulot ovat uhattuina. Se, miten kotitaloudet käyttävät rahaa ja uskaltavat tehdä taloudellisia sitoumuksia, on pitkälti riippuvaista siitä, millaisena he näkevät ja kokevat yhtäältä oman taloutensa senhetkisen tilan ja toisaalta sen kehittymisen (Raijas ja Kangassalo 2010). Kuten edellä todettiin, vuonna 2009 kotitalouksien kulutusmenot laskivat lähes 4 prosenttia. Asumista lukuun ottamatta kulutus laski kaikissa kategorioissa, kuten kuviosta 2 nähdään. Jopa elintarvike-, juoma- ja tupakkamenot laskivat, vaikka se kuuluukin välttämättömyyskulutukseen. Tosin lasku oli pientä, vain prosentin. Eniten kotitaloudet karsivat kulutustaan kuljetuksessa ja tietoliikenteessä, hotelleissa, kahviloissa ja ravintoloissa, sisustuksessa ja kodinhoidossa sekä terveydessä. Kuljetus ja tietoliikenne -kategorian supistuminen aiheutui lähinnä kulkuvälineiden hankinnan rajusta pudotuksesta. Hotelleissa, kahviloissa ja ravintoloissa väheni erityisesti ravitsemispalveluiden kulutus, sisustuksessa ja kodinhoidossa huonekalut ja kodinsisustus sekä terveydessä sairaalapalvelut. Kotitaloudet siis supistivat kulutustaan talouden laskusuhdanteessa investointityyppisistä hankinnoista ja vapaavalintaisesta kulutuksesta, aivan kuten aiemmissakin tutkimuksissa on esitetty. Sairaalapalveluiden kulutuksen vähentymiselle on vaikea keksiä hyvää selitystä.



Kuvio 2 Kulutusmenojen muutos (%) vuodesta 2008 vuoteen 2009 (Suomen virallinen tilasto 2018a)

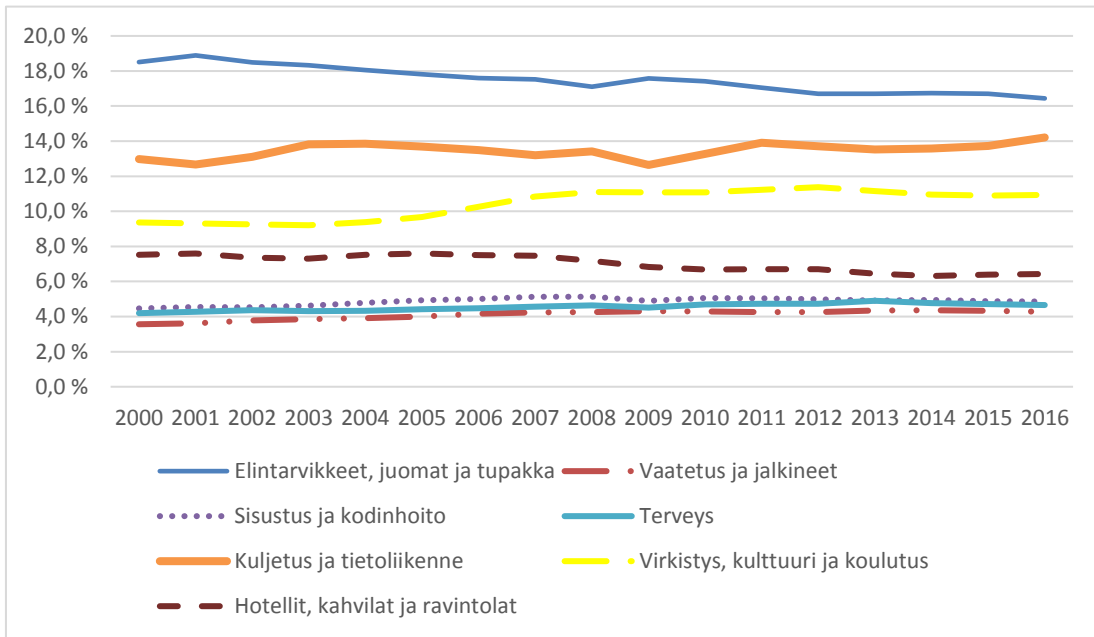
Kotitalouksien kulutus elpyi nopeasti vuoden 2009 jälkeen ja vuotta 2013 lukuun ottamatta kulutusmenot ovat kasvaneet joka vuosi. Tosin kulutuksen kasvu on ollut selvästi 2000-luvun alkua hitaampaa, keskimäärin vain prosentin luokkaa. Vuosina 2010–2016 kulutuksen kasvu on suuntautunut pääosin kuljetukseen ja tietoliikenteeseen ja tämän kategorian sisällä kulkuvälineiden sekä tietoliikennelaitteiden ja -palveluiden hankintaan. Vuonna 2009 kulkuvälineiden hankinta romahti, joten sen jälkeen kotitaloudet purkivat patoutuneita kulutuspaineita. Tietoliikennelaittehankintoihin käytetty rahamäärä on kasvanut reippaasti, mihin on vaikuttanut näiden laitteiden nopea teknologinen kehitys; esimerkiksi älypuhelimet yleistyivät hyvin nopeasti. Tietoliikennepalveluiden hinnat ovat ajanjakson aikana itse asiassa laskeneet ja siksi kotitalouksien tietoliikenneyhteyksiin käyttämät kulutusmenot ovat myös laskeneet, vaikka niiden käyttö onkin lisääntynyt. Tietoliikenneyhteyksistä liikkuvat laajakaistat ja langattomat sisäverkot on otettu nopeasti käyttöön kotitalouksissa (Suomen virallinen tilasto 2016b).

Kulutustutkimus vahvistaa osin samaa tulosta kuin kotitalouksien kulutusmenot Kansantalouden tilinpidossa. Kulutustutkimuksen tiedoista vuodelta 2016 kävi ilmi, että koko väestön tasolla rahaa käytettiin vuoteen 2012 verrattuna enemmän asumiseen, tietoliikenteeseen sekä hotelleihin ja ravintoloihin, vähemmän puolestaan elintarvikkeisiin, vaatteisiin, kodin tarvikkeisiin sekä kulttuuriin ja vapaa-aikaan. Eniten kulutustaan kasvattaneet eläkeikäiset lisäsivät kulutustaan erityisesti hotelli- ja ravintolapalveluissa, liikenteessä sekä tietoliikenteessä. Myös lapsettomien pariskuntien kulutus kasvoi ja heillä erityisesti liikenteessä sekä hotelli- ja ravintolapalveluissa. Muiden kotitalousryhmien kokonaiskulutus pysyi lähes ennallaan tai pienentyi. (Suomen virallinen tilasto 2018c.)

Kotitalouksien kulutusrakenteen kehitys

Lopuksi tarkastelen vielä kotitalouksien kulutusmenorakennetta eli sitä, millaisia muutoksia kulutusmenokategorioiden osuuksissa kokonaiskulutuksesta on 2000-luvulla tapahtunut. Kotitalouksien selvästi suurin menoerä on asuminen, johon vuonna 2016 kului 28 prosenttia kotitalouden kulutusmenoista. Asumismeno-osuuksien vaihtelussa 2000-luvulla heijastuu taloustilanteen vuosittaiset muutokset. Asumisen meno-osuus laski 2000-luvun alussa talouden kasvaessa, mutta meno-osuus lähti jyrkkään nousuun vuonna 2009 bruttokansantuotteen laskun myötä. Tämän jälkeen asumisen kulutusmeno-osuus on pysynyt paikallaan. Kuviossa 3 esitellään kulutusmeno-osuuksien kehitys eri kulutuskategorioissa asumista lukuun ottamatta, koska se on selvästi muita kulutuseriä suurempi, ja siksi kehitys muissa kulutusmenoerissä ei kuviossa tulisi näkyviin. Kulutusmenoeriä, jotka vievät kymmenyksen kulutusmenoista, ovat elintarvikkeet, juomat ja tupakka, kuljetus ja tietoliikenne sekä virkistys, kulttuuri ja koulutus. Näistä menoeristä ensiksi mainitun meno-osuus on laskenut tasaisesti koko 2000-

luvun, kahden muun osuudet ovat puolestaan nousseet. Kuviosta erottuu vuosi 2009, jolloin sekä bruttokansantuote että kotitalouksien kulutus sukelsivat: tuolloin elintarvikemenojen osuus hienoisesti nousi ja liikennemenojen laski. Tämä toteutti teoriaa siitä, että talouden taantumassa välttämättömyyskulutuksen osuus kokonaiskulutuksesta nousee ja valinnaisen laskee. Virkistys- ja kulttuurimenojen osuus on tasaisesti lisääntynyt vuodesta 2004 lähtien, ja tähän ei edes vuoden 2009 kulutuksen pudotus vaikuttanut. Tämän ryhmän meno-osuuden nousu tosin pysähtyi vuonna 2014.



Kuvio 3 Kotitalouksien kulutusmenojen osuudet (%) (Suomen virallinen tilasto 2018a)

Kotitaloustyypeittäin tarkasteltuna kulutusrakenne on 2000-luvulla muuttunut eniten yli 64-vuotiailla. Yli 64-vuotiailla asumismeno-osuus laski 2000-luvulla reippaasti, vaikka se edelleen vuonna 2016 oli korkeampi kuin kotitalouksilla keskimäärin. Myös elintarvikkeiden ja juomien, samoin kuin terveysten osuus kokonaiskulutusmenoista on laskenut heillä paljon. Seniori-ikäiset ovat puolestaan kasvattaneet meno-osuuttaan liikenne- sekä kulttuuri- ja vapaa-ajan menoissa. Asumismenojen osuus kulutuksesta on laskenut jonkin verran myös alle 64-vuotiailla yksinasuvilla ja pariskunnilla, kun taas lapsiperheillä asumismeno-osuudessa ei ole tapahtunut 2000-luvulla mitään muutosta. Kotitalouden tuloilla oli selvä vaikutus kulutuksen asumismeno-osuuteen: vuonna 2016 alimmalla tuloviidennöksellä asumiseen kului 38 prosenttia, ylimmällä vain 29 prosenttia. Tosin 2000-luvulla alimpien tuloviidennesten sekä asumis- että elintarvikemenojen osuus kokonaiskulutuksesta on laskenut, mikä kertoo heillä parantuneesta

elintasosta, vaikka osuus on edelleen selvästi hyvätuloisempia korkeampi. Myös vapaa-ajantuloisessa kulutuksessa nähdään sama kehityskulku: alimmissa tuloviidenneksissä liikennemenojen osuus kulutuksesta on 2000-luvulla noussut selvästi, vaikka se edelleen on ylimpiä tuloviidenneksiä matalampi. (Suomen virallinen tilasto 2018c.)

Kotitalouksien elintason noususta 2000-luvulla kertoo paitsi kulutuksen määrällinen kasvu, myös kotitalouksien kulutusrakenteen muutos. Taantumasta huolimatta välttämättömyyskulutuksen suhteellinen osuus on kotitalouksilla laskenut ja valinnaisen kulutuksen osuus noussut. Erityisesti näin on käynyt seniori-ikäisillä. Selvimmin elintason nousu näkyy ruoan kulutusosuuden laskuna kokonaiskulutuksessa. Vaikka asuminen on välttämätöntä kulutusta, sen meno-osuuskehitys poikkeaa ruoan vastaavasta, sillä vuoden 2009 jälkeen kulutusosuus ei ole enää laskenut. Toinen rakenteellinen, pidemmän aikavälin kehitys kotitalouksien kulutuksessa on ollut siirtymä kertakulutustavaroiden kulutuksesta palveluiden kulutukseen, mistä esimerkkinä voidaan ottaa kotona tapahtuvan ruokailun osittainen siirtyminen ateriointiin kahviloissa ja ravintoloissa (ks. esim. Varjonen ja Peltoniemi 2012). Elintason noususta kertoo kaikenlainen vapaa-ajan viettoon liittyvä kulutuksen kasvu (esim. Ahlqvist ja Ylitalo 2009, 27).

Miten tilastot selittävät kulutuskäyttäytymistä tulevaisuudessa?

Tarkastelin kotitalouksien kulutusmenojen kehitystä tässä artikkelissa ajankohtana, jolloin taloudessa tapahtui suuria muutoksia. Tarkasteluajanjaksolle osuu Yhdysvalloissa elokuussa 2007 alkanut finanssikriisi, joka levisi hyvin nopeasti muillekin mantereille, ja vaikutti merkittävästi myös Euroopan maiden talouksiin (Edey 2009, 186). Lisäksi Euroopassa alkoi vähän myöhemmin oma talouskriisi.

Suhteellisesti eniten rahaa kotitalouksilta menee asumiseen, syömiseen ja juomiseen, vapaa-aikaan ja liikkumiseen. Asuminen vie reilun neljäsosan kaikista kulutusmenoista. Yli 10 prosenttia kulutusmenoista kuluu myös kolmeen muuhunkin menoerään: syömiseen ja juomiseen, liikkumiseen sekä vapaa-aikaan. Tilastot osoittavat kulutuksen määrällisen ja sisällöllisen eriytymisen erilaisten kotitalouksien välillä.

Kotitalouksien kulutuskehityksessä voidaan 2000-luvulla erottaa kolme eri vaihetta: kasvun aika vuosina 2000–2008, kulutuksen romahdus vuonna 2009 ja uusi nousu vuosina 2010–2016. Tilastotiedot osoittavat taloudellisten suhdanteiden välittyvän kotitalouksien kulutukseen Suomessa. Vaikka tapahtunut kehitys on ollut samansuuntainen kaikissa kotitalouksissa, se ei ole poistanut eriarvoisuutta kotitalouksien välillä.

Taloudellisten suhdanteiden ohella kulutukseen vaikuttavat myös väestön demografiset muutokset. Samoin toimintaympäristön muutokset vaikuttavat niin kulutuksen määrään kuin sisältöön. Kulutuksessa tapahtuvat sisällölliset ja rakenteelliset muutokset näkyvät tilastoissa vasta viiveellä. On todennäköistä, että suurissa kulutusmenoryhmissä, kuten asumisessa ja

liikkumisessa, tapahtuu lähitulevaisuudessa suuria muutoksia. Jos pienet kotitaloudet yleistyvät edelleen, se voi lisätä joko pienten asuntojen tai erilaisten yhteisöllisten asumismuotojen kysyntää. Asumisen uudet muodot saattavat kiinnostaa myös ikääntyvää väestöä. Nähtäväksi jää, millaiset kustannukset uusista asumismuodoista kotitalouksille aiheutuvat. Liikkuminen muuttuu palveluiden käyttämiseksi, mikä saattaa erityisesti isoissa kaupungeissa vähentää oman auton hankkimista.

Hyvinvointinsa lisäämiseen kotitaloudet saavat myös julkisesti rahoitettuja, julkisen sektorin ja kolmannen sektorin tuottamia hyvinvointipalveluja, kuten koulutus-, terveys-, sosiaali- sekä kulttuuri-, virkistys- ja urheilupalveluja (Savela 2015). Sosiaali- ja terveysalan muutoksessa kotitalouksille aiheutuvat kustannukset tällä alueella saattavat muuttua.

Tulojen ja kulutuksen ohella kotitaloudet tuottavat itselleen palveluita myös itse tekemällä. Tämä kotitalouksien oma tuotanto, kotityö pitää sisällään palveluita, jotka kotitalous voisi periaatteessa ostaa markkinoilta, jolloin tämä näkyisi bruttokansantuotteessa. Kotitalouksien omaa tuotantoa ovat esimerkiksi siivous, aterioiden valmistus, vaatehuolto, hoiva, vapaaehtoistyö, lemmikkien hoito sekä pihanhoito. Kotityön taloudellisen arvon arvioitiin vuonna 2009 olleen 70 miljardia euroa, mikä lisäisi bruttokansantuotetta noin 40 prosenttia, jos se laskettaisiin siihen mukaan. (Varjonen ja Aalto 2013.)

Myös talouden uudet ilmiöt, kuten esimerkiksi jakamistalous, jättävät ikään kuin ”piiloon” osan kansantaloudessa tapahtuvasta hyvinvointiin tähtäävästä toiminnasta. Jakamistaloudessa tavaroita ja palveluita yhteiskäytetään, vaihdetaan, lainataan, vuokrataan, lahjoitetaan ja myydään. Tämä kaikki muuttaa kotitalouksien toimintaa niin hyödykkeiden tuottamisessa, ostamisessa, kuluttamisessa kuin omistamisessakin. Kun kotitaloudet eivät enää hankikaan kaikkia tavaroita uutena itselleen ja vain omaan käyttöönsä, tämä näkyy heidän kulutusmenoissaan ja sitä kautta myös bruttokansantuotteessa. Toiminta vähentää hyödykkeiden kysyntää markkinoilta ja pidentää niiden elinkaarta, kun ne oman käytön jälkeen siirtyvät toisen kotitalouden käyttöön. Jakamistalouteen liittyvät käytännöt eivät todennäköisesti ole mikään ohimenevä trendi, sillä nämä markkinat kasvavat koko ajan⁵. Ilmiön yleistymistä tukevat monet tänä päivänä arvostetut asiat: ekologisuus, sosiaalisuus ja taloudellisuus. Ilmeisempänä esimerkkinä on niukkojen resurssien tehokkaampi hyödynnyttäminen ja saavutettavat ympäristöhyödyt.

Tässä artikkelissa tarkastelin kulutuksen kehitystä 2000-luvulla perinteisiin tilastollisiin aineistoihin tukeutuen. Jo tänä päivänä tiedetään, että osa kotitalouksien taloudellisesta toiminnasta jää virallisen tilastoinnin ulkopuolelle. Tilastoja tuleekin kehittää ja ajanmukaistaa vastaamaan tämän

⁵ Euroopan komission teettämän tutkimuksen mukaan suomalaiset käyttivät vuonna 2016 rahaa arviolta 347 miljoonaa euroa ostaessaan vertaisiltaan käytettyjä tavaroita, jakaessaan tai vuokrattaessaan tavaroita, käyttäessään majoitus- ja kyytipalveluita tai hankkiessaan satunnaisia, ei-ammattimaisia työsuorituksia (European Commission 2017).

päivän toimintaympäristöä kaikki uudet toimijat ja käytännöt huomioon ottaen. Muutoin suuri osa kotitalouksien taloudellisesta toiminnasta – ja siten myös hyvinvoinnista – jää pimentoon.

Anu Raijas toimii tutkimuspäällikkönä Kilpailu- ja kuluttajavirastossa. Hän on ollut Visan kollega jo 1990-luvun alusta lähtien Palkansaajien tutkimuslaitoksessa, Kuluttajatutkimuskeskuksessa ja Helsingin yliopistossa Taloustieteen laitoksella.

LÄHTEET

- Ahlqvist, Kirsti & Pajunen, Airi (2000) *Kotitalouksien kulutusmenojen muutokset 1990-luvulla*. SVT Tulos ja kulutus 2000:28, Helsinki: Tilastokeskus.
- Ahlqvist, Kirsti & Ylitalo, Marko (toim.) (2009) *Kotitalouksien kulutus 1985–2006*. SVT Tulot ja kulutus 2009. Helsinki: Tilastokeskus.
- Borgeraas, Elling (1987) *Et standardbudsjett for forbruksutgifter*, Report no. 101. Statens institutt for forbruksforskning SIFO.
- Deaton, Anton & Muellbauer, John (1980) *Economics and Consumer Behavior*. New York: Cambridge University Press.
- Du, Rex Y. & Kamakura, Wagner A. (2008) Where Did All That Money Go? Understanding How Consumers Allocate Their Consumption Budget. *Journal of Marketing* 72, 109–131.
- Edey, Malcom (2009) The Global Financial Crisis and Its Effects. *Economic Papers: A journal of applied economics and policy* 28, 186–195.
- European Commission (2017) *Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets*. Final report. European Commission, Directorate-General for Justice and Consumers, Directorate E – Consumers, Unit E.1 – Consumer policy. Brussels.
- Gerstberger, Christine & Yaneva, Daniela (2013) *Analysis of EU-27 household final consumption expenditure – Baltic countries and Greece still suffering most from the economic and financial crisis*. Statistics in Focus 2/2013, Eurostat.
<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3433488/5585636/KS-SF-13-002-EN.PDF/a4a1ed61-bac7-4361-a3fo-4252140e1751?version=1.0>. (Viitattu 13.2.2018.)
- Hall, Robert E. (1993) Macro Theory and the Recession of 1990–1991. *American Economic Review* 83, 275–279.
- Heffetz, Ori (2011) A Test of Conspicuous Consumption: Visibility and Income Elasticities. *Review of Economics and Statistics* 93, 1101–1117.
- Jappelli, Tullio & Pistaferri, Luigi (2010) *The Consumption Response to Income Changes*. NBER Working Paper No. 15739.
- Kamakura, Wagner A. & Du, Rex Y. (2012) How Economic Contractions and Expansions Affect Expenditure Patterns. *Journal of Consumer Research* 39, 229–247.
- Lehtinen, Anna-Riitta, Varjonen, Johanna, Raijas, Anu & Aalto, Kristiina (2011) *What is the cost of living? Reference budgets for a decent minimum standard of living in Finland*. National Consumer Research Centre Working papers 132, Helsinki.
- Mankinen, Reijo (1994) Yksityinen kulutus. *ETLA Suhdanne 2/1994*, 50–56.

- Maula, Johanna, Pantzar, Mika & Raijas, Anu (1995) *Kulutuksen trendit*. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 8/1995, Helsinki.
- O'Connell, Brian, O'Toole, Conor & Žnuderl, Nuša (2013) Trends in Consumption since the Crisis. *ESRI QEC Research Note* 2012/4/4.
- Parker, Jonathan A. & Vissing-Jorgensen, Annette (2009) *Who Bears Aggregate Fluctuations and How?* NBER Working Paper No. W14665.
- Raijas, Anu & Kangassalo, Pertti (2010) Kuluttajien luottamus ja talouden suhdanteet. Teoksessa Lammi, M., Peura-Kapanen, L. & Timonen P (toim.), *Kulutuksen määrät ja tyylit talouden muutoksissa*. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirjoja 6, Helsinki, 75–94.
- Savela, Olli (2015) Miltä taloudellisen hyvinvoinnin kehitys näyttää? *Tieto&trendit* 1/2015, 50–54
- Simon, Hermann (2009) The crisis and customer behaviour: eight quick solutions. *Journal of Customer Behaviour* 8(2), 177–186.
- Suomen virallinen tilasto (2016a) *Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö* [verkkojulkaisu].
Liitetaulukko 37. Ostokset ja tilaukset Internetin kautta tuoteryhmittäin 2016, %-osuus väestöstä. Helsinki: Tilastokeskus.
http://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tau_037_fi.html (Viitattu: 18.4.2018)
- Suomen virallinen tilasto (2016b) *Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö* [verkkojulkaisu].
Liitetaulukko 6. Kotitalouden käytössä olevia laajakaistaliittymiä 2016, %-osuus talouksista. Helsinki: Tilastokeskus.
http://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tau_006_fi.html (Viitattu: 18.4.2018)
- Suomen virallinen tilasto (2017a) *Asunnot ja asuinolot* [verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/til/asas/index.html> (Viitattu: 12.2.2018)
- Suomen virallinen tilasto (2017b) *Väestörakenne* [verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/til/vaerak/index.html> (Viitattu: 12.2.2018)
- Suomen virallinen tilasto (2017c) *Tulonjakotilasto* [verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus <http://www.stat.fi/til/tjt/kas.html> (Viitattu: 20.4.2018)
- Suomen virallinen tilasto (2018a) *Kansantalouden tilinpito* [verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus]. http://www.stat.fi/til/vtp/2016/vtp_2016_2018-01-31_tie_001_fi.html (Viitattu 17.4.2018.)
- Suomen virallinen tilasto (2018b) *Kuluttajabarometri* [verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/til/kbar/tau.html>. (Viitattu 17.4.2018.)
- Suomen virallinen tilasto (2018c) *Kotitalouksien kulutus* [verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus.
Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/ktutk/index.html> (Viitattu: 17.4.2018)
- Uusitalo, Liisa & Lindholm, Maria (1994) *Kulutus ja lama. Kuluttajien kokemukset, odotukset ja sopeutuminen lamaan*. Helsingin Kauppakorkeakoulun julkaisuja D-209, Helsinki.
- Varjonen, Johanna & Aalto, Kristiina (2013) *Kotitalouksien palkaton tuotanto ja sen muutokset 2001–2009*. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmiä 145/2013, Helsinki.
- Varjonen, Johanna & Peltoniemi, Ari (2012) *Kodin ulkopuolella ruokailu osana ruokailutottumusten muutosta 1990–2010*. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 1/2012, Helsinki.

JUKKA PEKKARINEN

TUTKIMUSTIETO JA SUOMEN TALOUSPOLITIikka

1980-luvun opintopiirin versoja

Ystävystyin Visa Heinosen kanssa yliopistoympyröissä 1970- ja 1980-luvun vaihteen tienoilla. Itse toimin tuolloin väitöskirjatyöstä eroon päässeenä, kohtalaisen innokkaana yliopisto-opettajana. Visa taas oli vähintään yhtä innokas, valtsikan kaikista aineista kiinnostunut opiskelija. Kokosin lyhyeksi jääneenä yliopistokautenani gradu-ryhmän, jonka jäsenet olivat kiinnostuneita tutkimusaiheestaan. Visa oli porukan hyvän hengen vaalijoita.

Ryhmämme aihepiirinä oli Suomen talouspolitiikan opillinen tausta. Itseäni oli omien kansantaloustieteen opintojeni alusta lähtien askarruttanut selvä jännite, tai pikemminkin dialogin puute, toisaalta Suomen talouspolitiikan perinteisten painotusten, toisaalta oppikirjoista tutun, keynesiläisyyden kulta-ajan leimaaman makroteorian välillä. Kävimme yhdessä erittelemään kansainvälisen valtateorian ja suomalaisen käytännön välisiä eroja, niiden vaikutusta talouspolitiikkaan sekä tätä kautta taloudellisen kehityksen vakauteen, ulkoiseen tasapainoon, inflaatioon ja työttömyyteen sekä julkiseen talouteen.

Ryhmän työ jatkui eri muodoin gradujen valmistuttuakin, myös sen jälkeen, kun itse olin 1980-luvun mittaan jäänyt etäämmälle yliopistoympyröistä. Yhteisharrastusten tulos kiteytyi yhdessä Juhana Vartiaisen kanssa laatimaksemme kokonaisesitykseksi *Suomen talouspolitiikan pitkä linja* (Pekkarinen ja Vartiainen 1993). Uskon, että ryhmän jäsenenä olemme kukin tahollamme kantaneet tämän ajatustemme kypsytysvaiheen perintöä näihin päiviin saakka.

Ryhmämme jäsenenä Visa oli alusta lähtien kiinnostunut Suomen talouden ja taloudellisen ajattelun pitkistä kehityslinjoista. Hän ryhtyi selvittämään Suomen ulkomaankaupan ja sen sääntelyn vaiheita. Tuloksena oli autonomian ajan Suomen tullipolitiikkaa käsittelevä pro gradu -työ (Heinonen 1987) ja koko joukko saman aihepiirin artikkeleita. Yhdessä Sakari Heikkisen ja Antti Kuusterän kanssa syvensimme autonomian ajan taloudellista ajattelua koskevaa harrastustamme Suomen Tiedeseuran toimittamaan, autonomian ajan oppihistoriaa käsittelevään sarjaan laatimassamme, autonomia ajan kansantaloustiedettä käsittelevässä kirjassa (Heikkinen ym. 2000). Luontevaa oli, että Visan osuudeksi tässä hankkeessa tuli J.W. Snellmanin taloudellisen kehityksen edistämistä koskevan ajattelun samoin kuin tullipolitiikasta autonomian ajalla käydyn keskustelun erittely. Samalla hän jatkoi aiempaa tutkimusharrastustaan, joka koski Saksan

historiallisen koulukunnan ja itävaltalaiseksi koulukunnaksi kutsutun marginalismin haaran välistä kiistaa ja tämän heijastumia Suomeen.

Visan tutkijanprofiiliksi myöhemmin muodostunut suuntautuminen kuluttajapolitiikkaan on luonteva jatkumo hänen aiemmalle kiinnostukselleen ulkomaankaupan sääntelykysymyksiä kohtaan. Ovathan kuluttajien hyvinvointi, sen jakautuminen ja siihen vaikuttavat tekijät myös ulkomaankauppateorian polttopisteessä. Erityisesti pienessä maassa kuluttajien hyvinvointiin vaikuttaa keskeisesti se, millaiseksi maan asema kansainvälisessä työnjaossa muodostuu ja minkälaisia toimeentulonäkymiä se kansalaisille avaa, samoin se, millaisin ehdoin he voivat täydentää kulutuskoriaan tuontihyödykkein.

Tutkimustieto ja talouspolitiikka: jatkuva jännitetila

Olemme Visan kanssa suuntautuneet urallamme uuden vuosituhanen myötä vähän eri suuntiin. Visa on keskittynyt menestyksellisesti yliopistouraan ja kuluttajatutkimukseen. Oma mielenkiintoni on taas pysytellyt taloustieteellisen tutkimuksen ja talouspoliittisen päätöksenteon välisessä suhteessa. Monivaiheisen työurani myötä olen päässyt tarkastelemaan tätä jännitekenttää sekä teorian että käytännön, eli toisaalta makrotaloudellisen tutkimuksen, toisaalta talouspoliittisen päätöksenteon valmistelun näkökulmasta.

Kulunut sanonta kuuluu, että etsivän ihmisen kuuluu olla nuorena radikaali ja vanhana konservatiivi. Vaikkei tätä allekirjoittaisikaan, on myönnettävä, että iän karttumiseen kuuluu varovaisempi suhtautuminen aiemmin ehdottomilta ja suoraviivaisilta näyttäneisiin totuuksiin.

1980-luvun ryhmätyöskentelymme virittäjänä oli Juhana Vartiaisen kanssa kehittämäni erottelu makrotaloudellisen ajattelun *teoriamallin* ja *politiikkamallin* välillä. Teoriamallissa oli ajatuksissamme kysymys keynesiläisestä, Phillipsin käyrällä täydennetystä ja avoimeen talouteen laajennetusta IS-LM-mallista. Poliitiikka-malli oli taas oma, pelkistetty tulkintamme suomalaisen suhdannepolitiikan taustalla olevasta ajattelukehikosta. Tämän politiikkamallin sisällöstä riittää todeta, että pidimme sen keskeisenä piirteenä suhdannetasauksen tavoitteen vähäistä painoa. Finanssipolitiikka oli meillä voittopuolisesti myötäsykkistä. Talouden epävakautta ruokki myös valuuttavarantoon passiivisesti reagoanut rahapolitiikka. Talouspolitiikan keskeisenä tavoitteena oli talouden teollistumisen ja kasvun nopeuttaminen – vaikkapa vakauden kustannuksella.

Jälkikäteen on myönnettävä, että tulkintamme oli liian yksioikoinen sekä keynesiläisyyden kultakaudella Länsi-Euroopassa harjoitetun talouspolitiikassa teoreettisten perusteiden että suomalaisen politiikkamallin osalta. Turhan jyrkkä oli myös väitteemme suomalaisen politiikka-mallin immuniteetista näille toisen maailmansodan jälkeisen keynesiläisyyden vaikutteille.

Ensiksikin on todettava, että toisen maailmansodan jälkeen 1960-luvulle saakka etenkin monessa Euroopassa vallalla ollut keynesiläinen talouspoliittinen ajattelu ei samastu oppikirjojen IS-LM-malliin. IS-LM-malli keskittyi lyhyen ajan suhdannekysymyksiin. Keynesiläiseksi mielletyissä sodanjälkeisten vuosikymmenten talouspolitiikassa päätavoitteena taas oli taloudellisen kasvun edistäminen. Maailmansotien välisestä ajasta saatujen kokemusten perusteella kasvun keskeisenä esteenä pidettiin korkeaa korkokantaa. Talouspolitiikka tuli siis rakentaa pysyvästi alhaisen korkokannan perustalle. Tässä tarkoituksessa rajoitettiin keskuspankkien itsenäisyyttä. Rahoitusmarkkinoiden laajamittainen säännöstely otettiin käyttöön. Suhdannesäätely jäi finanssipolitiikan ja määrällisten, alakohtaisesti täsmennettyjen luotonantorajoitusten vastuulle. Myös ulkomaisia pääomanliikkeitä säännösteltiin.

Nopeana pysyneen kasvun ja alhaisen työttömyyden oloissa finanssipoliittisen elvytyksen tarve jäi vähäiseksi. Ongelmaksi muodostui sen sijaan asteittain nopeutuva inflaatio. Tämän hillitsemiseksi alettiin turvautua tulopolitiikkaan. Sodan jälkeisinä vuosina oli laajalti käytössä myös hintasäännöstely.

Näinä keynesiläisyyden kukoistusvuosina talouspolitiikan kunnianhimo kasvoi, selvimmin ehkä Pohjoismaissa ja Ranskassa, kokonaisvaltaisen taloudellisen suunnittelun pyrkimykseksi. Pohjoismaissa otettiin käyttöön kansantalouden tilinpidon identiteetteihin perustuva huoltotase. Sen avulla voitiin jäsentää, millaisella kokonaiskysynnän ja -tarjonnan rakenteella kansantalouden kokonaiskysynnän ja kokonaistarjonnan määritelmällinen yhtäsuuruus muodostuu.¹ Näin voitiin arvioida, miten kotitalouksien ja yritysten tuloja, niiden luototusta samoin kuin ulkomaankauppaa, sen rahoitusta ja valuuttakurssia tulisi säädellä hyvän työllisyyden turvaavan kotimaisen tuotannon määrän sekä ulkomaankaupan tasapainon saavuttamiseksi.

Suomessa toisen maailmansodan jälkeen vallinnut talouspoliittinen ajattelu vastasi pitkälti edellä kuvattua, laajemmin ymmärrettyä keynesiläistä talouspoliittista suuntausta. Yhteistä nimittäjää voi Juha Tarkan termiin kuvata alhaiseen korkokantaan sekä rahoitus- ja hyödykemarkkinoiden laajaan sääntelyyn perustuvaksi ”kahlitun rahan ajaksi” (Tarkka 1988).

Toisen maailmansodan jälkeisessä talouspolitiikan perinteessä oli maittaisia eroja. Suomen osalta korostimme 1980-luvun ryhmässämme ja sen ajatukset koonneessa kirjassamme (Pekkarinen ja Vartiainen 1993) kahta erityispiirrettä. Eniten korostamamme seikka oli johdonmukaisen suhdanteiden tasausrakenteen jääminen taka-alalle. Liitimme tämän piirteen erityisesti finanssipolitiikkaan, joka oli yleiskuvaltaan 1990-luvulle saakka myötäsyklistä. Mutta keskimäärin nopea, samalla vaihteleva inflaatio, sitä ylläpitäneet suuret devalvaatiot ja näihin liittyneet vientiyritysten

¹ Kokonaiskysynnän eri tavoin määräytyviä komponentteja ovat yksityinen kulutus, yksityiset investoinnit, julkinen kysyntä sekä vienti. Kokonaistarjonta taas koostuu kotimaisesta tuotannosta, eli bruttokansantuotteesta, sekä tuonnista.

kannattavuuden vaihtelut kielivät kaikki siitä, että kysymys oli yleisemmästä epävakauden ja nopean kasvun yhteen kytkeymisestä. Työttömyyden, inflaation ja valuuttakurssien vaihtelut raivasivat voimakkaan yhteiskunnallisen konfliktin oloissa tilaa keskimäärin korkealle viennin kannattavuudelle, yritysten investoinneille ja nopealle kasvulle (Pekkarinen 1976). Suomen erityispiirteitä oli myös valtion keskeinen rooli teollisissa investoinneissa. Valtion yhtäjaksoisesti ylläpitämä suuri rahoitusylijäämä raivasi vaihtotaserajoitteen puitteissa tilaa myös yksityisille investoinneille.²

Suomen toisena erityispiirteenä pidimme esillä talouspolitiikan linjanvetäjä-tahoa. Tässä suhteessa ero oli selvä erityisesti suhteessa Ruotsiin, verraten selvästi myös muihin Pohjoismaihin. Ruotsin talouspoliittinen linja oli toisen maailmansodan jälkeen 1970-luvulle saakka leimallisesti sosialidemokraattien kehittämä ja hallituksessa toteuttama. Vaikka porvaripuolueet kritisoivat rajusti erityisesti sosialidemokraattien rakennepoliittisia linjauksia, ne eivät pystyneet esittämään sille uskottavaa konkreettista vaihtoehtoa, eivät liioin estämään sen läpivientiä – sodanjälkeisiä, pitkälle ulottuvia sosialisointikaavailuja ja niihin verrattavia, sekatalousjärjestelmän perusteita haastavia aloitteita lukuun ottamatta.

Suomessa talouspoliittisen perinteen omistajuus jäsenyi toisin. Meillä perinteen kantaja oli lähinnä talouspolitiikan valmistelua johtanut virkamieskunta, joka keskittyi lähinnä valtiovarainministeriöön ja Suomen Pankkiin. Asetelmamme muistutti tässä suhteessa Ranskaa. Myös siellä ylin virkamieskunta, ”enarkit”, kehitti, hallitusten taajaan vaihtuessa, ehkä vielä päämäärätietoisemmin keskitettyä ohjausta indikatiivisena suunnitteluna tunnetun strategian suuntaan.

Poliittisten tahojen suhtautuminen talouspoliittiseen malliimme oli meillä opportunistista. Linjan perusteita ei, kansandemokraatteja lukuun ottamatta, kiistetty. Oikeisto, keskusta ja sosialidemokraatit sen sijaan korostivat kukin talouspoliittisten linjausten niitä piirteitä, jotka sopivat parhaiten sen omaan ideologiseen profiiliin. Puolueet kokivat, sinänsä ymmärrettävästi, roolikseen huolehtia siitä, että nopean taloudellisen kasvun luoma jakovara ohjattiin oman kannattajakunnan etuja vastaaviin tarpeisiin. Näissä ristipaineissa määräytyivät suomalaisen hyvinvointivaltion koon ja sen rahoitustarpeen kasvu, samoin sen suoritesisältö julkisine palveluineen ja tulonsiirtoineen.

Talouspolitiikan ongelmat vaikeutuvat – niiden tutkimus laajenee...

1970-luku merkitsi meillä, kuten muissakin läntisissä teollisuusmaissa, käännettä nopean ja kohtuullisen vakaan kasvun ajasta hitaamman, ja samalla epävakaamman, taloudellisen kehityksen kauteen. Käänteen taustalla on monta toisiaan vahvistavaa tekijää. Kehittyneiden maiden

² Yleisö, myös enemmistö poliitikoista, koki valtion rahoitusaseman toisin. Julkisuudessa oli 1970-luvulle saakka usein esillä valtion kassakriisi, sen varallisuuden kasvusta huolimatta.

kokonaistuottavuuden kasvu alkoi, toistaiseksi paljolti selittämättömistä syistä, hidastua 1960-luvun jälkeen (ks. esim. Pohjola 2018). Toinen aineellisen elintason kasvumahdollisuuksia kaventava tekijä on demografinen muutos. Työikäisen väestön kasvu on hidastunut 1960-luvulla alkaneen syntyvyyden alenemisen seurauksena. Kun toisaalta sodan jälkeen syntyneet suuret ikäluokat ovat nyt siirtymässä työvoiman ulkopuolelle, heikkenee vanhushuoltosuhde jyrkästi.

Taloudellisen epävakauden taustatekijöitä puolestaan on vapautuneiden kansainvälisten pääomanliikkeiden sekä niihin sisältyvän häiriöpotentiaalın kasvu. Globalisaatio on yleisemminkin lisännyt talouksien keskinäistä riippuvuutta ja niiden alttiutta ulkoista perua oleville häiriöille.

Taloudellisen kasvun, demografisen muutoksen sekä globalisaation ongelmat ovat asettaneet talouspolitiikalle uusia, vaikeita kysymyksiä. Samat muutokset ovat toisaalta kaventaneet talouspolitiikan pelivaraa. Finanssipolitiikan reunaehdot ovat tiukentuneet. Huoltosuhteen heikkeneminen lisää hyvinvointivaltion menoja. Samalla se kalvaa verokertymää. Myös veropolitiikan ulkoiset reunaehdot ovat tiukentuneet kansainvälisen verokilpailun lisääntyttyä erityisesti pääomaverotukseen osalta. Julkisen talouden menopaineet ovat siis kasvaneet samalla kun sen tulopohja on haurastunut. Julkisen talouden kasvavan jakovaran sijasta on talouspolitiikan agendalla noussut etusijalle kestävyysvaje, julkisen talouden velvoitteiden ja niiden rahoitusmahdollisuuksien krooninen epäsuhta.

Rahapolitiikan pelivaraa on puolestaan kaventanut kansainvälisten pääomanliikkeiden merkityksen kasvu. Rahapolitiikan mahdollisuuksia on muuttuneissa olosuhteissa yritetty ylläpitää siirtymällä joustaviin valuuttakursseihin. Tämä ei ole kuitenkaan turvannut rahapolitiikan kansallista autonomiaa. Euroalueen maat ovat siirtyneet yhteiseen rahaan ja luovuttaneet rahapolitiikan hoidon itsenäiselle Euroopan keskuspankille.

Kansallisen talouspolitiikan painopiste on siirtynyt rahapolitiikan autonomian kaventuessa julkiseen talouteen ja finanssipolitiikkaan. Siinä taas pääkysymykseksi on tullut nykymuotoisen hyvinvointivaltion rahoituksen turvaaminen, kun politiikan mielenkiinto aiempina nopean kasvun vuosina suuntautui tulonsiirtojen ja julkisten palvelujen laajentamiseen.

Talouspolitiikan valmistelu ja päätöksenteko ovat kehittyneet. Poliittinen päätöksenteko on ylipäänsä asettunut meillä 1980-luvulta lähtien vakaammalle kannalle, kun koko vaalikauden istuvista hallituksista on tullut pääsääntö ja hallituksen asema on perustuslain uudistuksen myötä vahvistunut. Talouspolitiikka on nyt aiempaa selvemmin enemmistöhallituksen linjaamaa. Puolueiden suhtautuminen siihen ei ole yhtä opportunistista kuin aiemmin. Linjausten poliittinen omistajuus on vahvistunut, kun taas virkamiehistön rooli on muuttunut enemmän niiden toimenpanoa valmisteleväksi. Tämä muutos on omiaan vahvistamaan talouspolitiikan demokraattista legitimitteettiä.

Myös talouspolitiikan valmistelu on systematisoitunut. Valtiontalouden kehysmenettely muodostaa julkisen talouden keskipitkän ajan ohjausjärjestelmän, jonka avulla on periaatteessa mahdollista muuttaa julkisten menojen painopistettä. EU:n piirissä tapahtuvassa finanssipolitiikan koordinaatiossa on myös käytössä menettelytapoja ja analyysivälineitä, jotka tukevat finanssipolitiikan kansallista valmistelua. Esimerkiksi meillä talouspolitiikan keskeiseksi kysymykseksi nousutta julkisen talouden pitkän ajan kestävyyttä arvioidaan EU:ssa sovituin, yhteisin laskentamenetelmin.

Samalla taloustieteellinen tutkimus on vahvistunut sekä määrän että laadun osalta. Talouspolitiikan kannalta relevantti tutkimus on lisääntynyt. Tutkijoiden kiinnostus talouspoliittisiin kysymyksiin samoin kuin heidän valmiutensa osallistua talouspoliittiseen keskusteluun ovat myös kasvaneet. Laajeneva tutkimus on tosin keskittynyt enemmän mikro- kuin makrotaloudellisiin kysymyksiin.

Myös tutkimustiedon hyödyntämisessä on tapahtunut talouspolitiikan valmistelun osalta myönteistä kehitystä. Tutkimustietoon perustuva politiikkavalmistelu on hyväksytty päätöksenteon lähtökohdaksi. Viime vuosina on perustettu useita välittäjäinstituutioita edistämään politiikka-relevanttia tutkimus- ja selvitystoimintaa sekä tutkimustiedon jalostamista politiikka-valmistelussa hyödynnettävään muotoon. Sektoritutkimusta on uudistettu. Osa siihen käytössä olleesta rahoituksesta on suunnattu kilpailuihin, poikkitieteellisiin tutkimushankkeisiin. Taloustieteellisen tutkimuksen osuus näistä strategisen tutkimuksen rahoittamista hankkeista on ollut huomattavan suuri. Valtioneuvoston päätöksenteon valmistelua palvelemaan selvitys- ja arviointitoimintaan on ollut käytettävissä erillinen määräraha. Talousneuvoston sihteeristö on vanhastaan toteuttanut talouspolitiikkaan liittyviä selvityshankkeita.

Talouspolitiikan ulkopuolista, riippumatonta arviointia varten on olemassa erillisiä asiantuntija-instituutioita. Pitkään toimineen ja finanssipolitiikan tarkastustoimintaansa tehostaneen Valtiontalouden tarkastusviraston ohella on talouspolitiikan tutkimuspohjaista arviointia varten perustettu riippumaton Talouspolitiikan arviointineuvosto. Sen jäsenet ovat yliopistojen taloustieteellisten yksikköjen nimeämiä professoreja, ja sillä on oma, pieni asiantuntija-sihteeristö.

... mutta talouspoliittisen päätöksenteon ja tutkimuksen välinen suhde ei edelleenkaan toimi

Talouspolitiikan ja tutkimuksen välinen suhde meillä siis muuttunut niistä ajoista, joita 1980-luvun gradu-ryhmässämme käsitelimme. Taloustieteellisen tutkimuksen ja talouspoliittisen päätöksenteon välisessä kommunikaatiossa on silti yhä ongelmia. Vaikka tutkimustietoon perustuvan poliittisen päätöksenteon malli on periaatteessa hyväksytty, se ei käytännössä aina toimi. Hallitus toisensa jälkeen on ajautunut ongelmiin talouspoliittisen ohjelmansa toteuttamisessa. Tällöin se saattaa sivuuttaa asiantuntija-

kritiikin yliolkaiselta näyttävällä tavalla. Esimerkiksi jo useamman hallituskauden agendalla olleen sote-uudistuksen vaiheista löytyy tällaisen poliittisen päätöksenteon ahdinon piirteitä.

Tällaiseen kitkaan löytyy syitä molemmista osapuolista. Tutkimustiedon tarjonta ja sen hyödynnettävyys päätöksenteossa on tapahtuneesta kehityksestä huolimatta edelleen puutteellista. Erityisesti Suomea koskeva empiirinen taloudellinen tutkimus on yhä niukkaa. Makrotaloudellisten kysymysten osalta tutkimusaukot näyttäisivät olevan suurimpia, kun taas empiirisessä mikrotaloustieteessä tutkimustieto on kasvanut meillä suhteellisen nopeasti.

On tavallista, että tietystä kysymyksestä on tarjolla vain harva Suomea koskeva tutkimus, jotka lisäksi voivat olla lähtökohdiltaan sillä tavalla toisistaan poikkeavia tai tuloksiltaan muuten niin ristiriitaisia, että niistä on vaikea tehdä päätöksenteon tarpeisiin riittävän luotettavia johtopäätöksiä. Monessa tapauksessa on tyytyminen muita maita koskeviin tutkimuksiin. Vielä valitettavampaa, eikä ollenkaan harvinaista, on, että tutkimustietoon nojaavan on tyytyminen taloustieteen oppikirjoista tuttuihin, äärimmilleen yksinkertaistaviin oletuksiin nojaaviin teoreettisiin perustuloksiin. Näistä ei yleensä voi oikopäätä johtaa päteviä ja toteuttamiskelpoisia talouspoliittisia johtopäätöksiä. Tälle abstraktion tasolle jäävien maksiimien esittäjä leimautuu julkisuudessa helposti uusliberaaliksi.

Taloudellisen tutkimuksen ja talouspoliittisen päätöksenteon välisen dialogin toimimattomuus johtuu osaksi myös tietyistä poliittisen valmistelun ja päätöksenteon pysyväisluonteisista piirteistä. Paradoksaalista kyllä, näihin liittyvät ongelmat ovat kärjistyneet koko vaalikauden istuvien, laajapohjaisien hallitusten tavanmukaistumisen sekä talouspolitiikan agendan poliittisen omistajuuden vahvistumisen myötä.

Vaikka vaalikauden mittaisten enemmistöhallitusten käytäntö on meillä vakiintunut, käydään eduskuntavaalit edelleen sammutetuin lyhdyin vailla tietoa keskenään kilpailevista hallituskoalitioista. Hallitusasetelman avoimuuden takia puolueet nojaavat epäkonkreettisiin, vaikeita kysymyksiä karttaviin vaaliohjelmiin. Vaalitaistelusta tulee vaikeita asioita välttelevä kauneuskilpailu. Tulevan hallituksen politiikkalinjausten kannalta vielä ongelmallisempaa on, että puolueet eivät valmistele niitä riittäväällä huolella edes pöytälaatikkoon. Ne tulevat hallitusohjelmaneuvotteluihin huonosti valmistautuneina.

Puoluekenttä on muuttunut yhä hajanaisemmiksi. Viime vuosikymmenelle saakka meillä oli vielä kolme niin suurta puoluetta, että niistä kaksi ylsi yhdessä eduskunnan enemmistöön. Ne saattoivat muodostaa hallituksen rungon, jonka johdolla hallitusohjelma voitiin koota hallitusti. Mutta tällaista kahden puolueen enemmistöä ei enää ole näköpiirissä. Kun poliittisen kirjon eri laidoille sijoittuvat pienet puolueet muodostavat hallituskoalition vaa'ankielen, on johdonmukaisen hallitusohjelman kokoaminen aiempaa hankalampaa. Kaikki osapuolet sisällyttävät ohjelmaan omat reunaehdot, joista ne pitävät tiukasti kiinni. Puutteellisin ennakkovalmisteluin ja eri

lähtökohdista kompromissina kootusta hallitusohjelmasta tulee ristiriitainen kokonaisuus. Hallituspuolueet ovat keskinäisen luottamuksen puuttuessa siihen silti tiukasti sidottuja.

Hallitusohjelmiin on sisältynyt toisaalta suuria, kunnianhimoisia tavoitteita, joiden toteuttamiskeinot ovat riittävän valmistelun ja yksimielisyyden puuttuessa jääneet täsmentämättä. Usein tällaisista tavoitteista on luovuttu kaikessa hiljaisuudessa, kun toimeenpanoon ongelmat ja keinojen puutteet alkavat paljastua. Esimerkiksi aiempien hallitusten työllisyystavoitteet jäivät tällaisiksi kuolleiksi kirjaimiksi. Nykyinen hallitus on sen sijaan pitänyt työllisyystavoitettaan näkyvästi esillä, osittain voimakkaan noususuhdanteen myötä yllättävän nopeasti kohonneen työllisyysasteen rohkaisemana. Se on samalla tarjonnut vipuvarren, jonka avulla hallitus on ajanut tavoittelemiaan työmarkkinoiden rakenteiden muutoksia. Sote- ja maakuntauudistuksen valmistelun käännteet käyvät toisaalta esimerkiksi siitä, kuinka hallituksen sopu joutuu koetukselle, jos se sitoutuu johonkin ohjelmansa isoon, tavoitteenasettelultaan ristiriitaiseen ja toimeenpanosuunnitelmaltaan puutteelliseen uudistukseen.

Miten tutkimustietoon perustuvaa politiikan valmistelua voisi kehittää?

Puoluerakenteen, hallitusohjelmien ja niiden toimeenpanon epäkohtia on helppo kritisoida. Vaikeampaa on parempien vaihtoehtojen esittäminen, niiden käytännön toteuttamismahdollisuuksista puhumattakaan. Tutkimus- ja asiantuntijatiedon tehokkaan hyödyntämisen näkökulmasta voi silti nostaa esille tiettyjä ratkaisuja, jotka ovat omiaan edistämään parantamaan hallituksen politiikan tuloksellisuutta kaikissa vaihtoehdoissa.

Puolueiden huolellisempi valmistautuminen talouspoliittisen vastuun ottoon parantaisi niiden edellytyksiä sopia vaalien jälkeen johdonmukaisesta, realistisesta hallitusohjelmasta sekä edistäisi myös ohjelman toimeenpanoa. Hallituksen mandaattia vahvistaisi niin ikään se, että puolueiden linjaukset olisivat riittävän konkreettisesti esillä myös vaalikeskustelussa.

Puolueiden tulisi valmistautua hyvin myös hallitusneuvotteluihin. Neuvottelujen tulisi olla nykyistä perusteellisempia. Niihin olisi hyvä varata myös nykyistä enemmän aikaa, jotta ohjelmasta tulisi toteuttamiskelpoinen ja sitä koskevat hallituspuolueiden väliset erimielisyydet voitaisiin ratkaista mahdollisimman suuressa määrin ennakolta.

Nykyistä perusteellisemmat ohjelmaneuvottelut mahdollistaisivat myös sen, että hallitusohjelmaa koottaessa ulkopuolista tutkimustietoa voitaisiin hyödyntää tehokkaasti asiantuntijakuulemisin, lausunnoin ja muilla keinoin. Pidempi neuvottelujakso antaisi samoin neuvottelijoille aikaa ulkopuolisen asiantuntijatiedon sulattamiseen.

Monet uudistushankkeet ovat niin laajoja, monimutkaisia ja vaikeita valintoja sisältäviä, että niiden yksityiskohdista ja toimeenpanosta ei hallitusohjelmaneuvotteluissa ole mahdollista sopia. Valmistelun etenemistä edistäisi se, että tällaisten suurten hankkeiden yhteydessä sovittaisiin

erillisestä toimeenpano-ohjelmasta. Tässä olisi syytä täsmentää toimeenpanon organisointi, tarvittavan tutkimus- ja asiantuntijatiedon hankkiminen sekä toimeenpanon poliittinen seuranta välitarkistuspisteineen.

Suurissa hankkeissa on usein perusteltua nojata parlamentaariseen valmisteluun. Parlamentaarinen valmistelu voi edistää uudistushankkeen etenemistä, kun sitä koskevat kannanotot eivät polarisoidu hallituksen ja opposition väliseksi poliittiseksi kiistaksi. Ratkaisuista voidaan saavuttaa riittävän laaja yksimielisyys. Näin vähenee riski siitä, että uudistukset tulevat seuraavalla hallituskaudella peruutetuiksi.

Parlamentaarinen valmistelu kytkeytyy luontevasti komitea-tyyppiseen työskentelyyn. Poliittisten tahojen ohella siinä on edustus myös niillä keskeisillä intressiryhmillä, jotka ovat uudistuksen vaikutuspiirissä. Komitea-työskentelyyn kuuluu myös riippumattomien asiantuntijoiden edustus ja kuuleminen. Hyvin organisoitu komitea voi käynnistää hankkeen valmistelua tukevaa tutkimus- ja selvitystoimintaa. Tämä vanha valmisteluperinne on säilynyt Ruotsissa vahvempana kuin Suomessa. Meillä taas asiantuntija-tiedon kytkentää poliittiseen valmisteluun on haettu usein selvityshenkilöiden kautta. Kokemukset tämän mallin tuloksellisuudesta eivät ole olleet rohkaisevia.

Demokraattiseen ja tulokselliseen hallintotapaan kuuluu vastuullisuus. Poliittisten päättäjien vastuullisuus toteutuu osaksi vaaleissa. Siihen kuuluu osallistuminen julkiseen keskusteluun. Osa vastuullisuutta on myös perusteltu vastaaminen riippumattomien asiantuntijoiden esittämään, perusteltuun kritiikkiin.

Talouspoliittisen päätöksenteon arvioinnin osalta Suomeen on perustettu asianmukaiset, riippumattomat ja korkeatasoiset asiantuntijaelimet. Niiden työ on lähtenyt hyvin käyntiin. Mutta toistaiseksi on jäänyt puuttumaan, kohteliaita mutta yleisiä ensikommentteja lukuun ottamatta, hallituksen hyvin valmisteltu, perusteltu vastaus esimerkiksi Talouspolitiikan arviointineuvoston esittämiin arvioihin ja näkökohtiin.

Vallassa olevan hallituksen matalaa profiilia ulkopuolisten arvioiden vastaamisessa voi osaltaan selittää se, että kriittisiin arvioihin tarttuu kärkkäimmin poliittinen oppositio. Perustellusta kritiikistä tulee näin opposition poliittinen ase. Tämä vastaanoton vinouman riski on syytä ottaa huomioon asiantuntija-arvioita laadittaessa. Riskiä arvion joutumisesta poliittisen pallottelun kohteeksi voisi vähentää myös se, että siinä kiinnitettäisiin riittävässä määrin huomiota myös opposition linjauksiin. Tällainen asiantuntijan arvion alaisuus voisi patistaa oppositiota valmistelevaan huolellisemmin omat kannanottonsa. Aikaa myöten päästäisiin ehkä siihen, esimerkiksi Hollannissa ja Tanskassa vakiintuneeseen käytäntöön, että ulkopuolinen asiantuntija-elin arvioi puolueiden vaaliohjelmat, verifioi niihin sisältyvä laskelmat sekä esittää käsityksensä ohjelmiin sisältyvien politiikkatoimien vaikutuksista. Tämä toimisi vuorostaan puolueille sytykkeenä paneutua huolellisemmin vaaliohjelmiensa laadintaan – ja valmistautua samalla paremmin myös vaalien jälkeisiin

hallitusohjelmaneuvoitteluihin. Näin hallitusohjelma rakentuisi pitävämmälle pohjalle. Päätöksenteon ja tutkimuksen vuorovaikutuksessa alkaisi hyvä kierre.

Tutkimustietoon perustuvassa talouspoliittisessa päätöksenteossa on mahdollista päästä uudelle, tuloksekkaammalle tasolle. Tämä edellyttää yhteistyöhalukkuutta sekä poliittisilta päättäjiltä, valmistelevalta virkakunnalta että tutkijayhteisöltä. Vaatimaton resurssien lisäystarve voi myös olla tarpeen. Mutta kysymyksessä on niin suuri yhteisen edun asia, että raha ei voi olla este sen edistämiseksi.

Kirjoittaja on tukenut Visa Heinosta kansantaloustieteen vaativalla mutta palkitsevalla polulla luennoimalla, opinnäytetöitä ohjaamalla ja yhteisissä tutkimusryhmissä puuhaamalla.

LÄHTEET

- Heikkinen, Sakari, Heinonen, Visa, Kuusterä, Antti & Pekkarinen, Jukka (2000) *The History of Finnish Economic Thought 1809–1917*. Societas Scientiarum Fennica. *The History of Learning and Science in Finland 1828–1917*: 17a. Tammisaari.
- Heinonen, Visa (1987) *Snellmanista viljatulliin: Keskustelu tullipolitiikasta Suomessa 1980-luvun lopulla*. Kansantaloustieteen pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.
- Pekkarinen, Jukka (1976) Deflaatiosta ja devalvaatiosta. *Taloustieteellisen Seuran vuosikirja*, 75–81.
- Pekkarinen, Jukka & Vartiainen, Juhana (1993) *Suomen talouspolitiikan pitkä linja*, WSOY, Juva.
- Pohjola, Matti (2017) Tuottavuus, rakennemuutos ja talouskasvu. *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 113:4, 463–488.
- Tarkka, Juha (1988) Kahlitun rahan aika: Suomen rahoitusmarkkinoiden säännöstelyn vuosikymmenet. Teoksessa Toim. Honkapohja, S. & Suvanto, A. (toim.) *Raha, inflaatio ja talouspolitiikka*. Helsinki: Valtion painatuskeskus.

ILJA KRISTIAN KAVONIUS¹

TALouden JA MATERIAALISEN HYVINVOINNIN MITTAAMINEN JA SEN HAASTEET²

Taloutta on mitattu jo vuosisatojen ajan. Aluksi talouden mittauksen motiivi oli pitkälti kartuttaa potentiaalista veropohjaa. Ensimmäiset kotitalouksien kyselytutkimukset tehtiin 1900-luvun alussa ja nämä tähtäsivät tyypillisesti yksittäisten ilmiöiden kuten työvään sosiaalisen aseman tarkasteluun. Ajan myötä sekä hyvinvoinnin että talouden mittaamisen motiivit muuttuivat ja talouden kehittyminen, ts. globalisaatio ja integraatio, loivat paineita talouden ja materiaalsen hyvinvoinnin mittaamiselle. Vaikka talouden ja materiaalsen hyvinvoinnin mittaaminen lähtevät hyvin erilaisista perinteistä ovat nämä lähentyneet jatkuvasti toisiaan. Laajemmin tämä ilmiö näkyy paineina talouden laaja-alaisempaan mittaamiseen, joka ei pelkästään keskity virta-analyysiin, vaan ottaa huomioon laajemmin myös taseet ja niiden väliset riippuvuudet.

Tämä artikkeli tarkastelee talouden ja materiaalsen hyvinvoinnin mittaamista sekä näiden integraatiota. Ensiksi keskityn sekä talouden että aineellisen hyvinvoinnin mittaamisen historiaan. Yritän vastata siihen, mitkä ovat olleet talouden ja hyvinvoinnin mittaamisessa taustamotiivit, jotka ovat edelleen luoneet paineita mittaamisen kehittämiseen. Valotan aineistoihin kohdistuvaa kritiikkiä ja alkuperäistä käyttötarkoitusta. Lopuksi keskityn hyvinvoinnin ja talouden mittaamisen tämän päivän haasteisiin. Taloudessa ja yhteiskunnassa on viime vuosina tapahtunut suuria muutoksia ja nämä ovat luoneet uusia paineita sekä hyvinvoinnin että talouden laajempaan mittaamiseen. Tämä on johtanut eräänlaiseen hyvinvoinnin ja talouden mittaamisen sekä mikro- ja makrotason aineistojen integraatioon. Lopuksi esittelen, minkälaisiin käytännön aloitteisiin tämä on johtanut.

¹ VTT, dosentti Ilja Kristian Kavonius työskentelee vanhempana ekonomistina Euroopan keskuspankissa ja yliopistotutkijana Helsingin yliopiston Kuluttajatutkimuskeskuksessa. Tässä artikkelissa esitetyt mielipiteet ja käsitykset ovat kirjoittajan omia, eivätkä ne välttämättä vastaa Euroopan keskuspankin näkemystä. Kirjoittaja on jäsenenä Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestön (OECD) ja Euroopan komission yhteisessä asiantuntijatyöryhmässä Expert Group on Disparities in National Accounts, joka on perustettu pohtimaan Stiglitz-Sen-Fitoussi-raportin käytännön implementointia, sekä sihteerinä Euroopan keskuspankkijärjestelmän asiantuntijaryhmässä Expert Group on Linking Micro and Macro Statistics for Household Sector, jossa pohditaan Eurooppalaisen varallisuustutkimuksen, Household Finance and Consumption Survey:n, ja rahoitustilinpidon kotitaloussektorin taseiden linkittämistä ja näin kotitaloustyyppitaisen hajontatiedon lisäämistä kotitaloussektorin taseisiin.

² Kirjoitus perustuu Helsingin yliopiston maatalous-metsätieteellisen tiedekunnan Taloustieteen laitoksella 9. toukokuuta 2017 pidettyyn dosenttiluentoon. Viimeisten kehityksien osalta artikkeli on päivitetty.

Talouden ja hyvinvoinnin mittaamisen kehitys

Tämä osio tarkastelee talouden ja tämän jälkeen hyvinvoinnin mittaamisen alkutaivalta. Nämä kaksi mittaamisen perinnettä lähtivät eri lähtökohdista ja motiiveista, mutta alkoivat lähentyä toisiaan. Tässä osuudessa tarkastelen makrotaloustilastojen ja kotitalouskyselyiden kehitystä. Tässä vaiheessa on jo hyvä huomata, että molemmat tilastot lähtivät virtojen analyysistä eli makrotaloustilastot keskittyivät tulonmuodostukseen ja kulutukseen kun kotitalouskyselyt keskittyivät aluksi kulutukseen ja tämän jälkeen lisääntyvissä määrin tuloihin. Tämän osuuden lopuksi tarkastelen lyhyesti, miten talouden ja hyvinvoinnin analyysi laajeni varallisuuden mittaamiseen.

Taloustilastojen kehitys

Ensimmäisiä kansantulolaskelmia laadittiin jo 1700-luvulla ja ne olivat tarkoitettu lähinnä potentiaalisen veropohjan kartoittamiseen. Nämä laskelmat olivat tyypillisesti yksittäisiä ja tehty ilman vakiintuneita menetelmiä. 1930-luvulle asti taloustilastojen kehitys oli hajanaista ja aineistoja oli koottu kuvaamaan yksittäisiä ilmiöitä. Talouden eri osa-alueiden mittaamisessa ei ollut koordinoitua kokonaismetodologiaa ja näin ollen oli lähes mahdotonta saada kokonaiskuvaa talouden tilasta. Vuonna 1968 kirjoitetussa käsikirjassa³ kansantulontutkija Paavo Grönlund ja silloinen kansantulopäällikkö ja sittemmin Tilastokeskuksen pääjohtaja Olavi Niitamo kuvasivat tätä aikakautta taloustilastojen hajanaisuuden aikakaudeksi.

Grönlundin ja Niitamon mukaan 1930-luvun alussa alkoi taloustilastojen toinen aikakausi eli ”kokonaisuusien hahmottamisen aika”, joka kesti toisen maailmansodan päättymiseen asti. Aikakausi oli reaktio siihen, että maailma oli kokenut ensimmäisen todella laajamittaisen modernin talouskriisin kykenemättä hahmottamaan sitä etukäteen. Suoranaisesti väärille päätöksille haettiin syitä. Taloustieteilijät syyttivät hajanaisia ja epäkoherentteja tilastoja ja korostivat talouden kokonaisuuden hahmottamisen merkitystä.

Tätä seuranneessa kehityksessä korostui kansantalouden tilinpidon kehittäminen, jonka puitteissa voitiin analysoida koko taloutta yhtenäisessä viitekehityksessä. Tähän liittyen Eino H. Laurila (1949) on todennut seuraavaa: ”Varsinaisesti sai se voimakas kehitys, mikä kansantulolaskelmien alalla on havaittavissa, alkunsa vasta 1930-luvun alussa. Silloisen pula-ajan aiheuttamien taloudellisten kysymysten tutkiminen sekä valtiovallan torjuntatoimenpiteiden valmistaminen ei yleensä ollut mahdollista ilman laajoja tilastotiedusteluja. Näitä tilastotiedusteluja ei tosin aluksi suoritettu yhtenäisin menetelmin, vaan hajanaisesti eri tahoilla. Varsinkin suuremmissa maissa kävi kuitenkin pian selville, että taloudellisia kysymyksiä käsiteltäessä oli katsottava taloutta kokonaisuutena.” Kuten Laurilan kirjoituksestakin ilmenee, taloudet olivat jo tässä

³ Grönlund ja Niitamo 1968.

vaiheessa kohtuullisen kansainvälistyneitä, joka loi osaltaan paineita kokonaisvaltaisiin tulolaskelmiin. Vuonna 1936 julkaistiin J. M. Keynesin ”Työllisyys, korko ja raha” ja keynesiläinen talousteoria oli nousussa. Kansantalouden tilinpidon kehikko tuki pitkälle empiirisesti ja tilastollisesti keynesiläistä tarkastelua.

Taloustilastojen kolmannen aikakauden eli ”kansainvälisen integraation kauden” Grönlund ja Niitamo katsoivat alkaneen toisen maailmansodan päättymisestä. Tyypillistä aikakaudelle oli tarve kansainväliselle yhteistyölle ja koordinaatiolle, kun aiemmin taloudellisissa tarkasteluissa oli keskitytty lähinnä yksittäisiin kansallisvaltioihin. Yhtenäisen taloudellisen kuvan saaminen oli keskeistä Marshall-avustuksien jälleenrakennuslainojen arvioinnissa. Keskeinen motiivi oli tarkastella aineellista hyvinvointia. Lisäksi kansainvälinen taloudellinen ja poliittinen yhteistyö oli syvenemässä. Tällöin myös kansainvälisesti yhtenäiset ja vertailukelpoiset taloustilastot tulivat keskeisemmiksi.

Aikajaotteluja voidaan tehdä eri tavoin aina korostettavasta rakenteellisesta kehityksestä riippuen. Frits Bos (1992) näkee kansantalouden tilinpidon kehityksen selvemmin käsikirjojen kehityksen valossa. Hän katsoo käsikirjojen ensimmäisen aallon alkaneen, kun James Meade ja Richard Stone (1941) julkaisivat *The Economic Journal*issa artikkelin ”The Construction of Tables of National Income, Expenditure, Saving and Investment”. Tätä voidaan pitää ensimmäisenä nykyaikaisena kansantalouden tilinpidon järjestelmänä. Käsikirjojen toisena aaltona hän pitää 1950-luvun alkua, jolloin Euroopan taloudellinen yhteistyöjärjestö (OEEC 1950) ja sittemmin Yhdistyneet kansankunnat alkoivat julkaista ensimmäisiä kansainvälisiä kansantalouden tilinpidon käsikirjoja. Suomessa keskustelu kansantalouden tilinpidosta seurasi 1940-luvulla kansainvälisiä tuulia ja ensimmäiset säännölliset laskelmat implementointiin jo 1950-luvulla.⁴

Kansantulo kuvaa kansantaloudessa *saadun ensitulon määrää*. Käytännössä tämä tarkoittaa tuotantoprosessissa tuotettua tuloa eli sekä palkansaaja- ja pääomakorvauksia että yritysten voittoja. Keskeistä on huomata, että kansantulo kattaa nimenomaan taloudessa saadut ensitulot sisältäen ulkomaille maksetut ja ulkomailta saadut ensitulot. Tämä eroaa bruttokansantuotteen käsitteestä ulkomaisten nettoensitulojen osalta, ja näin ollen bruttokansantuote kattaa kansantaloudessa *tuotetun ensitulon määrän*.

Kansantulo tai bruttokansantuote mittaa taloudessa tuotettua/saattua tulon määrää. Periaatteessa kaikki tulo on lähtöisin ensitulosta. Siitä maksetaan verot, osingot, korot ja muut pääomatulot. Veroista taas maksetaan tulonsiirrot. Esimerkiksi kansainvälisissä maavertailuissa suhteuttamalla tämä henkeä kohden (*per capita*) ajatellaan, että voidaan sanoa missä maassa ”keskimääräisellä tossunkuluttajalla” menee aineellisesti paremmin ja missä huonommin. Vastaavasti erottamalla tällaisesta

⁴ Kavonius 2011a, 67–72.

aikasarjasta hinnanmuutokset (*inflaatio*), voidaan sanoa miten nopeasti aineellinen hyvinvointi paranee.

Olennaista on siis huomata, että kansantulo keskittyy tuotantoon ja siinä muodostuneisiin tuloihin. Bkt-kritiikki on miltei yhtä vanhaa kuin kansantalouden tilinpidon keskeinen kehittäjä – ja sittemmin Nobel-palkinnon ansainnut tutkija Simon Kuznets – totesikin jo vuonna 1934 Yhdysvaltain senaatille toimittamassaan raportissa, että ”kansakunnan hyvinvointi voi poiketa merkittävästi yllä mitatusta kansantulosta”⁵.

Viimeaikainen *GDP and Beyond* -keskustelu on pitkälle samaa bkt-kritiikkiä kuin aiemminkin eli bkt ei kata ei-monetaarisia suureita taloudessa kuten esimerkiksi kotitaloustyötä, joka eittämättä kasvattaa hyvinvointia. Se ei ota huomioon sellaisia tekijöitä kuten luonnonvarojen tuhlaamista tai ihmisten yleistä turvallisuutta. Lisäksi se ei kata kestävästä kehityksestä eikä ota kantaa tulonjakoon, joka on keskeinen osa taloudellisen menestyksen mittaamista. Hyvinvoinnintaloustieteessä, joka on pitkälle tämän keskustelun taustalla, ajattelu perustuu *pareto-parempaan* tilanteeseen, johon päädytään, kun jonkun tilannetta voidaan parantaa jonkun muun kärsimättä. Näin ollen *pareto-optimi* tilanne saavutetaan, kun kenenkään asemaa ei voi parantaa jonkun muun kärsimättä. Talouskasvua ajatellessa yksittäinen makrotaloudellinen aggregaatti ei tätä luonnollisesti pysty mittaamaan.

Köyhyystutkimuksien traditio

Voimakkaat arvometallien hinnanmuutokset ja sotien aiheuttamat inflaatioaalot 1800-luvun loppupuolella ja 1900-luvun alussa johtivat Yhdysvalloissa moniin pienimuotoisiin hintatietojen keräämisiin. Nämä hintatiedot, jotka olivat tallennettu tilikirjoihin ja kaupallisiin aikakauskirjoihin (*trade journals*), auttoivat ekonomisteja ymmärtämään talouden dynamiikan taustalla olevia ilmiötä. Tämä herätti ekonomistien vaatimuksen järjestelmälliselle tiedonkeruulle. Lisäksi näitä aineistoja tarvittiin palkkaneuvottelujen tueksi. Ensimmäiset järjestelmälliset tiedonkeruut määrättiin vuosina 1892–93 Yhdysvaltain senaatin talouskomitean (the Senate Committee on Finance) ns. *Aldrich raporteissa*. Tämä johti vuonna 1901 tutkimukseen kuluttajahinnoista.⁶

Suomen ensimmäinen virallinen kulutustutkimus on Vera Hjeltin vuonna 1912 julkaisema *Tutkimus ammattityöläisten toimeentuloehdoista Suomessa 1908–09*. Olennaista on huomata, että tämän tutkimuksen motiivi poikkesi amerikkalaisista edeltäjistään, sillä tutkimuksen tarkoitus oli selvittää ammattityöläisten toimeentuloehtoja eli ns. työväenkysymystä. Tätä

⁵ “The welfare of a nation can, therefore, scarcely be inferred from a measurement of national income as defined above.”

⁶ U.S. Department of Labour 1966, 1–2.

380 työläisperhettä käsittävää kulutustutkimusta käytettiin myös ensimmäisen elinkustannusindeksin painojen perustana.⁷

1940- ja 1950-luvuilla kulutustutkimukset olivat tyypillisesti rajattu tarkastelemaan tiettyjä yksittäisiä ilmiöitä. Vuosien 1950–51 ja 1955–56 kulutustutkimukset keskittyivät tarkastelemaan kaupunkien ja kauppaloiden palkansaajaväestöä. Erityisesti 1950-luvun alun tutkimuksessa korostetaan sodan jälkeistä tarvetta tarkastella toimeentuloa ja lisäksi tarvetta viimeinkin tarkistaa elinkustannusindeksin painot. Jälkimmäisen tutkimuksen motiivina oli taas tarkastella kulutusta sodan jälkeen, kun kulutus oli rauhanaikana normalisoitunut. Tässä vaiheessa sodan jälkeinen säännöstely oli keskeisiltä osin purettu.⁸

Ajan myötä yhteiskunnan tietotarpeet kasvoivat ja työväenkysymys tai palkansaajien toimeentulokysymys menettivät suhteellisesti merkitystään muiden asioiden noustessa poliittiselle agendalle. Sodan jälkeen maaseudun toimeentulo nousi keskeiseksi kysymykseksi. Tähän vaikutti kansainväliset esimerkit mutta toisaalta huoli erityisesti pientilallisten toimeentulosta. Vuosina 1959–60 Suomessa tehtiin ensimmäinen maaseutua käsittänyt kulutustutkimus. Aiemmin vastaavia tutkimuksia oli tehty mm. Ruotsissa ja Yhdysvalloissa mutta olennaista on kuitenkin huomata, että kehitys Suomessa vastasi hyvin pitkälle yleismaailmallista trendiä.⁹

Vuonna 1966 tehtiin ensimmäinen moderni koko väestöä kattava kulutustutkimus. Taustalla olivat kasvavat tietotarpeet ja erityisesti kansantalouden tilinpidon kehitys. Tässä vaiheessa sosiaalipoliittiset kysymykset saivat lisääntyvissä määrin huomiota ja 1970-luvulla alettiin tehdä säännöllisiä tulonjakotutkimuksia. Tästä tuli keskeinen mittari tarkasteltaessa progressiivisen verotuksen ja tulonjakopolitiikan onnistumista. Poliitiikka tähtäsi ylläpitämään yhteiskunnan taloudellista homogeenisuutta.

Varallisuuden tutkimus

Kiinnostus varallisuuteen heräsi vasta myöhemmin. Makrotasolla Tauno Kallinen (1961) esitti *Kansantaloudellisessa aikakauskirjassa* ensimmäiset ajatukset varsinaisen rahoitustilinpidon perustamiseksi. Rahoitustilinpitoon sovelletaan ns. institutionaalista sektoriluokitusta ja kotitalouksien taseet, virrat ja muut (ts. hinnan) muutokset esiintyvät osana tätä järjestelmää. Kallisen artikkeli perustuu pitkälti silloiseen kansainväliseen keskusteluun, ja hän toteaa, että vielä tarvitaan paljon tutkimustyötä ennen kuin rahoitustilinpidosta saadaan käyttökelpoinen instrumentti taloudelliseen analyysiin. Käytännössä tämä kehitys oli pitkä. Syy tähän oli pitkälti Paavo Grönlundin ja Olavi Niitamon (1968) havainto siitä, että rahoitustilinpidossa

⁷ Hjelt, Vera (1912) *Tutkimus ammattityöläisten toimeentuloehdoista Suomessa 1908–1909*, työtilasto XIII, Helsinki.

⁸ Kavonius 2011a, 59–67.

⁹ Mt.

oli tällöin vielä käsitteellisiä ongelmia ja lisäksi rahoitustilinpito vaati huomattavaa panostusta rahoitusmarkkina- ja pankkitilastojen kehittämiseen.

Varsinaiseen säännölliseen tilastotuotantoon vuosittainen rahoitustilinpito päättyi Suomessa vasta 1990-luvulla, vaikka tätä ennen yksittäisiä rahoitustilinpidon laskelmia oli tehty. Neljännesvuosittaisen rahoitustilinpidon taustalla oli taas pitkälle keskuspankkien ja erityisesti Euroopan keskuspankin rahapolitiikan päätöksentekoa tukevat tiedontarpeet. Euroopan keskuspankki oli aloittanut neljännesvuosittaisen rahoitustilinpidon kehittämisen ja se asetti vuonna 2002 Euroopan keskuspankin suuntaviivat, jotka ovat käytännössä jäsenmaita velvoittavia ohjeita, neljännesvuosittaisesta rahoitustilinpidosta.¹⁰

Kotitalouksien varallisuuteen ja sen jakauman mittaamiseen tarvitaan sitä vastoin kotitalouksien varallisuustutkimuksia. Köyhyys- ja tulonjakokeskustelu on pitkään pyörinyt nimenomaan tulojen ja toisaalta kulutuksen ympärillä. Olennainen osa tätä kuvaa on varallisuus. Yhdysvalloissa kotitalouksien varallisuutta on tutkittu jo 1960-luvulta lähtien, kun vuotta 1962 käsittävä *Financial Characteristics of Consumers* julkaistiin. Nykyään Yhdysvaltain keskuspankin *Federal Reserve Boardin* kolmannesvuosittain julkaisema *The Survey of Consumer Finances* jatkaa tämän varallisuustutkimuksen perinnettä. Suomessa kotitalouskyselyihin lisättiin ensimmäisiä varallisuutta kattavia elementtejä 1980-luvulla. Euroopan keskuspankin koordinoimana tällaisia tutkimuksia on alettu tekemään Euroopan tasolla vuodesta 2008/2009 lähtien.

Kaksi eri traditiota: aineistojen tämän päivän haasteet

1990-luvulla ja vielä pitkälle 2000-luvulla talouden ja hyvinvoinnin mittaaminen ei erityisesti ollut poliittisella agendalla. Talouden kasvaessa matemaattiset ja ekonometriset mallit painottuivat talouden analyysissä ja aineistolähtöinen analyysi oli selvästi sivummalla. Lisäksi vuosikymmenien aikana bruttokansantuotteeseen kohdistunut kritiikki ei aiheuttanut varsinaisesti laajempaa reaktiota.

2010-luvun taitteessa tapahtui kuitenkin muutos aineistolähtöisempään analyysiin. Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestön (OECD) kansantulopäällikkö Peter van de Ven kuvailee tätä muutosta suhteessa kansantuloon siten, että huomio siirtyi tuotannon kuvaamisesta tulojen ja varallisuuden kuvaamiseen.¹¹ Tämä voidaan nähdään siten, että yhteiskunnan tietotarpeet lisäsivät painetta siihen, että klassinen talouden mittaaminen lähestyi laaja-alaisempaa materiaalsen hyvinvoinnin mittaamista. Tämän taustalla hän näkee kolme tekijää. Ensimmäiseksi voidaan mainita kiinnostuksen kasvu hyvinvoinnin mittaamiseen ja

¹⁰ *Guideline ECB/2002/7 of 21 November 2002 on the statistical reporting requirements of the European Central Bank in the field of quarterly financial accounts.*

¹¹ Van de Ven 2017, 279–280.

yleisemmin materiaaliseen ja immateriaaliseen hyvinvointiin. Keskeisessä asemassa tässä kehityksessä on Ranskan silloisen presidentin Nicolas Sarkozyn asettaman kahden nobelistin Joseph Stiglitzin ja Amartya Senin ja *European University Institutin* ranskalaisen taloustieteen emeritus professori Jean-Paul Fitoussin ryhmän raportti *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*.¹² Toisena tekijänä hän näkee jo pitkään jatkuneen rahoitusvarallisuuden (vs. reaaliarallisuuden) merkityksen kasvun ja sen kasvavan vaikutuksen reaalityalouteen. Kolmantena ja viimeisenä tekijänä hän nimeää sinänsä edelliseen läheisesti liittyvän vuoden 2008 USA:n *subprime* -velkakriisistä alkaneen talouden ja rahoituksen kriisin.

Itse näen tämän kehityksen hieman laajemmin. Muutoksen taustalla on selvästi kaksi tekijää: kasvava kiinnostus hyvinvoinnin mittaamiseen ja toisaalta selvä rahoitusmarkkinoiden ja rahoitusvarallisuuden merkityksen kasvu, johon osaltaan liittyy keskuspankkien aseman kasvu. Nämä kaksi asiaa ovat erillisiä mutta liittyvät silti läheisesti toisiinsa.

Hyvinvoinnin ja taloudessa tuotettujen tulojen suhde on selvästi heikentynyt. Rahoitusmarkkinoiden merkityksen ja toisaalta globalisaation kasvun myötä on tullut selvemmäksi, että sekä tuotantorajat että varat liikkuvat vapaasti ja näiden kontrolloiminen on miltei mahdotonta. Vielä 1980-luvulla rahoitusmarkkinat olivat rajoitettuja. Pääomien, tavaroiden ja ihmisten liikkuminen oli selvästi rajoitetumpaa kuin nykyään. Lisäksi tuotanto oli vielä tällöin selvästi paikkaan sidotumpaa ja sekä aineettoman että henkisen pääoman merkitys tuotannossa oli selvästi pienempi kuin nykyään.

Aiemmin tuotannon, tulojen ja aineellisen hyvinvoinnin suhde oli selkeämpi. Tulo, joka tuotettiin taloudessa, pysyi pitkälle siinä ja se jaettiin myös asianomaisten kesken. Nykyään tämä suhde on huomattavasti monimutkaisempi. Ensinnäkin jo 1990-luvulta rahoitusmarkkinoiden vapautumisen myötä sijoittaminen rahoitusmarkkinoille on lisääntynyt. Tämä hämärtää tuotannon ja tulojen välistä yhteyttä kahdessa suhteessa.

Ensinnäkin käytännössä kuka tahansa voi sijoittaa minne tahansa ja näin ollen esimerkiksi ulkomaiset pääomatulot ja myyntivoitot ovat yleistyneet. Tämä sinänsä ei koske pelkästään kotitalouksia vaan myös yrityksiä. Yrityksien on mahdollista kierrättää tulojaan erilaisten omaisuusjärjestelyjen kautta ja näin varsinaisen tulojenmuodostuksen rajat ovat hämärtyneet. Lisäksi monikansalliset yritykset pystyvät rekisteröimään aineettoman pääoman itselleen edulliseen maahan, jolloin nykykäytäntöjen mukaan pääomaan liittyvät tulovirrat kirjataan ao. maahan ja nämä kasvattavat maan bruttokansantuotetta. Tyypillisesti monikansallinen yritys kuitenkin tilittää nämä tulot emoyritykseen ja tämä heijastuu selvästi pienempänä kansantulona. Euroopassa karkein esimerkki tästä löytyy Irlannista, jossa bruttokansantuote oli vuonna 2015 neljänneksen suurempi kuin kansantulo,

¹² Stiglitz et al., 2009.

kun normaalisti näiden oletetaan olevan kohtuullisen lähellä toisiaan. Tähän viitaten Peter van de Ven (2017) painotti artikkelissaan nimenomaan tulomittareiden ja lisääntyvissä määrin vaihtoehtoisten mittareiden tarvetta talouden ja hyvinvoinnin mittaamisessa. Makrotasolla tässä on nimenomaan viitattu kansantuloon tai optimitapauksessa kotitalouksien oikaistuun käytettävissä olevaan tuloon, joka kattaa nettotulojen lisäksi luontaismuotoiset palvelut.

Toiseksi rahoitusmarkkinoiden vapautumisen myötä koko tulokäsitteen tulkinta on vaikeutunut. Aiemmin tuotantoon liittyvä tulokäsite vastasi pitkälle kotitalouksien todellisuutta, kun nykyään kotitaloudet saavat lisääntyvässä määrin tuloa, joka on tulkittavissa hinnanmuutokseksi eikä niinkään tuloksi. Kansantalouden tilinpitoon perustuva tulokäsite tulkitsee kaikki myyntivoitot – sekä rahoitusmarkkinoilta että kiinteistöistä tai muusta reaaliavarallisuudesta – pääoman hintojen muutokseksi. Tässä suhteessa ei ole merkitystä onko nämä voitot realisoitu vai ei. Tämä tarkoittaa, että mm. osakkeista realisoitujen voitot eivät näy tuloissa vaikka ne käytettäisiinkin kulutukseen. Ainoastaan siitä maksetut verot näkyvät veroina, jotka maksetaan tuloista. Sijoittamisen lisääntyessä tämä tarkoittaa luonnollisesti, että kuluttaminen tietyllä tavalla irtaantuu tulojen kehityksestä.¹³

Tämän kehityksen myötä hyvinvoinnin analysoinnissa on korostunut, että keskeistä eivät ole pelkästään tulot. Vuosikymmenien varrella on ollut huomioita, että hyvinvoinnin tarkastelun ei tulisi keskittyä vain aineelliseen hyvinvointiin. Marc Fleurbaey jakaa hyvinvoinnin tarkastelun neljään käytännön lähestymistapaan. Ensimmäiseksi hän mainitsee korjatut kansantulo- tai bruttokansantuotemittarit (corrected GDP).¹⁴ Ajatus lähtee siitä, että bruttokansantuote on sinänsä hyvä mittari mutta siitä puuttuu tiettyjä elementtejä. Ehkä tyypillisimmin bruttokansantuotteeseen on lisätty kotitaloustyön arvo tai vaihtoehtoisesti vähennetty esimerkiksi tuotetut saasteet. Olennaista on huomata, että tällaisissa lähestymistavoissa ei tyypillisesti esitetä itse bruttokansantuote-mittarin muuttamista vaan lähinnä tällaisten laskelmien tekemistä nykyisen bkt:n lisäksi. Kuten Anne Harrison toteaa, nykyinen bruttokansantuote on vakiinnuttanut asemansa julkisen hallinnon prosesseissa. Lisäksi sosiaalisten ja ympäristöön liittyvien näkökulmien ottaminen huomioon kansantalouden tilinpidossa ei ole uusi asia. Tästä huolimatta muut näkökulmat ovat olleet etusijalla kansantalouden tilinpidossa eikä muutosten tarpeesta tai edes yhteisistä menetelmistä vallitse yksimielisyyttä.¹⁵

Toisena lähestymistapana Fleurbaey mainitsee brutto-onnellisuusmittarit (gross national happiness). Nämä perustuvat tyypillisesti kyselyille ja kuvaavat ihmisten henkilökohtaista tuntemusta onnellisuudestaan. Kolmantena lähestymistapana hän mainitsee Amartya Senin *Capability approach*:in, jonka olen usein kääntänyt suomeksi *kyvykkyyttä lähestymistä-*

¹³ Kavonius 2006, 585–597.

¹⁴ Fleurbaey 2009, 1029–1075.

¹⁵ Harrison 2017, 220–221.

vaksi. Idea on mitata ihmisen mahdollisuuksia saavuttaa eri asioita ja elintaso. Keskeistä kyvykkyyssä lähestymistavassa on, mitä yksilö voi tehdä tai tarkemmin mihin yksilöllä on realistiset mahdollisuudet. Tämä liittyy positiivisen vapauden käsitteeseen, jossa tarkastellaan lähinnä yksilön mahdollisuuksia tehdä asioita. Yhdistyneiden kansakuntien kehitysohjelman puitteissa luotu *Inhimillisen kehityksen indeksi* (Human Development Index), joka on odotettavan eliniän, koulutuksen ja ostovoimapariteetilla painotetun bruttokansantulon keskiarvo, on esimerkki, johon tätä ajattelua on sovellettu.¹⁶

Neljäntenä lähestymistapana Fleurbaey mainitsee yhdistetyt mittarit (synthetic indicators). Näillä hän viittaa mittareihin, jotka perustuvat johonkin muuhun aineistoon. Esimerkkinä tästä voidaan mainita Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestön *Composite leading indicators*, jotka on tehty ennakoimaan taloussuhdanteen muutoksia. Sinänsä tällaiset mittarit voivat olla yhdistelmä erilaisia mittareita tai yksittäinen mittari, joka on kehitetty heijastamaan jotakin ilmiötä.¹⁷

Edellä mainittu Stiglitz ym. (2009)¹⁸ raportin julkaisu sattui äärimmäisen sopivaan aikaan. Subprime -kriisin laukaisema taloudellinen kriisi toi pintaan edellä kuvatun kehityksen. Talouskasvu ja erityisesti sen mittaaminen oli erkaantunut aineellisen hyvinvoinnin mittaamisesta. Kuten aiemmin totesin, taloudellisen kehityksen mittaaminen on monimutkaisempaa talouksien vapauduttua ja maailman kansainvälistyessä.

Stiglitz ym.:n (2009) raportti kattaa hyvin viime vuosien keskustelun ja korostaa talouden parempaa ja laaja-alaisempaa mittaamista. Raportti jakautuu useampiin osiin. Talouden ja hyvinvoinnin lisäksi se painottaa elämän laatuun ja kestävään kehitykseen liittyviä kysymyksiä. Raportin aineellista hyvinvointia mittaavassa osuudessa näkyy Amartya Senin ajatukset hyvinvoinnin laaja-alaisesta mittaamisesta. Sinänsä tämä ei ole mikään yllätys, sillä hän yksi raportin kirjoittajista. Raportin aineellista hyvinvointia käsittelevä osuus korostaa, että talouden mittaamisen pitäisi kohdistua kotitalouksiin ja ottaa huomioon tulo, kulutus ja varallisuus. Olennaista on ottaa huomioon hyvinvoinnin moninaisuus ja tämän tulee heijastua myös mittareiden moninaisuutena. On tärkeää keskittyä kotitalouksiin ja hyvinvoinnin jakautumiseen. Mielenkiintoisen näkemyksen varallisuuden ja tulojen suhteesta esitti Maailmanpankki, jonka mukaan tulojen mittaaminen keskittyy enemmän menneisyyteen, kun varallisuuden he näkevät kohdistuvan tulevaisuuteen. Ajatus lähtee yksinkertaisesti siitä, että tulot on kulutettu, kun varallisuus on potentiaalista kulutusta. Näin ollen

¹⁶ Fleurbaey 2009, 1029–1075.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Tämän raportin seurauksena Suomessa tehtiin vastaavanlainen raportti (Valtioneuvoston kanslia, 2011), joka kattaa pitkälle samat elementit kuin alkuperäinen raportti. Alasuutari (2017) on todennut, että Stiglitz ym. (2009) raportin julkaisun jälkeen Suomessa keskustelu vaihtoehtoisista taloudenmittaamisesta ja onnellisuusmittareista oli aktiivista. Hän kuitenkin toteaa, että koska nämä ei johtaneet käytännön sovelluksiin, niin keskustelu kuitenkin loppui melko nopeasti.

Maailmanpankki korostaa varallisuuden merkitystä kehitysmaiden köyhyyden analysoinnissa.¹⁹

Mainitsin tämä luvun alussa toisena tekijänä talouden ja hyvinvoinnin mittaamisen muutoksen taustalla rahoitusmarkkinoiden ja rahoitusvarallisuuden merkityksen kasvun, johon osaltaan liittyy keskuspankkien aseman kasvu. Tämän kehityksen vedenjakeajana oli Yhdysvaltain 2008 *subprime mortgage* -kriisi. Rahoitusmarkkinoiden tasapaino ja aineistopohjainen analyysi oli taka-alalla ja samaan aikaan ekonometriset ja matemaattiset mallit olivat korostuneet talouden analyysissä. Subprime-kriisi alkoi pitkälle amerikkalaisille vähävaraisille tarkoitetuista ja riskipitoisimmista lainoista. Tämä johti kotitalouksien ylivelkaantumiseen entisestään. Rahoituslaitokset, joilla oli näitä riskipitoisia lainoja, arvopaperisoivat nämä lainat ja myivät näitä arvopaperistettuja instrumentteja alemmalla riskiluokituksella kuin niiden sisältämät lainapaperit olisivat oikeuttaneet. Kriisin myötä ymmärrettiin, että talouden analyysi oli eriytynyt liikaa talouden aineistoista ja analyysin tulisi muuttua aineistolähtöisemmäksi.

Tämä heijastui keskuspankeissa erityisesti rahoitusmarkkinoiden vakauden politiikan painottamisena. Esimerkiksi Euroopassa ero entiseen analyysiin ja tietotarpeisiin on suuri. Aiemmin keskuspankkipolitiikka oli keskittynyt pääasiassa kahden prosentin inflaatiotavoitteen seuraamiseen, kun taas kriisin aikana keskuspankki otti huomattavasti aktiivisemmän roolin taloudessa oleviin riskeihin. Tämä on heijastunut erityisesti keskuspankkijohtajien puheissa. Euroopan keskuspankin pääjohtaja korosti Kansainvälisen valuuttarahastossa Washingtonissa toukokuussa 2015 pitämässään puheessaan, että ”rahapolitiikalla on vaikutuksia tulon ja varallisuuden jakautumiseen mutta tulon ja varallisuuden jakautumisella on myös vaikutuksia rahapoliittisiin päätöksiin”²⁰. Yhdysvaltain *Federal Reserven* pääjohtaja Ben Bernanke totesi noin kuukausi myöhemmin *The New York Times*’ssä, että ”rahapolitiikka on karkea työkalu, joka varmasti vaikuttaa tulo- ja varallisuuseroihin. Tosin ei ole selvää vähentääkö, vai lisääkö se niitä.”²¹

Keskuspankkiirien kommenttien taustalla ei ole niinkään huoli kotitalouksien hyvinvoinnista, vaan ensisijaisesti kotitalouksien aiheuttamasta mahdollisesta taseriskistä. Käytännössä jokainen maksamaton velka on luottotappio lainaavalle osapuolelle eli usein pankille. Kuten *subprime*-kriisin yhteydessä nähtiin, kotitalouksien kumuloituneet rahoitusongelmat voivat kaataa kokonaisia rahoituslaitoksia. Toinen näkökulma on tulo- ja varallisuuserojen potentiaalisesti kärjistävä rauhattomuus ja mahdollinen poliittinen epätasapaino, joka voi aiheuttaa haasteita sekä rahapolitiikalle

¹⁹ Financial Times, World Bank takes new approach to shine light on wealth of nations, 7. helmikuuta 2018.

²⁰ “First of all, it is important to make clear that there are also distributional effects from monetary policy inaction [...] Secondly, there are always distributional consequences to monetary policy decisions”. (Draghi 2015)

²¹ “Monetary policy is a blunt tool which certainly affects the distribution of income and wealth, although whether the net effect is to increase or reduce inequality is not clear.” (The New York Times, 1. kesäkuuta 2015)

että poliittiselle yhtenäisyydelle. Tätä korostaa se, että G20-ryhmän valtiovarainministerit ja keskuspankkijohtajat tunnustivat helmikuussa 2015 pidetyssä kokouksessaan, että kasvava eriarvoisuus on yhä suurempi riski talouksille.

Kun katsotaan keskuspankkien tilastollisten työkalujen kehittämistä, niin eri sektorittaisten taseiden analyysi on alkanut jo huomattavasti ennen viimeisintä finanssikriisiä. Euroopan keskuspankin strategia on ollut kehittää ensiksi neljännesvuosittaiset sektorittaiset virrat ja varannot makrotason taseiden analyysiin. Tämän jälkeen on järjestelmällisesti siirrytty mikrotason taseisiin keräämällä yksikkökohtaista tietoa muun muassa talouden eri sektoreiden taseista, instrumenteista tai jopa yksittäisistä lainoista ja talletuksista suoraan pankeilta. Nämä ovat keskeisiä tietoja tarkastellessa mikrotasoon ja jakaumiin liittyvää kehitystä. Esimerkiksi eurooppalainen kotitalouksien varallisuustutkimus, *Household Finance and Consumption Survey*, julkaistiin ensimmäisen kerran tilastovuodelle 2008.

Optimaalisessa tilanteessa saataisiin luotua jokaiselle sektorille mikrota-son taseet, josta on tunnistettavasti kaikki taselinkit vastinpuolen taloudellisiin toimijoihin. Tällainen järjestelmä mahdollistaisi potentiaalisten riskien ja niiden välitysmekanismien tunnistamisen. Yksinkertainen taseanalyysi ei paljasta esimerkiksi takauksien kautta tulevia riskejä, mutta makrotasolla on tehty riskikorjattuja taseita, jotka auttavat tunnistamaan talouden taseriskit rahamarkkinoiden eri volatiliteettitasoilla.²² Tällainen täydellinen taseiden ja niiden vastintaseiden verkosto on vielä hieman utopistinen, mutta tämä on kuitenkin visio, johon nämä yksittäiset kehitysaskleet suuntaavat.

Käytännön toimet

Talouden ja hyvinvoinnin mittaamisessa on siis ollut monia aloitteita ja huomattavaa on, että monet näistä ovat kansainvälisellä tasolla johtaneet laajoihin satsauksiin aineistojen ja viitekehyksien kehittämiseksi. Keskuspankeissa on jo ennen viimeisintä finanssikriisiä alettu siirtyä makrotaloudellisten taseiden analyysistä mikrotason taseisiin tai peräti esimerkiksi lainakohtaisiin aineistoihin. Yleinen tendenssi on laajempi hajontatiedon käyttö ja toisaalta eri aineistojen harmonisointi ja integrointi yhtenäisiksi kokonaisuuksiksi.

Vuonna 2009 Kansainvälisen valuuttarahaston ja Financial Stability Boardin tilastollisia tiedonpuutteita (data gaps) käsittelevä, G20-ryhmän valtiovarainministereille ja keskuspankkien pääjohtajille osoitettu raportti suosittelee lukuisia uudistuksia tilastolliseen tiedonkeruuseen, joiden tarkoitus on antaa parempia työkaluja talouden analyysiin. Yksi näistä tunnistetuista tiedonpuutteista on kotitalouksien reaali- ja finanssitaloutta kattavat sektoritilit, jotka sisältävät hajontatietoja eri kotitaloustyypeittäin.

²² Ks. Castrén ja Kavonius 2013, 775–790.

Tyypillinen tietolähde tällaiselle hajontatiedolle on kotitalouskyselyt. Ongelma näissä kyselyissä on, että politiikkatarpeisiin vuosia myöhemmin ilmestyvä aineisto on usein jo vanhentunutta ja ajatuksena onkin tällaiseen mikro-makrolinkkiin perustuvan aineiston saaminen nopeammin käyttäjille. Suositusten taustalla on halu ymmärtää paremmin raha- ja finanssipolitiikan sekä rahoitusmarkkinoiden vakauden välitysmekanismeja taloudessa.²³

Samaan aikaan lähinnä Stiglitz ym. (2009) raportin kirjoittaman keskustelun pohjalta kumpusi eri käytännön aloitteita talouden ja hyvinvoinnin mittaamiseen. Pitkälle raportin innottamana Euroopan komissio antoi vuonna 2009 *GDP and Beyond – Measuring Progress in a Changing World* -tiedonannon Euroopan neuvostolle ja Euroopan parlamentille. Lisäksi on perustettu erityinen EU-maiden tilastoviranomaisen European Statistical System, *ESS-Sponsorship*-ryhmä ja Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestön puitteissa *Measuring Progress* -ryhmä, joiden sisällä on useita asiaa pohtivia asiantuntijatyöryhmiä. Monet työryhmistä ovat keskittyneet tutkimaan kestävästä kehityksestä tai hyvinvoinnin ja elämänlaadun indikaattoreita. Keskeinen osa tätä työtä on myös talustilastoinnin ja erityisesti makro- ja mikrotaloustilastojen eli kansantalouden tilinpidon ja kotitaloustutkimuksien, ts. kulutus-, tulo- ja varallisuustutkimuksien, ja niiden välisen linkin kehittäminen siten, että niiden avulla saadaan yhtenäinen makro- ja mikrotaloudellinen kuva kotitalouksien taloudellisesta ja materiaalisesta hyvinvoinnin kehityksestä.²⁴

Yksi näistä ESS:n ryhmistä on *Task Force on Household Perspective*. Loppuraportissaan ryhmä päätyi Stiglitz ym. (2009) raportin kanssa hyvin samankaltaisiin lopputuloksiin eli talouden analyysissä tulisi keskittyä tuotannollisten mittareiden sijaan enemmän kotitalouksien kulutusta, tuloja ja varallisuutta tarkasteleviin mittareihin ja talouden raportoinnissa pitäisi lisääntyvässä määrin kiinnittää huomiota kotitalouksiin. Vastaavat tavoitteet on vahvistettu European Statistical System Committeeen, joka on Euroopan tilastovirastojen pääjohtajista koostuva elin, vuonna 2016 antamassa *Vienna Memorandumissa*. Memorandum korostaa, että tuloja, kulutusta ja varallisuutta tulisi jatkossa tarkastella yhteisessä viitekehyksessä. Tämä tarkoittaa kotitalouksien eri kyselyaineistojen ja yleisemminkin lähdeaineistojen integraatiota. Lisäksi julistuksessa korostetaan, että makrotason kansantalouden tilinpidon lukuihin pitäisi lisätä myös hajontatietoja.²⁵

Vaikka motiivit integroituihin viitekehyksiin ja integroituun hajontatietoon ovat olleet erilaiset, käytännön tasolla työ on ollut kohtuullisen koordinoitua. Vuonna 2011 Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö ja Euroopan komissio perustivat ensimmäiset asiantuntijaryhmät tarkastelemaan Stiglitz ym. (2009) suositusten implementointia. Ensimmäinen työryhmä oli *Integrated Framework on Income, Expenditure and Wealth*,

²³ Viimeaikaisista kansainvälisistä aloitteista tarkemmin: Honkkila ja Kavonius 2015, 440–453. Kavonius 2011b, 332–340.

²⁴ Kavonius 2011b, 332–340.

²⁵ *Vienna Memorandum*, European Statistical System Committee, 26–27 September 2016.

jonka tehtävänä oli luoda yhtenäinen viitekehys kulutus-, tulo- ja varallisuustutkimuksille. Tarkoitus on yhtenäistää näiden kotitaloustutkimusten käsitteitä ja mittaamenetelmiä.

Toinen työryhmä *Integrating Inequalities in the SNA* keskittyi hajontatiedon lisäämiseen kansantalouden tilinpidon tulo- ja kulutustileihin. Molemmat työryhmät päättivät työnsä vuonna 2013 mutta jälkimmäinen asiantuntijaryhmä jatkoi nimellä *Disparities in National Accounts* aikasarjojen ja aineistointegrointimenetelmien kehittämistä. Myös ranskalainen taloustieteilijä Thomas Piketty on koordinoinut erillistä projektia, jossa hajotetaan kansantalouden tilinpitoa eri kotitaloustyyppeihin (distributional national accounts). Tosin Piketty keskittyi kansantulon jakautumiseen eri henkilöiden kesken, eikä kotitalouksien käytettävissä olevan tulon jakaumaan. Eurostat (Euroopan komissio) työskentelee myös tällä hetkellä integroidakseen ja harmonisoidakseen eri kotitalouskyselyitä. Mikro-makrotilien luonnissa ja tulojen, kulutuksen ja varallisuuden integroinnissa keskeiseksi on havaittu nimenomaan aineistojen harmonisointi ja integrointi mikrotasolla.

Eurooppalaisessa työnjaossa Euroopan keskuspankki on vetovastuussa varallisuudesta tai kotitalouksien taseista. Vuonna 2016 Euroopan keskuspankkijärjestelmä perusti *Expert Group on Linking Micro and Macro Statistics for Household Sectorin*. Asiantuntijaryhmä tutkii eurooppalaisten kotitalouksien varallisuustutkimuksen Household Finance and Consumption Surveyn ja rahoitustilinpidon kotitaloussektorin taseiden yhdistämistä. Ideana on luoda tähän linkkiin perustuvaa ajanmukaisempaa kotitalouksien hajontatietoa, esimerkiksi tietoa kotitaloustyyppien velkaantumisesta. Koska varallisuusaineistot ovat suhteellisen uusia, ja niitä ei ole monia, tämä ryhmä on keskittynyt näihin kahteen aineistoon. Euroopan keskuspankkijärjestelmän asiantuntijaryhmä koordinoi työtään Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestön ja Euroopan komission asiantuntijaryhmien kanssa.

Epilogi

Kuten tässä artikkelissa on käynyt ilmi hyvinvoinnin ja talouden mittaaminen on alkanut hyvin erilaisista lähtökohdista: kansantalouden tilinpidon taustalla oli tarve hahmottaa kokonaistaloudellista kehitystä ja kotitaloustutkimukset olivat keskittyneet mm. erillisten väestöryhmien sosiaalisen aseman selvittämiseen. Kansantalouden tilinpidon ollessa koko talouden kattava tilikehikko se loi osaltaan paineita siihen käytetyn lähdemateriaalin, kuten kotitalouskyselyiden, harmonisointiin. Toisaalta sekä kotitalouksien materiaalisen hyvinvoinnin ja laajemmin talouden mittaamisen suhteen on ollut tarve saada yhtenäisempi kuva. Lisäksi on tullut selväksi, että monia talouden ilmiöitä on vaillaista tarkastella yhdestä näkökulmasta ilman, että otettaisiin ilmiö laajemmin huomioon. Tästä ehkä selvimpänä esimerkkinä on, että kotitalouksia tutkittaessa korostetaan entisestään, että analyysissä tulisi ottaa huomioon kulutus, tulot ja varallisuus, eikä analyysin tulisi

keskittyä pelkästään yhteen näistä ilmiöalueista. Lisäksi talouden ja hyvinvoinninkasvua analysoitaessa ei tulisi keskittyä vain yksittäiseen indikaattoriin vaan keskeistä olisi pyrkiä saamaan laajempi kuva ilmiöstä.

Nämä ovat asioita, joista on vuosikymmenien ajan keskusteltu, mutta muutos on ollut varsin hidasta. Talouden muutos tuo kuitenkin keskeisen paineen tämän asian tiedostamiseksi. Kuten artikkelin kolmannessa luvussa analysoitiin, taustalla on pitkälle länsimaiden vaurastumisen myötä kasvanut kiinnostus hyvinvoinnin mittaamiseen ja varallisuuden merkityksen kasvu. Jälkimmäiseen liittyy lisäksi kansainvälisen talouden voimakas yhdentyminen, joka on entisestään hämärtänyt tulon ja varallisuuden rajoja ja toisaalta tuotetun tulon ja hyvinvoinnin välistä yhteyttä.

Viimeisen finanssikriisin yhteydessä kuitenkin aineistojen integrointi ja tarve talouden riippuvuuksien ymmärtämiseksi on selvästi voimistunut. Tämä ei rajoitu pelkästään kotitalousaineistoihin, vaan erityisesti Euroopan tasolla on lukuisia projekteja, joissa kehitetään mm. mikrotason pankkiai-
neistoja talletuksista tai vakuutussäästämistä mittaavia aineistoja ja pohditaan miten näitä saadaan linkittyä kotitalousaineistoihin ja muuhun olemassa olevaan tilastoaineistoon. Lisäksi, kuten edellä kerrottiin, sekä Euroopan että maailman tasolla on lukuisia ryhmiä, jotka tekevät työtä sekä mikro- ja makroaineistojen integroimiseksi että laajemman yhtenäisen kuvan luomiseksi eli esimerkiksi integroimalla kulutus-, tulo- ja varallisuus-
aineistoja. Koko tämä työ on vasta alussa, mutta on melko selvää, että tämä tulee jatkumaan tulevina vuosikymmeninä. Työn hedelmiä odotellessa voikin pohtia, onko jonain päivänä sellainen aineistomaailma mahdollinen, jossa yhdessä tietokannassa ovat kaikki talouden toimijat – ihmiset, yritykset sekä julkisen ja kolmannen sektorin toimijat – ja jossa olisivat näiden täydelliset tulot, kulutus ja taseet kattaen näiden taloustoimien vastinparit? Tämä on viime kädessä visio, joka sallii lähes täydellisen tilastollisen ja taloudellisen analyysin.

Kirjoittaja on vanhempi ekonomisti Euroopan keskuspankissa ja yliopistotutkija Helsingin Kuluttajatutkimuskeskuksessa. Lisäksi kirjoittaja toimii dosenttina Visan taloustieteen laitoksella Helsingin yliopiston maatalous-metsätieteellisessä tiedekunnassa. Visa toimi myös kirjoittajan väitöskirjan esitarkastajana.

LÄHTEET

- Alasuutari, Pertti (2017) Määräysvalta vakuuttelun retoriikassa: Koetun hyvinvoinnin käsitteen leviäminen ja kotoistuminen Suomessa. *Sosiologia* 3/2017, 253–272.
- Bos, Frits (1992) *The History of National Accounting*. MPRA Paper No. 5952, 26. November 2007, ensimmäinen versio kirjoitettu 1992.
- Castrén, Olli & Kavonius, Ilja Kristian (2013) Sector-Level Financial Networks and Macroprudential Risk Analysis in the Euro Area. *Hand-*

- book of Systemic Risk* (toimittanut Jean-Pierre Fouque ja Joseph Langsam), Cambridge University Press, s. 775–790.
- Draghi, Mario (2015) *The ECB's recent monetary policy measures: Effectiveness and challenges*. Puhe Kansainvälisessä valuuttarahastossa Washingtonissa 14. toukokuuta 2015, <https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2015/html/sp150514.en.html>.
- Financial Times (2018). *World Bank takes new approach to shine light on wealth of nations*. 7 helmikuuta 2018, <https://www.ft.com/content/aa1bd122-0a57-11e8-8eb7-42f857ea9f09>
- Fleurbaey, Marc (2009) Beyond GDP: The Quest for a Measure of Social Welfare. *Journal of Economic Literature* 47 (4), 1029–1075.
- Grönlund, Paavo & Niitamo, Olavi E. (1968) *Suomen kansantalouden tilinpito*. Monistettuja tutkimuksia numero 5, Tilastollinen päätoimisto.
- Guideline ECB/2002/7 of 21 November 2002 on the statistical reporting requirements of the European Central Bank in the field of quarterly financial accounts.
- Harrison, Anne (2017) W(h)ither the SNA? *Review of Income and Wealth*, 63 (s2), S208–S222.
- Honkkila, Juha & Kavonius, Ilja Kristian (2015) Mikro- ja makrolinkin käyttö kotitalouksin taseiden analyysissä, *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 4/2015, 440–453.
- Hjelt, Vera (1912) *Tutkimus ammattityöläisten toimeentuloehdoista Suomessa 1908–1909*. Työtilasto XIII, Helsinki.
- Kallinen, Tauno (1961) Säästäminen ja rahoitustilinpito. *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 3/1961, 114–124.
- Kavonius, Ilja Kristian (2011a) *Kädestä suuhun – Makro- ja mikrotaloudellinen tarkastelu suomalaisten kotitalouksien säästämisestä ja sen mittaamisesta 1950-luvulla*. Tilastokeskuksen tutkimuksia 256, Tilastokeskus 2011, <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-244-308-3>
- Kavonius, Ilja Kristian (2011b) Talouden ja hyvinvoinnin mittaamisen kehityslinjat ja haasteet kansantalouden tilinpidolle, *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 3/2011, Helsinki, s. 332–340.
- Kavonius, Ilja Kristian (2006) The Implication of Employee Stock Options and Holding Gains for Disposable Income and Household Saving Rates in Finland. *Journal of Official Statistics* 22 (3), 585–597.
- Keynes, John Maynard (1936) *The General Theory on Employment, Interest and Money*. London: Macmillan.
- Laurila, Eino H. (1949) Maamme kansantulolaskelmat ja niiden kehittämismahdollisuudet, *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 3/1949, 181–203.
- Meade, James and Stone, Richard (1941) The Construction of Tables of National Income, Expenditure and Investment. *The Economic Journal* 51 (202/203), 216–233.
- The New York Times, *Ben Bernanke Says Fed Can't Get Caught Up in Inequality Debate*, 1 kesäkuuta 2015, <https://mobile.nytimes.com/2015/06/02/upshot/bernanke-says-fed-cant-get-caught-up-in-inequality-debate.html>.
- OEEC (1950) *A Simplified System of National Accounts*. Cambridge: Organization for European Economic Cooperation.
- Stiglitz, J. E., Sen, A. and Fitoussi, J-P. (2009) *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*. www.stiglitz-sen-fitoussi.fr.

U.S. Department of Labour (1966) The Consumer Price Index: History and Techniques. *Bulletin* No. 1517.

Valtioneuvoston kanslia (2011) *BKT ja kestävä hyvinvointi – Yksi luku ei riitä suomalaisen yhteiskunnan tilan kuvaamiseen*. Valtioneuvoston kanslia,

http://vnk.fi/documents/10616/622966/R1211_Bkt+ja+kest%C3%A4v%C3%A4+hyvinvointi.pdf/f7970e6f-208b-4d12-a297-712496e5895a?version=1.0

van de Ven, Peter (2017) Present and Future Challenges to the System of National Accounts: Linking Micro and Macro. *Review of Income and Wealth* 63 (s2), S266–S286.

Vienna Memorandum, *European Statistical System Committee*, 26–27 September 2016,

<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/7330775/7339365/DGINS+Memorandum+2016/4ebdf162-1b20-4d9e-a8c7-ae880eca9afd>

TARJA RÖMER-PAAKKANEN

YRITTÄJYYSOSAAMINEN MAHDOLLISUUTENA MUUTTUVASSA TALOUDESSA

Muuttuva talous ja muuttuva työelämä

Työn murroksesta puhutaan uhkakuvien kautta. Toisaalta työn murros tarkoittaa myös uudenlaisia mahdollisuuksia. Tulevaisuuden työn muodot poikkeavat merkittävästi nykyisistä. Enää ei työskennellä vuosikymmen ja sukupolvi toisensa jälkeen paikallisen tehtaan tai julkisen sektorin tarjoamissa työpaikoissa vaan yritykset ja organisaatiot ovat väliaikaisia ja muuttuvia eikä jakoa työnantajaksi, työntekijäksi tai yrittäjäksi enää välttämättä tehdä.

Nykyään voisimme uran sijasta puhua yksilön elämäntyöstä (life's work) ja sitoutumisesta siihen. Urasta on tullut pikemminkin joustava ja monimuotoinen, jatkuvalla oppimiselle rakentuva ammatillinen kehittämisprosessi (protean career), joka on vastakohta traditionaaliselle vertikaaliselle urakehitysmallille. Uusi uranäkemyks korostaa horisontaalista kasvua, jolle on tyypillistä osaamisen jatkuva laajeneminen ja monipuolistuminen sekä työhön liittyvä kanssakäyminen muiden ihmisten kanssa. Yksilön syventynyt identiteetti ei enää sisällä pelkästään urasaavutuksia vaan myös "saavutuksia" puolisona, vanhempana ja yhteisön jäsenenä. Identiteetin kehittyminen edellyttää myös, että yksilö reflektoi omaa elämäänsä ja tehtäviään. Yksilö itse vie omaa uraansa eteenpäin, ei organisaatio. Monimuotoinen ura laajentaa myös käsitystä urakaaren aikajanasta. Perinteisen urakäsityksen sijasta monimuotoinen ura sisältää myös henkilökohtaisen elämän nousuja ja laskuja. (Hall ja Mirvis 1996, 15–45; Ruohotie 2002, 205; Wrobel ym. 2003; Takanen-Körperich 2008, 90.)

Työntekijän näkökulmasta tulevaisuuden työ on pirstaleista keikkatyötä, jota tehdään projektimaisesti ja usein samaan aikaan useaan eri projektiin tai paikkaan. Tämä tuottaa uudenlaista yrittäjyyttä, uudenlaisia yhteisöllisiä toimintamalleja ja erilaisia työn tarpeen ja tarjonnan kohtaamiseen tarkoitettuja digitaalisia alustoja. Digitalisaation pelätään hävittävän työpaikkoja, kun rutiinityö ja tavaroiden tuottaminen ulkoistetaan koneille. Ihmiset voivat kuitenkin myös hyödyntää tekoälyä ja koneita ongelmanratkaisuvälineinä. (Demos Helsinki ja Demos Effect 2017, 50; Dufva ym. 2017, 9; Valtioneuvosto 2017; Kiiski Kataja 2016, 11; Jokinen, Ollila ja Vuorisalo 2015, 63; Mattila 2015, 9; Eurofund 2015; Kauhanen 2014, 11.) Toiminen (2017, 14) viittaa useisiin tekoälyasiantuntijoihin, joiden mukaan työ muuttuu, mutta ihmistyö ei kuitenkaan kokonaan katoa. Uudenlainen

tekniikka ja sovellukset on kuitenkin keksittävä, kehitettävä, valmistettava, markkinoitava, myytävä, käytettävä, ylläpidettävä ja lopulta myös kierrätettävä (Valtioneuvosto 2017, 37). Ajatushautomo Demos Helsinki ja Demos Effect (2017, 50) kiteyttävät muutoksen seuraavasti:

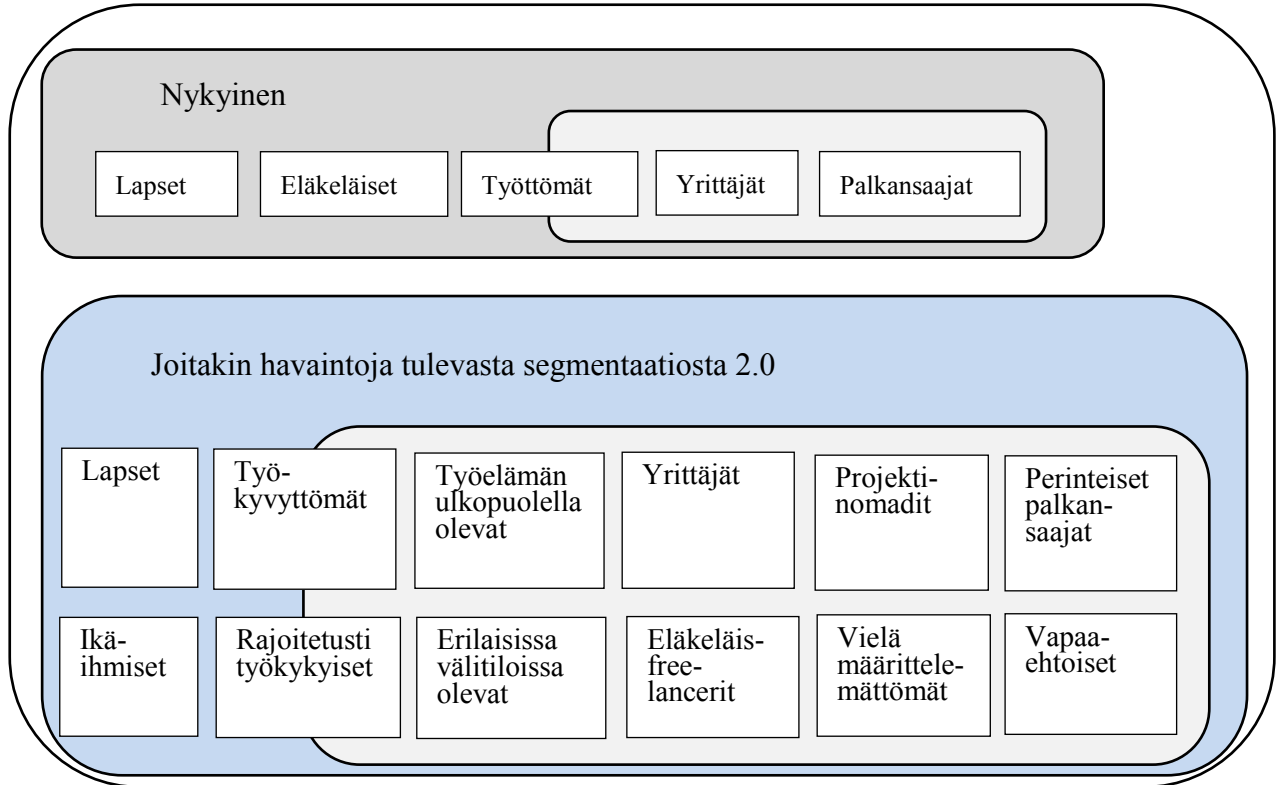
Aiemmin ihmiset työskentelivät erillisissä siloissa, mammuttimaisissa organisaatioissa, jotka hoitivat kaikki arvoketjun tehtävät itse. Nyt on siirrytty pienten yritysten ja yksittäisten ihmisten muodostamiin, jatkuvasti muuttuviin ja globaalisti hyperkytkeytyneihin verkostoihin. Nämä pienet organisaatiot, mutta myös yksilöt kilpailevat työstä verkostossa. Yhteistyö on verkostoissa välttämätöntä, kun kukin verkoston toimija tuottaa osansa työn lopputulokseen.

Dufvan ym. (2017, 9) mukaan ympäristö-, talous- ja politiikan kriisit liittyvät laajempaan muutokseen kohti entistä keskinäisriippuvaisempaa maailmaa, jota kuvaa nopeat muutokset niin teknologisesti kuin geopoliittisesti, sekä keskustelun polarisoituminen ja luottamuksen rapautuminen. On kuitenkin muistettava, että muutokset sekä tuhoavat, muuttavat että luovat työtä. Oleellista onkin pyrkiä vahvistamaan suotuisia muutoksia ja varautumaan epäsuotuisampiin. Pinchot ja Pinchot (1996, 51) totesivat, että sekä nykyajan että tulevaisuuden haasteet edellyttävät älykkäitä, eläviä organisaatioita, joissa siirrytään rutiinitehtävistä innovatiivisuuteen ja välittämiseen, yksilötyöstä tiimityöskentelyyn, funktiopohjaisesta työskentelystä projekteihin, kapea-alaisuudesta monitaitoisuuteen, ylhäältä päin koordinoinnista kollegoiden väliseen koordinointiin ja esimiesten vallasta asiakkaiden valtaan.

Muuttuvan yhteiskunnan muuttuva työnjako

Kauhasen (2014, 5) mukaan yhteiskunnan ikääntyminen vaikuttaa työmarkkinoiden rakenteeseen monilla tavoilla: 1) työikäisen väestön osuuden pienentyessä paine työn tuottavuuden nostamiseen kasvaa, 2) terveys- ja hoivapalveluiden kysyntä kasvaa merkittävästi, mikä tarkoittaa huomattavaa kasvua näiden palveluiden työvoimaosuudessa, 3) työikäisen väestön koulutustaso nousee, kun vanhempien ikäluokkien poistuessa työmarkkinoilta nuoremmat ikäluokat ovat keskimäärin koulutetumpia, mikä puolestaan vaikuttaa tehtävärakenteiden muutokseen, koska erilaisten taitojen tarjonta taloudessa muuttuu ja 4) seuraavien työikään tulevien sukupolvien työhön ja vapaa-aikaan liittyvät arvot ja asenteet saattavat olla erilaisia kuin aiempien sukupolvien. Kovalaisen (2017) mukaan myös työyhteisöön kiinnittyminen voi rakentua perin juurin toisin kuin aiemmin: jos työ hoituu digitaalisesti ja mobiilisti, ja työtä tehdään usealle toimeksiantajalle, ei esimerkiksi työyhteisön perinteisillä siteillä ole enää samaa tehtävää työyhteisöä lujittamassa.

Koska työn murros kyseenalaistaa yhteiskuntamme perinteisen työtä, osaamista, toimeentuloa, ja työkykyä kuvaavan segmentaation, vaikuttaa se myös hyvinvointivaltion toimintaperiaatteisiin. Työn murroksen johtamiseksi olisikin keskeistä uudistaa myös työtä, toimeentuloa ja työkykyä kuvaava segmentaatiomalli ja tarkastella kriittisesti siihen liittyviä yhteiskunnallisia funktioita. Kuviossa 1 havainnollistetaan muutosta hyvinvointiyhteiskunnan ryhmäjaon kautta. (Valtioneuvosto 2017, 16).



Kuvio 1 Hyvinvointiyhteiskunnan työnjako työn murroksessa (Valtioneuvosto (2017, 16) mukailtu Työterveyslaitoksen pääjohtaja Antti Koivusen (2017) pitämästä esitelmästä).

Suomalaisen hyvinvointiyhteiskunnan toimintaperiaatteet sekä yksilöiden ja kotitalouksien toiminnan tukemiseen tarkoitetut tukirakenteet on suunniteltu kuviossa 1 esitetyn 'nykyisen' segmentaation pohjalta, vaikka itse asiassa työntekemisen mallit ja toimeentulon hankinta ovat jo monilta osin muuttuneet ja noudattavat segmentaatio 2.0 -mallia. Kovalaisen (2017) mukaan työn tekemisen tavoissa tapahtuvat murrokset vaativat muutoksia myös kansallisesti järjestetyssä sosiaaliturvassa, eläkelainsäädännössä sekä koulutuksessa. Jokinen, Ollila ja Vuorisalo (2015, 63) huomauttavat, että aktiivinen osallistuminen sosiaaliseen yhteisöön voi tulevaisuudessa olla yhtä merkittävää ja tarpeellista kuin palkkatyön tekeminen, vaikka sitä ei pystytä laskemaan, arvioimaan ja tilastoimaan samalla tavalla kuin työpaikoissa tapahtuvaa työtä. Tässä yhteydessä voidaankin puhua tuotannollisesta

kansalaisuudesta. Tyypillisiä esimerkkejä tällaisesta työstä ovat muista ihmisistä huolehtiminen, vapaaehtoistyö ja omaehtoinen kouluttautuminen.

Uudenlaiset työnteon ja yrittäjyyden tavat edellyttävät työntekijöiltä erityisosaamista usealta eri alalta, erilaisten osaamiskokonaisuuksien hallintaa sekä jatkuvaa kouluttautumista. Lisäksi tarvitaan oman talouden hallintaa. Jatkossa on osattava varautua taloudellisesti siihen, että toimeentulo tulee useista lähteistä, kun työ koostuu erilaisista tehtävistä, toimeksiannoista ja projekteista, joiden välissä saattaa olla myös aikoja, jolloin tuloja ei kerry ollenkaan. Kun palkkatyö ja muunlainen työ rinnastuvat toisiinsa, tulisi kaikilla olla samat oikeudelliset edut ja sosiaaliturva riippumatta siitä millaiseen työhön ihminen on kytkeytynyt (Jokinen, Ollila ja Vuorisalo 2015, 63).

Muutos ei ole yksiselitteistä muutosta nykyisestä johonkin toiseen vaan nykyisestä moniin toisenlaisiin tapoihin toimia: työn sisältö muuttuu tuottamisesta tietointensiivisyyteen ja merkityksellisyyteen, organisaatiot muuttuvat pysyvistä hierarkkisista organisaatioista väliaikaisiin ja itseorganisoituviin yhteisöihin, kansantalous muuttuu kilpailukyvästä kestävyteen ja yhteiskuntasuhde muuttuu syrjäytymisen torjunnasta monimuotoiseen yhteiskunnalliseen osallistumiseen, osaaminen muuttuu erillisestä investoinnista jatkuvaan oppimiseen ja toimeentulo muuttuu yhdestä palkkatulosta monista lähteistä kerättävään toimeentuloon. (Dufva 2017, 13.)

Usein ajatellaan, että työelämän murroksen myötä työelämä muuttuu huonompaan suuntaan ja prekaari eli epävarma työ yleistyy. Esimerkiksi Pyykönen (2014, 38) esittää, että työsuhteiden lyhentäminen, epävarmistuminen, palkattoman työn lisääntyminen tai työn tekeminen normaalipalkkaa pienemmällä korvauksella sekä työttömyys muuttuvat osaksi työuraa. Alasoinin (2010, 55–57) mukaan työoloja kartoittaneet tutkimukset eivät kuitenkaan tue väitettä työelämän yleisestä huonontumisesta.

Pyöriä ja Ojala (2016) mittasivat tutkimuksessaan palkkatyötä tekevän prekariaatin laajuutta viidellä mittarilla: ylikoulutus suhteessa työn sisältöön, aiempi työttömyys, epätyypillinen työsuhde, työn jatkumiseen kohdistuva uhka sekä huonot työllistymismahdollisuudet. Heidän tuloksensa osoitti, että työn prekarisoituminen on totta erityisesti noin joka kymmenennellä palkansaajalla, joille kasautuu yhtäaikaisesti useita epävarmuustekijöitä. Tulokset eivät kuitenkaan tue käsitystä suomalaisen työelämän epävarmuuden trendinomaisesta kasvusta tai kaikenkattavuudesta vaan valtaosalla palkansaajista työolot ja työn laatu ovat olleet kohdallaan, ainakin viimeisen kolmenkymmenen vuoden aikana. Vaikka suomalaisessa työelämässä on prekaareja piirteitä, niitä on kuitenkin vähemmän kuin muualla EU-27 -alueella.

Itsensä työllistäminen ja yrittäjyys voisivat tarjota mahdollisuuden monipuolistaa ja täydentää työuraa, mutta koska yrittäjyyttä on perinteisesti pidetty palkkatyötä turvattomampana, korkeakoulu- ja yliopistotasolla opinnot tähtäävät vieläkin opiskelijoiden työllistymiseen pikemminkin

julkisen sektorin tai suuryritysten palvelukseen kuin työskentelyyn pk-sektorilla tai itsenäiseen yrittäjyyteen. Nuoret tietävät, että yrittäjyys on yksi työllistymisen vaihtoehto, ja he ovat oppineet, että yrittäjyys on myös yhteiskunnan toiminnan kannalta tärkeää. He eivät kuitenkaan ajattele, että yrittäjyys koskisi heitä henkilökohtaisesti. Keskeisinä korkeakoulutettujen yrittäjyyden esteinä voidaan pitää suomalaista kulttuuria, jossa yrittäjyyttä ei arvosteta ja epäonnistuminen nähdään pelottavana. Yrittäjyyteen liitetään sekä taloudellinen riski että valtava työmäärä ja vähäinen vapaa-aika. Vaikka suomalaisilla nuorilla alkaa yleisesti olla positiivinen asenne yrittäjyyttä kohtaan, asenne ei edelleenkään välttämättä muutu toiminnaksi. Gibbin (2005) mukaan: ”Yrittäjyys voidaan määritellä sellaiseksi käyttäytymistapojen, piirteiden ja taitojen yhdistelmäksi, joka antaa yksilöille ja ryhmille mahdollisuuden luoda muutosta ja innovaatioita sekä kykyä selviytyä – ja jopa suuresti nauttia – kaikkien elämänalueittensa epävarmuudesta ja kompleksisuudesta.”

Yrittäjyyskasvatuksen avulla voidaan kehittää nuorten riskinoton ja epävarmuuden sietämisen kykyä ja halua, mikä auttaa sopeutumaan myös uudenlaisiin työnteon muotoihin ja muuttuville työmarkkinoille. Yrittäjäksi ryhtyminen on yksilön henkilökohtainen päätös eikä nuorta, tai ketään vanhempakaan, voi motivoida yrittäjyyteen pelkästään yhteiskunnallisten tai työllisyysnäkökohtien perusteella. Yrittäjäksi ryhtymisen pitää yksilön näkökulmasta liittyä johonkin häntä innostavaan ja mielenkiintoiseen tekemiseen, sen pitää tuottaa mielekästä ja menestyvää liiketoimintaa sekä tuottaa ainakin kohtuullinen toimeentulo (vrt. Shapero 1984, 25).

Sekä yrittäjyyden riskejä kohtaan tunnettu pelko että toisaalta mediassa näkyvä startup-hypetys vaikuttavat nuorten asenteisiin erilaisia yrittäjyyden muotoja kohtaan. Kysyttäessä aloittavien korkeakouluopiskelijoiden ajatuksia yrittäjyydestä osa opiskelijoista kertoo, että he eivät koskaan halua ryhtyä yrittäjäksi, toiset puolestaan haaveilevat löytävänsä loistavan yritysidean ja aloittavansa yritystoiminnan, jonka he myyvät myöhemmin miljoonilla euroilla. Yritystoiminnasta luopumisen jälkeen he voisivat keskittyä harrastuksiinsa tai johonkin muuhun kiinnostavampaan kuin työnteokseen tai yrittäjyyteen. (Römer-Paakkanen ja Suonpää 2017, 313.)

Kansainvälisesti on osoitettu, että yrittäjyys vahvistaa yhteiskuntien taloudellista kasvua ja kehittymistä: Se on uusien toimialojen kasvualusta, joka uudistaa teollisuutta, luo työpaikkoja ja edistää sosiaalisen hyvinvoinnin leviämistä (Jack ja Anderson 1999, 114). Suomalaisessa yhteiskunnassa yrittäjyyttä ei ole pidetty erityisen tärkeänä ja yrittäjyys on ikään kuin uinunut suurten yritysten ja julkisen sektorin varjossa. 1970-luku oli fordistinen suurten organisaatioiden kasvun ja palkkatyöläistymisen kausi. Kehitysmalli muuttui 1980-luvulla, ja yrittäjyyden määrä alkoi selvästi kasvaa kaikilla sektoreilla. 1990-luvun laman aikana yrittäjyys nostettiin jo tärkeäksi tekijäksi sekä Suomessa että muualla teollisuusmaissa (Aho ja Koski 1995, 56–59; Kyrö 1998, 9.) Historiallisesti tarve yrittäjyyteen ja yrittäjyyskasvatukseen nousee aina, kun kohtaamme yhtä lailla yhteiskunnan

päättäjiä, organisaatioita ja yksittäisiä jäseniä koskettavien toimintaympäristön muutoksia ja murroksia – kun siirrytään ennustettavuudesta epävarmuuteen ja kompleksisuuteen (Kyrö, Lehtonen ja Ristimäki 2007, 24). Nykyisin Suomessakin tunnustetaan yleisesti, että kilpailukykyisessä taloudessa on oltava riittävä määrä innovatiivisia ja hyvässä kunnossa olevia yrityksiä sekä uusia kasvavia yrityksiä korvaamassa taantuvien alojen aiheuttamia tuotanto- ja työpaikkamenetyksiä.

Julkisessa keskustelussa ja mediassa yrittäjyydestä esitetään polarisoitunut kuva: toisessa päässä korostetaan yrittäjien uhrautumista työlleen ja yrittämiseen liittyvää jatkuvaa konkurssiuhkaa, toisessa päässä puolestaan 'hypetetään' nopeasti kasvavaa startup-yrittäjyyttä ja helppoa rikastumista. Hyrkäksen (2016, 19) mukaan sankarillisia startup-tarinoita kerrotaan usein jo ennen kuin yritys on saanut yhtään ulkopuolista rahoitusta tai onnistunut myymään mitään. Startup-tarinoissa spekulatiivinen, korkean riskin yrittäjyys esitetään suosittuna ja tavoiteltavana, vaikka todellisuudessa uuden teknologian startup-yritysten onnistuminen ja menestyminen on todella harvinaista. Tällainen startup-yrittäjyyden hypettäminen saattaa innostaa joitakin nuoria ryhtymään yrittäjiksi aivan epärealistisin toivein ja tavoittein. Joitakin toisia hypetys puolestaan estää tarttumasta todellisiin mahdollisuuksiin, koska he kuvittelevat, että yrityksen pitää heti alusta asti kasvaa vauhdilla ja tuottaa miljoonia euroja voittoa vuosittain.

Euroopan komission (2006, 10) omaksuman laajan yrittäjyyskäsityksen mukaan yrittäjyys ilmenee yksilön kyknä muuttaa ideat toiminnaksi, jossa on mukana luovuutta, innovaatioita, riskinottoa sekä kykyä suunnitella ja johtaa tavoitteellisia projekteja. Tällainen ajattelutapa tukee jokaisen kansalaisen toimintaa arkipäivässä niin kotona kuin koko yhteiskunnassa. Yrittäjyyden ja yrittäjämäisen toimintatavan omaksuminen:

- a) saa perheenjäsenet miettimään erilaisia toimintamalleja ja selviytymiskeinoja kotitaloudessaan,
- b) työntekijät tiedostamaan paremmin työnsä sisällön ja merkityksen, mikä auttaa heitä arvioimaan ja tunnistamaan erilaisia mahdollisuuksia, ja
- c) elämän eri alueiden tarjoamien mahdollisuuksien tunnistaminen puolestaan luo yrittäjille otolliset olosuhteet kehittää kaupallisia ja sosiaalisia toimintoja.

Tulevaisuuden osaamistarpeet ja yrittäjyys

Osaamistarpeista puhuttaessa käytetään usein termejä kompetenssit (competencies) ja taidot (skills). Ananiadoun ja Claron (2009) esittämän määritelmän mukaan kompetenssi sisältää tietojen ja taitojen lisäksi myös kyvyn kohdata, panna liikkeelle ja hyödyntää kompleksisia psykologisia resursseja (joihin sisältyy taitoja ja asenteita) tietyssä kontekstissa.

Esimerkiksi kyky kommunikoida tehokkaasti on kompetenssi, joka voi perustua yksilön kielitaitoon ja käytännön IT-taitoihin sekä hänen asenteisiinsa niitä kohtaan, joiden kanssa hän kommunikoi (Rychen ja Salganik 2003). Cedefop (2008) erottelee kompetenssit ja taidot seuraavasti: taidot tarkoittavat kykyä suorittaa tavoitteita ja ratkaista ongelmia ja kompetenssit puolestaan tarkoittavat kykyä soveltaa oppimistaan täsmällisesti määritellyssä kontekstissa (koulutuksessa, työssä henkilökohtaisessa tai ammatillisessa kehityksessä). Kompetenssit eivät rajoitu pelkästään kognitiivisiin elementteihin (sis. teorian, käsitteiden ja hiljaisen tiedon käytön) vaan ne saattavat sisältää lisäksi sekä funktionaalisia elementtejä (sis. tekniset taidot) että henkilöiden välisiin suhteisiin liittyviä piirteitä (esim. sosiaalisia tai organisationaalisia taitoja) ja eettisiä arvoja. Kompetenssit ovat siis laajempia käsitteitä kuin taidot.

Taulukko 1. *Ratkaisevat elinikäisen oppimisen taidot (World Economic Forum 2015, 3).*

2000-luvulla tarvittavat taidot

Peruslukutaidot	Kompetenssit	Henkilön ominaisuudet
- Kuinka opiskelijat soveltavat perustaitoja arkipäivän tavoitteissaan	- Kuinka opiskelijat suhtautuvat monimutkaisiin haasteisiin	- Kuinka opiskelijat suhtautuvat muuttuvaan ympäristöönsä
1. Luku- ja kirjoitustaito	7. Kriittinen ajattelu ja ongelmanratkaisu taidot	11. Uteliaisuus
2. Numerolukutaito	8. Luovuus	12. Aloitekyky
3. Tieteellinen lukutaito	9. Kommunikointitaidot	13. Kestävyys/sitkeys
4. Tieto- ja viestintätekniikan lukutaito	10. Yhteistyötaidot	14. Sopeutumiskyky
5. Taloudellinen lukutaito		15. Johtamistaito
6. Kulttuurinen ja kansalaislukutaito		16. Sosiaalinen ja kulttuurinen tietoisuus

Elinikäinen oppiminen

Taulukossa 1 esitellään World Economic Forumin (2015, 3)¹ määrittelemät 16 keskeistä kaikkia koskettavaa elinikäiseen oppimiseen liittyvää osaamisaluetta: kuusi peruslukutaitoa (yleinen lukutaito, numerolukutaito, tieteellinen lukutaito, tietotekniikan lukutaito, taloudellinen lukutaito ja kulttuurinen ja kansalaislukutaito) sekä kymmenen taitoa, jotka on nimetty

¹ World Economic Forum, WEF (Maailman talousfoorumi) on vuonna 1971 taloustieteilijä Klaus Schwabin perustama Genevessä Sveitsissä sijaitseva, voittoa tavoittelematon, itsenäinen ja riippumaton säätiö. Se järjestää vuosittain Davosissa tapaamisen, joka kokoaa yhteen maailman liike-elämän tärkeimmät johtajat, merkittävät poliitikot sekä valitut älyköt ja toimittajat. <https://www.weforum.org/about/world-economic-forum>

joko taidoiksi (kriittinen ajattelu ja ongelmanratkaisutaidot, luovuus, kommunikointitaidot, yhteistyötaidot) tai ominaisuuksiksi (uteliaisuus, aloitekyky, kestävyys/sitkeys, sopeutumiskyky, johtamistaito, sosiaalinen ja kulttuurinen tietoisuus). Nämä osaamisalueet ja taidot ovat tärkeitä, vaikka niitä ei olekaan vielä määritelty yksiselitteisesti.

Edellä mainitut taidot ovat yleismaailmallisia kaikkia koskevia taitoja. Ennakointiin keskittynyt ajatushautomo Institute for the Future (IFTF) on puolestaan ennakoanut tutkimuksessaan vuoteen 2020 mennessä kehittyviä keskeisiä työtaitoja: merkityksellistäminen, sosiaalinen älykkyys, luova, uudistava ja sopeutuva ajattelu, kulttuurienvälisyys, laskennallinen ajattelu ja tiedonkäsittelykyvyt, uusmedialukutaito, alojenvälisyys, design-ajattelu, informaatio- ja virtuaalisen yhteistyön taidot (Heinonen, Ruotsalainen ja Kurki 2012, 73).

Tulevaisuuden epävarmassa ja monimutkaisessa maailmassa yksilöiltä edellytetään myös yrittäjämäistä asennetta ja toimintatapaa. Kaikkeen työhön on tulossa yhä enemmän mukaan yrittäjyyden luonnetta eli työyrittäjistyys (Heinonen ja Ruotsalainen 2012). Yrittäjämäisen toimintatavan vaatimus, jatkuva muutos ja uusien asioiden oppiminen edellyttävät elinikäistä oppimista ja aktiivisuutta työmarkkinoilla pysymisen turvaamiseksi. Pyykönen (2014) kritisoi sitä, että niin työelämässä kuin sen ulkopuolellakin on osattava markkinoida ja brändätä itseään, jotta menestyisi tai jottei joutuisi työmarkkinoiden ja -elämän hylkäämäksi, kun olosuhteet muuttuvat. Työelämälle on tyypillistä jatkuva ”poikkeustila” ja ”levottomuus”, jossa pärjäävät parhaiten luovat, kilpailu- ja muutoskykyiset sekä työelämän ehtojen mukaisesti itserefleksiiviset yksilöt.

Yrittäjyys eli yrittäjämäinen toiminta tarkoittaa aktiivisuutta, jalat maassa -ajattelua ja luovaa tapaa käyttää ja yhdistellä erilaisia resursseja (taulukko 2). Yrittäjämäistä käyttäytymistä, ominaisuuksia ja taitoja voidaan harjoitella, oppia ja kehittää. (Gibb 2005, 46–53).

Taulukko 2. *Yrittäjämäinen käyttäytyminen, yrittäjämäiset ominaisuudet ja yrittäjätaidot Gibb (2005, 46–53).*

Yrittäjämäinen käyttäytyminen (behaviours)	Yrittäjämäiset ominaisuudet (attributes)	Yrittäjätaidot (skills)
Mahdollisuuksien etsiminen ja niihin tarttuminen	Tavoitteellisuus ja kunnianhimo	Kyky luovaan ongelmanratkaisuun
Tehdä aloitteita ja saada aikaan asioita	Itseluottamus ja usko itseensä	Taito vakuuttaa toiset
Ratkaista ongelmia luovasti	Määrätietoisuus	Neuvottelutaidot
Johtaa itsenäisesti	Oman elämän hallinta	Ehdottaminen ja aloitteen tekeminen
Ottaa vastuu/omistajuus tekemisestä	Halu toimintaan ja tekemiseen	Kokonaisvaltainen bisneksen/projektin/tilanteen hallinta
Viedä asiat loppuun saakka	Tekemällä oppiminen	Strateginen ajattelu
Hallita toisistaan riippuvia prosesseja verkostoitumalla	Kova tekemään töitä	Intuitiivinen päätöksenteko epävarmoissa olosuhteissa
Asioiden luova yhdistäminen	Päätäväisyys	Verkostoitumistaidot
Ottaa arvioituja ja hallittuja riskejä	Luovuus	

Työmarkkinoilla tarvittavan osaamisen sekä kotitalouksissa tehtävien suunnitelmien ja päätösten tueksi tarvitaan yhä useammin myös tulevaisuusajattelua ja ennakoinnin taitoa. Heinosen, Ruotsalaisen ja Kurjen (2012, 18) mukaan tulevaisuusajattelulla tarkoitetaan ihmismielen sisäsyntyistä ominaisuutta ymmärtää tulevaisuuden olemassaolo erillisenä nykyhetkestä, kuitenkin menneisyyden ja nykyisyyden todentumien pohjalta rakentuvana osana ajan dynaamista jatkumoa. Tulevaisuusajatteluun kuuluu myös kyky tehdä suunnitelmia tulevaisuuden varalle. Yritysten keskeinen kyky nyt ja tulevaisuudessa on resilienssi eli kyky olla muutoksessa ilman, että joudutaan reaktiiviseen tilaan, ilman että muutos tulee aina jotenkin yllätyksenä (Välikangas ja Romme 2013).

Tulevaisuusorientaatioksi eli tulevaisuus-suuntautuneisuudeksi voidaan kutsua aktiivisempaa ja tietoisempaa tulevaisuuden haltuunottoa, eräänlaista tulevaisuusasennetta. Tulevaisuustietoisuuteen kuuluu systemaattisen tulevaisuusajattelun ja kokonaisvaltaisen tulevaisuusorientaation lisäksi eettinen ulottuvuus. (Heinonen, Ruotsalainen ja Kurki, 2012, 18.) Heinosen mukaan (2010) substanssiosaamisen rinnalle tarvitaan seuraavia

tulevaisuuden osaamistarpeita: vuorovaikutusosaaminen, yhteistyöosaaminen, teknologiaosaaminen, ympäristöosaaminen, systeemiosaaminen ja merkitysosaaminen ja aikaosaaminen. Aikaosaamisen elementit ovat proaktiivinen tulevaisuusajattelu ja ennakointiosaaminen.

Jatkuvasti ja nopeasti muuttuvassa maailmassa on systemaattisesti luodettava tulevaisuuden kehityssuuntia. Ennakoinnin tavoitteena on saada käsitys siitä, mihin voimme ja haluamme vaikuttaa. Ennakoinnin avulla pyritään selvittämään, minkälaisia mahdollisuuksia tulevaisuudessa siintää (mahdollisten tulevaisuuksien tutkiminen), mitkä tekijät todennäköisesti kaikkein eniten vaikuttavat tulevaisuuteen (todennäköisten tulevaisuuksien tutkiminen) ja minkä tyyppisiä vaihtoehtoisia kuvia meillä on tulevaisuudesta (tulevaisuuskuvien tutkiminen). Organisaatioiden strategia- ja visiointityössä on tärkeää selvittää mahdollisten ja todennäköisten tulevaisuuskuvien lisäksi myös toivottuja tulevaisuuskuvia, joiden toteuttamista voidaan rakentaa pro-aktiivisesti. Tavoitteena on luoda paras mahdollinen tulevaisuus, johon voidaan vaikuttaa nykyhetken valinnoilla ja päätöksillä (tulevaisuuden tekeminen). Ennakoinnilla ei pyritä ainoastaan selvittämään, mitä tulevaisuudessa tapahtuu ja miten nämä tapahtumat tulevat muuttamaan toimintaympäristöä, vaan ennakoinnilla pyritään lisäksi varautumaan muutoksiin.

Ennakointiosaamisen avulla voidaan luoda ja ylläpitää laadukas, johdonmukainen ja toimiva tulevaisuuden kuva, jota organisaatio voi hyödyntää omassa strategisessa suunnittelutyössään. (Slaughter 2002; Aaltonen ja Wilenius 2002; Heinonen, Ruotsalainen ja Kurki, 2012, 70.) Tulevaisuusajattelun kehittämisessä oleellista on kehittää kykyä varautua erilaisiin kehityskulkuihin ja nähdä toisistaan poikkeavia mahdollisia tulevaisuuskuvia (Jokinen, Ollila ja Vuorisalo 2015).

Se, miten passiivisesti tai aktiivisesti pyrimme vaikuttamaan tulevaisuuteemme tai rakentamaan tulevaisuuttamme, riippuu siitä, miten ylipäänsä suhtaudumme tulevaisuuteen. Taulukossa 3 esitellään erilaisia tulevaisuuteen suhtautumisen asenteita ja niitä vastaavia skenaarioita, toimintatapoja ja oppimistapoja.

Muuttuva talous ja työn murros vaikuttavat myös yrittäjyyden ja sen ilmenemismuotojen muutokseen. Heinonen ja Ruotsalainen (2012, 133) puhuvat moni-osaaja uusyrittäjästä, jolle on tärkeää itsensä toteuttaminen, yksilölliset valinnat sekä mahdollisuus yhteiskehittämiseen ja kollektiiviseen luovuuteen. Aalto, Ahokas ja Kuosa (2008, 20) ovat esittäneet Koulutus ja oppiminen -tulevaisuusbarometrin perusteella, että tulevaisuudessa työtä tehdään joustavasti, sosiaalisissa verkostoissa. Työura muodostuu erilaisista kombinaatioista palkkatyötä, yrittäjyyttä ja kolmannen sektorin työtä ja työskentely tapahtuu erilaisissa freelancer-verkostoissa.

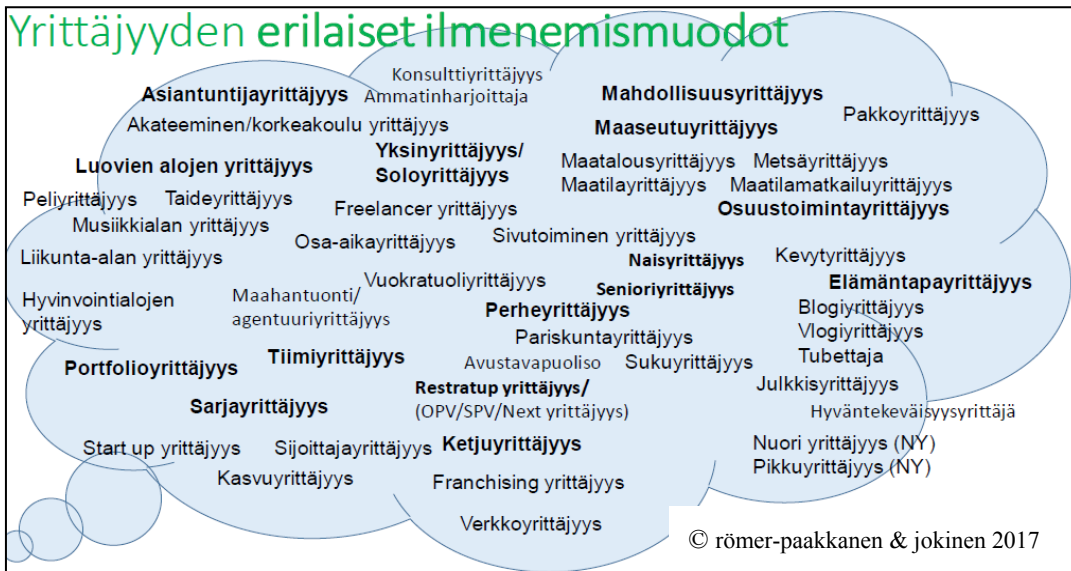
Taulukko 3. Tulevaisuusasetteet ja niitä vastaavat skenaariot, strategiat ja toimintatavat (mukaillen Godet 2001, 7, 66; Kuusi 1993, 133; Grow 1996).

Asenne tulevaisuutta kohtaan (Godet 2001,7 ja 66)	Asenne tulevaisuutta kohtaan (Kuusi 1993, 133)	Oppiminen ja itseohjautuvuus (Grow 1996)
<p>Passiivinen 'strutsi': Menee tuulen mukana (hyväksyy muutoksen)</p>	<p>Sivulta seuraaja: Kehitystä tarkkaillaan pyrkien pitämään omat toiveet erossa arvioista. Samalla arvioidaan, mihin kehitys on todennäköisimmin johtamassa.</p>	<p>Riippuvainen oppija: Ohjausmateriaalit, luennot, harjoitukset Odottaa välitöntä korjaamista/palautetta Opettaja on auktoriteetti ja asiantuntija</p>
<p>Reagoiva tulipalojen sammuttaja: Odottaa hälytystä ja reagoi vasta sitten (mukautuu muutokseen)</p>	<p>Uhkiin varautuva: Luonnostelee tulevaisuutta, missä Murphyn lain mukaisesti kaikki, mikä voi mennä pieleen, myös menee pieleen. Tämä tulevaisuuteen varautuva voi kääntää uhat mahdollisuuksiksi.</p>	<p>Kiinnostunut oppija: Keskustelee luennoilla Soveltaa perustietoa oivaltavalla tavalla Ohjaaja motivoi ja inspiroi</p>
<p>Pre-aktiivinen varmistaja: Valmistautuu ennakoitavissa oleviin muutoksiin (ehkäisijä)</p>	<p>Tulevaisuuden tekijä: Hahmotellaan kehityskulkuja, joiden puolesta ollaan halukkaita tekemään työtä. Tällainen tulevaisuus on sekä mahdollisuuksien rajoissa että toivottava. Tehty työ ei tekijäarvion mukaan mene hukkaan.</p>	<p>Osallistuva oppija: Soveltaa materiaaleja ”Ohjattu” keskustelu Tiimit työskentelevät läheisessä yhteistyössä ohjaajan kanssa todellisten ongelmien parissa. Ohjaajan on fasilitaattori/ mahdollistaja</p>
<p>Pro-aktiivinen aikaan saaja: Hakee toivottavaa muutosta (innovatiivinen) Ennakoiva toimija: Sekoittaa reaktiivista, pre-aktiivista ja pro-aktiivista asennetta</p>	<p>Mahdollisuuksiin tarttuva: Koetaan, että tekninen ja muu kehitys tarjoaa mahdollisuuksia, joihin uskaliaasti tarttumalla hahmoteltu tulevaisuus voi toteutua. On kuitenkin olemassa riski, ettei luonnosteltu tulevaisuus toteudu.</p>	<p>Itseohjautuva oppija: Itsenäiset projektit Opiskelijajohtoiset keskustelut Keksivä oppiminen Ohjaaja asiantuntija, konsultti ja valvojana (delegoija)</p>

Vaikka yrittäjyys on monimuotoista ja tarjolla on hyvinkin erilaisia vaihtoehtoisia tapoja ryhtyä yrittäjäksi tai työllistää itsensä, yrittäjyyskasvatus keskittyy usein edelleen uusien yritysten perustamiseen ja liiketoimintasuunnitelmien tekemiseen. Yrittäjyyskasvatuksen avulla pitäisi kuitenkin esitellä erilaisia vaihtoehtoja ja tarjota tukea opiskelijoiden yksilöllisiin valintoihin: Yksi haluaa jatkaa perheensä yritystä, toinen on kiinnostunut

ostamaan ja kehittämään jotain muuta jo olemassa olevaa yritystä, joku kolmas haluaa toimia tunnetun brändin ja testatun konseptin kautta franchising-yrittäjänä. Jotkut saattavat haaveilla omaan harrastukseen perustuvasta elämäntapayrittäjyydestä, joka tuottaa vain minimitoimeentulon.

Kuvio 2 esittelee tämän päivän yrittäjyyden erilaisia ilmenemismuotoja, jotka on löydetty roundtable-keskusteluissa muutaman vuoden aikana yhdessä ammattikorkeakouluopiskelijoiden kanssa. Opiskelijaryhmien kanssa on ikään kuin 'keksitty pyörä uudestaan' ja vuosittain kuvassa olevaan pilveen on ilmestynyt ainakin yksi uusi yrittäjyyden ilmenemismuoto. Tämä 'kokoelma' kertoo, että yrittäjyys on muuttumassa varsin yksilölliseen, monimuotoiseen ja muuttuvaan suuntaan. Bloggaajat ja tubettajat ovat muotoutuneet harrastuksesta yrittäjyydeksi aivan viime vuosien aikana.



Kuvio 2 Yrittäjyyden erilaiset ilmenemismuodot (ks. Römer-Paakkanen ja Suonpää 2017a ja 2017b)

Monilla kuviossa 2 mainituilla yrittäjyyden muodoilla ei ole olemassa varsinaista määritelmää, mutta niitä käytetään yleisesti ja opiskelijat muodostavat oman käsityksensä niistä lähinnä perustuen siihen, mitä he lukevat niistä mediassa ja varsinkin sosiaalisessa mediassa.

Yrittäjyyteen kasvaminen kodin ja muun ympäristön yhteisvaikutuksessa

Yrittäjyyteen kasvaminen voi alkaa jo varhaislapsuudessa perheen ja kotiympäristön lisäksi myös muilla elämänalueilla saaduista vaikutteista ja malleista. Henkilökohtaisten ominaisuuksien ja osaamisten lisäksi erilaiset virikkeet ja lähiympäristön osoittama kannustus ja mielenkiinto, roolimallit,

kotona opittavat taidot ja 'hiljainen tieto' vaikuttavat siihen, miten lapset ja nuoret suhtautuvat työn tekemiseen, yrittäjyyteen ja erilaisiin uravaihtoehtoihin.

Aikuisen rooliin ja identiteettiin kasvamiseen liittyy Havighurstin (1948/1972) esittämän klassisen jaottelun mukaan kehitystehtävät, joiden aikana nuori: 1) kehittää uuden ja kypsemmän suhteen saman ikäisiin tyttöihin ja poikiin, 2) saavuttaa sosiaalisen roolin, 3) hyväksyy fyysinen olemuksensa ja pyrkii käyttämään omaa kehoaan tehokkaasti, 4) tulee emotionaalisesti itsenäiseksi vanhemmista ja muista aikuisista, 5) valmistautuu avioliittoon (parisuhteeseen) ja perhe-elämään, 6) omaksuu ideologia-, arvo- ja eettisen systeemin, joka ohjaa käyttäytymistä, 7) haluaa ja saavuttaa sosiaalisesti vastuullisen käyttäytymisen ja 8) valmistautuu taloudelliseen itsenäisyyteen ja uraan.

Yrittäjyyskasvatuksessa sovelletaan oppimisen kolmea perustapaa (Colardy ja Bjørnåvold 2004, 71 ja Euroopan komissio, 2000), joiden mukaan:

- 1) oppiminen tapahtuu organisoidussa ja strukturoidussa kontekstissa (formaali oppiminen), jolloin oppiminen on koulutus- tai valmennusjärjestelmän tarjoamaa ja tähtää tutkintoon,
- 2) oppiminen on sulautunut suunnitelmalliseen toimintaan, joka ei ole virallisen koulutus- tai valmennusjärjestelmän toteuttamaa (nonformaali oppiminen), mutta oppijan näkökulmasta sillä kuitenkin on selkeä rakenne ja tavoite,
- 3) oppiminen on normaalin arkipäivän toimintaa, jota tehdään työssä, vapaa-aikana tai kotona perheen parissa (informaali oppiminen), mutta oppimisella ei ole välttämättä tiettyä tavoitetta tai intentiota.

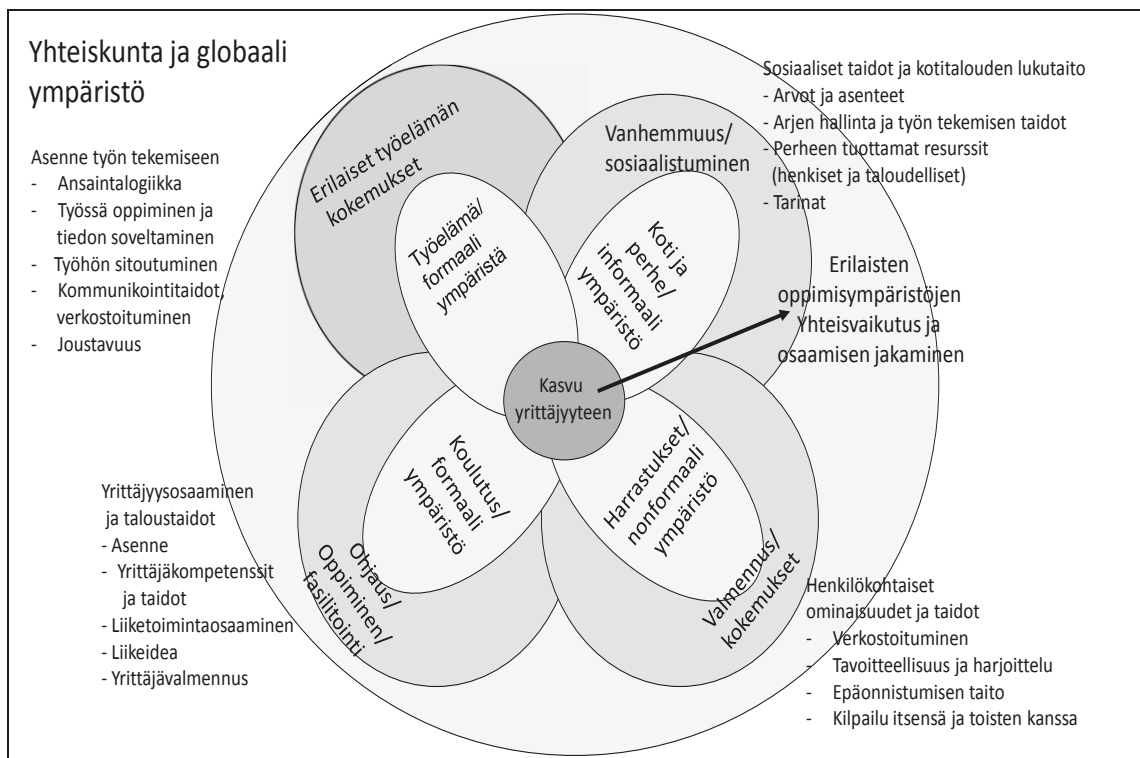
Yrittäjyyskasvatuksen laajan tulkinnan mukaan (OPM 2009) yrittäjyyskasvatuksessa on kyse elämänhallinnan, vuorovaikutuksen ja itsensä johtamisen taidoista sekä kyvystä innovaatioihin ja muutosten kohtaamiseen. Yrittäjäkasvatuksen tuloksena syntyy yritteliäisyyttä kaikilla yhteiskunnan tasoilla. (OPM 2009, 5.) Korkeakoulujen tehtävä yrittäjyyden edistämässä liittyy yrittäjämäisen asenteen vahvistamiseen, innovaatioaihioiden synnyttämiseen, korkeakoulutuksessa hankitun osaamisen ja innovaatioiden pohjalta nousevan yritystoiminnan tukemiseen sekä kasvuyrittäjyyden edistämiseen. (OPM 2009, 24.)

Kuvio 3 kuvaa oppimisympäristöjä, joissa nuoret oppivat aktiiviseen kansalaisuuteen ja yrittäjyyteen. Yrittäjyyteen kasvaminen tapahtuu sosiaalistumisen, kokemusten ja koulutuksen triangulaatioprosessissa. Tämä prosessi käynnistyy ja kehittyy erilaisissa ympäristöissä ja systeemeissä – perheessä (perhesysteemi), koulussa (koulutussysteemi) ja vapaa-ajan toiminnassa ja harrastuksissa (informaali ja nonformaali systeemi) sekä työympäristössä (nonformaali systeemi) – joissa hankittu kokemus ja osaaminen vaikuttavat myös yrittäjämäisen toimintatavan omaksumiseen.

Työpaikoilla tapahtuva oppiminen ja työpaikkojen merkitys oppimisympäristöinä onkin noussut tärkeäksi muiden oppimisympäristöjen rinnalle (Rintala ym. 2015, 10), ja työssä oppimista hyödynnetään myös formaalin oppimisen ympäristöissä.

Mentorointi, neuvonta, valmentaminen ja vanhemmuus toimivat yrittäjyyteen kasvamisen prosessissa katalysaattoreina. Neuvonta keskittyy yksilöön, tuottaen itseohjautuvaa toimintaa ja sen tavoitteena on tehostaa oppimiskykyä ja itsensä johtamista. Tunkkari-Eskelisen (2005, 20–21, 199) mukaan käsitteitä mentorointi ja vanhemmuus ei pitäisi käyttää toistensa synonyymeinä, vaikka onkin vaikea tehdä selkeää eroa käsitteiden mentorointi, valmentaminen tai vanhemmuus välillä. Mentorointi tarkoittaa kokeneemman ja kokemattomamman henkilön välistä kahdenkeskistä suhdetta.

Ihmiset liikkuvat ympäristöistä toiseen ja myös kuviossa 3 mainittujen ympäristöjen ja kontekstien (perhe, vapaa-ajan toiminta ja harrastukset, koulutus ja työelämä) kontaktipinnoilla ja niiden yhteistyöllä on vaikutusta oppimiseen. Nonformaalin ja informaalin oppimisen tunnistaminen auttaa ymmärtämään nuorten uravalintojen taustalla olevaa ajatusmaailmaa.



Kuvio 3 Yrittäjyyteen kasvaminen erilaisten oppimisympäristöjen yhteisvaikutuksessa (mukailtu Römer-Paakkanen ja Pekkala 2008).

On tärkeää, että nuoret saavat kokemusta koko ajan muuttuvasta työelämästä ja tietoa oman alansa muutoksista jo työskennellessään

opintojensa ohessa. Nykyiset käytännöt, kuten työharjoittelu, ohjattu työssä oppiminen ja työn opinnollistaminen, voivat osaltaan lähentää opiskelijaa työelämään, eivätkä opiskelu ja palkallinen työssä käyminen ole enää toisilleen vastakkaisia toimintoja. On tärkeää miettiä, miten eri koulutusasteiden opetussuunnitelmia pitäisi kehittää, jotta opintojen ohessa tehtävä palkkatyö sekä perheen yrityksessä tai omassa yrityksessä työskenteleminen voitaisiin hyödyntää osana opintoja.

Perhetaustalla ja yrittäjävanhemmilla on tärkeä rooli lasten yrittäjämäisen toimintatavan ja yrittäjyyden oppimisessa. Arvot ja asenteet omaksutaan perheessä ja siellä opitaan myös monia ydinkompetensseja, jotka ovat tärkeitä niin arjen hallinnassa, oman kotitalouden ja yksityistalouden hallinnassa kuin yrittäjyydessä ja liike-elämässäkin. Varsinkin yrittäjäperheissä on paljon myös yritystoimintaan liittyvää hiljaista tietoa, jota nuoret omaksuvat. Yrittäjäperhetaustaiset nuoret kertovat, että heille on tärkeää reflektoida omia ideoitaan vanhempiansa tai muiden lähipiirin yrittäjien kanssa ja he haluavat oppivat heidän menestys- ja selviytymistarinoistaan (Römer-Paakkanen ja Pekkala 2008).

Johtopäätökset

Lahikainen ja Harni (2016) kritisoivat, että yrittäjämäisyyteen liitetyt ominaisuudet, kuten aktiivisuus, rohkeus, riskinottokyky ja luovuus, ovat nousseet kuin huomaamatta hyvän kansalaisen ja ihmisen tunnusmerkeiksi. Heidän mukaansa esikuvallisuutta ruumiillistaa yrittäjä, kun taas sen vastakohta, passiivinen ja kuuliainen palkkatyöläinen on muuttumassa normatiivisen kehityksen ulkopuolelle jääväksi ei-toivotuksi hahmoksi. Myös Pyykönen (2014) kritisoi sitä, että yrittäjyyttä ja yrittäjämäistä käyttäytymistä pidetään työllisyyden, kansantalouden ja suomalaisen kilpailukyvyyn pelastajana huomauttamalla, että yhteiskunnallinen velvoite on kääntynyt ikään kuin toisinpäin: aikaisemmin hyvinvointivaltioajatteluun kuului työllistäminen yhteiskunnan velvollisuutena kansalaisiaan kohtaan, mutta nykyisin yksilön on työllistytävä täyttääkseen velvollisuutensa yhteiskuntaa ja sen keskeisiä (markkina)rationaalisuuksia kohtaan. Hänen mukaansa innovatiivisuudesta ja luovuudesta on tullut yrittäjähenkisen yksilön identiteetin peruspilareita ja hyvän elämän arvoja ja kriteereitä. (Pyykönen 2014, 38, 40.) Edellä mainittu kritiikki ei tunnu ottavan huomioon sitä, että meidän yhteiskunnallamme ei enää jo pelkästään demografisten syiden takia ole varaa passiivisen hyvinvointivaltion ylläpitoon vaan meidän olisi pyrittävä rakentamaan uudenlaista hyvinvointiyhteiskuntaa yrittäjyyden ja aktiivisen kansalaisuuden avulla.

Yrittäjyyskasvatuksen tavoitteena on tarjota nuorille välineitä realistiseen itsearviointiin ja omien vahvuksiensa ja osaamisensa tunnistamiseen. Yhtä kaikille sopivaa yrittäjyyden opetustapaa tai -menetelmää ei ole olemassa-kaan. Opiskelijat luovat omiin taustoihinsa, kokemuksiinsa ja opintoihinsa perustuen oman persoonallisen oppimisympäristön, jossa erilaiset toimijat

saattavat vaikuttaa merkittävästi opiskelijan valintoihin: He voivat joko fasilitoida, kannustaa ja tukea tai hidastaa, pelotella ja jopa estää nuoren kasvua yrittäjyyteen.

Yrittäjyyskasvatus tulisi käsittää laajasti kaikilla elämän alueilla vaikuttavana aktiivisen kansalaisen osaamisena ja luovuuden, mahdollisuusorientaation, proaktiivisuuden ja innovatiivisuuden kehittämisenä. Lackeuksen (2015) mukaan sekä uuden yrityksen perustamisessa että yrittäjyyden laajemmassa käsitteessä yrittäjyyden ydinajatuksena on arvon luominen toisille ihmisille. Arvon luominen on osaamista, jota jokainen kansalainen uravalinnastaan riippumatta tarvitsee nyky-yhteiskunnassa. Lautenschläger ja Haase (2011) korostavat, että vaikka yrityksen perustamisenkin oppimista tarvitaan, korkeakouluissa tulisi painottaa myös opiskelijoiden luovuuden, mahdollisuuksien havaitsemisen ja ongelmanratkaisutaitojen oppimista.

Yrittäjämäinen toimintatapa auttaa nuorta havaitsemaan ympärillään olevia mahdollisuuksia, kuten erilaisia kursseja, projekteja, vaihto-ohjelmia sekä harjoittelu- tai työtilaisuuksia sekä myös erilaisia omaan yksityiselämään liittyviä mahdollisuuksia. Yrittäjyys tarkoittaa rohkeutta tarttua tilaisuuksiin ja se lisää uskallusta kokeilla omia siipiään ja toteuttaa omia ideoitaan – liittyvätpä ne sitten työelämään tai yksityistalouteen.

Monien mielestä yrittäjäksi ryhtyminen tarkoittaa uuden yrityksen perustamista, vaikka yrittäjyys voi alkaa hyvinkin pienimuotoisesti ja osa-aikaisena työn tai opintojen ohessa tapahtuvana toimintana. Yrittäjyyden eri muodot ja erilaiset aloittamistavat pitäisi tehdä näkyvämmäksi nuorille: Yrittäjyyttä ja itsensä työllistämistä voi kokeilla opintojen, työn tai perheen ohella, osa-aikaisesti työosuuskunnan kautta, lähtemällä osakkaaksi jo olemassa olevaan yritykseen oppisopimustyyppisesti, ostamalla valmiin yrityksen tai lähtemällä mukaan ketjutoimintaan jo koetellun liiketoimintakonseptin turvin, jatkamalla perheyritystä tai perustamalla yksin tai kaveritiimissä uuden yrityksen. Jatkossa yrittäjyydellä ja työnteolla voi yhä useammin olla muitakin kuin taloudellisia tavoitteita: varsinkin nuoret yrittäjät haluavat, että työnteko on mielekästä, hauskaa ja mahdollistaa eri elämänalueiden yhdistämisen.

Tarja Römer-Paakkanen on perheyrittäjyyden dosentti Jyväskylän yliopistossa ja yrittäjyyden yliopettaja Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa. Tarja on Visan ystävä, entinen kollega ja sielunsisko kotitalouksien ja kuluttajaekonomian tulevaisuuden tukijana.

LÄHTEET

Aalto, H-K. Ahokas, I. & Kuosa, T. (2008) *Yleissivistys ja osaaminen työelämässä 2030 – menestyksen eväät tulevaisuudessa. Hankkeen loppuraportti*. Tutu julkaisuja 1/2008.

- Aaltonen, M. & Wilenius, M. (2002) *Osaamisen ennakointi – Pidemmälle tulevaisuuteen, syvemmälle osaamiseen*. Helsinki: Edita.
- Aho, S. & Koski, P. (1995) *Yrittäjyyden rakennemuutos ja kasvualat*. Helsinki: Työpoliittinen tutkimus 106, Työministeriö.
- Alasoini, T. (2010) *Mainettaan parempi työ. Kymmenen väitettä työelämästä*. Helsinki: Elinkeinoelämän valtuuskunta.
- Ananiadou, K. & Claro, M. (2009) “21st Century Skills and Competences for New Millennium Learners in OECD Countries”, OECD Education Working Papers, No. 41, OECD Publishing.
<http://dx.doi.org/10.1787/218525261154>
- Cedefop (2008) *Terminology of European education and training policy. A selection of 100 key terms*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Colardyn, D. & Bjørnåvold, J. (2004) Validation of Formal, Non-Formal and Informal Learning: policy and practices in EU Member States. *European Journal of Education* 39 (1), 69–89.
- Demos Helsinki & Demos Effect (2017) *Työ 2040. Skenaarioita työn tulevaisuudesta*. <https://www.demoshelsinki.fi/wp-content/uploads/2017/01/Työ-2040-Skenaarioita-työn-tulevaisuudesta.pdf> (Viitattu 8.2.2018)
- Dufva, M., Halonen, M., Kari, M., Koivisto, T., Koivisto, R. & Myllyoja, J. (2017) *Kohti jaettava ymmärrystä työn tulevaisuudesta*. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 33/2017.
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-432-0>
- Eurofound, (2015) *Työn tekemisen uudet muodot – Tiivistelmä*. https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef1461fi1.pdf
- European commission (2000) *A memorandum of lifelong learning*. Commission staff working paper.
<http://ec.europa.eu/education/policies/lll/life/memoen.pdf>
- European Commission. (2006) Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and Social Committee and the Committee of the Regions. *Implementing the Community Lisbon Programme: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning*. Brussels, 13.2.2006 COM (2006) 33 final.
- Gibb, A. A. (2005) The future of entrepreneurship education – determining the basis for coherent policy and practice? In Kyrö, P. & Carrier, C. (eds.) *The dynamics of learning entrepreneurship in a cross-cultural university context*. Hämeenlinna: University of Tampere, 44–67.
- Godet, M. (2001) *Creating Futures. Scenario Planning as a Strategic Management Tool*. London: Economica.
- Grow, G. (1991) Teaching learners to be self-directed. *Adult Education Quarterly* 41 (3), 125–149.
- Grow, G. (1994) In defense of the staged self-directed learning model. *Adult education quarterly* 44 (2), 109–114.
- Havighurst, R. J. (1948/1972) *Developmental tasks and education* (3rd edition). New York: McKay.
- Hall, D. T. & Mirvis, P. H. (1996) The New Protean Career: Psychological Success and the Path with a Heart Organizational Forms and the New Career. In Hall, D. T. & Associates, *The Career is Dead: Long Live the Career*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 15–45.

- Heinonen, S. & Ruotsalainen, J. (2012) Towards the Age of Neo-Entrepreneurs. World Future Re-view. *Journal of Strategic Foresight* 4 (2), 123–133.
- Heinonen, S., Ruotsalainen, J. & Kurki, S. (2012) *Luova tulevaisuustila ja tulevaisuuden osaamisen ennakointi*. Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Tutu e-julkaisuja 4/2012. https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/Documents/eTutu_2012-4.pdf
- Hyrkäs, A. (2016) *Startup Complexity: Tracing the Conceptual Shift Behind Disruptive Entrepreneurship*. University of Helsinki. Department of Social Research. Faculty of Social Sciences Publications of the Faculty of Social Sciences 38.
- Jack, S. L. & Anderson, A. R. (1999) Entrepreneurship education within the enterprise culture. Producing reflective practitioners. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 5 (3), 110–125.
- Jokinen, L., Ollila, J. & Vuorisalo, K. (2015) Oman tulevaisuuden hallinnan mahdollisuudet ja mahdottomuus. *Ammattikasvatuksen aikakauskirja* 4/2015. Työpaikoilla tapahtuva oppiminen, 62–68.
- Kauhanen, A. (2014) *Tulevaisuuden työmarkkinat*. ETLA Raportit No 30. <https://www.etla.fi/wp-content/uploads/ETLA-Raportit-Reports-30.pdf>.
- Kiiski Kataja, E. (2016) *Megatrendit 2016. Tulevaisuus tapahtuu nyt*. Sitra. Muistio 14.11.2016. https://media.sitra.fi/2017/02/23211717/Megatrendit_2016.pdf
- Kuusi, O. (1993) Delfoi-tekniikka tulevaisuuden tekemisen välineenä. Teoksessa Vapaavuori, M. (toim.) Miten tutkimme tulevaisuutta? *Acta Futura Fennica*. No. 5. Helsinki: Tulevaisuuden tutkimuksen seura ry, 132–140.
- Kovalainen, A. (2017) Alustatalous ja työn murros. *Työn tuuli. Verkostot, alustat, ekosysteemit*. 2/2017, 7–16.
- Kyrö, P. (1998) *Yrittäjyyden tarinaa kertomassa*. Helsinki: WSOY.
- Kyrö, P., Lehtonen, H. & Ristimäki, K. (toim.) (2007) *Yrittäjyyskasvatuksen monia suuntia*. Yrittäjyyskasvatuksen julkaisusarja 5/2007. Tampereen yliopiston kauppakorkeakoulu.
- Lackéus, M. (2015) *Entrepreneurship Education. What, why, when, how. Entrepreneurship 360*. Background paper. LEED (Local Economic and Employment Development) Division of the OECD. https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf.
- Lahikainen, L. & Harni, E. (2016) Yrittäjämäinen ruumis palvelutaloudessa. Teoksessa Parviainen, J., Kinnunen, T. & Kortelainen, I. (toim.) *Ruumiillisuus ja työelämä. Työruumis jälkiteollisessa taloudessa*. Tampere: Vastapaino, 26–39.
- Lautenschläger, A. & Haase, H. (2011) The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities. *Journal of Entrepreneurship Education* 14, 147–161.
- Mattila, A. (2015) *Taustaselvitys digitalisaatiosta johtuvista muutoksista työympäristössä, osaamisvaatimuksissa ja työn tekemisessä valituissa rooleissa*. Laurea ammattikorkeakoulu. Kehitysyksikkö (Opetus- ja aluekehitys). <http://ek.fi/wp-content/uploads/Taustaselvitys-digitalisaatiosta-Anssi-M.pdf>.
- OPM. (2009) *Yrittäjyyskasvatuksen suuntaviivat*. Helsinki: Opetusministeriön julkaisuja 2009: 7.
- Pinchot, G. & Pinchot, E. (1996) *Älykäs organisaatio*. Maarianhamina: Mermerus.

- Pyykönen, M. (2014) *Ylistetty yrittäjyys*. Jyväskylä: SoPhi sarja 127.
- Pyöriä, P. & Ojala, S. (2016) Prekaarin palkkatyön yleisyys: liioitellaanko työelämän epävarmuutta? *Sosiologia* 1/2016, 45–63.
- Rintala, H., Mikkonen, S., Pylväs, L., Nokelainen, P., & Postareff, L. (2015) Työpaikalla tapahtuvaa oppimista ja ohjausta edistävät ja estävät tekijät. *Ammattikasvatuksen aikakauskirja* 17 (4), 9–21.
- Ruohotie, P. (2002) *Oppiminen ja ammatillinen kasvu*. Helsinki: WSOY.
- Rychen, D. S. & Salganik, L. H. (eds.) (2003) *Key Competencies for a Successful Life and a Well-Functioning Society*. Cambridge, MA: Hogrefe & Huber.
- Römer-Paakkanen, T. (2013) Entrepreneurial Learning in Practice: How Work-Life and Entrepreneurship Experience Can be Utilized in Higher Education Studies? *Proceedings of the Entrepreneurship Summer University at ISCTE-IUL 2013*, vol. 1, 491–509. https://issuu.com/esu2013/docs/proceedings_entrepreneurship_summer (Luettu 1.3.2018)
- Römer-Paakkanen, T. & Pekkala, A. (2008) Generating entrepreneurship and new learning environments from student's free-time activities and hobbies. *Liiketaloudellinen aikakauskirja/The Finnish Journal of Business Economics* 3/2008, 341–361.
- Römer-Paakkanen, T. & Suonpää, M. (2017a) Yrittäjyyden ja yrittäjäksi ryhtymisen erilaiset tavat ja yrittäjyyskasvatuksen haasteet ammattikorkeakouluissa. Teoksessa Turpeinen, J-M. (toim.) *Yrittäjyyskasvatus – Tulevaisuuden siltojen rakentaja ja raja-aitojen murtaja?* Yrittäjyyskasvatuspäivät 2017 Oulussa. Oulu: Oulun yliopisto, Kasvatustieteiden tiedekunta. Oulun yliopiston oppimateriaalia. E, Kasvatustieteet 6, 311–331. <http://jultika oulu fi/files/isbn9789526217895.pdf> (Luettu 1.3.2018)
- Römer-Paakkanen, T. & Suonpää, M. (2017b). *Multiple objectives and means of entrepreneurship education at Finnish Universities of Applied Sciences*. Haaga-Helia University of Applied Sciences. Haaga-Helia Publications 8/2017. <https://esignals.haaga-helia.fi/wp-content/uploads/2017/09/Multiple-Objectives-and-Means-of-Entrepreneurship-at-Finnish-Universities-of-Applied-Sciences.pdf> (Luettu 1.3.2018)
- Shapiro, A. (1984) The Entrepreneurial Event. In Kent, C.A. (ed.) *The Environment for Entrepreneurship*. Lexington/Toronto: Lexington Books, 21–40.
- Slaughter, R.A. (2002) *Developing and applying strategic foresight*. <https://pdfs.semanticscholar.org/b5f9/80009dcb5ba0e3f6920ff947c9878d164d3b.pdf> (Luettu 1.3.2018)
- Takanen-Körperich, P. (2008) *Sama koulutus – eri urat. Tutkimus Mainzin yliopistossa soveltavaa kielitiedettä vuosina 1965–2001 opiskelleiden suomalaisten urakehityksestä palkkatyöhön, freelancereiksi ja yrittäjiksi*. Jyväskylä: Jyväskylä Studies in Business and Economics 66. University of Jyväskylä. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-3261-9> (Luettu 1.3.2018)
- Toiminen, M. (2017) *Välähdyksiä tulevaisuudesta. Kymmenen teesiä uuden työn syntymisestä, yritysten muutoksesta ja yksilön mahdollisuuksista työn murroksessa*. Helsinki: Mindmill Network.
- Tunkkari-Eskelinen, M. (2005) *Mentored to feel free: exploring family business next generation members' experiences of non-family mentoring*. Jyväskylä: Jyväskylä studies in business and economics 44.

- Valtioneuvosto (2017) *Valtioneuvoston tulevaisuusselonteon 1. osa. Jaettu ymmärrys työn murroksesta*. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 13a/2017.
- Välikangas, L. & Romme, A. G. L. (2013) How to Design for Strategic Resilience. A Case Study in Retailing. *Journal of Organization Design*, 2 (2), 44–53.
- World Economic Forum (2015). *New Vision for Education Unlocking the Potential of Technology*.
http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_NewVisionforEducation_Report2015.pdf.
- Wrobel, K., Raskin, P., Maranzano, V., Leibholz Frankel, J. & Beacom, A. (2002) *Career stages*. Sloan Work and Family Research Network. Boston College. <http://workfamily.sas.upenn.edu/content/welcome-1/?id=222> (Luettu 1.3.2018)

SARI MÄKI JA KITI HAUKILAHTI

ASUMISEN ONGELMAT JA ASUNNOTTOMUUS SISÄILMASTA OIREILEVILLA JA SAIRASTAVILLA

*”Perheemme sairastui omassa kodissa ja remontin ajaksi majoi-
tuimme sukulaisten nurkkiin koiriemme kanssa. Kolme lasta ja äiti.
Isälle ei ollut tilaa, joten hän jäi saastuneen talon pesuhuoneeseen
majoittumaan ja korjaamaan taloa. Muutimme remontin jälkeen
takaisin, mutta oireilemme koko perhe. Äitinä pahiten sairas invali-
disoivan astman kanssa, työkyvytön työnhakija. Yhdellä lapsista
astma ja kahdella tutkimukset päällä. Isä työssä, mutta sairas ja
oireileva. Lainaa on, eikä mahdollisuutta lähteä talosta mihinkään
eikä mahdollisuutta myydäkään. Pattitilanne. Jos ongelmien selvit-
tyä olisi ollut koneisto apunamme ja väistötilat järkevät ja mahdolli-
set, niin perheemme tilanne voisi olla valoisampi. Nyt vain yritämme
selvitä seuraavaan päivään.”*

Edellä oleva sitaatti kuvaa oman asuntonsa sisäilmaongelmista kärsivän perheen tilannetta Haukilahden ja Mäen (2018) kyselytutkimukseen osallistuneen henkilön kokemana. Epäpuhtaan sisäilman aiheuttamia asumisen ongelmia leimaa epävarmuus ja vaikeatulkintaisuus. Ihmisen perusturvallisuus järkkyy, kun hän sairastuu ja menettää kotinsa kosteus- ja homevaurion takia. Hän on yhtäkkiä tilanteessa, jossa pahimmillaan kaikki elämän peruspilarit romahtavat. Terveys ja työkyky horjuvat, omasta kodista on lähdettävä, asuntovelat kuormittavat asunnosta, jossa ei voi asua ja jota ei voi myydä ja uuden tilapäisen asunnon välttämättömiin kuluihin on löydettävä jostain rahaa. Tällaisessa tilanteessa ihmiset tarvitsevat apua, mutta sitä on vaikea löytää ja saada. (Mäki & Nokela 2014, 51.)

Hengityслиitossa on määritelty sisäilmasta oireilua ja sairastumista sekä selvitetty sisäilmasta oireilevien ja sairastavien kokemuksia eri näkökulmista. Epäpuhtaalle sisäilmalle altistutaan pääsääntöisesti kotona, työpaikalla tai koulussa. Altistuneet kokevat eritasoisesti hengitystie-, iho-, silmä-, vatsa- ja niveleireita sekä erilaisia yliherkkyyksiä. (Mäki & Nokela 2014, Mäki & Ryyänen 2016, Haukilahti ja Mäki 2018.)

Sisäilmasta sairastumiselle ei ole olemassa omaa diagnoosia, mutta vuonna 2016 julkaistiin kosteus- ja homevaurioista kärsivien potilaiden Käypä hoito -suositus¹, jonka mukaan rakennusten kosteusvaurioilla on yhteys astmaa sairastavien hengitystieoireisiin ja uuden astman kehittyymi-

¹ Käypä hoito -suositukset ovat riippumattomia, tutkimusnäyttöön perustuvia kansallisia hoitosuosituksia. <http://www.kaypahoito.fi/web/kh/etusivu>

seen. Sisäilmasta oireilun ja sairastamisen yhteydessä puhutaan myös ympäristöherkkydestä, joka tarkoittaa jatkuvaa tai toistuvaa poikkeuksellista herkkyttä ympäristön tavanomaisille tekijöille. (Kauppi, Pekkanen ja Karvala 2016.) Ympäristöherkkyys on lisätty vuonna 2015 suomalaiseen ICD-10-luokitukseen² (THL 2013) koodilla R68.81.

Suomessa on käynnistynyt asunto- energia- ja ympäristöministeri Kimmo Tiilikaisen johdolla Terveet tilat 2028-toimenpideohjelma (Valtioneuvoston kanslia 2018). Toimenpideohjelmassa etsitään ratkaisuja eri syistä aiheutuneisiin julkisten rakennusten sisäilmaongelmiin ja keinoja tehostaa sisäilmasta oireilevien ja sairastavien ihmisten tukea. Terveet Tilat 2028-toimenpideohjelma pitää sisällään myös Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen koordinoiman Kansallisen sisäilma ja terveys -ohjelman (THL 2018), jonka suunnitelmaa ovat työstäneet joukolla alan asiantuntijat, viranomaiset ja järjestöjen edustajat. Sisäilmaohjelman tavoitteena on etsiä ja tarjota uusia keinoja ja lähestymistapoja vähentää ja ennalta ehkäistä sisäilman aiheuttamia terveys- ja viihtyvyyshaittoja. Lisäksi etsitään keinoja auttaa vaikeasti oireilevia. Edellä mainitut ohjelmat ovat ensi sijassa tarkoitettu julkisten tilojen sisäilmaongelmien korjaamiseksi. Ohjelmien tuottamia hyviä käytäntöjä voidaan kuitenkin varmasti soveltaa myös muihin kuin julkisiin rakennuksiin.

Kosteus- ja homevaurioihin liittyvät asumisen ongelmat ja asunnottomuuden kysymykset ovat nousseet Hengitysliiton saamassa palautteessa ja selvityksissä esiin, joten myös niiden tarkempi tarkastelu koetaan tärkeäksi. Sisäilmasta oireilevat ja sairastavat ovat heterogeeninen joukko ihmisiä, joita ei välttämättä nähdä perinteisenä asunnottomuuden uhan alla olevana ryhmänä. Asunnottomuusongelmaa hoidetaan kunnissa usein päihde- ja mielenterveyspalvelujen osana, johon kokemuksemme mukaan sisäilmasta sairastavat henkilöt eivät luontevasti ohjaudu.

Artikkelin tarkoituksena on avata keskustelu asunnottomuuden ilmiöstä sisäilmasta oireilevan ja sairastavan näkökulmasta. Artikkelin aluksi käydään läpi asunnottomuuden määritelmiä ja asunnottomien virallinen määrä. Sen jälkeen kuvaillaan sisäilmasta oireilevan ja sairastuneen asumisen ongelmia, asunnottomuuden uhkaa ja asunnottomuutta. Kuvailussa käytetään aineistoina Hengitysliitossa tehtyjä selvityksiä, joita peilataan asunnottomuuden todennäköisyyttä lisääviin riskitekijöihin. Aineistokatkelmat on poimittu asunnottomuuskyseleyn (Haukilahti & Mäki 2018) vastanneiden henkilöiden avovastauksista. Artikkelin lopuksi pohditaan sisäilmasta

² THL – Tautiluokitus ICD-10 -luokitusta käytetään kansainvälisenä ja kansallisena referenssinä seuraavissa käyttötarkoituksissa:

- 1) kuolinsyy- ja sairastavuustilastotietoja kerätessä
- 2) kliinisessä työssä potilasasiakirjan diagnoosimerkintöjä tehtäessä (STM määräys 83:1995)
- 3) sosiaalivakuutuksen lääkärintlausuntojen diagnoosikirjauksessa (mm. A- ja B-todistus)
- 4) tutkimus- ja kehittämistyössä tautien nimeämisessä
- 5) tiedonhakusanastona

<http://koodistopalvelu.kanta.fi/codeserver/pages/classification-view-page.xhtml?classificationKey=23&versionKey=58>

johtuvan asunnottomuuden uhan ja asunnottomuuden ehkäisemisen keinoja ja välineitä.

Asunnottomuuden määrittelyä

Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskuksen (ARA) selvityksen (Helskyaho, Ohisalo & Turunen 2018) mukaan Suomessa oli vuoden 2017 lopussa noin 6615 yksinelävää asunnottomia, joista pitkäaikaisia asunnottomia oli 1893. Tilapäisesti sukulaisten ja tuttavien luona asuvia oli 5528. Ulkona, porrashuoneissa, ensisuojoissa tai vastaavissa yöpyvien määrä oli 415. ARA:n tilastoon lukeutuvat ne henkilöt, jotka kunnat kuntakyselyssä ilmoittavat asunnottomiksi. Tilastojulkaisusta ei selviä, sisältyykö lukuihin sisäilmasta oireilevia tai sairastavia. Asunnottomuuden määrittely ei ole yksiselitteistä eikä yhdenmukaista eri toimijoiden keskuudessa. Määrittelyn ongelmat vaikeuttavat ilmiöstä puhumista ja sen mittaamista. (Kettunen 2007.)

Asunnottomuuden ennaltaehkäisyn toimenpideohjelmassa 2016–2019 (Ympäristöministeriö 2016) todetaan, että perinteisten asunnottomien ryhmien lisäksi yhä uusia ihmisiä ajautuu asunnottomuuteen muun muassa taloudellisten ongelmien vuoksi. Erillisesti järjestetyt asunto-, sosiaali-, terveys- ja työvoimapalvelut eivät tue riittävästi asunnottomuuden varhaista tunnistamista ja ennaltaehkäisyä vaan pahimmillaan ne jopa aiheuttavat asunnottomuuden uusiutumista. Asunnottomuuden taustalla on puute kohtuuhintaisista asunnoista ja matalan kynnyksen integroiduista palveluista.

FEANTSA (Euroopan asunnottomuustoimijoiden kattojärjestö) on kehittänyt asunnottomuuden muotojen ETHOS (yleiseurooppalaisen asunnottomuuden muodot) -luokittelun (FEANTSA 2012). Luokittelun mukaan asunnottomuuden muotoja ovat katuasunnoton, asunnoton, asunnottomuusuhan alainen ja puutteelliset asuinolosuhteet. Neljä asunnottomuuden muotoa jakautuvat vielä 13:een asunnottomuuden toiminnalliseen määritelmään, joissa on lueteltu tarkemmin asunnottomien henkilöiden olosuhteet. Näitä ovat kadulla nukkujat, ensisuojoissa yöpyvät, asumispalveluita käyttävät, naisten turvakodeissa asuvat, maahanmuuttajien majoituksessa asuvat, laitoksista vapautuvat, pitkäaikaista tukea saavat asunnottomat, epävarmoissa olosuhteissa elävät, häätöuhan alla elävät, väkivallan uhan alla elävät, tilapäisissä tai epätyypillisissä rakennuksissa asuvat, asumiskelvottomissa rakennuksissa majoittuvat ja äärimmäinen tilanahtaus. Sisäilmaongelmia kohdannut voidaan liittää tämän määrittelyn neljästä luokasta ainakin katuasunnottomien, asunnottomuusuhan alaisien ja puutteellisten asuinolosuhteiden luokkiin.

Helsinkiläisten asunnottomuuspolut -raportissa (Kostiainen ja Laakso 2015, 9) todetaan osuvasti asunnottomuudesta, että keskeisenä lähtökohtana on ymmärtää, että staattisen asunnottomien ryhmän sijaan yksilöt ja kotitaloudet voivat liikkua asunnottomuuden, heikkotasaisen asumisen ja laadukkaan asumisen välillä eri vaiheissa elämänkaartaan ja asumispolku-

aan. Sisäilmaongelmista johtuvaa asunnottomuusuhkaa tai asunnottomuutta ei ole aiemmin käsitteellisesti määritelty eikä tilastoja siitä ole saatavilla. Sisäilmasta oireilevia ja sairastavia ei välttämättä nähdä perinteisenä asunnottomuusuhan alaisena ryhmänä. Tämä johtunee siitä, ettei sisäilmasta oireilun ja sairastavuuden syyt ja seuraukset ole vielä yleisesti tunnettuja. On kuitenkin selvää, että sisäilmaongelmien vuoksi voi joutua asunnottomuusuhan alaiseksi tai asunnottomaksi.

Asunnottomuuden riskitekijät sisäilmasta oireilevilla ja sairastavilla

Seuraavaksi tarkastellaan asunnottomuuden todennäköisyyttä lisäävää riskitekijöiden neljää kategoriata (Kostiainen ja Laakso 2015). Rakenteelliset tekijät (1) pitävät sisällään taloudelliset prosessit, kuten köyhyyden, työttömyyden, asuntomarkkinoiden toiminnan, sosiaaliturvan ja maahanmuuton. Institutionaaliset tekijät (2) liittyvät esimerkiksi riittämättömiin palveluihin ja koordinaation puutteeseen. Ihmissuhteisiin liittyviä riskitekijöitä (3) ovat perheasema ja parisuhteen tilanne sekä ihmissuhteen päätyminen eroon tai kuolemaan. Yksilöön liittyviä riskitekijöitä (4) ovat terveys, koulutus, riippuvuudet, alkoholi, huumeet ja pelit. Näiden neljän riskitekijän lisäksi on laukaisevia tekijöitä, kuten häätö tai taloudellinen kriisi, jotka voivat johtaa suoraan asunnottomuuteen tai edeltää myöhempää asunnottomuutta.

Sisäilmasta sairastava tai oireileva voi omata ja kohdata riskitekijöitä jokaisesta kategoriasta, jotka pahentavat asunnottomuuden uhkaa. Oman asunnon homevaurio voi toimia laukaisevana tekijänä prosessille, joka päättyy asunnottomuuteen. Seuraavaksi kuvaillaan Hengitysliiton selvityksessä (Mäki & Nokela 2014) esiin tullut asumisen ongelmien syntymisen ja selvittelyn prosessi, jota verrataan lopuksi edellä lueteltuihin asunnottomuuden todennäköisyyttä lisäävään neljään kategoriaan. Selvittelyprosessi saa usein alkunsa siitä, että ensin epäillään asunnossa olevan jotakin vialla, koska itse tai perheenjäsenet oireilevat ja sairastavat paljon. Lisäksi voi esiintyä outoa hajua ja näkyviä kosteusjälkiä, joita lähdetään tutkimaan tarkemmin.

Tarkempia tutkimuksia varten asukas ottaa yhteyttä kiinteistöstä vastaavaan isännöitsijään tai vuokra-asunnossa asunnon omistajaan tai omakotitalossa tilaa itse kuntotutkijan paikalle. Kosteus- ja homevaurion selvittely on aikaa vievä prosessi, mutta viimein vaurioiden paljastuttua laajoiksi asunnosta lähdetään evakkoon nopeasti. Se, mihin evakkoon lähdetään, vaihtelee paljon. Osa pääsee sukulaisten tai ystävien luokse, osa menee hotelliin ja osa vuokraa toisen asunnon. Evakkoasunnon löytäminen ei ole ongelmatonta eikä esimerkiksi sukulaisten tai ystävien luona voi asua kovin pitkää aikaa. Tilapäisen ja kohtuuhintaisen vuokra-asunnon saaminen on myös vaikeaa. Sisäilmasta oireilevat ja sairastavat ovat kerran altistuttuaan myös alttiimpia oireilemaan sisäilman epäpuhtauksille, joten

tilapäisen tai uuden asunnon pitää olla sisäilmaltaan puhdas (Mäki ja Nokela 2014, 47–48).

Mikäli ihminen on tilanteessa, että edellisestä asunnosta on pakko lähteä nopeasti oireilun ja sairastamisen vuoksi ja uuden asunnon soveltuvuutta ei pääse testaamaan riittävästi, on riskinä joutua muuttokierteeseen ja lopulta asunnottomaksi. Hengitysliiton selvityksessä (Mäki ja Nokela 2014, 48–49) ilmeni, ettei ole lainkaan harvinaista, että yhdestä homevaurioituneesta asunnosta joutuu muuttamaan uuteen homevaurioituneeseen asuntoon. Muuttokierteen voidaan katsoa alkavaksi ensimmäisestä evakkopaikasta ja jatkuvan aina siihen asti, kunnes löytyy asunto, jossa saa olla pidemmän aikaa ja pystyy olemaan oireitta. Löytäkseen itselleen ja perheelleen sopivan kodin on myös jouduttu vaihtamaan kokonaan asuinpaikkakuntaa. Muuttokierteeseen liittyy lisäksi kodin irtaimiston menettäminen tai jatkuva puhdistus ja siirtely, joka on toistuvasti ja sairaana raskasta.

Oman asunnon homevaurioituneeseen liittyy usein taloudellinen kriisi (ks. myös Kajanne ym. 2002, 35–41). Kotinsa ja kodin irtaimiston kosteus- ja homevaurion vuoksi menettäneet ovat pahimmillaan veloissa asunnosta, jossa ei voi asua, jonka korjausta varten ei saa lisää lainaa tai korjaaminen ei auttaisi ja jota ei siten voi myydä. Ollaan tilanteessa, jossa usein maksetaan kahden asunnon eli vaurioituneen asunnon sekä tilapäismajoituksen kuluja. Sen lisäksi voidaan joutua maksamaan tutkimus- ja oikeudenkäyntikuluja. Tilanteeseen voi vielä liittyä sairastamisen myötä työkyvyttömyyttä, jolloin tulot tippuvat. Taloudellista tukea on vaikea saada tilanteen selvittämiseksi. Palvelujärjestelmämme ei tunnista sisäilmaongelmia kohdanneen kokonaistilannetta eikä näin ollen pysty tarjoamaan ratkaisuja (Mäki ja Ryynänen 2016, 218–220). Kriisitilanne saattaa ulottua myös parisuhteeseen, joka voi päättyä eroon ratkaisemattomien tilanteiden vuoksi. Näistä tekijöistä johtuen maksuista selviäminen hankaloituu entisestään ja asunnottomuuden uhka lisääntyy.

Tarkasteltaessa Kostiaisen ja Laakson (2015) esittämää neljää asunnottomuuden todennäköisyyttä lisäävää kategoriala suhteessa kuvattuun asunnon kosteus- ja homevaurioproessiin nähdään, että sisäilmasta johtuva asunnottomuus tai sen uhka on otettava vakavasti. Rakenteelliset tekijät, kuten taloudellinen kriisi tai työkyvyttömyys lisäävät sisäilmasta oireilevan tai sairastavan henkilön asunnottomuuden riskiä. Institutionaaliset tekijät eli esimerkiksi palveluiden saatavuus ei kohtaa sisäilmasta oireilevaa tai sairastavaa asunnottomuusuhan alla olevaa. Palveluita voi olla perinteisille asunnottomuusuhan alla oleville ryhmille (ks. esim. Pikkarainen ym. 2017), mutta ne eivät välttämättä ole tarkoituksenmukaisia sisäilmasta oireilevan ja sairastavan ihmisen kohdalla. Ihmissuhteisiin liittyvät tekijät, kuten ratkaisemattoman tilanteen vaikutukset mielenterveyteen, ero, lasten tilanne ja sosiaaliset yhteisöt, lisäävät asunnottomuuden riskiä. Voi myös olla tilanteita, joissa lasten sairastelun takia joudutaan muuttamaan pois asunnosta tai esimerkiksi lasten sosiaalisten yhteisöjen vuoksi jäädään epäkelvään asuntoon. Yksilöön liittyvät riskitekijät ovat merkittävä osuus

sisäilmasta oireilevien ja sairastavien asunnottomuusuhasta. Valinnan voi joutua tekemään kahdesta pahasta eli joko asunnon tai oman ja perheen terveyden menettäminen, jolloin asunnottomuus nähdään pienempänä pahana.

Sisäilmasta oireilevien ja sairastuneiden asunnottomuuden kokemukset

Haukilahti ja Mäki (2018) tekivät kesällä 2017 kartoituksen sisäilmasta oireilevien ja sairastavien kokemuksista asunnottomuudesta ja tilapäismajoituksesta sekä erityistarpeista tilapäis- ja hätmajoitukselle. Kyselylomake julkaistiin Hengitysliiton verkko- ja Facebook-sivuilla. Kyselyyn saapui 217 vastausta. Lomakkeessa ohjattiin vastaamaan niin, että yksi perheenjäsen täyttää kyselyn koko perheen puolesta. Kun huomioidaan kyselyyn vastanneiden perheiden koko, koskevat kyselyn vastaukset kaiken kaikkiaan 501 henkilöä. Kyselyn lopussa oli myös vapaan sanan mahdollisuus, jonka käytti 59 % vastaajista. Avovastauksissa vastaajat kertoivat tarkemmin omasta ja perheensä tilanteesta sekä asumisen tarpeista ja kiittelivät sitä, että tällaista asiaa selvitetään kyselyllä. Avovastaukset on jaoteltu väljästi eri teemojen mukaan. Sitaatit tämän luvun aineiston kuvailuun on poimittu avovastauksista.

Vastaajat olivat iältään yli 18-vuotiaita, joista naisia oli 88 %. Vastaajia oli ympäri Suomen erikokoisilta paikkakunnilta. Oireilua vastaajille tai hänen perheenjäsenilleen aiheuttivat home- ja kosteusvauriot (95 % vastaajista), kemikaalit (75 %) ja hajusteet (73 %). Myös pöly, eläimet, melu, valo ja sähkö todettiin oireilua aiheuttavina tekijöinä.

Vastaajista yhteensä 58 % ilmoitti olleensa sisäilmasta oireilun tai sairastamisen vuoksi joskus asunnottomana. Vastaushetkellä asunnottomaksi ilmoitti itsensä 35 % vastaajista. Yhä jatkuva asunnottomuus tai asunnottomuusjaksot yhteensä olivat kestäneet keskimäärin kahdesta kuukaudesta viiteen vuoteen.

Kyselyhetkellä itsensä asunnottomiksi ilmoittaneista vastaajista majoittui sukulaisten tai ystävien luona 39 %, vuokra-asunnossa 24 %, omalla, vuokratuussa tai suvun kesämökillä 12 %, omassa asunnossa 11 %, jossain muualla 8 %, ulkona teltassa 7 %, asuntoautossa tai -vaunussa 3 %. Omassa ja vuokra-asunnossa asuvien vastaajien koko perhe ei asunut samassa osoitteessa, joten osa perheestä oli vaille vakinaista asuntoa. Jossain muualla asuvat ilmoittivat asuvansa aitassa, tuttavien saunassa, väistötilakontissa, hotellissa tai kiertolaisena eri paikoissa sisätiloissa ja ulkona. Asunnoissa majoittuvista 12 % joutui majoittumaan parvekkeella. Asunnottomien majoituksessa ei majoittunut yksikään vastaajista.

Kyselyhetkellä asunnottomaksi itsensä ilmoittaneista 35 % joutui asumaan perheenjäsenistä erillään. Muualla asuvat perheenjäsenet majoittuivat sukulaisten ja ystävien luona, omassa asunnossa tai vuokra-asunnossa. Erillään asuminen tarkoittaa sitä, että kaikki perheenjäsenet eivät

pysty olemaan joko tilanahtauden tai oireilun vuoksi samassa asunnossa. Esimerkiksi pahasti työpaikalla altistunut perheenjäsen saattaa alkaa saada myös kotona oireita, joita muut eivät koe.

Omassa kodissa tai vuokra-asunnossa asuville kysyttiin myös, onko nykyinen asunto heille sisäilmaltaan sopiva. 59 % kertoi, että asunto ei ole sisäilmaltaan sopiva ja he joko selvittävät asunnon korjaamista tai etsivät uutta asuntoa. 41 % kertoi, että oli joko rakentanut, korjannut tai löytänyt sisäilmaltaan sopivan asunnon. Eräs vastaaja kuvailee osuvasti tilannettaan:

Toivon, että meistä piiloasunnottomista (omistan asunnon, mutta en voi asua siellä) tulisi näkyviä, ongelmamme tiedostettaisiin ja niihin saisi apua.

Kyselyssä selvitettiin tilapäis- ja hätämajoituksen tarvetta. Vastaajista 53 % majoittuisi mieluummin sisäilmasta sairastuneille rakennetulle asuinalueelle ja 47 % valitsisi mieluummin omalle pihalle, leirintäalueelle tai vastaavaan paikkaan tuotavan siirrettävän hätämajoituksen. Tilapäismajoituksen toivottiin olevan niin helposti siirrettävissä, että siinä voisi asua myös lomalla sekä kuntoutuksen tai hoidon aikana. Eräs kyselyyn vastannut pohtii tilapäismajoituksen tarvetta:

Toipumiseen sekä terveydellisestä, henkisestä että taloudellisesta homekriisistä tarvitsee paikan, missä voi olla mahdollisimman oireetta. Jos yksi stressitekijä helpottaa, on mahdollisuus kerätä voimia ja uskoa edes jonkinlaiseen toipumiseen. Asunnotta, joka paikassa oireillen, kaiken menettäneenä on aika sinnikäs fakiiri, jos vielä kykenee voimia säilyttää tulevaisuudenuskoon.

Mikäli tilapäismajoitukseen kuuluisi yhteiskäytössä olevia tiloja, olisivat vastaajat valmiita maksamaan vuokraa keskimäärin 250 euroa kuukaudessa. Mikäli tilat olisivat vain omassa käytössä, vuokraa oltaisiin valmiit maksamaan keskimäärin enintään 750 euroa kuukaudessa. Vastaajista 30 % olisi valmis muuttamaan tilapäismajoitukseen, joka sijaitisi enintään 10 km päässä nykyisestä asuin- tai majoituspaikasta. Vastaajista 38 % olisi valmis muuttamaan enintään 50 km päähän, 11 % enintään 100 km päähän, 8 % enintään 200 km päähän ja 14 % olisi valmis muuttamaan tilapäismajoituksen perässä Suomessa, minne vain. Seuraavassa vastaaja pohtii tilapäismajoituksen sijaintia:

En osaa sanoa asuinalueen sijainnista. Itse menisin ihan minne vain, mieluummin meren rantaan, koska se on ainut paikka, missä voin tällä hetkellä olla ilman oireita. Pidemmän päälle perheen arki pitäisi saada sujumaan. Terveen puolison työpaikka vaikuttaa, miten kauas on mahdollista lähteä. Yhteiskunnan olisi mielestäni tullava avuksi järjestelyihin. Sairastuneet tarvitsevat inhimilliset olosuhteet.

Tärkeänä tilapäismajoituksen kriteerinä pidettiin vuokrasuhteen lyhyttä irtisanomisaikaa, mikäli havaittaisiin, että asuintila ei olisi vuokralaiselle sopiva. Myös mahdollisuus koenukkua tai koeasua asunnossa ennen vuokrasopimuksen allekirjoittamista koettiin tärkeänä. Vastauksissa ilmeni myös toimeentulo-ongelmat ja taloudellisen tuen tarve asumisen ongelmien ratkaisemisessa.

Jos tilanne olisi, kuten minulla, eli yksin lapsen kanssa, maksoin talolainaa ja kävin töissä, niin rahaa sijaisasuntoon ei jäänyt. Eli, jos en olisi päässyt ystäväni nurkkiin, olisin joutunut kadulle, asunut siellä, korjannut taloa ja käynyt töissä. Meillä oli sädesieni talon alapohjassa ja yli 70% talosta todettiin purkukuntoiseksi ja myyjä pitkitti prosessia yli vuoden.

Sisäilmasta oireilevan tai sairastavan on kartoituksen perusteella vaikea löytää itselleen tai perheelleen sopivaa asuntoa. Asunnottomuus voi kestää kuukausia, jopa vuosia. Kiertolaiselämä kuormittaa monin tavoin ja jatkuvassa epävarmuudessa eläminen ei anna tilaa toipumiselle eikä elämän uudelleen rakentamiselle. Myös sosiaaliset suhteet ovat koetuksella, kun perheenjäsenet joutuvat asumaan erillään ja majoittajina toimivat ystävät ja tuttavat. Asunnottomuutta kokevat sisäilmasta oireilevat ja sairastavat tarvitsevat tukea niin taloudelliseen tilanteeseensa, käytännön asioiden järjestelyyn kuin hyvinvoinnistaan huolehtimiseen. Sisäilmasta oireileville ja sairastaville tulee rakentaa sopivia asuntoja, asuinalueita ja tilapäismajoitusta. Tällä hetkellä sisäilmasta oireilevien ja sairastavien sekä heidän perheidensä tarpeita vastaavaa järjestelmällistä asuntotarjontaa ei kunnissa ole.

Lopuksi

Asunnottomuuskirjassa (Sunikka ym. 2007, 7) määritellään keskeisiksi kotiin liittyviksi arvoiksi turvallisuus, yksilöllistyminen, yksityisyys ja säilyttäminen. Kodin kosteus- ja homevaurio-tilanteet vaikeuttavat näiden arvojen toteutumista ja aiheuttavat perheille monia ongelmia.

Turvallisuus liittyy paikkaan, jossa ihminen voi kokea olevansa turvassa. Jos oma asunto on kosteus- ja homevaurioitunut, järkkyy tämä turvallisuuden tunne. Järkkymisen tunnetta voi lisätä se, että on kuullut tai tietää kosteus- ja homevaurioiden korjaamisen hankalaksi ja epäonnistumisen mahdollisuus korjauksissa on suuri. Myös omaisuuden menettämisen riski on suuri. Asunnon arvo laskee eikä perintöä välttämättä siirry seuraavalle sukupolvelle.

Yksilöllisyys merkitsee perustarpeiden kuten syömisen, nukkumisen ja peseytymisen harjoittamista. Yksilöllisyys osittain menetetään joutuessa evakkoon esimerkiksi sukulaisten tai ystävien luokse. Yksityisyys puolestaan on oikeutta itsemääräämisoikeuteen. Myös itsemääräämisoikeus ja elämän

hallinnan tunne vähenevät, kun omasta asunnosta joutuu äkillisesti luopumaan kosteus- ja homevaurion takia. Evakkoasuminen etenkin jonkun ystävän tai sukulaisen ”nurkissa” vähentää yksityisyyttä kaikilta asianosaisilta.

Säilyttäminen kiinnittyy oman identiteetin rakentamiseen sisältyvän elämänhistorian ja siihen liittyvien esineiden ja muistojen suojelemiseen. Näiden esineiden, valokuvien, päiväkirjojen, kirjeiden ja matkamuiden menettäminen asunnon kosteus- ja homevaurion yhteydessä häivyttää myös paljon muistoja ja voi aiheuttaa tunteen oman elämänhistorian menettämisestä. Tilannetta voi verrata oman asunnon tulipaloon, jossa menettää kaiken irtaimiston ja tärkeät muistoesineet. Asunnottomuuskirjan luonnehdinta päättyy kaikkia ihmisiä koskevalla tavalla: Kun ihmiseltä puuttuu asunto, josta hän voi luoda itselleen kodin, häneltä puuttuu edellytykset ihmisarvoiseen elämään.

Asunnottomuusuhan alla tai asunnottomina oleville sisäilmasta oireileville ja sairastaville tulisi tarjota palveluja ja tukea asunnottomuuden ennaltaehkäisyyn ja vähentämiseen. Tarkemman kuvan saamiseksi aihepiiriä olisi kuitenkin syytä tutkia lisää. Sisäilmasta oireilevat ja sairastavat tulee tavoittaa, jotta heidän ongelmiinsa voidaan vastata. Tässä artikkelissa esitellyn kyselytutkimuksen mukaan yksikään vastaaja ei majoittunut asunnottomille tarkoitettussa majoituksessa. Tämä yksittäinen huomio antaa viitteitä siitä, ettei sisäilmasta oireilevat ja sairastavat näy tässä ehkäpä perinteiseksi ajatellussa asunnottomien ryhmässä eikä heille suunnatut toimenpiteet näin ollen tavoita sisäilmasta oireilevia ja sairastavia. Kunnilla tulee olla tai niiden pitää luoda toimintaohjeita sisäilmasta sairastavien asumisen ongelmien varalle, jotta asunnottomuutta voidaan ennaltaehkäistä. Tällä hetkellä asunnottomuusasiat hoidetaan monessa kunnassa mielenterveys- ja päihdepalvelujen osana, jolloin sisäilmasta oireilevat ja sairastavat eivät luontevasti ohjautu tukipalvelujen piiriin. Asunnottomuutta tulee kunnissa tarkastella laajempänä kokonaisuutena, johon ei välttämättä liity päihteet tai mielenterveyden ongelmat.

Asunnottomuuden ennaltaehkäisyn toimenpideohjelman 2016–2019 (Ympäristöministeriö 2016, 3) tavoitteen mukaisesti asumisen turva tulee varmistaa aina, kun asiakas kohdataan palvelujärjestelmässä. Tärkeää olisi, että myös sisäilmasta sairastava pääsee palvelujärjestelmän piiriin ja sen myötä tulee kohdatuksi ja autetuksi asumisen ongelmissa. Tähän voidaan päästä, jos sisäilmasta oireilevat ja sairastavat nähdään yhtenä toimenpideohjelman kohderyhmänä. Toimenpideohjelman tavoiteltavat vaikutukset sisältävät palvelujärjestelmän uudistamisen asiakaslähtöisemmäksi ja ennaltaehkäisevämmäksi. Tämä edellyttää, että paikallistasolla rakennetaan sektorirajat ylittäviä palvelukokonaisuuksia.

Sisäilmasta sairastavien osalta pitää parantaa kuntien asuntotoimien valmiuksia tunnistaa sisäilmasta oireilevien ja sairastavien tilanteita ja auttaa heitä. Tässä yhteydessä voidaan hyödyntää kokemustietoa esimerkiksi asiakasraateja järjestämällä. Sen lisäksi tarjotaan sisäilmasta oireileville ja

sairastaville mahdollisuus asuntojen koenukkumiseen ennen vuokrasopimuksen allekirjoittamista. Myös tavanomaista lyhyemmiksi sovitut irtisanomisajat auttavat sopivaa asuntoa etsivää päällekkäisten vuokrien aiheuttamien talousvaikeuksien ehkäisemisessä. Sisäilmasta oireileville ja sairastaville tulee tarjota sisäilmaltaan puhdasta hätämajoitusta ja mahdollisuus koko perheen majoittumiseen samassa paikassa. Samassa yhteydessä heille tulee tarjota moniammatillista apua sekä vertaistukea arjen asioiden järjestelyyn, toimeentulo-ongelmien selvittämiseen ja omasta ja perheen hyvinvoinnista huolehtimiseen. Suunniteltaessa sisäilmasta oireileville ja sairastaville asuntoja ja hätämajoitusta, on oleellista hyväksyä se, etteivät samat ratkaisut sovi kaikille.

Kirjoittajat työskentelevät Hengityслиitossa sisäilma-asioiden parissa. Sari on päässyt Visan vaikutuspiiriin ensin kuluttajaekonomian perusopiskelijana ja sen jälkeen jatko-opintojen parissa.

LÄHTEET

- FEANTSA (2012) *ETHOS- yleiseurooppalaisen asunnottomuuden muodot* http://asuntoensin.fi/assets/files/2016/07/Ethos_Asunnottomuuden_luokittelua.pdf (Viitattu 7.2.2018)
- Haukilahti, Kiti & Mäki, Sari (2018) *Sisäilmasta oireilevien ja sairastuneiden tilapäismajoituksen tarpeet ja asunnottomuuden kokemukset*. Helsinki: Hengityслиiton verkkojulkaisu. https://www.hengityслиitto.fi/sites/default/files/liitetiedostot/sisailmasta_oireilevien_ja_sairastavien_tilapaismajoituksen_tarpeet_ja_asunnottomuuden_kokemukset.pdf (Viitattu 25.9.2018)
- Helskyaho, Raine, Ohisalo, Maria & Turunen, Saija (2018) *Asunnottomat 2017*. Selvitys 2/2018. Helsinki: Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus.
- Kajanne, Anne, Eränen, Liisa, Leijola, Maarit & Paavola, Jura (2002) *Homeongelma ja sen psykososiaaliset vaikutukset*. Helsinki: Sosiaali- ja terveysministeriön selvityksiä 7.
- Kansallinen koodistopalvelu (2018) <http://koodistopalvelu.kanta.fi/codeserver/pages/classification-list-page.xhtml> (Viitattu 24.4.2018)
- Kauppi, Paula, Pekkanen, Juha ja Karvala, Kirsi (2016) *Ympäristöherkkyys*. Helsinki: Suomalainen Lääkäriseura Duodecim. <http://www.kaypahoito.fi/web/kh/suosituks/suositus?id=nix02353&suositusid=hoi50111> (Viitattu 24.4.2018)
- Kettunen, Marko (2007) Kysymyksiä asunnottomuudesta Suomessa. *Yhteiskuntapolitiikka* 72 (4), 380–391.
- Kosteus- ja homevaurioista oireileva potilas* (online). Suomalaisen Lääkäriseuran Duodecimin asettama työryhmä. Helsinki: Suomalainen Lääkäriseura Duodecim, 2016. www.kaypahoito.fi (viitattu 4.3.2018)
- Kostiainen, Eeva & Laakso, Seppo (2015) *Helsinkiiläisten asunnottomuuspolut*. Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskuksen raportteja 1/2015. Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus (ARA).

- <http://hdl.handle.net/10138/153533>
Käypä hoito -suositus, <http://www.kaypahoito.fi/web/kh/etusivu> (Viitattu 25.4.2018)
- Mäki, Sari & Nokela, Katri (2014) *Sisäilmasta sairastuneiden selviytymisen ja syrjäytymisen kokemuksia*. Helsinki: Hengitysliiton julkaisuja 23.
- Mäki, Sari & Ryyänen, Toni (2016) Köyhät, pakotetut, kyvyttömät ja toivottomat – sisäilmasta sairastuneiden kokemuksia taloudellisesta asemasta. *Janus* 24 (3), 211–229.
- Pikkarainen, M., Oikarinen, M., Hiltunen, K., Pascale, L., Väisänen, S., Junntila, A., Kaajakari, A. & Uimonen, M. (2017) *Sosiaalinen raportointi. Asunnottomuus. Etsivä lähityö*.
<https://www.hel.fi/static/sote/sosrap/raportit/etsiva-lahityo-asunnottomuus.pdf>
(Viitattu 7.2.2018)
- Sunikka, Sanna, Seppälä, Ullamaija & Granfelt, Riitta (toim.) (2007) *Asunnottomuuskirja – Näkökulmia asunnottomien palvelujen kehittämiseen*. Soccan ja Heikki Waris -instituutin julkaisusarja nro 13. Helsinki.
http://www.socca.fi/files/69/Asunnottomuuskirja_nakokulmia_asunnottomien_palvelujen_kehittamiseen.pdf (Viitattu 25.4.2018)
- THL (2013) *Koodistopalvelun johtoryhmän kokouksen pöytäkirja*.
https://thl.fi/attachments/koodistopalvelu/poytakirja_kp-jory%2016122013.pdf
(Viitattu 25.4.2018)
- THL (2018) *Terve ihminen terveissä tiloissa. Kansallinen sisäilma ja terveys – ohjelma 2018–2028*. Luonnos.
https://thl.fi/documents/98567/1586976/Kansallinen_sis%C3%A4ilma_ja_terveys_ohjelma_Luonnos.pdf/a3b390ba-ac92-49e3-a03e-2e6067b2f8c7
(Viitattu 25.9.2018)
- Valtioneuvoston kanslia (2018) *Kohti kokonaisvaltaista hyvinvoinnin edistämistä ja käyttäjien huomioon ottamista julkisissa rakennuksissa*. Valtioneuvoston periaatepäätös Terveet tilat 2028 -toimenpideohjelmasta, 3.5.2018. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 2/2018.
http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160822/Jo2_2018_Terveet%20tila%202028%20-%20toimenpideohjelma_kansilla.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Viitattu 25.9.2018)
- Ympäristöministeriö (2016) *Asunnottomuuden ennaltaehkäisyn toimenpideohjelma 2016–2019*. Valtioneuvoston periaatepäätös 9.6.2016.