

# **Sankarikuluttaja supermarketissa**

**Nuorten poliittinen kuluttajuus osana demokratian murrosta ja yksilöllistyvän vaikuttamisen ihannetta**

**Taneli Varis  
Pro-gradu-tutkielma  
Yhteiskuntapolitiikka  
Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos  
Jyväskylän yliopisto  
Kevät 2017**

# TIIVISTELMÄ

## Sankarikuluttaja supermarketissa

### Nuorten poliittinen kuluttajuus osana demokratian murrosta ja yksilöllistyvän vaikuttamisen ihannetta

Taneli Varis

Yhteiskuntapolitiikka

Pro gradu-tutkielma

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos

Jyväskylän yliopisto

Ohjaaja: Teppo Kröger, Ilkka Virmasalo

Kevät 2017

sivumäärä: 62 sivua + liitteet 11 sivua

Tutkielma käsittelee kuluttamista nuorten politiikan teon välineenä. Näkökulmana tutkielmassa on kuluttaminen osana yksilöllistyvää politiikkaa ja demokratian murrosta edustuksellisuudesta kohti yksilöiden toimijuuden ja vastuullisuuden korostusta.

Tarkoituksena on selvittää, keitä poliittisesti kuluttavat nuoret ovat. Onko pettymys muun politiikan toimivuuteen ja vaikuttavuuteen syynä haluun vaikuttaa omakohtaisesti, vai ovatko poliittisesti kuluttavat nuoret ikätovereitaan aktiivisempia politiikan tuntijoita ja tekijöitä. Keskeinen kysymys onkin, korvaako vai täydentääkö kasvussa oleva poliittinen kuluttajuus institutionaalisia vaikuttamisen keinoja kuten äänestämistä ja puoluepolitiikassa toimimista.

Tutkimuksen aineistona on käytetty vuoden 2013 nuorisobarometriä, jonka perusjoukko on 15–29 vuotiaat nuoret. Tutkielmaa varten aineisto rajattiin käsittelemään tutkimushetkellä yli 19 vuotiaita, jotta esimerkiksi äänestysaktiivisuutta käsittelevät kysymykset olisivat relevantteja. Tutkimusmenetelmänä käytettiin regressioanalyysiä, joka toteutettiin hierarkkisella mallilla.

Tutkimustulokset osoittavat, ettei poliittinen kulutus ensisijaisesti ole muuhun politiikkaan epäluuloisesti suhtautuvien vaikutustapa. Poliittinen kuluttaminen on pikemminkin muuta vaikuttamista täydentävää, kuin sitä korvaavaa toimintaa. Naiset ovat poliittisina kuluttajina hieman miehiä aktiivisempia ja suurin yksittäinen poliittista kuluttajuutta aineistossa selittävä tekijä on yksilön suhde yleisiin eettisen kulutuksen piiriin kuuluviin arvokysymyksiin koskien esimerkiksi ympäristöä ja ihmisten tasa-arvoisuutta. Mahdollinen selitys tälle, on käytettävissä olevien kulutusmahdollisuuksien kirjo. Sekä erilaiset sertifioinnit että kampanjat keskittyvät lähinnä ympäristökysymyksiin ja ihmisoikeuksiin.

**Avainsanat:** poliittinen kuluttaminen, eettinen kuluttaminen, demokratian murros, nuoriso, luottamus, yksilönvastuu, regressioanalyysi

# Sisällys

1 Johdanto.....	1
2 Kulutus ja politiikka tieteiden risteyksessä .....	3
2.1 Poliitiikan murros ja poliittinen kansalaisuus .....	7
2.2 Poliittinen kuluttajuus .....	9
2.3 Poliittisen kulutuksen lähtökohdat .....	11
2.4 Refleksiivinen modernisaatio ja eettinen paradoksi .....	12
2.5 Poliittisen kuluttamisen rationaalisuudesta.....	15
2.5.1 Voidaanko yhteistä hallita yksityisesti.....	15
2.5.2 Käytettävissä olevan tiedon riittävyys rationaalsiin valintoihin .....	16
2.6 Ketkä kuluttavat poliittisesti .....	18
2.6.1 Nuorison kuluttajuus ilmiönä.....	18
2.6.2 Pidättyväinen kulutuseetos ylläpitää nuorten poliittista kulutusta.....	20
2.6.3 Tiedolliset resurssit ja sosiaalinen pääoma poliittisen kulutuksen ehtona .....	21
2.6.4 Ajaako luottamuspula kulutusvalinnoin vaikuttamiseen?.....	22
2.7 Eettinen kulutus ja yksilönvastuun korostuminen .....	23
2.8 Keskeiset käsitteet.....	25
3 Tutkimuskysymys ja tutkimuksen metodologia .....	26
3.1 Tutkimuskysymys .....	26
3.2 Tutkimusaineisto .....	27
3.3 Regressioanalyysi .....	28
3.4 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti .....	28
3.5 Summamuuttujat regressioanalyysiin .....	30
4 Poliittinen kuluttajuus nuorisobarometrissä .....	34
4.1 Poliittisen kuluttamisen yleisyys nuorten vaikutustapana .....	34
4.2 Luottamus yhteiskunnallisen vaikuttamisen tapoihin.....	35
4.3 Yksilön arvot kuluttamalla vaikuttamisen selittäjänä .....	37
4.4 Sukupuolen ja iän yhteys kuluttamalla vaikuttamiseen.....	39
4.5 Luottamus poliittiseen järjestelmään ja koettu poliittinen ymmärrys.....	41
4.6 Osallistuminen muuhun politiikkaan .....	43
4.7 Yksilönvastuu .....	46
4.8 Julkisten instituutioiden vastuu.....	47
4.9 Kokoava malli poliittiseen päätöksentekoon vaikuttavista tekijöistä .....	48

5 Johtopäätöksiä ja jatkotutkittavaa.....	50
5.1 Tutkimuksen johtopäätöksiä .....	50
5.2 Jatkotutkimuksen mahdollisuuksia .....	54
LÄHTEET .....	55
LIITTEET.....	63

# 1 Johdanto

Kuluttaminen ja kuluttajuus ovat olleet jo hyvän aikaa yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen kestoaiheita ja aihe tarjoaa lukuisia vaihtoehtoisia tulokulmia ja lähestymistapoja itseensä. Perinteinen kuluttajatutkimus on selvittänyt kulutusta ennen kaikkea sen sosiologisista tai taloustieteellisistä lähtökohdista katsoen. (Ilmonen 2007, 19.) Kulutus on katsottu hyödykkeiden hankkimiseksi tai statuksen ilmaisemiseksi ja eräänlaiseksi antiteesiksi yhteisöllisyydelle ja yhteiskunnallisuudelle (Sassatelli 2007, 113). Yksilön tarpeista lähtevä kulutus katsottiin siis pitkään vastakkaiseksi poliittisuudelle ja yhteisten asioiden hoidolle. Sen on katsottu jopa vieraannuttavan yksilöt politiikasta turruttamalla heidät todellisilla ja tuote-  
tuilla tarpeilla sekä mielihaluilla. (Schudson 2007, 237.)

Modernissa kuluttamiselle perustuvassa kulttuurissa tehtävät ostosvalinnat ovat kuitenkin osa yksilön toimintaa ja ilmaisua siinä missä mikä tahansa muukin ja tutkimuksessakin ajat ovat muuttuneet (Youde 2009, 203). Empiiristä tutkimusta poliittisesta kuluttamisesta on tehty 1970-luvun puolivälistä alkaen (Micheletti, Stolle & Berlin 2012, 146). Kuin itsensä selvästi, on kuluttajasta katsottu tulleen myös aktiivinen toimija ja politiikan tuottaja. Ilmiön keskeisenä lähtökohtana voidaan pitää suuryhtiöihin aikakautena kohdistettuja boikotteja ja merkittävällä tavalla esille nousutta ympäristöliikettä (Micheletti 2003, 10). Yhtäkkiä yksittäisen ihmisen ostoskori ja päivittäiset valinnat politisoituivat uudella tavalla. 1990-luvulta asti myös peruskoulujen kuluttajakasvatuksessa on otettu vastuullinen kuluttaja yhdeksi ihanteeksi. 2000-luvulla kulutukseen ja kuluttajuuteen suhtautuminen on edelleen monipuolistunut ja yksinkertaisista hyvä-paha asetteluista on alettu irtautua. (Uusitalo 2010, 33.) Kuluttajavaikuttaminen ei enää automaattisesti tarkoita kuluttamisesta pidättäytymistä.

Kulutusvalinnoin vaikuttaminen on saanut kaikkiaan viime vuosina paljon mediahuomiota ja ilmiölle ladataan usein suuria odotuksia esimerkiksi ympäristönsuojelun kysymyksissä. Ilmiön laajuudesta ja vaikuttavuudesta ei kuitenkaan ole kovin tarkkaa kuvaa ja epäselvää on myös, miten yksilön valintoja ja vastuuta korostava kuluttajavaikuttaminen suhteutuu traditionaalisempiin, kollektiivisuutta edellyttäviin, vaikutustapoihin kuten edustuksellisen demokratian keinoihin. Tuottaako yksilöllisen vaikuttamisen ja vastuun ihanne pahimmillaan yhteiskunnallista epäluottamusta ja vieraantumista julkisista instituutioista?

Poliittista kuluttamista on pyritty selittämään yleisellä murroksella politiikan teossa, puoluesidonaisuuden ja edustuksellisen demokratian kriisiytymisellä. Moderni ihminen haluaa kenties vaikuttaa ympäröivään maailmaan yksilöllisemmillä ja monipuolisemmilla keinoilla kuin muutaman vuoden välein pidettävillä vaaleilla. Nuoret eivät ole yhtä sitoutuneita puolue- ja vaalidemokratiaan kuin vanhemmat polvet (Borg 2013, 46). Tällainen näkökulma liittää poliittisen kulutuksen yhteen myös muihin yhteen asiaan tai aiheeseen keskittyviin vaikutustapoihin kuten kansalaisaloitteisiin tai adresseihin. Puheeksi ovat tulleet yhä enemmän suora demokratia ja osallistumisen monimuotoisuus (Borg 2013, 51).

Tämän Pro Gradu -työn tarkoituksena on kuvata poliittista kulutusta osana nuorison vaikuttamistyötä ja selvittää kulutusvalinnoin vaikuttamisen yhteyttä yksilölähtöisyyteen ja perinteisen politiikan keinoista vieraantumiseen. Vetoaako politiikan teko kulutusvalinnoin individualistisiin nuoriin, joille yksilö on yhteiskunnan vastuutoimija ja kärki, vai onko poliittisesti orientoitunut kuluttaminen harvojen poliittisesti aktiivisten nuorten hupi ja muun politiikan jatkumo? Entä onko yksilöllisin keinoin vaikuttamisella yhteys epäluottamukseen puolueisiin sekä demokraattiseen järjestelmään? Juuri vahva yhteiskunnallinen luottamus on jo pitkään ollut suomalaisen demokratian vahvuus (Borg 2013, 59).

Oma kiinnostukseni kulutukseen ja kuluttajuuteen on herännyt juuri ilmiön poikkitieteellisyiden ja toisaalta poliittiseen ja eettiseen kulutukseen sisältyvien jännitteiden ja suoranaisten paradoksien kautta. Yhteisiä asioita pyritään hoitamaan yksityisin toimin ja markkinavoimia vastaan kamppaillaan markkinavoimaa käyttäen. Kuluttajuutta vastustetaan kulutustavoilla.

## 2 Kulutus ja politiikka tieteiden risteyksessä

Poliittista kuluttamista voidaan tutkia useasta erilaisesta tieteellisestä lähtökohdasta. Puh-  
taasti taloustieteellinen tarkastelu arvioi kulutustapojen muutoksien vaikutuksia ja markki-  
noinnin piirissä aihe tarjoaa uuden tavan vedota kuluttajien tuntemuksiin. Lisäksi huomioi-  
tavaa on, että poliittinen kulutus liittyy useimmiten ympäristöongelmien ratkaisuun ja kes-  
tävään kehitykseen ja myös tämä osaltaan laajentaa ilmiöön liittyviä näkökulmia ja teemo-  
ja. Asioita voidaan tutkia siis ympäristötaloustieteiden ja hintaohjauksen kannalta, teknisen  
kehityksen ja optimistisen tiedenäkökulman kannalta tai tavaraekologisesta ja ainevir-  
tanäkökulmasta. (Heiskanen & Pantzar 1994, 485–486.)

Markkinoinnin piirissä poliittinen ja eettinen kuluttaminen nähdään helposti statushakuise-  
na toimintana (esim. Lundahl 2012). Sosiologinen tarkastelu taas voi tutkia kulutusta it-  
seilmaisuna ja tarkastella merkityksiä joita kulutuksella välitetään. Poliitiikan tutkimuksen  
näkökulmasta kyse on uudesta tavasta ymmärtää vaikuttaminen ja yhteiskunnallinen osal-  
listuminen (Micheletti ym. 2012). Oma näkökulmani on yhdistelmä kahta jälkimmäistä,  
sillä tutkin millaisia vaikuttajia ja poliittisia toimijoita ovat kulutuksen poliittisen toimin-  
tansa kanavaksi ottaneet nuoret. Onko yksilöllisten vaikutustapojen hakeminen oire epä-  
luottamuksesta poliittiseen järjestelmään ja edustukselliseen demokratiaan?

2000-luvun ihmiselle ajatus kulutuksen ja politiikan erottamisesta tuntuu vieraalta. Laajana  
ilmiönä poliittinen kuluttajuus on kuitenkin verrattain uusi ilmiö ja sen voidaan katsoa  
osoittavan ja edustavan 2000-luvun uusliberalistista mallia, jossa vastuu ei enää ole poliit-  
tisilla päättäjillä ja hallinnoilla, vaan ihmiset saavat omassa arjessaan kuluttaen valita, ha-  
luvatko tukea tai auttaa jotakin päämäärää, on se sitten ilmastonmuutos tai ihmisoikeus-  
kysymykset. Poliitiikan yksilöllistyminen on seurausta useista prosesseista, joista kenties  
merkittävimpänä Ulrich Beckin käsittelemä modernisaatio ja sen murtamat perinteiset kan-  
sanjoukkoja yhdistävät tekijät kuten luokka- tai sukupuolijako (Beck 1995, 19–20). Onnis-  
tunut poliittinen kuluttajuus edellyttää myös vakaata uskoa itsenäiseen päätöksentekoon  
kykenevään valistuneeseen ja rationaaliseen kuluttajaan, joka pystyy riittävät tiedot saatu-  
aan tekemään niin itseään, kuin ympäristöäänkin hyödyttäviä valintoja.

Sosiologinen lähestymistapa kulutukseen korostaa kulutuksen välittämiä merkityksiä ja

ihmistä sosiaalisena eläimenä, jolla on tarve kuulua ryhmiin ja olla osa yhteisöä. Samoin kulttuurintutkimus suhtautuu kulutukseen pitkälti merkitysten ja elämäntyylien rakennuselementtinä (Haanpää 2009, 67). Poliittistakaan kulutusta ei siis välttämättä sanele puhtaasti rationaalinen analyysi, vaan kyse on pikemminkin ajautumisesta, ryhmäpaineesta ja totumuksista. Tästäkin näkökulmasta poliittinen kuluttaminen on kuluttajalle nykyään luontainen ja jopa itsestään selvä tapa vaikuttaa, tai ainakin tuottaa vaikuttamisen kuvaa. Sosiaalitieteellinen tarkastelu liittäkin poliittisen kulutuksen, eli *political consumerism*in läheisesti toiseen teoreettiseen käsitteeseen eli *consumer cultureen*. Nykyihminen on kasvanut maailmaan, jossa kulutusvalinnat ovat päivittäinen osa elämää ja mahdollisesti keskeisin tapa omakuvan ja ympäröivän todellisuuden rakentamisessa (Autio 2004, 107; Lury 2011, 9–30). Aiemmin palkkatyön katsottiin olevan keskeisin ihmisenä ja kansalaisena olemista määrittelevä tekijä, mutta kulutusmahdollisuudet ja tavat ovat hyvää vauhtia kiihtymässä rinnalle. Tutkimuskenttä ei siis enää voi suhtautua kulutukseen pelkkänä empiirisesti selitettävänä ilmiönä. (Ilmonen 1993, 11–17.) Tällaisessa todellisuudessa ja sosiaalisessa ympäristössä onkin luontevaa, että itselle tärkeitä asioita pyritään edistämään kuluttamalla tai kuluttamatta jättämällä. Nyky-yhteiskuntaa ei lähestulkoon voida ajatella edes olevan ilman kulutusta ja hyödykkeiden käyttöä ja tavarasta merkityksineen on tullut välttämättömyys modernille elämänmenolle (Ilmonen 2007, 258). Kulutuskulttuuria arvostellaan usein juuri kaikkialta läpikäytyä materialismista, ja resursseja haaskaavasta jatkuvan tuotannon logiikasta. Tällöin kuitenkin helposti jää huomiotta, että kulutus voi olla, ja tulevaisuudessa todennäköisesti myös tulee yhä vahvemmin olemaan ei materiaalista. Palveluiden osuus kasvaa yhteiskunnan muuttuessa ja toisaalta koko elämänlogiikan ollessa alistettuna kulutuksen ajatuksille ja palkkatyön logiikalle, voidaan myös vapaa-ajan katsoa olevan eräänlaista kuluttamista. Vaihtaahan yksilö lomaillessaan vapaa-aikaan taloudellisia resursseja, joita työnteko tuottaisi. Materiaalisen kulutuksen merkityksen vähenemisestä käytetään usein termiä dematerialisaatio (Heiskanen & Pantzar 1994, 525). Vaikka etenkin käsittelemäni poliittisen kulutuksen aiheesta olisi houkuttelevaa korostaa nimenomaisesti materialistista kulutusta, tulee selvyuden vuoksi kulutukseksi määritellä kaikki tavat, joilla yksilö käyttää ostovoimaansa.

Oma osansa kaikessa kulutuksessa, myös poliittisessa, on väistämättä identiteetin rakentamisella ja merkitysten luomisella. Pelkän välittömän tarpeiden tyydyttämisen sijaan kulutuksella ja valinnoilla tuotetaan minäkuva ja roolia niin yhteiskunnan jäsenenä kuin kuluttajanakin. Tavaroiden ja palveluiden kulutuksesta on tullut huomattava merkitysten aineel-



listaja, jolla välitetään symbolisia merkityksiä (Ilmonen 2007, 260). Perinteisesti sosiologian ja kulutustutkimuksen piirissä symbolien ja merkitysten välittämisen katsotaan liittyvän vahvasti tuotemerkkeihin, sillä niiden välittämä viesti ilmenee vain tuotemerkkien omassa merkitysavaruudessa, jossa sinänsä identtiset tuotteet erotetaan toisistaan yksinomaan brändin perusteella. Merkkituotteen tekee erityiseksi merkkituotteeksi siis vain se että käsitämme sen merkkituotteeksi. Markkinoinnin avulla kuulua todellisen maailman merkitysten ja tuotemerkkien välillä yritetään kaventaa, liittämällä merkkituotteeseen siihen sinänsä liittymättömiä aspekteja (Ilmonen 2007, 261).

Ideologisesti värittyneeseen ja poliittisesti motivoituneeseen kulutukseen liittyvät symbolit ja merkitykset ovat jääneet etenkin vanhemmassa tarkastelussa vähemmälle huomiolle. Osittain kyse saattaa olla siitä, että kulutus halutaan usein nähdä etenkin taloudellisen aseman ja statuksen välittäjänä, eikä tähän ajatusmalliin välttämättä ongelmitta istu ajatus vaatimattomasta tai pidättäytyvästä kulutuksesta omanlaisenaan statuksen luojana. Ristiriitaisuudesta huolimatta on kiistatonta, että kaikki kulutus ja toisaalta myös kuluttamattomuus on symbolista, joko tietoisesti tai tiedostamatta. Poliittisten kulutustrendien liikkeelle saattajilla on kenties ollutkin riittävät tiedolliset resurssit valintojensa vaikutusten ymmärtämiseen, mutta esimerkiksi Kaj Ilmosen käsittelemän (1993, 260) kulutuksessa tyypillisesti tapahtuvan omaksumisen eli ”trickle down-ilmion” seurauksena myös poliittiset kulutustrendit leviävät ilmiönä eliitistä alaspäin ihmisiin ja ryhmiin, jotka alkuperäisen tarkoituksen sijaan haluavat ensisijaisesti osoittaa poliittista tai älyllistä statusta. Voidaanki perustellusti väittää, että esimerkiksi vihreä kuluttajuus näyttäytyy paitsi osana kulutuskulttuuria, niin myös osana nuorten ja myös muiden kuluttajien rakennettua identiteettiä (Haanpää, 2005, 118). Kulutukseen liittyvät symbolit ovat siis moninaisia ja tyypillisten taloudellista asemaa sekä auktoriteettiä korostavien kulutustapojen rinnalle on tullut poliittinen kulutus, joka symboleillaan välittää älyllistä tai moraalista statusta.

Ajatus kulutuksesta identiteetin rakentamisena on poliittisen kuluttamisen näkökulmasta kaksijakoinen ilmiö. Toisaalta se saa poliittisesti motivoituneen kulutuksen näyttäytymään itsekeskeisesti motivoituneena toimintana, jonka todellinen vaikuttavuus ei ole aina loppuun asti arvioitua. Samaan aikaan kuitenkin, myös identiteettiä rakentava kulutus välittää aina jotain agendaa ja merkitystä myös positiivisessa ja vaikuttavassa mielessä. Ei siis välttämättä ole väliä, onko esimerkiksi ekologisesti kestävästi tuotetuksi mainostettu esine todella nimensä ja markkinointinsa veroinen. Tärkeää voi olla myös se, miten ko. esine

osoittaa kiinnostusta kestäväan kehitykseen ja siis välittää ilmiötä niin yritysmaailmaan, poliittiseen päätöksentekoon kuin yhteiskuntaan yleisemminkin.

Politiikantutkimuksen parissa on tutkittu paljon yleistä poliittisen aktiivisuuden vähenemistä ja ihmisten haluttomuutta osallistua virallisiin organisaatioihin ja järjestöihin. Monet tutkimukset katsovatkin yleiseksi trendiksi etenkin nuorempien sukupolvien keskuudessa sen, että vaikuttamista ja politiikkaa halutaan tehdä aiempaa yksilökeskeisemmin ja elämäntapaorientoituneemmin. Hyvänä puolena tässä on se, että politiikka ja ymmärrys sen vaikutuksista saavuttaa yhä laajemman joukon, kun ihmiset joille aiempi organisaatio- ja puoluekeskeinen politiikka on tuntunut vieraalta tulevat prosessin myötä poliittisiksi toimijoiksi. Pahimmillaan uhkana taas on vastuun katoaminen ja todellisen vaikuttavuuden häviäminen ”poliittisen muuttuessa yksityiseksi”. Poliittinen kulutus ja kuluttajan vaikutusmahdollisuudet ovatkin saaneet kenties enemmän julkisuutta, kuin niiden todellinen vaikuttavuus ja merkittävyys ilmiöinä antaisivat odottaa (Autio 2004, 109).

Eräs merkittävä keskustelunaihe aihepiirissä on kysymys kulutusvalintojen todellisista vaikutusmahdollisuuksista. Valmistusketjujen pidentyessä ja tuotannon alati globalisoituessa, on kuluttajan hyvin vaikea saada todellista ja luotettavaa tietoa tuotteiden alkuperästä ja esimerkiksi ympäristövaikutuksista. (Varjonen & Viinisalo 2004, 25 & 52) Informaatio on väistämättä vajavaista ja uhkana on, että esimerkiksi kansalaisjärjestöjen ahkerasta työpästä huolimatta parhaimmillaankin kuluttajavaikuttaminen jää yksittäisten boikottien ja kohujen tasolle. Esimerkiksi vuonna 2013 yritystoiminnan globaaleja vaikutuksia tutkiva järjestö, Finnwatch, tutki Suomeen tuotavien ananasmehujen tuotanto-olosuhteita Thaimaassa (Vartiala, Purje, Hall, Vihersalo & Aukeala 2013, 38). Alun medianäkyvyydestä ja voimakkaista reaktioista huolimatta tuotanto-olojen ongelmat jatkuvat ja tapaus on ollut pinnalla lähinnä järjestön tutkijan vahingonkorvausoikeudenkäynnin vuoksi (Vartiala 2014, 37; Yle 2016). Vaikka tapaus saattoikin johtaa väliaikaiseen muutokseen ananasmehujen kohdalla, on kyseessä vain yksi tuote ja senkin tuotantoketju muuttaa globaalissa taloudessa nopeasti muotoaan. Muun muassa OECD onkin asettanut kestäväan kulutuksen toteutumisen kannalta välttämättömäksi tekijäksi ympäristöhaittojen sisällytyksen tuotteiden hintoihin (Varjonen & Viinisalo 2004, 53). Tässä tutkimuksessa en pyri paneudu tuotteiden tai ostopäätösten todellisiin ympäristö- tai muihin vaikutuksiin, sillä niiden selvittäminen kuulunee ensisijaisesti ympäristötaloustieteen alaan.

## 2.1 Poliitiikan murros ja poliittinen kansalaisuus

Valtioneuvoston demokradiapoliittinen selonteko katsoo suomalaisen demokratian yhdeksi suurimmaksi haasteeksi äänestysaktiivisuuden laskemisen ja osallistumisen eriarvoistumisen (Oikeusministeriö 2014, 9). Kehitys ei kuitenkaan ole suomalainen erityispiirre, vaan vastaava suunta on havaittavissa yleisemminkin läntisissä demokratioissa. Selonteon mukaan taustalla on yhteiskunnallinen muutos, jossa politiikan ja puolueiden roolit muuttuvat, ihmisten käytös ja valinnat ovat yhä yksilöllisempiä ja jossa globalisaatio vaikuttaa vahvemmin poliittiseen agendaan. Myös sosioekonomiset tekijät kuten työttömyys ja taloudellinen toimeentulo vaikuttavat selonteon mukaan kansalaisten osallistumisaktiivisuuteen.

Poliitiikan uutisoinnissa puhutaan toistuvasti alhaisista ja alati alenevista äänestysprosentteista ja etenkin nuorten kiinnostumattomuudesta politiikkaan tavataan olla jatkuvasti huolestuneita. Äänestyskäyttäytymistä ikäpolvittain ei mediassa kuitenkaan juurikaan tilastoida tai raportoida ja osin nuorten ottaminen tarkastelun keskiöön onkin ehkä yleistä huolta nuorten syrjäytymisestä. Tuoreet tutkimustulokset osoittavat itseasiassa, että kansalaisten tyytyväisyys demokratian toimivuuteen ja etenkin nuorten kiinnostus politiikkaan ovat kasvussa. Tämä ei kuitenkaan välttämättä heijastu äänestysaktiivisuuden nousuna lyhyellä aikavälillä ja huomioista huolimatta on kyselytutkimustenkin valossa kiistatonta, etteivät suomalaiset nuoret jaksa äänestää iäkkäämpien kansalaisten tavoin. Äänestysaktiivisuus onkin etenkin vastikään äänestysikäen tulleiden keskuudessa alhainen. (Borg 2009, 149–159) Vaikka äänestysaktiivisuus on laskenut, ovat suomalaiset kuitenkin olleet jo pitkään tasaisen kiinnostuneita politiikasta (Kestilä-Kekkonen 2015, 52). Äänestämättömyyden ajatellaan liittyvän puolueiden ja puoluepolitiikan läheiseksi kokemiseen, mutta tutkimustiedon valossa nuoret aikuiset eivät näyttäisi olevan erityisen sitoutumaton ryhmä. Näyttäisikin pikemminkin siltä, että äänestämään opitaan iän myötä, eikä niinkään puoluesidonnaisuuden kautta (Borg 2009, 164–165). Puoluesidonnaisuuden vähenemistä selittävät osaltaan myös muttuneet tiedotus ja viestintäympäristöt. Internet-aikana puolueiden ja järjestöjen kaltaisilla massaliikkeillä ei aiemman kaltaista henkilökohtaista yhteydenpitoverkostoa ja tiedon monopolia kannattajiinsa ja potentiaalisiin äänestäjiin (Borg 2005, 18).

Tyypillinen syy kaikenikäisten äänestämättömyyteen on yleinen kiinnostumattomuus poli-

tiikasta (Borg 2009, 171). Borg käsittelee tekstissään eduskuntavaalitutkimusta, joten todennäköistä on, että vastanneet ovat mieltäneet politiikan tarkoittavan nimenomaan kapeasti katsottua puoluepolitiikkaa ja esimerkiksi kulutusvaikuttaminen on jäänyt pohdinnan ulkopuolelle.

Äänestysinnon laskiessa niin Suomessa kuin muuallakin kehittyneissä maissa on puhuttu viimeaikoina politiikan murroksesta, jolla viitataan laskevaan kiinnostukseen organisaatioihin ja valtioon sidottua politiikkaa kohtaan, samalla kun poliittinen kiinnostus kohdistuu muihin vaikutustapoihin. Suomessa tosin näkemys on vakiintunut hitaahkosti ja ajatus poliittisesta kansalaisuudesta ja puolue toiminnan ulkopuolisesta vaikuttamisesta on jäänyt osin sivuun. Meillä murroksen on edelleen katsottu pikemminkin olevan osoitus silkasta perinteisen osallistajuuden laskusuhdanteesta. Yhteiskunnan järjestyksen ja vaikutusjärjestelmän ei siis useinkaan katsota muuttuneen. (Rättilä 2001, 192) Perustellusti voidaan kuitenkin väittää, että muutosta on tapahtunut ja, että sitä myös osin pyritään aktiivisesti edistämään. Erilaiset aktiivisen kansalaisuuden hankkeet ja ohjelmat ovat olleet poliittisten ohjelmien elementtejä jo hyvän aikaa niin Suomessa kuin muuallakin Euroopan unionissa (Kettunen & Kiviniemi 2000, 45. Suoran vaikuttamisen keinot ovat tulossa edustuksellisuuden rinnalle esimerkiksi kansalaisaloitteen muodossa. Se voidaanko kulutus laskea mukaan tähän uuteen suoran vaikuttamisen nousuun, riippuu vahvasti valitusta tulokulmasta. Poliittisen järjestelmän näkökulmasta poliittinen kuluttajuus on täysin vierasta ja ulkoparlamentaarista toimintaa ja tavallaan siis täysin irrallinen järjestelmän muutosprosessista. Kuluttajalle jakolinja ei ole yhtä selkeä ja ostoskäyttämisen tuleminen osaksi keinovalikoimaa liittyyne kiistatta suurempaan edustuksellisen demokratian kriisiin ja poliittisen kansalaisuuden nousuun. Kriisistä puhuminen voidaan tosin haastaa siltä osin, että edelleen äänestäminen vaikuttaisi olevan niin nuorten kuin muidenkin keskuudessa suosituin vaikuttamisen muoto ja esimerkiksi suora toiminta sekä kansalaistottelemattomuus eivät ole tyypillisiä ilmiöitä suomessa (Suutarinen 2002, 30). Muissa pohjoismaissa on selkeämmin ollut havaittavissa kehityskulku, jossa nuorten parissa puolue- ja järjestötoimintaa vähemmän hierarkkiset toiminnanmuodot korvaavat perinteistä poliittista osallistajuutta (Torney-Purta ym. 2001, 80).

Ajatus aktiivisesta kansalaisuudesta ja sen tarpeesta on lähtenyt liikkeelle 1960-luvulta alkaen ja sen tausta on osin pohjoisamerikkalaisessa hyvinvointijärjestelmien passivoivuuden arvostelussa (Rättilä 2001, 195). Hyvinvointia tuottavien sosiaalipoliittisten järjestel-

mien on katsottu vieraannuttavan ja yksilöllistävän ihmisiä. Syntynyttä osallistajuustyhjiötä täyttämään on tarjottu ihmisten rohkaisemista vapaamuotoiseen aktiivisuuteen ja sosiaalisten verkkojen luomiseen. Robert Putnamin sosiaalisen pääoman teorian mukaisesti tämä synnyttää yhteiskunnallista ja yhteisöllistä luottamusta, joka on edellytys niin toimivalle kansalaisyhteiskunnalle, kuin myös toimivalle taloudelle. (Putnam 1993, 167) Sosiaalinen pääoma ei välttämättä kuitenkaan ole yhteiskunnallinen pelastaja ja luottamuksen luoja, sillä sekin voi jakautua epätasaisesti, kuten Britanniassa näyttää käyneen (Putnam 2002, 394).

## 2.2 Poliittinen kuluttajuus

Keskeinen teoreettinen viitekehys tälle tutkimukselle on poliittinen kuluttajuus eli *political consumerism*, joka käsitteenä vakiintui jo 1990-luvulla, kun tutkijat pohtivat Shellin boikottien taustoja. (Micheletti 2003, 10) Poliittinen ja eettinen kuluttaminen poikkeavat perinteisestä kuluttamisen ajatuksesta siinä, että tuote saa muitakin merkityksiä, kuin sen ulkoiset materiaaliset ulottuvuudet ja hinta. Perinteisesti nimenomaan tuotteen käyttö- ja vaihtoarvo kuluttajalle ovat olleet hyödykkeen merkityksellisiä ominaisuuksia (Ilmonen 2007, 66–67). Poliittinen kuluttaja kuitenkin asettaa tiedon tai uskomuksen tuotteen taustasta ja tuotantotavoista keskiöön valintoja tehdessään. Jotta kulutus olisi poliittista, tulee sen määritelmän mukaan olla myös jatkuvaa ja muutokseen pyrkivää (Stolle & Hooghe & Micheletti 2005, 254).

Poliittisen kulutuksen erityispiirre muihin politiikan muotoihin verrattuna on osallistumisen voimakas sukupuolittuneisuus. Naiset ovat kansainvälisten tutkimusten mukaan huomattavasti miehiä aktiivisempia tällä vaikuttamisen alalla, kun taas suurimmassa osassa muita poliittisen toiminnan tapoja on miesten osallistajuus hieman yleisempää. Ilmiötä on yritetty selittää naisten aktiivisemmalla kuluttamisella, mutta mahdollisena syynä saattaa olla myös kulutuksen yleinen sukupuolittuneisuus. Naiset vastaavat useammin päivittäistavaraostoista, joissa myös poliittinen kuluttajuus on yleisintä (Stolle ym. 2005, 258). Lisäksi ylipäätään sukupuolten kuluttajuuden eroja voi selittää sillä, että perinteisesti miesten on katsottu vastaavan perheen elättämisestä ja toimeentulosta ja naisten kuluttamisesta (Autio & Wilska 2003, 10).

Kulutuksen sukupuolittunut luonne ei kuitenkaan täysin selity vastuunjaon eroilla kotitalouksissa, sillä naisten ja miesten kulutustavoissa alkaa syntyä eroja jo päiväkotikäisenä. Eroa voi osin selittää kasvatustavoilla, sillä poikia kannustetaan aktiivisuuteen kun taas tyttöjä ohjataan enemmän pidättyväisyyteen ja kulutusimpulssien tukahduttamiseen. Pidättyväisyys ja omien intressien sekä kulutusmielihaluja hillitseminen saattaa ohjata tyttöjen kulutusta harkitsevuuteen ja ympäröivän maailman huomioon ottavaan suuntaan eli poliittisesti motivoituneeseen kulutustapaan. (Autio & Wilska 2003, 10) Tutkittaessa tyttöjen ja poikien suhtautumista sosiaalista vastuuta kantavaan kansalaisuuteen, on havaittavissa merkittävä ero sukupuolten välillä, tytöille sosiaalisen vastuun kantaminen osana elämää näyttäisi olevan merkitsevästi tärkeämpää (Suutarinen 2002, 35).

Havainto naisten yleisemmästä poliittisesta kuluttajuudesta saattaa myös olla ainakin pieneltä osin sukupuolirooleista johtuvaa vääristymää. Etenkin nuoria kuluttajia tutkittaessa näkyy miten maskuliinisessa kulutusdiskurssissa välinpitämättömyys ja hedonistinen ylimielisyys korostuvat (Autio 2006, 73). Kyse on kuitenkin ennen kaikkea puhetavoista, eivätkä ne välttämättä aina heijastele todellisia kulutusvalintoja saatikka esimerkiksi niiden ympäristövaikutuksia. Nuoria kuluttajia tutkittaessa on huomattu, miten naisten kulutuskerrotoimuksissa toistuu ympäristö- tai ihmisoikeuskysymysten tiedostaminen, vaikka perään saatetaan kuitenkin myöntää, ettei periaatteista ja ihanteista aina tule pidettyä kiinni kulutushoukutusten edessä. Nuorilla miehillä puhetapa on usein päinvastainen ja oman kulutuksen piittaamattomuudella saatetaan jopa rehennellä. Piittaamattomuus ja ylimielisyys lienee etenkin nuorten keskuudessa yhteydessä maskuliinisen identiteetin rakentamiseen. Käytännössä kuitenkin tutkimusten valossa tytöt ostavat useammin ja halvaa, pojat harvemmin ja kallista (Wilska 2006, 35). Oma erityinen piirre nuorten haastatteluissa on, että poliittisena kuluttajuutena pidetään todellisten tekojen ohella tai jopa sijasta sitoutumista tiettyihin arvoihin ja päämääriin, jotka kulutukseen liittyvät. Esimerkiksi taloudellisten resurssien puute nähdään usein perusteltuna syynä jättää poliittinen kulutus muille, vaikka tavallaan haluttaisiinkin olla mukana toiminnassa. (Autio 2006, 66–70) Kulutustutkimuksen ja poliittisen kulutuksen ongelmana onkin usein juuri arvojen ja käytännön kohtaamattomuus. Vaalitut eettiset tai poliittiset näkemykset eivät konkretisoidu kulutuksen puolella (Uusitalo 2004, 13).

Perinteisesti kulutustapoja katsotaankin usein juuri taloudellisten mahdollisuuksien kautta.

Voidaan siis ajatella, että ainakin jossain määrin poliittinen sekä eettinen kulutus on varakaiden etuoikeus. Asia ei kuitenkaan ole ihan yksioikoinen sillä myös pidättäytyminen kulutuksesta voi olla poliittista kuluttajuutta. Lisäksi tuotteen hinnan osuus kulutusvalintojen selittäjänä näyttäisi olevan laskussa (Haanpää, 2009, 80). Kulutus ja kuluttajanvalinnat ovat näennäisestä yksilökeskeisyydestä ja sosiodemografisista selittäjistä huolimatta pitkälle kollektiivista toimintaa, jota ohjaavat monet tekijät, kuten arvot, asenteet ja elämäntavat (Haanpää 2009, 71).

### 2.3 Poliittisen kulutuksen lähtökohdat

Poliittisesta kuluttajuudesta ei voida puhua puhumatta lyhyesti niistä motiiveista, joista se saa voimansa. Tyypillisimmin kyse on ympäristöasioista ja globaalien oikeudenmukaisuuden teemoista joiden myötä usein puhutaan eettisestä kuluttamisesta lähes synonyymimäisesti tarkoitettaessa poliittisesti motivoitunutta kuluttamista. Terminä eettinen kulutus on kuitenkin jossain määrin arvolatautunut ja siksi helposti jättää osan poliittisen kulutuksen alle kuuluvista asioista ulos.

Ympäristötietoisuuden ja koko ympäristönsuojelun modernin alkuna voidaan pitää Rachel Carlssonin kirjaa *Äänetön kevät* (1963). Ympäristötietoisuuden ohella samoihin aikoihin, joskin ehkä vähän jälkijunassa heräsi myös muu tiedostavan kulutuksen ajatus. (Haanpää 2005, 118) Omana ilmiönään poliittista kuluttajuutta alettiin tutkia 1990-luvulla, kun tutkijat pohtivat öljy-yhtiö Shellin kohdistettuja boikotteja ja niiden taustoja (Micheletti 2003, 10).

Sittemmin tutkimuksessa on keskitytty myös muuhun eettiseksi kulutukseksi katsottuun kuluttamiseen ja on alettu myös puhua vastuullisesta kuluttajuudesta. (mm. Uusitalo & Oksanen 2004; Haanpää 2009) Esimerkiksi paikallisuuden ihanne motivoi usein lähiruokapiirejä ja ruokaverkostoja. Eroavista motivaattoreista johtuen ei kaikkea poliittista kulutusta aina voida niputtaa samaan ”tiedostavan kuluttajuuden” muottiin. Tästä huolimatta käytetään etenkin markkinoinnin puolella jonkin verran laaja-alaista LOHAS-kuluttajuuden käsitettä. LOHAS viittaa ympäristöystävällisyyttä, kestävästä kehitystä, sosiaalista vastuullisuutta ja/tai terveellisyttä arvostaviin kuluttajiin (Lifestyles Of Health And

Sustainability) (Lundahl 2012, 38).

Kuluttajuuden tyypittelyn tavat poikkeavat maittain ja myös tieteenaloittain. Esimerkiksi Haapala ja Aavameri jakoivat muuttuvaa bisnesympäristöä käsittelevässä *Omatuntotalous* kirjassaan kuluttajia seuraaviin segmentteihin: teknologiaoptimistit, hedonistit, heimonsa jäsenet, itselliset, passiiviset huolehtijat sekä eettiset rationalistit (Haapala & Aavameri 2008, 97–98). Maaseutututkimuksessa taas puhutaan laatu-elintarvikkeista ja niitä haluavista kuluttajista, näin siitäkkin huolimatta että esimerkiksi luomutuotteita ja paikallisia tuotteita ostetaan usein erilaisin perustein (Sireni 2006, 55).

## 2.4 Refleksiivinen modernisaatio ja eettinen paradoksi

Poliittinen kulutus kohdistuu toisinaan tavanomaisiin ja perinteisen politiikanteon piirissä oleviin asioihin, mutta silti leimallista on, että se saa oikeutuksensa ja motivaationsa usein kestäväen kehityksen vaateista, ympäristöongelmista ja muista modernin yhteiskunnan ja globalisaation aikaansaannoksiksi käsitetyistä asioista. Useita näistä tekijöistä voi tarkastella Ulrich Beckin määritelmän mukaisen riskiyhteiskunnan tuottamina riskeinä ja refleksiivisen modernisaation ilmentymänä.

Riskiyhteiskunnassa modernisaatiosta on tullut itseään refleктоiva ilmiö, jossa kehitys itsessään tuottaa uusia riskejä, joihin sen tulee vastata. Pidemmän päälle ratkaisukeinot kuitenkin kasautuvat mielettömiin mittoihin tuottaen samalla yhä uusia uhkia. Ratkaisukeinoja ei löydy ja pikemminkin ainoa selväksi käyvä on se, mitä ei tule tehdä. (Beck 1995, 22–23.) Historiallisesti ihmisiä kohdanneet uhat on voitu tyypillisesti jäljittää ja johtaa luonnosta, mutta modernissa yhteiskunnassa riskit ovat itsesyntyisiä (Beck 1992, 19–21). Siinä, missä vielä pari vuosisataa taaksepäin olivat luonnonilmiöt todellinen uhka ihmisille myös Euroopassa, on nykyään tilalle tullut itseaiheutettuja riskejä, kuten ilmastonmuutos tai antibiooteille vastustuskykyiset superbakteerit. Koska modernit uhat voidaan tällä lailla jäljittää inhimilliseen toimintaan ja taloudellisiin rakenteisiin, on niitä myös periaatteessa mahdollista torjua valinnoilla ja kulutustavoilla. Tilanteessa jossa rakentuneen hallintajärjestelmän byrokraattisuudesta, päätöksenteon jämähtämisestä tai valitusta taloudellisen vapauden ihanteesta johtuen kollektiiviset päätökset käyvät yhä vaikeammiksi, on poliittisesti



motivoitunut kulutus siis yksi tapa, jolla moderni yhteiskunta pyrkii vastaamaan riskeihin joita se on synnyttänyt. Refleksiivinen modernisaatio pakottaa yksilöllistymään seurauksena välttämättömyydestä tuottaa omaan elämään vakautta ja hallintaa epävarmaan maailmaan. (Beck 1995, 29.)

Riski-yhteiskunnan luonteeseen kuuluu kuitenkin se, että modernisaatio prosessina luo aina uusia riskejä, eikä poliittinenkaan kulutus ole poikkeus tästä. Poliittisen päätöksenteon siirtymässä suoriin vaikutuskeinoihin ja yksilöllisiin elämäntapoihin, on mahdollisuutena uusi individualismin kasvu ja päätöksenteon sekä kansalaisena olemisen fragmentoituminen eli pirstaloituminen pieniin kokonaisuuksiin (Rinne 2011, 12; Keränen 2008, 53–54).

Postmodernissa ajassa henkilökohtainen vastuu korostuu yhteiskunnan arvojen jouduttua jatkuvan epäilyksen ja kyseenalaistuksen alle. Auktoriteetit ja instituutiot kuten uskonto, perhe ja kansallisvaltio menettävät merkitystään ohjaajina ja moraalisisina selittäjinä. Selkeiden ja ehdottomien ratkaisujen sijasta yksilö kohtaa loputtoman vaihtoehtojen valikoiman. Vaihtoehtojen paljous johtaa ratkaisujen ja kokemusten yksilöllistymiseen, mistä seuraa yhteiskunnallisten ja globaalien ongelmien muodostuminen yksilön ongelmiksi. (Bauman 1996, 21–27.) Yksilöiden saaman valinnanvapauden ja siitä seuraavan vastuun ja valinnanpakon aiheuttaman näennäisvapauden kuvaamiseen Zygmund Bauman (1996, 43) käyttää termiä eettinen paradoksi: ”Yksilöiden eettiset tehtävät lisääntyvät entisestään samaan aikaan kun niiden täyttämisen edellyttämät, yhteiskunnallisesti tuotetut voimavarat kutistuvat. Moraalinen velvollisuus sulautuu moraalisen valinnan yksinäisyyteen.” Voidaankin siis sanoa yhteisten arvooperustojen väistymisen antavan yksilöille vapauden moraalisten valintojen tekemiseen, mutta silti se samalla siirtää kuluttajille myös vastuun tehdyistä valinnoista. Yksilön vastuu korostuu ja valinnan vapaus, kuluttajuuden keskeisin ajatus muuntuu vastuulliseksi ja eettismoraaliseksi teoiksi, jolla on vaikutuksensa ympäröivässä maailmassa. Valintaa ilman riittävää tietoa ei voitane kuitenkaan pitää todellisena valintana ja suuri osa kuluttajan valinnasta voi siksi kutistua verrattain merkityksettömiksi teoiksi. Näin silloinkin, kun arvojen ja asenteiden tasolla yksilöllä on selkeät päämäärät. (Haanpää 2009, 68.)

Yksilöllistyvään moraaliseen valintaan ja eettiseen paradoksiin saattaa vastauksena syntyä esimerkiksi vertaistukiverkostoja ja poliittiseen kulutukseen erikoistuneita ryhmiä kuten lähiruokapiirejä. Ruokaverkostot eivät tokikaan ole pelkkiä vertaistuen ja kokemusten jaon

areenoita vaan ne ovat myös aktiivisia vaikuttajia ja sosiaalisten innovaatioiden luoja. Ruokaverkostoja on akateemisessa keskustelussa käsitelty etenkin 1990-luvulta alkaen ja niiden saamat merkitykset ovat vaihdelleet aikaa myöten. (Lamberg 2009, 86–87) Osassa ruokaverkostoja on myös havaittavissa liiallisen yhteisöllisyyden välttämisen piirteitä, sillä sen ei katsota sopivan yksilöllisistä motiiveista lähtevään ajattelu- ja toimintatapaan (Lamberg 2009, 92–93). Riippumatta siitä, onnistuvatko ruokapiirit uuden yhteisöllisyyden rakentajina, refleksiivisen modernisaation prosessi uusine riskeineen ei lopu. Nähtäväksi jääkin, miten modernisaatio vastaa yksilökeskeisyyden ja pienien moraalisten ja solidaarisien ryhmien sekä eriytyvien kokemusmaailmojen aikaan.

Vaikka riskiyhteiskunta ja reflektiivinen modernisaatio ovat teorioina varsin kokonaisvaltaisia, voidaan poliittisen kulutuksen katsoa olevan toisinaan myös vastausta kysymyksiin, jotka eivät yksiselitteisesti ole yhteiskunnallisia riskejä tai uhkia ihmisille. Eläinoikeuskysymykset esimerkiksi eivät varsinaisesti ole ihmiselle itselleen tuotettuja riskejä. Näin siitä huolimatta, että ilmiö on olemassa modernisaation seurauksena. Samoin parempia tuotanto-oloja ja kolmannen maailman oikeuksia vaadittaessa on kyseenalaista, onko kyseessä riski kuluttajan omalle elinpiirille. Onko esimerkiksi tulonjaon epätasa-arvoisuus aina itsessään riski, vaikka se onkin seurausta modernista työnjaosta ja siis modernisaatiosta? Huomattavaa on kuitenkin, että poliittinen kulutus vaikuttamismuotona on silti vastaus modernisaation tuottamalle individualismille ja hallinnan menetykselle. Esimerkiksi valtauskontojen ja kansallisvaltioiden moraalisten selitysten hiipuminen vallitsevana tienä avaa uusia yksilöllisempiä tapoja katsoa esimerkiksi eläinoikeuskysymyksiä tai suhdetta kehittyviin maihin ja globaaliin oikeudenmukaisuuteen.

Poliittisen kuluttajan motivaatiota voikin tässä mielessä jäljittää myös yleiseen merkityksettömyyden tunteeseen ja mielekkään tekemisen puutteeseen, josta varakasta ja näennäisesti helpon elämän tarjoavaa yhteiskuntaa usein, ehkä toisinaan myös perusteetta, syytetään.

## 2.5 Poliittisen kuluttamisen rationaalisuudesta

### 2.5.1 Voidaanko yhteistä hallita yksityisesti?

Poliittinen kuluttaminen on klassisten taloustieteilijöiden näkökulmasta ongelmallinen käsite, sillä käsiteltävät ilmiöt ovat usein globaaleja ja vaikuttavuus edellyttää joukkovoimaa. Rationaalisen ja omaa etua tavoittelevan kuluttajan kannalta tilanne, jossa hän itse tekee uhrauksia vaikkapa ympäristön vuoksi on huonoin mahdollinen, mikäli muut kuluttajat eivät tee samoin. (Autio 1985, 4.) Paras tilanne kuluttajan ja siis yksilön näkökulmasta taas olisi, mikäli muut kuluttajat toimisivat ympäristön hyväksi, hänen itsensä voidessa vapaamatkustaa. Näiden kahden teoreettisen tilanteen väliin jäävät vielä tilanteet joissa yksilö muiden mukana toimii ympäristön hyväksi ja tilanne jossa kukaan ei toimi ympäristön hyväksi.

Taloustieteellisen rationaalisuuden oletuksesta ja peliteorioiden tulokulmasta katsottuna poliittisen kuluttamisen tulevaisuus näyttäytyy siis synkkänä, sillä ilman sanktioita ei yksilöllä ole kannustinta ympäristön tai ihmisoikeuksien hyväksi toimimiseen. Uskottavan ja nykyisiin valtavirran teorioihin tukeutuvan ympäristön suojelun pohjana täytyisikin lähes väistämättä olla kollektiivisia päätöksiä ja ratkaisuja, kuten ympäristöhaittojen sisällyttäminen hintoihin. Tällaisena ympäristönsuojelullisena työkaluna voidaan käyttää robusteja menetelmiä kuten haittaveroja tai päästökaupan kaltaista hienostuneempaa metodologiaa. Taus-ta-ajatuksena näissä taloudellisissa ohjauskeinoissa on tuotannon ja kulutuksen haittojen vähentäminen taloudellisesti mahdollisimman tehokkaalla keinolla. Taloudellisen ohjauksen menetelmät on havaittu ympäristöhaittojen torjunnassa toimiviksi, joskin hitaiksi menetelmiksi. Ongelmana ohjauskeinoissa on myös kohdentamisen vaikeudet (Heiskanen & Pantzar 1994, 532). Esimerkiksi hiilidioksidipäästöt ovat verrattain yksinkertainen ja yhteismitallinen ilmiö taloudellisten ohjauskeinojen kohteeksi, mutta muunlaisten, etenkin paikallisten ympäristöhaittojen tai täysin muiden arvokysymysten arvottaminen on vaikeampaa.

Talouden ja monien ongelmien globaali mittakaava myös vaikeuttaa tällaisten tehokkaiden toimien käyttöönottoa ja peliteoriat ja vapaamatkustajan ongelma pätee myös poliittisella ja valtioiden välisellä tasolla. Ilmastoneuvottelut tyssäävät vuodesta toiseen samoihin vai-

keisiin kysymyksiin liittyen vastuunjakoon kehittyvien maiden ja teollisuusmaiden välillä (Yle 2015). Paikallisesti rajautuneidenkin haittojen kohdalla sääntely voi olla poliittisesti vaikeaa ja erilaiset vapaaehtoisuuteen perustuvat toimet saattavat olla ainoa keino saada tuloksia (Marttinen & Saastamoinen 2000, 208–209).

### **2.5.2 Käytettävissä olevan tiedon riittävyys rationaalsiin valintoihin**

Vaikka yksilöiden valinnoin tapahtuva vaikuttaminen ei ehkä olekaan kokonaisuuden kannalta toimiva tai rationaalinen mekanismi, se toisaalta kuitenkin myös edellyttää perusoletuksenaan tietynlaisen ajatuksen kuluttajuuden rationaalisuudesta. Poliittinen kulutus on mahdollista vain, mikäli kuluttajat osaavat arvioida kulutuksensa vaikutuksia ja sitten tehdä korvaavia ratkaisuja tältä pohjalta. Kulutuksen tueksi tarvitaan luotettavaa tietoa eli informaatio-ohjausta. Informaatio-ohjauksen mahdollisuudet näyttävät osin valoisilta, sillä teknologia on lisännyt tiedon saatavuutta aiemman käsityskyvyn ylittäviin mittoihin. Samaa aikaa on kuitenkin pohdittu ja pelätty teknologiaan ja nopearytmiseen elämään totuneiden nuorten muodostavan uuden lyhytjänteisen ja roolista toiseen vaihtavan ihmistyyppin. Nopeasti muuttuvan teknologian, pätkätöiden ja spontaaniuden maailmassa ei kenties ole sijaa poliittisenkin kuluttajuuden edellyttämälle pohdiskelevuudelle ja edes osittaiselle sitoutumiselle. (Heinonen 2003, 108.) Nopeatempoisessa ilmiöstä ja kiinnostuksenkohteesta toiseen hyppivässä kulutuskulttuurissa ei välttämättä ole tilaa aidosti vaikuttavalle kuluttajuudelle.

Informaatio-ohjauksen vaikuttavuus on myös empiiristen havaintojen pohjalta helppo kyseenalaistaa, sillä vaikka kuluttajien asenneilmapiiri on esimerkiksi vihertynyt, on kulutus ja energiavirrat pikemminkin kasvaneet. Asenteet ja aatteet joutuvat jokaisessa ostotilanteessa erikseen kilpailemaan yksilöllisten hyötynäkökulmien kanssa (Heiskanen & Pantzar 1994, 521–522). Ylipäätään näkökulma rationaalisesta tiedon varassa päätöksiä tekevästä kuluttajasta on hyvin päinvastainen sosiologiassa usein toistuvien, merkityksiä ja yhteisöllisyyttä tiedostamattakin hakevan kuluttajan ajatusten kanssa.

Ajatus tiedostavasta, arviointikykyisestä ja uhrautuvasta kuluttajasta vaikuttaa myös helposti naivilta, jo senkin takia, että niin ruoan kuin muidenkin tuotteiden kohdalla, valmis-

tusketjut pitenevät jatkuvasti ja jo nyt yksittäisen elintarvikkeenkin kohdalla arviointi esimerkiksi ympäristövaikutuksista tai tuotantoon osallistuneen työvoiman oikeuksista on käytännössä mahdotonta. Näin siitä huolimatta, että yhä useammalla kuluttajalla on kiinnostusta näihin asioihin.

Oman lisänsä vyyhteen tuo yritysten pyrkimys hyödyntää näitä kuluttajien arvoja ja mielihaluja osana markkinointia esimerkiksi lanseeraamalla omia merkintöjä koskien vaikkapa hiilijalanjälkeä tai tuotanto-oloja. Ilman selkeitä ulkopuolisesti valvottuja kriteerejä ja sertifiointeja, tällaiset merkinnät jättävät kuluttajat jälleen oman arviointikyvyn varaan pohtimaan kulloisenkin tuottajan ja pakkausmerkinnän luotettavuutta (Mäkelä & Niva 2009, 48–49).

Onko kuluttajalla valmiuksia tehdä lyhyen ostotilanteen aikana arvioita joista ei edes asiantuntijoilla ole yhtenevää näkemystä vuosienkaan tutkimisen jälkeen? Tässä mielessä poliittisen kulutuksen kritiikki liittyy myös suoran demokratian kritiikkiin. Katsotaan siis, etteivät tavalliset kansalaiset voi ikinä olla riittävän valveutuneita ehtiäkseen ja kyetäkseen ymmärtämään ongelmat riittävän hyvin. Myös empiirinen tutkimus on tukenut ajatusta kansalaisten riittämättömistä valmiuksista tehdä poliittisia päätöksiä itse (Grönlund 2009, 175–178). Eettistä kulutusta tutkittaessa on havaittavissa kuinka vahvasti esimerkiksi yritysten imago vaikuttavat koettuun eettisyyteen todellisten tiedollisten resurssien saamisen vaikeuden vuoksi. Yritysten eettisten imagojen tapauksessa polarisaatio on myös hyvin vahvaa ja monet yritykset koetaan yksiselitteisesti joko eettisiksi tai epäeettisiksi. (Uusitalo & Oksanen 2004, 214.) Vajavaiset tiedolliset resurssit edesauttavat monipolvisten asioiden yksinkertaistamista ja ”helppojen ratkaisujen” hakemista myös kuluttajan vastuusta puhuttaessa. Malliesimerkkinä on lähes yksinomaan lihansyöntiin pureutuva keskustelu ruoan ilmastovaikutuksien vähentämiseksi käytävässä keskustelussa. Kuluttaja hakee selkeitä ja yksiselitteisiä sloganeita ja menetelmiä, sillä tutkimustietoa muista ympäristömyönteisistä elintarvikkeista on vaikea jalosta helposti nieltäviksi paloiksi. (Kurppa ym. 2009, 192; Mäkelä & Niva 2009, 51.)

Julkiseen keskusteluun mahtuu usein vain yksi asia kerrallaan ja kilpailullisilla markkinoilla seurauksena on helposti ristiriitaisen informaation leviäminen ja yksittäisten näennäiskysymysten ylikorostuminen. Pahimmillaan yksinkertaistukset ja yksittäisten ilmiöiden korostus väsyttää kuluttajat koko käsiteltävään asiaan. (Heiskanen & Pantzar 1994, 522.)

Oman lisänsä problematiikkaan luo myös se, ettei edes riittävä tiedostavuus omien valintojen vaikutuksista takaa vaikuttavuutta haluttuun päämäärään. Esimerkiksi yksilön kuormaan ympäristölle vaikuttavat monet asiat elintasosta ja asuinpaikasta lähtien eikä ympäristötietoinen kuluttaja siis välttämättä toimi ympäristölle edullisesti verrattuna tiedostamattomaan kuluttajaan (Ahonen 2006, 74). Merkittävimmin esimerkiksi kulutuksen energiavirtoihin vaikuttavat laajat asumisen ja liikkumisen muutokset eivätkä niinkään tietoiset valinnat ostopilanteissa. Esimerkiksi tulotasolla on erittäin merkittävä vaikutus kulutuksen ympäristövaikutuksiin. Hyvinvoivat ja vauraat kuluttavat lähes järjestään enemmän, vaikkakin ehkä hieman vähemmän energiaintensiivisesti. (Heiskanen & Pantzar, 1994, 520.) Kokonaisvaltaisen tarkastelun myötä arvoille ja valistuneelle kuluttajuudelle jää varsin pieni rooli kulutuksen vaikutuksia selittävänä tekijänä.

Ongelmista ja ristiriitaisuuksista huolimatta monissa tulevaisuutta arvioivissa skenaarioissa esimerkiksi ympäristöongelmiin vastaaminen perustuu laajalti yksilölähtöisiin valintoihin ja tiedostavien kansalaisten vapaaehtoiseen toimintaan tiukemman säätelyn sijasta (Mäkelä & Niva 2009, 58). Todennäköisintä kuitenkin lienee, että tarvitaan sekä hintajärjestelmän muutoksia, että joltain osin myös informaatio-ohjausta ja valistunutta poliittista kuluttajuutta (Heiskanen & Pantzar, 1994, 522).

## **2.6 Ketkä kuluttavat poliittisesti?**

### **2.6.1 Nuorison kuluttajuus ilmiönä**

Nuoriso on terminä usein käytetty, mutta siitä huolimatta määritelmällisesti varsin vaikea. Kuten myös muissa ikäpolvissa myös nuorissa erot ovat huomattavia ja esimerkiksi sosio-ekonomisista syistä johtuen on ryhmä hyvin heterogeeninen. Useinkaan nuorison käsittely omana ryhmänä ei ole mielekäästä.

Kulutuksen kohdalla nuoret ovat kuitenkin hyvin merkittävä oma ryhmänsä, sillä kulutuskulttuurin synty on kääntänyt oppimisen osin pääläelleen. Vanhemmat ikäpolvet omaksuvatkin tapoja nuoremmiltaan ja teknologianatiiveista nuorista on tullut suunnannäyttäjiä etenkin kulutuksen saralla. Ilmiötä omalla tavallaan ennusti jo Margaret Mead vuonna

1971 puhuessaan prefiguratiivisesta kulttuurista (Mead, 1971, 25).

Nuorisokulttuurin synnyn kannalta on myös merkittävää, että 1950- ja 1960- luvun populaarikulttuurin syntymisen seurauksena kulttuurista yhteiskunnasta tuli myös suomessa läpäisevää. Uudet kulttuurilliset ja aatteelliset asiat ja kulutustavatkin kulkivat ja levisivät uudella tavalla kansan eri kerroksiin. Samaan aikaan hyvinvointiyhteiskunnan luonti tulonsiirtoineen mahdollisti kulutuskulttuurin synnyn myös niille, joiden kulutusmahdollisuudet muuten olisivat olleet liian rajalliset muuhun kuin välttämättömiin hyödykkeisiin. Yhdistettynä seuraavien vuosikymmenten nopeaan kaupungistumiseen, oli seurauksena uuden urbaanin nuorison synty 1980-luvulla. (Mäenpää 2003, 128.)

Vaikka nuoriso onkin käsitteenä mitä monimerkityksellisin ja monessa suhteessa pulmallinen, on sitä siis muun muassa edelläkävijäroolin vuoksi perusteltua käsitellä kuluttamisen ja kuluttajuuden tutkimuksessa omana ilmiönään. Nuorison kulutustapojen tarkastelu antaa osviittaa mahdollisista tulevaisuuden kulutustrendeistä. On myös hyvä huomata, että demokraattisen osallistumisen suhteen on sukupolvien välillä merkittäviä eroja ja nuoret myös tässä suhteessa ennustanevat tulevia vaikuttamisen trendejä (Borg 2013, 91). Poliittinen kuluttaminen näyttää olevan korostetusti nuorten harjoittama vaikuttamistapa (Micheletti ym. 2012, 149).

Nuorten ja varttuneempien kulutustavoissa on selkeitä eroja. Nuorison kuluttamisessa ja kulutusta koskevassa tutkimuksessa (mm. Autio 2006) puheenaiheeksi nousevat arvot ja asenteet, joiden voisi ajatella ohjaavan kulutustapoja. Käytännössä kuitenkin on havaittu, että nuorilla arvojen ja toteutuneen kulutuksen välinen ristiriita on suurempi, kuin vanhemmilla kuluttajilla. Tämä näkyy siinä, miten vanhemmat ihmiset ovat esimerkiksi ympäristöystävällisyyden saralla nuoria aktiivisempia, vaikka asenteiden ja arvojen pohjalta pitäisi olla päinvastoin. Ilmeisesti vanhemmiten moraalisten arvojen osuus toiminnanmäärittäjänä kasvaa. (Haanpää 2005, 124–125.) Ristiriita toteutuneen kulutuksen ja arvojen välillä ei silti ole nuorison tai etenkin nykynuorison yksinoikeus – ilmiö on ollut tunnettu jo pitkään. (Follows & Jobber 2000, 741; Uusitalo 1997, 17)

## 2.6.2 Pidättyväinen kulutuseetos ylläpitää nuorten poliittista kulutusta

Eetos tarkoittaa kulutuksen yhteydessä moraalisten arvojen ja normien järjestelmää, joka muodostaa kulutuskehikon jossa yksilö toimii (Autio 2006, 28). Perinteinen romanttinen kulutuseetos on korostanut hedonismia ja nautinnonhakuisuutta, vaikkakin Suomessa myös talonpoikaisella, säästäväisyyttä ja itsehillintää korostavalla kulutuseetoksella on ollut perinteisesti vahva rooli. Uutena ilmiönä on syntynyt poliittinen, vastuullista toimijuutta korostava kulutuseetos, joka haastaa etenkin romanttisen kulutuseetoksen korostamalla pidättyväisyyttä ja puritanismia. Pidättyväisyyden korostuksessaan poliittisella kulutuksella on usein yhtymäkohtia talonpoikaiseen eetokseen, vaikkakin syyt itsehillinnän korostukselle ovat erilaiset. Talonpoikaisessa eetoksessa impulsiivisuus ja tuhlailevuus katsotaan moraalisesti turmiolliseksi ja kuluttajan omaa eloa haittaavaksi. Talonpoikaisessa eetoksessa kuluttaja siis suojelee ensisijaisesti itseään. Poliittisen kulutuksen eetos puolestaan katsoo pidättyväisyyden ja harkinnan olevan tarpeen tiettyjen selkeästi todellisessa maailmassa esiintyvien poliittisten päämäärien saavuttamiseksi. (Autio 2006, 29–30.) Romanttisella kulutuseetoksellakin on edelleen sijansa ja merkittävä osa kuluttajista jopa uskoo nautinnonhakuisuuden ja hedonismin elämäntapana olevan yhä kasvussa (Timonen 2004, 73). Merkityksellistä tosin on, että näiden välillä ei ainakaan nuorten kertomuksissa nähdä väistämätöntä ristiriitaa. Kulutusta ja materialismia ei pyritä välttämään, vaan muuttamaan ympäristön tai ihmisten kannalta terveemmäksi (Autio 2004, 118). Nuoret eivät siis koe ristiriitaa esimerkiksi materialisminsa ja vihreiden arvojensa välillä (Haanpää 2005, 129). Vaikean ja lähes ikuisuuskysymykseltä kalskahtavan ongelman muodostaa kuitenkin tämän muutoksen mahdollisuus, todennäköisyys ja vaikutuskyky laajoihin koko elämäntavan haastaviin asioihin, kuten esimerkiksi ilmastonmuutokseen. Laajempi, koko elämäntavan kattava, Linkolalainen syvävihreys ei ole nuorison parissa erityisen suosittua.

Voidaan myös hyvin perustein kysyä, onko poliittisesta kuluttajuudesta luopuminen ja hedonistiselle kulutuseetokselle antautuminen myös toisinaan tietoista poliittista toimintaa ja vastareaktiota kulutusta politisoivalle ympäristölle. Hedonismille ja itseriittoisuudelle perustuva arvopohja voi olla peruste toimia myös kuluttajana sen mukaisesti. Esimerkiksi Minna Aution haastattelemissa nuorista osa toimi tietoisesti itsekkäästi ja siis näennäisen epäpoliittisesti, vaikka todellisuudessa hekin myönsivät tarkoituksella edistävänsä hedonistista kulutustapaa (Autio 2006, 30). Hedonismin korostus voi myös osin olla seurausta vä-



symisestä yksinkertaistavaan ja identiteetinrakennukseen käytettävään poliittiseen kuluttajuuteen (Heiskanen & Pantzar 1994, 522).

### **2.6.3 Tiedolliset resurssit ja sosiaalinen pääoma poliittisen kulutuksen ehtona**

Yksilöllä käytettävissä olevat tiedolliset ja henkiset resurssit sekä sosiaalinen pääoma lähestymistapana antaisi olettaa poliittisen aktiivisuuden ja formaalimman osallistumisen kulkevan yhdessä poliittisen kuluttamisen kanssa. Sekä poliittinen kiinnostuneisuus että omin valinnoin vaikuttaminen edellyttävät tietoa ja ymmärrystä käsiteltävästä asiasta sekä luottamusta muiden yhtäläisiin pyrkimyksiin – tai vähintäänkin tiedostavuuden kokemista näistä asioista. Yhtä kaikki, tästä näkökulmasta katsottuna kulutusvalinnoin toimiminen ei siis korvaisi muuta poliittista osallistumista, vaan osallistumalla poliittiseen toimintaan ja järjestötyöhön, saadaan kerättyä henkistä pääomaa ja tietoja, joiden myötä päädytään myös helpommin tekemään kulutus päätöksiä poliittisin perustein. (Stolle ym. 2005, 252.) Ilmiöön liittyy myös sisäisen kansalaispätevyyden käsite. Sisäisellä kansalaispätevyydellä tarkoitetaan henkilön kokemusta oman ymmärryksen riittämisestä politiikan ja sen prosessien ymmärtämiseen. (Mykkänen 2012, 193.) Vaikka suomalaisten kiinnostus politiikasta onkin yleisellä pohjoismaisella tasolla, koettu ymmärrys asioista on heikompaa (Kestilä-Kekkonen 2015, 56). Huomionarvoista on myös, ettei koettu ymmärrys aina vastaa todellista osaamista, sillä esimerkiksi vuonna 2001 tehdyn hieman nuorempiin keskittyneen vertailun mukaan suomalaiset olivat todellista poliittista ymmärrystä mittaavien kysymysten perusteella kansainvälistä kärkeä (Torney-Purta ym. 2001, 178). Se, miten koettu ymmärrys vaikuttaa suhtautumiseen muihin kuin parlamentaarisiin politiikan teon muotoihin, on epävarmaa.

Huomattavaa on myös se, että poliittiset toimijat institutionalisoituneita tahoja, kuten puolueita myöten, saattavat myös osaltaan kannustaa piirissään toimivia ihmisiä henkilökohtaisin valinnoin toimimiseen. Sosiaalisen pääoman ja kaikkinaisen poliittisen toiminnan yhteyttä tukee myös joukko aiempia tutkimuksia, jotka osoittavat samojen ihmisten harjoitettavan niin perinteisempiä vaikuttamisen muotoja kuin myös ostoboikotteja ja kulutustottumusten poliittisesti motivoituneita muutoksia (Stolle ym. 2005, 253). Kaiken kaikkiaan

käytännön tasoilla ja toimijoiden arkisessa elämässä institutionaalisen vaikuttamisen ja kulutuksella ohjailun välillä ei vaikuttaisi olevan niin selkeää ristiriitaa kuin asioiden teoreettinen puoli antaisi ymmärtää.

Institutionaalisen luottamuksen ja poliittista aktiivisuutta tuottavan sosiaalisen pääoman suhteen kannalta on tärkeää huomata kausaalisuuden epäselvyys. Osallistuminen ja luottamus instituutioihin saattaa olla seurausta sosiaalisesta pääomasta, mutta yhtäläillä saattaa olla että instituutiot nimenomaisesti ovat vastuussa sosiaalisen pääoman tuottamisesta. (Rothstein & Stolle 2007, 456.)

#### **2.6.4 Ajaako luottamuspula kulutusvalinnoin vaikuttamiseen?**

*Luottamus* on käsitteenä vahvasti sidoksissa tutkimuskysymyksiini. Vaikka kuluttajuuden yleinen nousu selittäneekin pitkälti poliittisen kuluttamisen nousevaa trendiä, voi osasyynä kehitykselle olla myös heikoksi koettu luottamus poliittista päätöksentekoa ja keskitettyjä ratkaisuja kohtaan.

Luottamus on yksi yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen kestoaiheita, ongelmallista on kuitenkin luottamuksen teorioiden ja käsitteen soveltamisesta tutkimuskohteeseen. Aiempi tutkimus osoittaa luottamuksen ja kuluttajuuden välillä vallitsevan tiettyjä ristiriitoja. On havaittu, että poliittisesti orientoitunut kuluttajuus todella on yleisempää niiden keskuudessa, jotka eivät usko poliittisen päätöksenteon ratkaisevan ongelmia. Samat kuluttajat ovat kuitenkin yleisessä yhteiskunnallisessa luottamuksessa positiivisempia kuin muut ihmiset ja tässä suhteessa yleinen luottamus täytyykin erottaa luottamuksesta päätöksentekoon. (Stolle ym. 2005, 261.) Yleisesti luottamuksesta voidaan lisäksi todeta, että pohjoismaissa luottamus sekä politiikan tekoon, että myös muihin instituutioihin on jopa poikkeuksellisen vahvaa (Komu & Hellsten 2010, 15). Valtakunnallisten kyselyjen mukaan lähes kaikki suomalaiset pitävät demokratiaa arvossa. Vuosien 2003, 2007 ja 2011 kansallisissa eduskuntavaalitutkimuksissa on esitetty väittämä ”*demokratialla voi olla ongelmansa, mutta se on parempi kuin muut hallitusmuodot*”. Täysin samaa tai samaa mieltä väittämän kanssa on ollut joka kerta noin 90–95 prosenttia äänioikeutetuista, eivätkä edes erot vastaajien sosiodemografisissa taustoissa heijastu merkittävinä eroavuuksina. (Borg 2013, 59.) Tässä

mielessä on tärkeää huomata, että suurinta osaa luottamuksesta ei voida suoraan johtaa yksilöllisistä ominaisuuksista, vaan merkittävin tekijä on yhteiskunta ja konteksti, jossa liikutaan (Kankainen 2007, 85). Luottamuksen purkamista erillisiksi osa-alueiksi tukee myös se, että myös poliittinen kuluttaminen edellyttää luottamusta. Luottamuksen tarve kohdistuu laajasti muihin kuluttajiin ja heidän kykyynsä ja haluunsa tehdä samoja kulutusvalintoja. Monien poliittisen kuluttajuuden motivaattoreiden ollessa luonteeltaan globaaleja, edellyttävät ne siis myös globaalia luottamusta ihmiskuntaan ja ihmisyyteen.

Luottamukseen vaikuttaa useita tekijöitä, joista osa on yksilölähtöisiä ja toiset taas yhteiskunnan tasolla toimivia. Naiset ovat keskimäärin luottavaisempia muiden ihmisten suhteen ja myös koulutustasolla ja luottamuksella on yhteys. Korkeasti koulutetut luottavat muita enemmän sekä kanssaihmiin, että instituutioihin. Myös yleisellä onnellisuudella ja tyytyväisyydellä on yhteys luottamukseen. (Komu & Hellsten 2010, 11–12.) Luetellut luottamuksen osatekijät ovat tutkimusaiheen kannalta vaikeita, sillä ne lisäävät kaikkinaista yleistä luottamusta. Institutionaalista luottamusta lisäävät tekijät puolestaan ovat usein yhteiskunnan tasolla toimivia ja esimerkiksi juuri pohjoismaissa on perinteisesti luotettu melko vahvasti niin hallitukseen kuin demokratiaan yleisemminkin. (Komu & Hellsten 2010, 16–18.)

Poliittisen kulutuksen ja perinteiseen politiikan tekoon luottamisen välinen suhde riippuu osin siitä, millaisen merkityksen poliittinen tai eettinen kuluttajuus saa. Johanna Moisanderin väitöskirjassa eettinen kulutus saa kolmenlaisia merkityksiä. Eettiset kuluttajat ovat diskursseissa epäpoliittisia ja epärationaalisia naiiveja hippejä, politiikan tekoon ja puolueisiin pettyneitä aktivisteja tai tiedostavia rationaalisia moraalisia kansalaisia. (Moisander 2001, 159–195.) Puoluepolitiikkaan ja demokraattisiin instituutioihin pettymisen näkökulmasta etenkin kategorian kaksi henkilöä muodostavat keskeisen poliittisten kuluttajien ryhmän.

## **2.7 Eettinen kulutus ja yksilönvastuun korostuminen**

Poliittinen kuluttaminen liittyy usein pyrkimykseen taistella globaalia markkinataloutta ja sen sivuvaikutuksia vastaan. Ei ole mitenkään ainutkertaista, että kampanjoissa ja boikotti-

vaateissa puhutaan uusliberalismista ja sitä vastaan kamppailusta. Paradoksaalista onkin, että kuluttamalla vaikuttamaan pyrkiminen on nimenomaisesti vapaaehtoisiin kuluttajien valintoihin perustuvan uusliberalismin ilmentymää. Uusliberalismissa demokraattisen politiikan ala pienenee, kun yhä suurempi osa asioita lasketaan yksilönvastuun ja vapauden piiriin kuuluviksi (Patomäki 2007, 28). Sen sijaan, että yhteisellä politiikalla asetettaisiin esimerkiksi ympäristöä tai työoloja koskevaa säätelystä ja toiminnan rajoitteita, jätetään valinta tehtäväksi marketin hyllyväleihin. Jokainen voi poimia ostoskoriinsa oman etiikkansa mukaisen kattauksen; vähän reilua kauppaa, hitusen luomua ja annoksellinen lähiruokaa. Kuluttajat voivat saada tunteen aktivismista ja osallistumisesta, ilman poliittista sitoutumista tai laajempaa elämäntavan ja kulttuurin murrosta (Youde 2009, 202). Sankarikuluttaja ratkaisee monimutkaisetkin globaalit asiat luottokorttia höyläämällä ja prosessissa yhteistä asioista tulee yksityisiä.

Ominaista tälle uusliberalistiselle diskurssille ja merkitykselle, on puhuminen yksilön vastuusta ja kulutusvalinnoista sen ilmentymänä. Kuluttajuutta on tästä syystä pidetty politiikan tutkimuksen piirissä usein yksilölähtöisenä egoismina ja peräti antiteesinä yhteisölähtöiselle politiikalle sekä yhteiskunnallisuudelle. Kuluttaja on käsitteenä nähty suorastaan vastakkaisena kansalaisella ja kuluttamisen on katsottu etäännyttävän toimijaa poliittisuudesta ja etenkin kansalaisyhteiskunnasta (Schudson 2007, 237). Uudempi tutkimus kuitenkin tunnustaa kulutuksen roolin myös vaikuttamiskanavana ja yhteisöllisyyden luojana (Youde 2009, 203). Kulutukseen haetaan yhteisöllistä ulottuvuutta lähiruokapiirien ja verkon tavaravaihtopaikkojen kautta. Poliitiikan ja poliittisen toiminnan voidaan katsoa siis sopeutuneen vallitseviin olosuhteisiin, pikemmin kuin kadonneen niiden seurauksena. Itseasiassa kulutuksen politisoitumisen voidaan katsoa suuren osan ihmisistä tapauksessa jopa lisäävän politiikan näkyvyyttä ja yhteisöllisyyttä. Kulutus on kaiken kaikkiaan näkyvää toimintaa, kun taas demokraattinen päätöksenteko ja äänestäminen on useimmiten anonyymiä.

Tutkimuksessani pyrin selvittämään kokevatko poliittiseen kulutukseen luottavat henkilöt yksilönvastuun eri tavalla kuin muut ikätoverinsa. Yksilönvapauden korostuminen poliittisten kuluttajien piirissä kertoisi yllä kuvatusta uusliberalistisesta taustasta kuluttamalla vaikuttamisen pohjana. Vertaan myös poliittisesti kuluttavien nuorten ja muiden nuorten suhtautumista valtion toimintaan ja vastuuseen hyvinvoinnin tuottajana. Perinteisesti suomalaisten nuorten on muiden pohjoismaisten nuorten lailla katsottu uskovan valtion laajoihin

velvollisuuksiin ja itse asiassa Suomessa velvollisuudet katsotaan kaikkein laajimmiksi (Suutarinen 2002, 46–49). Aiempi tutkimus antaa myös viitteitä siitä, että eettisen ja poliittisen kuluttamisen välttämistä perustellaan instituutioilla, joilla on yksilöiden sijasta vastuu (Eckhardt, Belk, Russel & Devinney 2010, 431). Tilanne voi kuitenkin olla muuttumassa yksilön toimijuutta ja vastuuta korostavan kuluttajadiskurssin myötä.

## 2.8 Keskeiset käsitteet

Taulukkoon 1. on tiivistetty tutkimuksen kannalta keskeiset käsitteet ja niiden määritelmät. Poliittinen kuluttajuus merkitsee tutkimukseni kontekstissa määrätietoista kuluttamista tai kulutuksesta pidättäytymistä poliittisten päämäärien edistämiseksi. Institutionaalinen politiikka viittaa vakiintuneisiin poliittisen toiminnan muotoihin kuten vaaleissa äänestämiseen ja puolue toiminnassa mukana olemiseen. Yksilölähtöinen arvomaailma heijastaa uusliberalistista ajatusta, jossa jokainen kuluttaja on vastuussa kulutuksensa vaikutuksista sen sijaan että asihin pyrittäisiin vaikuttamaan esimerkiksi lakiteitse. Luottamus instituutioihin tarkoittaa luottamusta siihen, että yhteisiä asioita ja poliittisia päämääriä on mahdollista edistää vakiintuneiden politiikan välineiden kuten äänestämisen avulla.

*Taulukko 1. Tutkimuksen keskeiset käsitteet selitteineen*

Poliittinen kuluttajuus	Poliittista kulutusta on päämäärätietoinen vaikuttamiseen tähtäävä kulutusvalintojen tekeminen. Myös tietoinen pidättäytyminen kulutuksesta voi olla poliittista kuluttajuutta
Institutionaalinen politiikka	Lakisääteliset edustuksellisen demokratian muodot kuten äänestämisen ja ehdolle asettuminen. Kollektiivista järjestelmästä lähtöistä toimintaa poliittisten päämäärien vuoksi.
Yksilölähtöinen arvomaailma	Ajattelutapa, jossa vastuu omasta ja muiden hyvinvoinnista on ensisijaisesti yksilöllä itsellään esimerkiksi julkisten instituutioiden sijaan
Luottamus instituutioihin	Luottamus julkisiin instituutioihin ja lakisäätelisiin kollektiivisiin toimiin hyvinvoinnin tuottajina.

## 3 Tutkimuskysymys ja tutkimuksen metodologia

### 3.1 Tutkimuskysymys

Kuluttamalla vaikuttamisen mahdollisuuksia tarjotaan lähinnä ympäristöstä ja tuottajien oikeuksista kiinnostuneille kuluttajille. Tällaiselle eettisten kuluttajien ryhmälle saatavilla olevia vaikutustapoja ovat esimerkiksi luomun tai reilun kaupan tuotteiden ostaminen. Oletuksenani on, että tämän vuoksi arvoista nimenomaan ympäristöstä ja ihmisoikeuksista huolehtiminen saavat nuoret tekemään poliittisia kulutusvalintoja.

Tutkimukseni tähtää ensisijaisesti selvittämään, onko poliittisella kuluttajuudella yhteys yleiseen poliittiseen aktiivisuuteen ja luottamukseen institutionaaliseen politiikkaan. Aiemman tutkimustiedon valossa yhteys voi olla kumman tahansa suuntaista. On mahdollista, että pettymys demokraattiseen päätöksentekoon ja sen vaikuttavuuteen lisää halua omin konkreettisin teoin vaikuttamiseen. Toisaalta kaikkinaisen poliittinen aktiivisuus ja kiinnostus voi korreloida positiivisesti keskenään ja perinteiseen poliittiseen toimintaan osallistuminen lisää myös kiinnostusta yksilölähtöisempiin vaikuttamisen tapoihin. Mahdollista on myös, ettei kummankaan suuntaista yhteyttä löydy ja tällainen tulos antaisi olettaa poliittisen kulutuksen perustuvan enemmän joillekin muille, esimerkiksi identiteetin ympärille rakentuville syille.

Toinen tutkimukseni kohde on poliittisten kuluttajien näkemys yksilön vastuusta. Näkevätkö poliittiset kuluttajat yksilöt suuremmassa määrin vastuullisiksi ympäröivästä maailmasta, kuin kulutuksessaan vähemmän poliittiset? Tähän viittaisi teoria poliittisesta kuluttajuudesta eräänlaisena uusliberalistisena ilmiönä ja aiemmat havainnot aktiivisten poliittisten kuluttajien erilaisesta ymmärryksestä yksilöiden vastuusta. Tässäkään yhteyttä välttämättä löydy, sillä ilmiönä vastuullisuus ja aiemmassa tutkimuskirjallisuudessa esitetty ajatus uusliberalistisesta kulutusdiskurssista toimivat pikemminkin yhteiskunnan kuin yksilön tasolla. Yksittäiset vastaajat saattavat kokea sekä yksilöt että julkiset instituutiot voimakkaasti vastuullisiksi ympäröivästä maailmasta.

Taulukkoon 2. on koottu aiemman tutkimuksen ja teorian pohjalta johdetut hypoteesini koskien poliittisen kulutuksen selittäjiä. Oletuksenani on, että ymmärrys politiikasta, ympäristöä, tasa-arvoa sekä yksilönvastuuta korostava arvopohja sekä naissukupuolisuus korreloivat positiivisesti poliittisen kuluttamisen kanssa. Osallistuminen ja luottamus institutionaaliseen politiikkaan saattavat puolestaan vaikuttaa poliittiseen kuluttamiseen joko lisäävästi tai vähentävästi.

*Taulukko 2. Tutkittavat poliittiseen kuluttamiseen vaikuttavat tekijät*

Selittävä tekijä	Oletettu vaikutus poliittiseen kulutukseen
Ymmärrys poliittisista asioista	Lisää
Ihmisoikeuksien ja tasa-arvon korostus	Lisää
Ympäristön kunnioittaminen	Lisää
Nainen	Lisää
Luottamus perinteiseen politiikkaan	Lisää/vähentää
Osallistuminen perinteiseen politiikkaan	Lisää/vähentää
Yksilönvastuun korostus	Lisää
Instituutioiden vastuun korostus	Vähentää

### 3.2 Tutkimusaineisto

Käytän tutkimukseni aineistona vuoden 2013 Nuorisobarometriä, jonka perusjoukko on Suomessa asuvat 15–29 vuotiaat nuoret. Nuorisobarometri on vuosittain toteutettava kyselytutkimus, jonka teema kuitenkin vaihtelee eri vuosina. Vuoden 2013 barometrissa teemanä ja aihealueena oli vaikuttaminen ja asenteet, joita selvitettiin muun muassa kysymällä äänestyskäyttäytymisestä ja koetuista vaikutusmahdollisuuksista. Aineisto koostuu 1902 puhelinhaastattelusta, joka vastaa 26 % vastausprosenttia. Rajaan aineistoni kuitenkin koskemaan henkilöitä, jotka ovat vastaushetkellä 19 vuotiaita tai vanhempia. Rajauksen jälkeen aineisto käsittää 1383 henkilöä. Teen rajauksen voidakseni luotettavasti käyttää muuttujia äänestyskäyttäytymisestä. Kyselyhetkellä alle 19-vuotiailla ei ole ollut mahdollisuutta äänestää yleisissä vaaleissa.

Tutkimusaineisto on tuore ja sisältää lukuisia kysymyksiä vaikuttamisesta ja poliittisesta

toiminnasta. Oman tutkimukseni kannalta oleellista on myös se, ettei aineistosta ole ainaakaan vielä tehty kuluttajuuteen keskittyvää analyysiä. Aineistossa on valmiina mukana painokerroin, jolla muutan aineiston vastaamaan demografisesti väestöä. Painottamisen jälkeen aineisto käsittää 1411 vastaajaa.

### **3.3 Regressioanalyysi**

Selvitän poliittisen kuluttamisen ja muiden vaikutustapojen suhdetta sekä yksilön vastuuta korostavien arvojen suhdetta regressioanalyysillä. Regressioanalyysi on tilanteeseen soveltuva menetelmä jolla voidaan selvittää useiden muuttujien vaikutusta tutkittavaan ilmiöön (Alkula, Pöntinen & Ylistalo 1999, 244; KvantimOTV). Käytän analyysissä riippumattomina muuttujina välimatka-asteikollisia keskiarvosummamuuttujia. Riippuvina muuttujina puolestaan käytän poliittista kulutusta kuvaavia summamuuttujia, jotka niin ikään ovat välimatka-asteikollisia. Lisäksi poliittisen aktiivisuuden suhteen en käytä summamuuttujaa vaan erillisiä muuttujia äänestämisestä, ehdolle asettumisesta ja vaalityön tekemisestä.

Tutkin regressioanalyysin avulla, lisäävätkö muuttujat pettymyksestä ja osallistumisesta poliittiseen järjestelmään poliittista kuluttajuutta. Selvitän samalla menetelmällä yksilön vastuuta ja julkisten instituutioiden vastuuta koskevien asenteiden suhdetta poliittiseen kuluttajuuteen. Vastaavan kaltaiseen analyysiin voisi pyrkiä myös ristiintaulukoinnilla, mutta tällöin käsiteltävien muuttujien määrä tekisi elaboroinnista haastavaa.

Teoriani mukainen oletus on, että riippumattomien muuttujien yhteys riippuviin on lineaarista joten valitsen myös käytettäväksi regressiomalliksi lineaarisen. Lisäksi, koska tarkoituksena on tutkia valittujen selittävien muuttujien selitysvoimaa sekä itsenäisesti tarkasteltuna että esimerkiksi sukupuolen vaikutus vakioituna, käytän analyysissä hierarkkista mallia. Hierarkkisessa mallissa muuttujat tuodaan regressioanalyysiin omissa paketeissaan, jolloin nähdään niiden selitysaste ilman muiden valittujen muuttujien vakioimista (Jokivuori & Hietala 2007, 52).

### **3.4 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti**

Tutkimuksen luotettavuutta lähestytään useimmiten reliabiliteetin ja validiteetin kautta.



Molempiin käsitteisiin sisältyy erilaisia tutkimukselle asetettavia vaatimuksia ja kriteereitä. Validiteetti voidaan jakaa erillisiin osa-alueisiin, kuten sisällön ja rakenteen validiteetteihin. Sisällön validiteetti tarkoittaa tutkimuksessa käytettävien käsitteiden teorianmukaisuutta ja sitä kuinka onnistunut niiden operationalisointi on. (Metsämuuronen 2011, 125–126.) Tutkimuksessani validiteetin kannalta keskeistä on, vastaavatko poliittista kuluttajuutta kuvaamaan valitsemani muuttujat todella poliittista kuluttajuutta ilmiönä? Valitsemani muuttujat ovat muotoilultaan varsin selkeitä ja kysyvät suoraan vastaajan kulutustavoista. Validiteetin kannalta kysymykseksi kuitenkin jää se, kuinka vastaukset kuvaavat todellista toteutunutta kulutusta. Ihmisillä on usein tapana liioitella tai vähätellä toimintaansa ja eettisen sekä poliittisen kuluttamisen yhteydessä myös sukupolten rooleilla ja odotuksilla on vaikutuksensa asiaan. Rakennevaliditeetti puolestaan viittaa siihen, että ilmiötä selittävälle teorialle tulisi löytyä vahvistusta aineistosta. Saatujen havaintojen tulisi siis vaihdella tutkimuksen pohjana olevan teorian edellyttämällä tavalla (Metsämuuronen 2011, 129). Rakennevaliditeetti on keskeisimmillään, kun yritetään rakentaa jotain ilmiötä parhaiten selittävä malli. Tämän tutkimuksen tapauksessa tavoitteena on kuitenkin pikemminkin yksittäisten muuttujien vaikutuksien tutkiminen, minkä vuoksi regressiomallikin on hierarkkinen.

Reliabiliteetti mittaa tutkimuksen toistettavuutta, eli sitä etteivät tulokset ole esimerkiksi sattumasta johtuvia. Reliabiliteetin mittaukseen on vakiintunut käytettäväksi tilastollista merkitsevyyttä ilmaiseva p-arvo sekä summamuuttujien rakentamisessa käytettävä Cronbachin Alfa-arvo.

P-arvot kuvaavat sitä, millä todennäköisyydellä saatu tulos on sattumanvarainen. Esimerkiksi p-arvo 0,5 tarkoittaisi tuloksen olevan 50 prosentin todennäköisyydellä sattumasta johtuva. Yleisinä merkitsevyyden kriteereinä pidetään arvoa 0,05 joka on tilastollisesti melkein merkitsevä, 0.01 joka on tilastollisesti merkitsevä ja p alle 0.001, joka kertoo tuloksen olevan tilastollisesti erittäin merkitsevä. Lukuina ilmaistavien p-arvojen ja vakiintuneiden kriteereiden käyttäminen merkitsevyyden arvioinnissa parantaa tutkimuksen laatua ja uskottavuutta mahdollistamalla lukijalle oman arvion tekemisen tulosten luotettavuudesta (Metsämuuronen 2011, 442).

Cronbachin Alfa-arvoa käytetään kuvaamaan sitä, kuinka vahvasti valitut muuttujat kuvaavat samaa ilmiötä. Mitä suurempi arvo on, sitä yhtenäisempi mittarin voidaan katsoa ole-

van. Käytän summamuuttujien rakentamisessa raja-arvona arvoa 0,6, sillä summamuuttujaan käytettävien muuttujien saadessa matalamman arvon, ei niiden voida sanoa luotettavasti kuvaavan samaa asiaa. Arvoa 0,6 on myös yleisesti pidetty yhteiskunnallisessa tutkimuksessa viitteellisenä alarajana (Metsämuuronen 2011, 549).

### 3.5 Summamuuttujat regressioanalyysiin

Jotta voisin tutkia poliittista kuluttajuutta tarkemmin, tulee minun ensin määritellä se myös aineistossani. Soveltuvia ilmiötä koskevia muuttujia käyttööni ovat ensinnäkin muuttujat osallistumisesta poliittiseen kulutukseen ja toisaalta uskomus niiden vaikuttavuuteen.

Koska toteutunut toiminta ja yleinen luottamus toimintaan eivät yleisesti ottaen ole rinnastettavissa, tutkin niitä erillisinä ilmiöinä. Muodostan poliittisesta kuluttamisesta kaksi erillistä summamuuttujaa, jotka yhdessä kuvaavat poliittista kuluttamista ilmiönä. Summamuuttujat ovat useammista muuttujista yhteenlaskettuja muuttujia, joilla saadaan esimerkiksi tiivistettyä asenne tai arvokysymykset yhdeksi analysoitavaksi muuttujaksi (KvantiMOTV). Summamuuttujien reliabiliteettiä arvioin Cronbachin Alfa -kertoimella. Kerroin ilmaiseen muuttujan sisäisen yhtenäisyyden ja tyyppillisesti yhtenäisyyden katsotaan olevan riittävä jos arvo on 0,6 tai enemmän (Nummenmaa 2010, 356; KvantiMOTV).

Summamuuttujan ”*luottaminen kuluttamalla vaikuttamisen vaikutusmahdollisuuksiin*” muodostan käyttäen aineistosta seuraavia muuttujia:

- Kuinka paljon seuraavilla keinoilla voi mielestäsi vaikuttaa?*
- *Palautteen antaminen jostain palvelusta*
  - *Osallistuminen maksu- tai ostoboikottiin*
  - *Ostopäätöksillä vaikuttaminen*

Muuttujien reabiliteettiä mittaava Cronbachin Alfa -kerroin saa arvoksi 0,605, joten muuttujien reabiliteetti ei ole järin suuri. Tulosta voidaan kuitenkin pitää riittävänä toimivan summamuuttujan muodostusta ajatellen, sillä sisällöllisesti muuttujat mittaavat pohjimmiltaan samaa asiaa eli kulutuksen tavoilla ja kuluttajavaikuttamisen keinoin tehtävään politiikkaan luottamista.

Summamuuttuja ”*toteutunut kuluttamalla vaikuttaminen*” sisältää vastaavat muuttujat

koskien poliittisen kulutuksen toteumaa vastaajan mukaan. Poikkeuksena kuitenkin se, ettei mukana ole muuttujaa palautteen antamisesta. Muuttujan sisällyttäminen olisi laske-  
nut liiaksi realibiliteetin mittaamiseen käytettyä Cronbachin Alfa -kerrointa. Kenties pa-  
lautteen antaminen on aktiivisena ja toisinaan myös julkisena vaikutustapana siinä määrin  
korkeamman kynnyksen toimintaa, ettei sen yleisyys ole yhtä suurta kuin muilla kuluttami-  
seen liittyvillä tavoilla. Koska palautteen antamisen voidaan näin katsoa olevan luonteel-  
taan hieman erilaista verrattuna muihin kuluttajavaikuttamisen muotoihin, ei sen poistami-  
nen siis väistämättä laske summamuuttujan validiteettia. Valituilla muuttujilla Cronbachin  
Alfa on 0,647. Valitut muuttujat ovat:

- *Oletko itse vaikuttanut tällä tavalla?*
- *Osallistuminen maksu- tai ostoboikottiin*
- *Ostopäätöksillä vaikuttaminen*

Poliittiseen kuluttajuuteen mahdollisesti vaikuttavia tekijöitä kuvaan luomalla summa-  
muuttujia institutionaaliseen politiikkaan luottamisesta ja puolueiden sekä perinteisten vai-  
kutustapojen toimivuuteen uskomisesta. Uuden muuttujan nimi on ”*luottaminen demo-  
kraattiseen järjestelmään*”. Summamuuttujassa on mukana seuraavat muuttujat:

*Kuinka paljon seuraavilla keinoilla voi mielestäsi vaikuttaa?*

- *Äänestäminen*
- *Asettuminen ehdolle vaaleissa*
- *Vaalityön tekeminen ehdokkaan puolesta*
- *On ainakin yksi puolue, joka aina yrittää ajaa minun etuani*
- *Puolueet ovat kiinnostuneita vain ihmisten antamista äänistä, eivät heidän mielipiteistään*
- *Äänestämällä voi vaikuttaa asioihin*

Muuttujat muutin samalle asteikolle yhdistämällä laajemmalla asteikolla kysytyjen muut-  
tujien vastaukset ”*ei ollenkaan*” ja ”*erittäin vähän*”. Muutos on perusteltu, sillä uusi vas-  
tausmuoto ”*ei ollenkaan tai erittäin vähän*” on luonteva ja kysymysten luonteen vuoksi  
järkevä, koska kysymykset koskevat vastaajien näkemyksiä ja arvioita vaikutusmahdolli-  
suuksista eivätkä eksakteja lukumääriä tai tietoja. Muunnos ei myöskään muuta jakaumaa  
merkittävästi vaan se säilyy normaalisenä. Cronbachin Alfaksi tulee 0,703 joten summa-  
muuttujan rakentaminen on perusteltua.

Toisen aihetta selittävän summamuuttujan olisin voinut muodostaa toteutuneista vaikutus-

tavoista. Tässä ”*osallistuminen perinteiseen politiikkaan*” -summamuuttujassa olisivat olleet mukana muun muassa kysymykset edellisiin vaaleihin osallistumisesta sekä osallistumisesta muihin demokraattisen päätöksenteon tapoihin. Reliabiliteettianalyysin mukaan muuttujat eivät kuitenkaan mittaa riittävällä tasolla samaa ilmiötä. Todennäköisenä selityksenä on kysymysten mukaisen poliittisen osallistumisen vakavuustasojen ja sitoutumisvaativuuden suuri ero. Vastanneista esimerkiksi suurin osa, 67,5 %, on äänestänyt edellisissä kuntavaaleissa, kun taas ehdolle vaaleissa on asettunut vain 4,3 %. Summamuuttujan sijasta käytän muuttujia regressioanalyysissä erillisinä muuttujina. Vaikutustapojen käsittely erillisinä on myös tutkimuskysymyksen kannalta perusteltua, sillä näin saan vastauksen siihen, onko poliittinen kuluttaminen lähinnä poliittisesti aktiivisten nuorten toimintaa.

Toinen keskeinen hypoteesini, eli yksilönvastuuta ja velvollisuutta korostava arvomaailma on operationalisoitavissa summamuuttujalla koskien sitä, kokeeko vastaaja yksilöiden hyvinvoinnin olevan enemmän valtiollisten instituutioiden vaiko yksilöiden ja heidän lähipiirinsä asia. Barometrin kysymysten pohjalta on mahdollista muodostaa aiheesta kaksi erillistä summamuuttujaa joista ensimmäinen kysyy suhtautumisesta julkisten instituutioiden vastuuseen ja toinen suhteesta yksilöiden ja lähipiirin vastuuseen. Kahden erillisen summamuuttujan muodostaminen on mielekästä, sillä vaikka teoriani kannalta yksilön vastuu ja instituutioiden vastuu voidaan katsoa vastakkaisiksi ilmiöiksi, eivät ne sitä todennäköisesti ole vastaajien näkökulmasta.

Aineistossa on lisäksi muuttujat koskien esimerkiksi seurakuntien ja kansalaisjärjestöjen vastuuta. En ottanut näitä mukaan analyysiin, sillä vaikka vapaaehtoisuuteen perustuva kansalaisjärjestöjen ja uskonnollisten yhteisöjen toiminta on eräässä mielessä vastakkaista julkisille instituutioille, ovat ne Suomessa toimijoina varsin institutionalisoituneita. Kirkon ja valtion vahvan yhteyden, kirkkojen verotusoikeuden sekä seurakuntaan kuulumisen yleisyyden takia ei etenkään kirkkoa ole mielekästä sisällyttää yksilön vastuuta korostavaan summamuuttujaan. Järjestöjen ja uskonnollisten yhdyskuntien toimintaa ei voida selkeästi asettaa kummankaan summamuuttujan mukaiseen kategoriaan. Summamuuttuja ”*vastuu on instituutioilla*” koostuu muuttujista:

*Kuinka suuri vastuu seuraavilla toimijoilla pitäisi mielestäsi olla suomalaisten hyvinvoinnista?*

- *valtio*
- *kunnat*

*– koulut ja oppilaitokset*

Muuttajat saavat Cronbachin Alfaksi 0,698.

Muuttujaan ”*vastuu on yksilöllä ja läheisillä*” mukaan otettavat muuttajat ovat:

*Kuinka suuri vastuu seuraavilla toimijoilla pitäisi mielestäsi olla suomalaisten hyvinvoinnista?*

*– perheet ja suvut*

*– ystävät ja muu lähipiiri*

*– jokainen ihminen itse*

Reliabiliteettianalyysissä muuttajat saavat Cronbachin Alfa -arvoksi 0,625 joten muodostettava summamuuttuja kuvaa samaa ilmiötä riittäväällä tavalla.

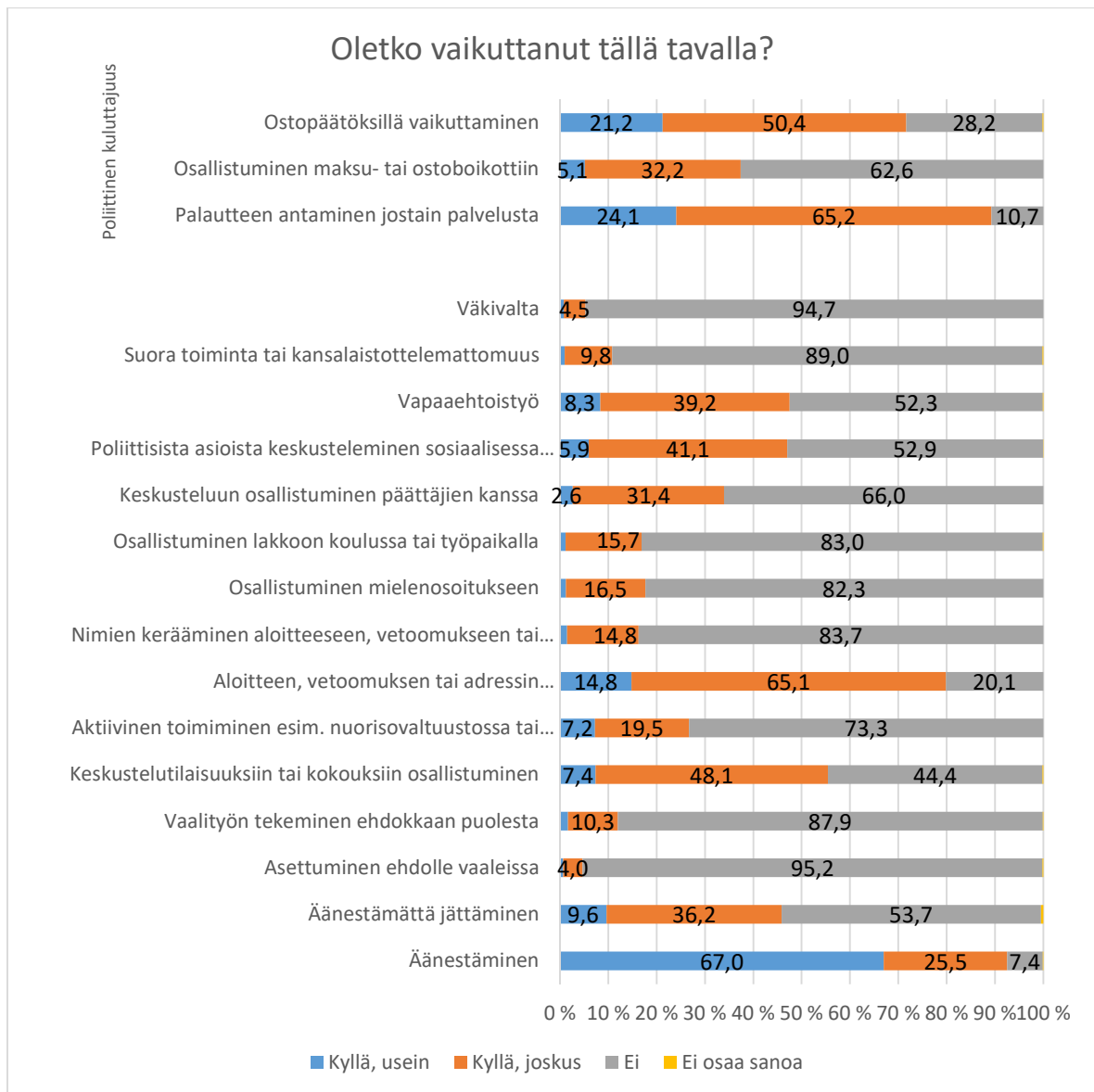
## 4 Poliittinen kuluttajuus nuorisobarometrissä

### 4.1 Poliittisen kuluttamisen yleisyys nuorten vaikutustapana

Nuorisobarometrissä on selvitetty laajalla kysymyspatterilla nuorten suhdetta erilaisiin vaikuttamisen tapoihin. Osa kysymyksistä käsittelee perinteisiä institutionaalisen politiikan keinoja kuten äänestämistä, kun taas toiset keskittyvät suoraan toimintaan ja erilaisiin yksilöllähtiisiin vaikutustapoihin kuten ostopäätösten tekoon.

Kuvioon 1 on koottu kysymyksiä osallistumisesta erilaisiin vaikuttamisen tapoihin. Vastauksista käy muun muassa ilmi, että politiikan murroksesta ja suoran toiminnan suosion noususta kasvamisesta huolimatta, äänestäminen on edelleen suosituin vaikuttamistapa ja vastaajista 92,5 prosenttia sanoo äänestäneensä ainakin joskus. Muita suosittuja vaikuttamisen tapoja ovat esimerkiksi aloitteiden ja adressien allekirjoittaminen ja, ehkä hieman yllättäen, palautteen antaminen palvelusta. Neljänneksi suosituimmaksi vaikuttamistavaksi kysytyistä nousee ostopäätöksillä vaikuttaminen. Ylipäätään kuluttajavaikuttamiseksi laskettavat keinot ovat varsin suosittuja vaikuttamisen tapoja. Kuluttajavaikuttamiseksi olen laskenut ostopäätökset, maksu- ja ostoboikotit sekä palautteen antamisen ja ne ovat esitetty kuvion 1 yläosassa. Näiden vaikutustapojen osalta huomioitavaa on boikottien matalampi suosio verrattuna muuhun, laajemmin ilmaistuun, ostopäätöksillä vaikuttamiseen. Eroa saattaa kenties selittää boikottien vaatima sitoutuminen, kun taas ostopäätöksillä vaikuttamiseksi voidaan kenties laskea satunnaisempikin toiminta.

Kaikkein vähiten suosittuja vaikuttamisen tapoja barometrin mukaan ovat ehdolle asettuminen vaaleissa sekä väkivallan käyttö. Myös vaalityön tekeminen ja suora toiminta ovat hyvin harvinaisia vaikuttamisen muotoja. Tulos on varsin odotetun kaltainen, sillä pohjoismaisessa kontekstissa väkivalta on aina ollut harvinainen politiikan väline.



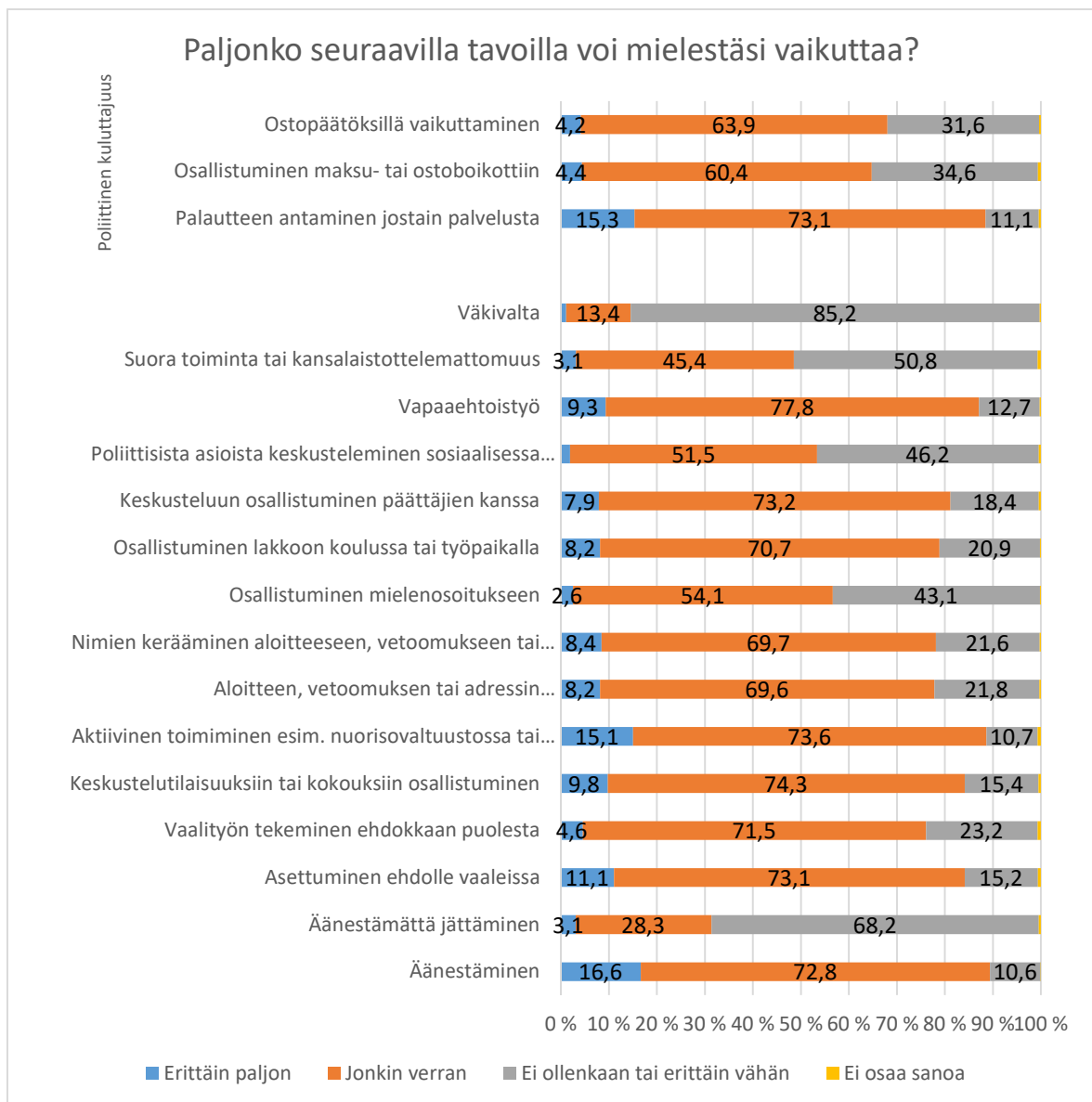
Kuvio 1. Erilaisten vaikutustapojen yleisyys nuorisobarometrissä

## 4.2 Luottamus yhteiskunnallisen vaikuttamisen tapoihin

Kysyttäessä nuorten luottamuksesta eri tapojen vaikuttavuuteen, heijastelevat tulokset jossain määrin vastauksia koskien toteutunutta vaikuttamista. Äänestäminen on suosituimmuuden ohella myös tehokkaimmaksi katsottu vaikuttamisen muoto. Joukossa on kuitenkin poikkeuksia ja esimerkiksi vaalityön tekemisen ja ehdolle asettumisen vaikutusmahdollisuuksiin luotetaan varsin merkittävästi siitä huolimatta, etteivät ne ole kovin yleisiä tapoja osallistua vaikuttamiseen. Erot vaikutustapojen tehoon luottamisessa eivät ole yleisesti ottaen yhtä suuria kuin niiden toteutumisessa, mutta tulosten pohjalta voidaan silti huomata, että esimerkiksi luotto väkivallan sekä suoran toiminnan ja kansalaistottelemattomuus-

den vaikuttavuuteen on vähäistä. (Kuvio 2.)

Ostopäätöksillä vaikuttamisen osalta merkille pantavaa on että alhaisemmasta suosiostaan huolimatta boikottien vaikuttamiseen luotetaan lähes yhtä paljon kuin muuhunkin ostopäätösten tekoon. Tämä osaltaan tukee havaintoa siitä, että boikotteihin osallistumisen vähäisyys johtuu esimerkiksi niiden sitoutumista vaativasta luonteesta, heikon vaikuttavuuden sijasta. (Kuvio 2.)



Kuvio 2. Erilaisten vaikutustapojen vaikuttavuuteen luottaminen nuorisobarometrissä



### 4.3 Yksilön arvot kuluttamalla vaikuttamisen selittäjänä

Sekä saatavilla olevat kulutuskeinot että aiempi tutkimus antavat olettaa poliittisen kulutuksen painottuvan lähinnä ympäristöstä ja ihmisoikeuksista huolehtiviin kuluttajiin. Selitys on osin poliittisen ja aktiivisen kuluttajuuden historiaan sidonnainen ja toisaalta taas myös tarjolla olevista tuotteista ja mahdollisuuksista johtuva. Lineaarinen regressioanalyysi arvoista osoittaa arvion oikean suuntaiseksi myös nuorisobarometrissä. Vastaajista ne, jotka kokevat ympäristön kunnioittamisen tärkeäksi ovat selkeästi aktiivisimpia poliittisia kuluttajia ja he myös kokevat kuluttamalla vaikuttamisen mahdollisuudet selkeästi muita paremmiksi. Ihmisten tasa-arvoisesta kohtelusta huolehtimisen suhteen tulos on samansuuntainen, muttei aivan yhtä merkitsevä tilastollisesti. Yllättäen myös rakkauden ja ihmis-suhteiden pitäminen tärkeänä on tilastollisesti melkein merkitsevästi yhteydessä luottamukselle kuluttamalla vaikuttamisen vaikutusmahdollisuuksiin.

Toisaalta täytyy huomata, etteivät kyselyn vastausvaihtoehtokkaan oikein kykene tehokkaasti erittelemään muita kuin perinteisen eettisen kulutuksen mallin mukaisia arvoja. Vaikka mukana on muun muassa kansallisesta turvallisuudesta huolehtiminen ja aineellisen hyvinvoinnin painotus, ei muille kuin eettisen kulutuksen mukaisille arvoille ole oikein vastausvaihtoehtoja.

Kaikkiaan barometrissä olevat arvokysymykset vaikuttaisivat pystyvän selittämään noin 10,8 prosenttia vaihtelusta luottamuksesta kulutusvaikuttamisen mahdollisuuksiin ja noin 3,5 prosenttia vaihtelusta toteutuneesta kuluttamalla vaikuttamisesta. (Taulukko 3 & 4.) Ero selittynee aiemmastakin tutkimustiedosta tutulla ilmiöllä toteutuneen kulutuksen ja arvojen osin ristiriitaisesta suhteesta (esim. Uusitalo 2004, 13). Nuorille kuluttajille on siis luontevaa ajatella, että omin valinnoin voisi vaikuttaa tärkeiksi koettuihin asioihin, mutta niin ei siitä huolimatta välttämättä tule aina tehdyksi.

Ympäristöasenne liittyy poliittisen kulutuksen vahvasti limittäiseen käsitteeseen eettiseen kuluttamiseen ja määrää myös merkittävästi kuluttajan mahdollisuuksia toimia poliittisesti ja käytän siksi myöhemmissä analyyseissä tätä vakioitavana tekijänä. Ympäristöasenteen vakioiminen on perusteltua myös siksi, että se on poliittisesti motivoituneen kuluttamisen tärkein peruste.

Taulukko 3. Yksilön arvot selittäjänä toteutuneeseen kuluttamalla vaikuttamiseen

Muuttuja	$\beta$	Sig.
Kuinka tärkeitä sinulle ovat seuraavat asiat:		
rakkaus ja ihmissuhteet	,038	,261
oma terveys	-,019	,589
oma ulkonäkö	-,038	,245
työ	-,061	,060
vapaa-aika	-,002	,956
aineellinen hyvinvointi	-,031	,344
kansallinen turvallisuus	-,062	,069
sukupuolten välinen tasa-arvo	,046	,264
tasa-arvo ihonväristä ja kulttuurista riippumatta	-,013	,759
ympäristön kunnioittaminen	,171	,000
eläinten oikeudet	,010	,785
ihmisoikeudet	,002	,968
R <sup>2</sup>	,045	
R <sup>2</sup> parannus	,035	

Taulukko 4. Yksilön arvot selittäjänä luottamukselle kuluttamalla vaikuttamiseen

Muuttuja	$\beta$	Sig.
Kuinka tärkeitä sinulle ovat seuraavat asiat:		
rakkaus ja ihmissuhteet	,097	,010
oma terveys	-,051	,104
oma ulkonäkö	,009	,772
työ	,006	,853
vapaa-aika	,062	,026
aineellinen hyvinvointi	-,020	,499
kansallinen turvallisuus	,080	,008
sukupuolten välinen tasa-arvo	-,056	,132
tasa-arvo ihonväristä ja kulttuurista riippumatta	,088	,020
ympäristön kunnioittaminen	,232	,000
eläinten oikeudet	,007	,831
ihmisoikeudet	,006	,871
R <sup>2</sup>	,116	
R <sup>2</sup> parannus	,108	

#### 4.4 Sukupuolen ja iän yhteys kuluttamalla vaikuttamiseen

Koska aiemman tutkimuksen valossa vaikuttaisi siltä, että poliittinen kuluttajuus on vahvasti sukupuolittunut ilmiö, käytän myös analyysissä vastaajan sukupuolta vakioitavana tekijänä.

Aiempi teoria ja tutkimus antaa ymmärtää kuluttamalla vaikuttamisen ja omien kulutusvalintojen vaikutusten arvioimisen olevan ennen kaikkea naisten harjoittamaa toimintaa. Selityksiä ilmiölle on useita, alkaen tyttöjen kasvattamisesta huomioon ottamiseen ja omien mielihalujen tukahduttamiseen ja toisaalta yleisistä eroista esimerkiksi perheiden työnjaosta ostosten suhteen. Naiset vastaavat useammin päivittäisistä ostoksista kuten elintarvikkeista, joissa myös mahdollisuudet eettiselle ja poliittiselle kulutukselle ovat suurimmat. Sukupuolen mukaan ottaminen on perusteltua myös nuorten keskuudessa esiintyvien kulutusestosten eroavaisuuksien vuoksi. Perustellusti voidaan epäillä nuorten miesten vastauksissaan liioittelevan ja jopa rehentelevän vastuuttomuudella ja esimerkiksi ympäristön huomioonottamattomuudella.

Lineaarinen regressioanalyysi sukupuolen ja poliittisen kuluttajuuden suhteesta vahvistaa jossain määrin oletusta naisten yleisemmästä poliittisesta kuluttajuudesta. Erot sukupuolten välillä eivät ole kuitenkaan niin suuria kuin aiempien tutkimusten pohjalta voisi olettaa. Sukupuoli selittää aineistossa vain prosentin verran vaihtelusta asiassa (Taulukko 5). Luotuksesta kuluttamalla vaikuttamisen vaikutusmahdollisuuksiin sukupuoli selittää aineistossa kaksi prosenttia (Taulukko 6).

Kysymys siitä, miksi tässä aineistossa ero ei ole tätä suurempi on kiinnostava. Kenties nuorisobarometrissä käytetty kysymysmuoto selittää osan asiasta. Etenkin kotimainen aihetta liippaava tutkimus on vahvasti painottunut tutkimaan eettistä ja ekologista kuluttamista, kun taas nuorisobarometri kysyy varsin neutraalisti, kulutuksen taustalla olevia lähtökohtia ja arvoja erittelemättä. Eettisyys ja ympäristöstä huolen kantaminen koetaan mahdollisesti feminiinisenä hoivavietin piiriin kuuluvana asiana, kun taas avoimempi kysymysmuoto jättää vastaajalle mahdollisuuden myös muista arvolähtökohdista, vaikkapa kotimaisuuden tukemisesta, tapahtuvaan toimintaan. Toisaalta selitystä voi etsiä myös Nuorisobarometrin keskeisimmästä piirteestä, eli nuorisoon painottumisesta. Ikäluokassa ei esimerkiksi ole

vielä paljoo perheellisiä ihmisiä ja vanhempiensa kanssa tai yksinelävien osuus on koko väestöä isompi. Kulutuksen sukupuolittainen jakautuminen päivittäistavaroista vastaaviin naisiin ja suurista investoinneista päättäviin miehiin ei välttämättä siis vaikuta ikäluokassa samalla lailla kuin vanhempien vastaajien kohdalla näkyisi.

*Taulukko 5. Sukupuoli selittävänä tekijänä toteutuneeseen kuluttamalla vaikuttamiseen*

Muuttuja	$\beta$	Sig.
Sukupuoli	-,101	,000
R <sup>2</sup>	,010	
R <sup>2</sup> parannus	,009	

*Taulukko 6. Sukupuoli selittävänä tekijänä luottamukselle kuluttamalla vaikuttamiseen*

Muuttuja	$\beta$	Sig.
Sukupuoli	-,140	,000
R <sup>2</sup>	,020	
R <sup>2</sup> parannus	,019	

Tutkin vastaajan iän yhteyttä kuluttamalla vaikuttamiseen, sillä nuorisobarometrin vastaajat ovat iässä, jossa tapahtuu paljon kulutuskäyttäytymiseen ja elämäntapaan vaikuttavia muutoksia, kuten omilleen muuttamista, työssäkäynnin aloittamista ja vastuun ottoa päivittäisistä ostoksista.

Regressioanalyysi osoittaa iällä olevan pientä yhteyttä kuluttamisen käyttöön vaikuttamistapana. Toteutunut poliittinen kulutus kasvaa lievästi iän myötä ja noin 2,1 prosenttia poliittisen kulutuksen vaihtelusta on selitettävissä iän kautta (Taulukko 7). Luottamukselle poliittiseen kuluttamiseen vaikutustapana ja vastaajan iälle ei löydy tilastollisesti merkitsevää yhteyttä (Taulukko 8). Voi olla siis niin, että vasta iän kertymisen mukanaan tuoma taloudellinen liikkumatila mahdollistaa kulutuksen suuntaamisen poliittisiin perustein, vaikka halua ja luottoa toimintaan olisi jo aiemmin.

Tulosten tulkinnassa ongelmallista on kuitenkin nuorison heterogeenisyys tutkimusjoukko-  
na, saman ikäisissä nuorissa on hyvin erilaisissa elämäntilanteissa olevia ihmisiä. Esimerkiksi 28-vuotiaista osa on ehtinyt olla työelämässä mukana jo lähes vuosikymmenen, kun taas toiset heistä ovat edelleen opiskelijoina. Myös perheellisyydessä ja kotitalouksien

henkilömäärässä on suurta vaihtelua vastaajajoukon ikäryhmässä. Kaikki nämä tekijät vaikuttavat huomattavasti kulutustappoihin ja mahdollisuuksiin toteuttaa arvopohjaista ostokäyttäytymistä.

*Taulukko 7. Vastaajan ikä selittävänä tekijänä toteutuneeseen kuluttamalla vaikuttamiseen*

Muuttuja	$\beta$	Sig.
Vastaajan ikä	,148	,000
R <sup>2</sup>	,022	
R <sup>2</sup> parannus	,021	

*Taulukko 8. Vastaajan ikä selittävänä tekijänä luottamukselle kuluttamalla vaikuttamiseen*

Muuttuja	$B$	Sig.
Vastaajan ikä	,024	,375
R <sup>2</sup>	,001	
R <sup>2</sup> parannus	,000	

#### **4.5 Luottamus poliittiseen järjestelmään ja koettu poliittinen ymmärrys**

Poliittiseen järjestelmään luottamisen ja poliittisen kuluttajuuden suhde ei analyysin valossa tue hypoteesia institutionalisoituneeseen politiikkaan pettymisen kuluttamalla vaikuttamista lisäävästä vaikutuksesta. Vaikutus on sen sijaan päin vastainen, luottamus perinteiseen politiikkaan lisää myös luottamusta kuluttamisen vaikuttavuuteen. Sukupuolen ja ympäristömyönteisyyden vakioiminen laskee standardoitua  $\beta$ -kerrointa hieman, eli osa eroista on myös selitettävissä miesten yleisellä epäluottamuksella politiikkaa kohtaan ja toisaalta sillä, että ennen kaikkea ympäristömyönteisillä ihmisillä on mahdollisuuksia poliittiseen kuluttamiseen ja siksi kenties myös enemmän luottamusta siihen – tai mahdollisesti toisin päin, jos omia arvoja ei ole mahdollista edistää kuluttamalla, koetaan kuluttaminen vaikutustapana epäluotettavaksi ja toimimattomaksi. (Taulukko 9.)

Toteutunut poliittinen kulutus ei vaikuttaisi olevan samalla lailla sidoksissa luottamukseen demokraattiseen järjestelmään. Ilman sukupuolen ja ympäristöasenteen mukaan ottamista ei mallilla ole vaikutusta toteutuneeseen poliittiseen kuluttajuuteen. Taustamuuttujien vakioiminen vaikuttaisi hieman kasvattavan luottamuksen vaikutusta, mutta vaikutus jää silti liian pieneksi mielekkäiden johtopäätösten tekemiseen. Vaikuttaisi siltä, että erilainen luottamus ja yleinen asennoituminen omiin vaikutusmahdollisuuksiin korreloivat keskenään.

(Taulukko 8.) Toteutunut kulutus sen sijaan ei heijastele arvoja yhtä vahvasti, kuten kuluttajatutkimuksessa muutenkin on usein havaittu (Uusitalo 2004, 13).

Ymmärryksen poliittisista asioista tiedetään vaikuttavan kaikkinaiseen poliittiseen aktiivisuuteen ja regressioanalyysi osoittaa, että sillä on sekä kuluttamalla vaikuttamista että sen luottamusta nostava vaikutus. Etenkin toteutuneeseen kulutukseen vaikutus on merkittävä ja sen selitysvaiva on samaa luokkaa yksilön ympäristöasenteen kanssa.

Havainnot tukevat oletusta siitä, että poliittinen kulutus on muun poliittisen aktiivisuuden lailla sidoksissa yleiseen kiinnostukseen ja luottamukseen politiikkaan. Yksilöllistyvän politiikan teon keinot kuten kuluttamalla vaikuttaminen eivät siis ainakaan yksilötasolla vaikuttaisi korvaavan muuta poliittista toimintaa tai ainakaan luottamusta sitä kohtaan.

*Taulukko 8. Luottamus demokraattiseen järjestelmään ja koettu poliittinen ymmärrys selittävänä tekijänä toteutuneeseen kuluttamalla vaikuttamiseen*

Muuttuja	Askel 1.		Askel 2.		Askel 3.	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Luottamus demokraattiseen järjestelmään	-,025	,408	-,040	,173	-,054	,068
Koettu poliittinen ymmärrys	,125	,000	,154	,000	,147	,000
Sukupuoli			-,141	,000	-,118	,000
Ympäristön kunnioittaminen					,155	,000
R <sup>2</sup>	,015		,034		,058	
R <sup>2</sup> parannus	,014		,032		,054	

Taulukko 9. Luottamus demokraattiseen järjestelmään ja koettu poliittinen ymmärrys selittävänä tekijänä luottamukselle kuluttamalla vaikuttamiseen

Muuttuja	Askel 1.		Askel 2.		Askel 3.	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Luottamus demokraattiseen järjestelmään	,265	,000	,249	,000	,220	,000
Koettu poliittinen ymmärrys	,062	,020	,089	,001	,086	,001
Sukupuoli			-,131	0,000	-,090	,001
Ympäristön kunnioittaminen					,255	,000
R <sup>2</sup>	,079		,096		,158	
R <sup>2</sup> parannus	,078		,084		,156	

## 4.6 Osallistuminen muuhun politiikkaan

Institutionalisoituneeseen politiikkaan osallistumisen ja poliittisen kulutuksen välinen yhteys voi olla kahden suuntaista. Yleinen poliittinen aktiivisuus ja kiinnostuneisuus sekä tiedolliset voimavarat lisännevät kaikenlaista vaikuttamista. Toisaalta kuitenkin poliittinen kuluttaminen on yksilölähtöistä ja individualistista toimintaa ja tässä suhteessa vastakkaista osallistumiselle perinteiseen puolue ja järjestelmälahtöiseen politiikkaan. Nuorisobarometrin perinteistä poliittista osallistujuuutta koskevat kysymykset käsittelevät äänestämistä vaaleissa sekä ehdolle asettumista ja vaaliryön tekemistä.

Osallistumista koskevien muuttujien vaikutus toteutuneeseen poliittiseen kulutukseen osin tukee oletettua hypoteesia poliittisesta kuluttajuudesta perinteistä politiikkaa korvaavana toimintana. Äänestämättömyys edellisissä vaaleissa vaikuttaisi selittävän osan poliittisesta kuluttajuudesta, mutta tulos jää tilastollisesti ei-merkitseväksi. Lisäksi esimerkiksi ehdolle asettumisen ja vaaliryön tekemisen yhteys poliittiseen kuluttamiseen on päinvastaista ja näiden asioiden tekeminen vaikuttaisi pikemminkin lisäävän poliittista kuluttamista. Tuloksiin pätee kuitenkin sama tilastollisen merkitsevyyden ongelma. (Taulukko 10.) Barometrin vastaajamäärät ovat tilastollisesti merkitsevien tulosten saavuttamiseksi riittämättömiä etenkin hyvin harvinaisen vaikutustavan, kuten ehdolle asettumisen tapauksessa.

Vaikkei tulos ole tilastollisesti merkitsevä, viittaa se siihen suuntaan, että se verrattain pie-

nilukuinen joukko nuorista, joka osallistuu aktiivisimmin politiikkaan, tekee myös kulusvalintojaan poliittiset motiivit mielessään. Tämä vastaa aiemman laadullisen tutkimuksen käsitystä aktiivisista poliittisista kuluttajista politiikasta kiinnostuneina ja yleisesti aktiivisina toimijoina. Ne vastaajat, jotka käyttävät melko suuria ajallisia ja tiedollisia resursseja perinteiseen politiikkaan ovat siis mahdollisesti omaksuneet laajemminkin vaikuttamistyön osaksi elämäntapaansa.

Suurimman osan nuorista parissa vaikutus on sen sijaan toinen ja yksilöllistyvät politiikanteon tavat tulevat kenties osin perinteisen politiikanteon tilalle. Tuloksien tulkinnassa tulee tilastollisen merkitsevyyden kriteerien ohella huomata myös havaittujen vaikutusten pienuus. Ilman sukupuolen tai ympäristöasenteen huomioon ottamista vain 1,3 prosenttia poliittiseen kulutukseen luottamisen kaikesta vaihteluista olisi selitettävissä muulla poliittisella osallistajuudella. Johtopäätösten vetäminen näin pienistä selitystasoista onkin vahvasti spekulatiivista ja edellyttäisi tuekseen tarkempaa tutkimusta yksilöiden motiiveista.

Luottamus poliittisen kuluttamisen toimivuuteen vaikutustapana ei noudata samaa kaavaa, kuin toteutunut poliittinen kuluttajuus. Äänestämättömyys vaaleissa ja osallistumattomuus politiikkaan vaikuttaisivat myös lisäävän epäluottamusta kulutusvaikuttamisen toimivuutta kohtaan. Äänestämättömyyttä koskeva vastaus on myös tilastollisesti melkein merkitsevä. Regressioanalyysin tulos tukee osaltaan ajatusta eräänlaisen passiivisen nuorison olemassa olosta. On suuri joukko nuoria, jotka katsovat, ettei juuri millään ole mitään merkitystä ja että vaikutusmahdollisuudet kaiken kaikkiaan ovat olemattomat. (Taulukko 11.) Nuorisobarometrin kaltaisessa laajassa koko ikäluokkaan keskittyvässä aineistossakin on siis osin havaittavissa eriytyminen aktiivisen sekä politiikasta kiinnostuneen nuorison ja muiden välillä.



Taulukko 10. Osallistuminen muuhun politiikkaan selittävänä tekijänä toteutuneeseen kuluttamalla vaikuttamiseen

Muuttuja	Askel 1.		Askel 2.		Askel 3.	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Äänestämättömyys edellisissä kuntavaaleissa	-,069	,153	-,068	,157	-,072	,130
Oletko asettunut ehdolle?	,008	,845	,015	,735	-,002	,970
Oletko vaikuttanut jättämällä äänestämättä?	-,016	,740	-,010	,828	-,002	,968
Oletko tehnyt vaalityötä?	,065	,144	,071	,111	,062	,155
Oletko viimeisen vuoden aikana ollut mukana poliittisessa toiminnassa?	,065	,138	,066	,128	,053	,216
Sukupuoli			-,098	0,021	-,068	,105
Ympäristön kunnioittaminen					,182	,000
R <sup>2</sup>	,013		,022		,054	
R <sup>2</sup> parannus	,004		,012		,042	

Taulukko 11. Osallistuminen muuhun politiikkaan selittävänä tekijänä luottamukselle kuluttamalla vaikuttamiseen

Muuttuja	Askel 1.		Askel 2.		Askel 3.	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Äänestämättömyys edellisissä kuntavaaleissa	,108	,018	,105	,020	,098	,024
Oletko asettunut ehdolle?	-,022	,602	-,020	,629	-,039	,318
Oletko vaikuttanut jättämällä äänestämättä?	,015	,732	,025	,574	,031	,465
Oletko tehnyt vaalityötä?	,009	,825	,019	,655	,009	,817
Oletko viimeisen vuoden aikana ollut mukana poliittisessa toiminnassa?	,065	,119	,064	,122	,039	,326
Sukupuoli			-,182	,000	-,136	,000
Ympäristön kunnioittaminen					,271	,000
R <sup>2</sup>	,016		,049		,118	
R <sup>2</sup> parannus	,013		,039		,108	

## 4.7 Yksilönvastuu

Hypoteesin mukaan yksilöiden vastuuta korostavan arvomaailman pitäisi lisätä poliittista kulutusta, sillä kulutusvalinnoin vaikuttaminen on nimenomaisesti yksilölähtöinen toimi ja tavallaan myös osoitus jopa uusliberalistisesta sankarikuluttajan mallista. Jos yksilöillä on valtaa vaikuttaa, on heillä siis myös vastuuta.

Regressioanalyysi yksilönvastuuta korostavasta arvomaailmasta osoittaa hypoteesin mukaista vaikutusta. Sekä poliittinen kulutus että luottamus sen vaikuttavuuteen todella ovat hieman yleisempiä niiden keskuudessa, jotka kokevat yksilöt ja läheiset vastuullisimmiksi suomalaisten hyvinvoinnista. Kuten muidenkin selittävien tekijöiden kohdalla, on mallin selitysvoima etenkin toteutuneeseen kulutukseen kuitenkin varsin vaatimaton ja alle prosentin. Luottamukseen poliittisen kuluttamisen vaikuttamiseen on vaikutus merkittävämpi ja selitysvoima toteutuneesta poliittisesta kuluttamisesta on 2,9 %. Sukupuolen ja ympäristöasenteiden vakioiminen laskee yksilönvastuun merkitystä hieman, ja se laskee tällä analyysin askelella niukasti alle tilastollisen merkitsevyyden kriteerien. (Taulukko 12 & 13.)

*Taulukko 12. Yksilöiden vastuun korostus selittävänä tekijänä toteutuneeseen kuluttamalla vaikuttamiseen*

Muuttuja	Askel 1.		Askel 2.		Askel 3.	
	<i>β</i>	<i>Sig.</i>	<i>β</i>	<i>Sig.</i>	<i>β</i>	<i>Sig.</i>
Yksilöt ja lähipiiri vastuussa suomalaisten hyvinvoinnista	,082	,005	,074	,011	,052	,074
Sukupuoli			-,092	,002	-,073	,013
Ympäristön kunnioittaminen					,146	,000
R <sup>2</sup>	,007		,015		,036	
R <sup>2</sup> parannus	,006		,014		,033	

Taulukko 13. Yksilöiden vastuun korostus selittäväenä tekijänä luottamukselle kuluttamalla vaikuttamisen vaikutusmahdollisuuksiin

Muuttuja	Askel 1.		Askel 2.		Askel 3.	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Yksilöt ja lähipiiri vastuussa suomalaisten hyvinvoinnista	,171	,000	,160	,000	,117	,000
Sukupuoli			-,127	,000	-,084	,001
Ympäristön kunnioittaminen					,272	,000
R <sup>2</sup>		,029		,045		,115
R <sup>2</sup> parannus		,029		,044		,113

## 4.8 Julkisten instituutioiden vastuu

Hypoteesini mukaisesti yksilönvastuu ja instituutioiden vastuu koskien ihmisten hyvinvointia, ovat vastakkaisia ajattelutapoja. Oletuksena on siis, että myös instituutioiden vastuuseen uskomisen ja poliittisen kuluttajuuden välillä olisi negatiivinen korrelaatio. Huomioitavaa on kuitenkin, että kyseessä on vahvasti teoriavetoinen ajattelutapa.

Regressioanalyysi institutionaalisen vastuun summamuuttujasta ei näytä tukevan hypoteesia. Poliittisen kulutuksen vaikuttavuuteen luottamisesta vain prosentti on selitettävissä instituutioiden vastuun summamuuttujalla ja tämänkin vaikutuksen suunta on vastakkainen hypoteesille. Lisäksi sukupuolen ja ympäristöasenteiden vakioiminen vähentää vaikutusta entisestään. Ympäristöasenteen huomioon ottaminen myös laskee julkisten instituutioiden vastuuseen luottamisen tilastollisesti ei-merkittäväksi. (Taulukko 15.) Tulosten perusteella ei voida sanoa poliittiseen kulutukseen luottamisen olevan millään tavalla sidoksissa julkisten instituutioiden hyvinvoinnin tuottovastuuseen uskomiseen.

Myöskään toteutuneen poliittisen kulutuksen suhteen ei ole havaittavissa merkittävää yhteyttä. Poliittisesti motivoitunut kulutus ei ole riippuvaista vastaajan suhtautumisesta julkisen vallan vastuuseen. (Taulukko 14.)

Lineaarisen regressioanalyysin tulosten valossa poliittinen kulutus ei ole seurausta ajattelutavasta jossa yksittäisten ihmisten teot korvaavat julkiset toimet. Valtiollisten instituutioiden vastuullisuuteen uskomisen ei vähennä yksilölähtöisen vaikutusmuodon, poliittisen

kulutuksen, vaikuttavuuteen uskomista eikä sen toteuttamista. Myöskään toteutuneeseen poliittiseen kulutukseen ei ole havaittavissa oletettua yhteyttä.

*Taulukko 14. Julkisten instituutioiden vastuun korostus selittävänä tekijänä toteutuneeseen kuluttamalla vaikuttamiseen*

Muuttuja	Askel 1.		Askel 2.		Askel 3.	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Julkiset instituutiot vastuussa suomalaisten hyvinvoinnista	,031	,283	,018	,536	,003	,918
Sukupuoli			-,099	,001	-,080	,007
Ympäristön kunnioittaminen					,154	,000
R <sup>2</sup>	,001		,011		,034	
R <sup>2</sup> parannus	,000		,009		,031	

*Taulukko 15. Julkisten instituutioiden vastuun korostus selittävänä luottamukseen kuluttamalla vaikuttamiseen*

Muuttuja	Askel 1.		Askel 2.		Askel 3.	
	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.	$\beta$	Sig.
Julkiset instituutiot vastuussa suomalaisten hyvinvoinnista	,099	,000	,084	,002	,043	,096
Sukupuoli			-,128	,000	-,086	,000
Ympäristön kunnioittaminen					,285	,001
R <sup>2</sup>	,010		,026		,103	
R <sup>2</sup> parannus	,009		,025		,101	

#### **4.9 Kokoava malli poliittiseen kuluttamiseen vaikuttavista tekijöistä**

Kokoavaan malliin on koottu aiemmista malleista tilastollisesti erittäin merkitsevinä ja merkitsevinä selvinneet muuttujat. Mallista käy ilmi, ettei toteutuneen kulutuksen suhteen muuttujilla ole niin merkitseviä keskinäisiä korrelaatioita, että tilastollinen merkitsevyys laskisi. Kokoava malli kykenee selittämään toteutuneesta kulutuksesta kuitenkin vain noin 6,7 prosenttia, joten valtaosa poliittiseen kulutukseen vaikuttavista tekijöistä ei ole selitet-

tävissä tällä tutkimuksella. (Taulukko 16.)

Luottamus kuluttamalla vaikuttamiseen oli aiempien mallien perusteella huomattavasti riippuvaisempi käsittelemistäni muuttujista ja myös kokoava malli osoittaa tämän. Kokoava malli pystyy selittämään noin 16,2 prosenttia vaihtelusta luottamisessa kuluttamiseen poliittisen vaikuttamisen välineenä. Muuttujat säilyttävät tilastollisen merkitsevyytenä lukuunottamatta viimeisissä vaaleissa äänestämistä. Äänestämättömyys vaaleissa selittyy siis huomattavilta osin muilla kokoavassa mallissa mukana olleilla muuttujilla kuten epäluottamuksella demokraattiseen järjestelmään eikä sillä siis sinänsä ole itsenäistä vaikutusta luottamukselle poliittiseen kuluttajuuteen. (Taulukko 17.)

*Taulukko 16. Kokoava malli toteutuneeseen poliittiseen kuluttamiseen vaikuttavista tekijöistä*

Muuttuja	$\beta$	Sig.
Ympäristön kunnioitus	,136	,000
Sukupuoli	-,109	,000
Ikä	,124	,000
Koettu poliittinen ymmärrys	,139	,000
R <sup>2</sup>	,070	
R <sup>2</sup> parannus	,067	

*Taulukko 17. Kokoava malli luottamukseen poliittiseen kulutukseen vaikuttavista tekijöistä*

Muuttuja	$\beta$	Sig.
Ympäristön kunnioitus	,254	,000
Sukupuoli	-,092	,001
Luottamus demokraattiseen järjestelmään	,202	,000
Koettu poliittinen ymmärrys	,026	,002
Äänestämättömyys edellisissä kuntavaaleissa	-,022	,423
Vastuu hyvinvoinnista yksilöillä ja läheisillä	,072	,007
R <sup>2</sup>	,166	
R <sup>2</sup> parannus	,162	

## 5 Johtopäätöksiä ja jatkotutkittavaa

### 5.1 Tutkimuksen johtopäätöksiä

Työn tarkoituksena oli testata aiemmasta, pääsääntöisesti laadullisesta, tutkimuksesta johdettuja hypoteeseja laajemmassa tilastollisessa aineistossa. Tutkimuksen taustana käytetyt oletukset ja hypoteesit perustuivat suurelta osin aktiivisten poliittisten kuluttajien parista saatuihin tuloksiin ja ajattelutapoihin. Ilman tällaisten tulosten tilastollista testaamista ilmiöt kuten eettinen kuluttaminen ja poliittinen kuluttajuus saattavat saada turhankin suuren painoarvon politiikanteon muutoksia kuvatessa. Toinen keskeinen tavoite tutkimuksessa olikin kuvailla poliittisen kuluttajuuden yleisyyttä ja sen nauttimaa luottamusta vaikuttamisen keinona. Merkittäväksi asian tekee etenkin se, jos ilmiöille ladataan suuria odotuksia laajojen yhteiskunnallisten ja globaalien ongelmien ratkaisussa. Vaikuttaakseen asioihin poliittinen kulutus edellyttää joukkovoimaa ja siksi äärimmäisenkään aktiivinen joukko ei kykene sen keinoin tuottamaan muutosta ilman laajempaa kansansuosiota. Tässä suhteessa kulutus eroakin vaikutustapana monista muista aktiivisen poliittisen kansalaisuuden muodoista, joissa jo pieni äänekäs joukko voi saada näkyvyyttä ja päästä vaikuttamaan.

Erilaiset kuluttamalla vaikuttamisen keinot näyttäisivät olevan nuorten keskuudessa verrattain suosittuja, vaikka ne eivät haastakaan esimerkiksi äänestämistä tai aloitteiden ja adressien allekirjoittamista yleisyydessä. Barometriin vastanneista nuorista noin 37 % on ainakin joskus osallistunut osto- tai maksuhoikottiin. Huomionarvoista on ero suhteessa muissa tutkimuksissa havaittuihin koko väestöä koskeviin tutkimuksiin. Esimerkiksi vuoden 2011 eduskuntavaalitutkimuksen vastaajista vain 18 % on vaikuttanut näin (Borg 2013, 56). Vaikuttaisikin siltä, että poliittisesti motivoitunut kuluttaminen ja politiikan tuleminen osaksi arkea todella on yleisempää nuorten parissa.

Keskeisin aiempi havainto poliittisesta kulutuksesta oli sen sukupuolittainen jakautuminen, jota on selitetty etenkin sukupuolten kasvatukseen liittyvillä kysymyksillä. Muiden huomiota ottaminen ja omien hedonisten intressien tukahduttaminen on katsottu keskeiseksi osaksi tytöksi ja naiseksi kasvamista. Tämän seurauksena naisten parissa oletetaan pidättyvän kulutustavan ja eetoksen olevan miehiä yleisempää. (Autio & Wilska 2003, 10.) Lisäksi naiset vastaavat perheissä useammin ruokaostoista ja päivittäistavaroista, joissa

poliittisen kulutuksen mahdollisuudet ovat suurimmat. Vastuullisten naisten ja hedonisten miesten -mallin kanssa risteäviäkin ajatuksia on toisaalta olemassa, sillä miesten kulutukseen saatetaan liittää useammin harkitsevuuden ja rationaalisen pohdinnan ajatus ja naisten kulutuksen katsotaan sen sijaan helposti olevan ”shoppailua” ja siis varsin yksilöllähtöistä toimintaa. Tähän viittaisi osin myös se, että joidenkin tutkimusten valossa tytöt ostavat useammin ja halpaa, pojat harvemmin ja kallista (Wilska 2006, 35). Kulutuksen ja siihen vaikuttavien käytösnormien tulkinnassa täytyy myös muistaa mahdolliset erot puhetoissa ja -normeissa ja esimerkiksi nuorten miesten keskuudessa vaikuttaisi olevan tapana jopa liioitella omaa hedonismia ja vastuuttomuutta (Autio 2009, 73).

Nuorisobarometrissakin on havaittavissa ero poliittisen kulutuksen sukupuolittaisessa toteutumisessa. Naiset vastaavat sekä kuluttavansa enemmän poliittisesti motivoituneesti, että myös luottavat sen vaikutusmahdollisuuksiin miehiä enemmän. Erot eivät kuitenkaan ole niin merkittäviä, kuin ennalta olisi voinut odottaa. Selityksenä voi olla joko barometrin kysymyksenasettelu tai keskittyminen nuoriin. Aiempi aiheesta tehty tutkimus on pääsääntöisesti sisältänyt vastaajia kaikista ikäryhmistä, jolloin sukupolvien väliset erot esimerkiksi sukupuolten roolien ja odotusten suhteen ovat väistämättä vaikuttaneet tuloksiin (mm. Micheletti 2003). Mahdollista on, että nykynuoret ovat kasvaneet vähemmän sukupuolittuneeseen ja sukupuolittavaan ympäristöön kuin vanhempansa.

Selitys voi toisaalta olla sukupolvikysymyksen sijasta, tai ohella, myös ikäkauteen liittyvä. Käsittelemässäni vastaajajoukossa 19–29 vuotiaat on vielä varsin yleistä asua vanhempien luona tai yksin. Esimerkiksi 20–24 vuotiaista noin 25 prosenttia asuu vielä vanhempiensa kanssa, eli tilastokeskuksen tilastoinnissa lapsen asemassa (Tilastokeskus 2015, 27). Tällaisessa tilanteessa päivittäiset ruokaostokset ja suuremmat investoinnit eivät välttämättä jakaudu sukupuolittaisesti samalla tavalla kuin muuten perheissä ja pariskuntien välillä on huomattu. Yksinasuvan on pakko ostaa kaikki taloutensa tarvitsemat asiat ja lapsen asemassa asuvan nuoren tapauksessa vanhemmat saattavat vastata esimerkiksi ruokaostoista.

Poliittinen kulutus liittyy sekä teoreettisesti että havainnoidun kulutuksen kautta läheisesti eettiseen kulutukseen, joka on etenkin suomalaisessa tutkimuksessa useammin käsitelty aihe. Suurin ero käsitteiden välillä liittyy niiden sisältöön ja päämäärätietoisuuteen. Eettinen kulutus käsittää yleisimmin esimerkiksi ympäristön tai kolmannen maailman asioiden huomioon ottamista, kun taas poliittinen kulutus voi sisältää myös näille vastakkaisia nä-

kemyksiä. Poliittisen kulutuksen merkittävin määrittelijä onkin pyrkiminen johonkin päämäärään, kun taas eettinen kulutus saattaa sisältää myös yksilölähtöisempiä lähtökohtia ja asia on kuluttajalle tärkeä myös riippumatta suoranaisestä vaikuttavuudesta. Eettinen kuluttaja saattaa siis haluta pysyä erillään epäeettisiksi katsomistaan tuotteista vaikka tiedostaisi, ettei ajatuksen takana ole tarpeeksi seuraajia vaikuttavaan politiikkaan.

Nuorisobarometrin kysymyksenasettelu mahdollisti keskittymisen laajempaan ja neutraalimpaan poliittisen kuluttamisen käsitteeseen. Ilmiöiden yhteenkietoutuvuuden vuoksi tutkin kuitenkin myös saatavilla olevien arvokysymysten vaikutusta poliittiseen kuluttajuuteen. Tuloksista kävi ilmi, että kaikista suurin yksittäinen poliittista kuluttajuutta lisäävä vaikutus oli yksilön ympäristöasenteella ja suhtautumisella ihmisten tasa-arvoisuuteen. Peräti 11,6 prosenttia luottamisesta poliittisen kuluttamisen vaikutusmahdollisuuksiin selityi vastaajan arvoilla koskien ympäristöä, tasa-arvoa ja oikeudenmukaisuutta.

Tutkimukseni pääkysymys poliittisen kuluttamisen ja perinteisemmän poliittisen osallistumisen suhteesta osoittaa, etteivät aktiiviset poliittiset kuluttajat ainakaan yksiselitteisesti ole institutionalisoituneisiin vaikuttamisen muotoihin pettyneitä. Luottamuksella demokration keinoihin ja luottamisella ja osallistumisella poliittiseen kuluttamiseen on päinvastoin positiivinen korrelaatio. Tämä selittyy osittain sillä, että vaikka käsitteellisesti luottamus instituutioihin ja luottamus kanssaihminen rationaaliseen päätöksentekokykyyn voidaankin erotella toisistaan, korreloi kaikki poliittinen aktiivisuus todennäköisesti keskenään. Myös aiemman tutkimuksen valossa luottamus julkisiin instituutioihin ja luottamus muihin ihmisiin korreloivat keskenään yksilötasolla (Kankainen 2007, 105). Toteutuneen poliittisen aktiivisuuden ja poliittisen kuluttajuuden välinen suhde sen sijaan vaikuttaisi hieman monimutkaisemmalta.

Vahvaa sitoutumista vaativimmilla perinteisen politiikan muodoilla, kuten vaalityön tekemisellä ja ehdolle asettumisella, on myös poliittista kulutusta ja siihen luottamista lisäävä vaikutus, kun taas äänestysaktiivisuus ja poliittinen kulutus vaikuttaisivat olevan negatiivisessa korrelaatioissa keskenään. Tuloksen perusteella vaikuttaisi siltä, että pienehkö aktiivisten nuorten osallistujien ryhmä osallistuu politiikkaan sekä yksilölähtöisillä tavoilla että kollektiivisen vaikuttamisen muodoilla. Laajempaa joukkoa katsottaessa vaikuttaisi kuitenkin siltä, että äänestämättömyydellä ja kuluttamalla vaikuttamalla olisi ennakoitua olettun kaltainen yhteys ja kulutusvalinnoin todella ovat taipuvaisia vaikuttamaan ne, jotka



eivät äänestäneet vaaleissa yhtä innokkaasti. Kaikki havaitsemani yhteydet ovat kuitenkin varsin pieniä ja vain osa niistä on tilastollisesti edes melkein merkitseviä. Siksi pitävien ja yleistettävien johtopäätösten tekeminen niiden pohjalta ei ole mahdollista.

Tutkimuskysymyksistäni viimeinen, poliittisen kulutuksen ja yksilönvastuun sekä julkisten instituutioiden vastuun välinen suhde sai vastaukseksi yhtä lailla kahdensuuntaisia tuloksia. Poliittisessa kulutuksessaan aktiiviset ja siihen luottavat henkilöt katsovat yksittäiset ihmiset enemmän vastuullisiksi suomalaisten hyvinvoinnista kuin ne vastaajat, jotka eivät harjoita näitä vaikuttamisen muotoja yhtä paljon. Vaikutus ei kuitenkaan heijastu vastaajien suhteeseen julkisen vallan instituutioiden vastuuseen suomalaisten hyvinvoinnista. Poliittisessa kulutuksessa aktiiviset vastaajat itseasiassa kokevat myös julkiset instituutiot enemmän vastuullisiksi, kuin muut vastaajat. Tämä, kuten myös muiden tutkimuskysymysten vastaukset, antavat ymmärtää, että niin poliittiseen kulutukseen kuin muihinkin vaikuttamisen tapoihin eniten vaikuttaa jonkinlainen tutkimuksessa määrittelemättä jäänyt yleinen passiivisuus ja kiinnostumattomuus asioista. Eräänlainen ”hällä väliä” -asenne siis. Tähän löytyy viitteitä myös aiemmasta nuorten yhteiskunnallisen osallistumisen tutkimuksesta ja esimerkiksi vuonna 2002 Sakari Suutarinen tiivistä tilanteen tavalla joka vielä yli kymmenen vuotta myöhemminkin vaikuttaa perustellulta ainakin osan nuorista kohdalla: *”Suomalaisnuoria voidaan tiivistetysti kuvata siten, että he ovat tietäviä ja taitavia, mutta samanaikaisesti he ovat omaksuneet yhteiskunnallisen toiminnan ja vaikuttamisen osalta syrjäytyneiden asenteet.”* (Suutarinen 2002, 11.)

Vaikka laadullisten tutkimusten pohjalta esimerkiksi epäluottamus puoluepolitiikkaa kohtaan saattaakin näyttää selittävän halua toimia muilla tavoin, erilaisten ajattelutapojen ja politiikan teon välineisiin suhtautumisen erojen merkitys laajojen joukkojen poliittisen toiminnan tapojen määrittäjänä on kaikkiaan hyvin pieni. Oman osansa asiaan tuovat myös ilmiön sosiologiset ulottuvuudet osana yksilön identiteettiä ja minäkuvaa. Vaikka tämä tutkimus ei varsinaisesti asiaan keskittynytkään, lienee selvää, että myös näillä tekijöillä on suuri merkitys osana näennäisesti poliittista toimintaa. Lisäksi kaikkinaiseen yhteiskunnalliseen kiinnostuneisuuteen ja aktiivisuuteen vaikuttaa merkittävästi kotoa tuleva motivaatio ja kasvatus (Nurmi 2002, 61). Kuluttamalla vaikuttamiseen suhtautumisen erojen selitys saattaa siis osin löytyä myös lapsuuden kokemuksista ja vanhempien esimerkistä. Tilastollisesti ei-merkitseviksi jäävät tulokset kertovat osittain myös siitä, ettei laskeva puoluesidonaisuus ja kiinnostumattomuus institutionaaliseen vaikuttamiseen ole ainakaan laajassa

kuvassa korvautumassa uusilla vaikutustavoilla. Ehkä siis kuitenkin vanhempi tutkimus, joka käsitteli laskevan äänestysaktiivisuuden kaltaisia ilmiöitä silkkana poliittisen kiinnostuksen ja järjestelmän kriisiytymisenä, oli oikeassa.

## 5.2 Jatkotutkimuksen mahdollisuuksia

Tarkempaa tutkimusta politiikan teon muutoksesta ja preferoiduista vaikutustavoista voisi tehdä, mikäli aineistoon saataisiin mukaan aika-ulottuvuus. Nuorisobarometrin teema vaihtelee kuitenkin vuosittain ja siksi tässä työssä käytettyjä muuttujia ei ole saatavilla aiemmista tai myöhemmistä barometreistä. Eduskuntavaalitutkimukset sen sijaan tarjoavat käyttökelpoista aineistoa myös ajallisiin vertailuihin. Eduskuntavaalitutkimukset toisaalta ovat kysymyksiltään hieman rajallisemmat, eikä niistä löydy esimerkiksi tässä työssä käytettyjä kysymyksiä vastaajan suhteesta yksilöiden ja instituutioiden vastuuseen hyvinvoinnin tuottajina.

Aihepiirin tutkimusta ja etenkin aktiivisimpien poliittisen ja eettisen kuluttamisen nimeen vannovien ja yksilölähtöisen ajattelutavan yhteyttä voisi jatkaa myös haastattelututkimuksin. Tilastollinen aineisto ei pysty erottelemaan tehokkaasti etenkin toiminta- ja ajattelutapojen taustalla vaikuttavia sanomattomia diskursseja. Ilmiötä voisi lähestyä myös sen kautta, välittävätkö erilaiset boikottikampanjat ja suoran toiminnan kehotukset rivien välissä viestiä yksilöstä yhteiskunnan keskeisenä toimijana ja vastuullistettuna sankarikuluttajana.

## LÄHTEET:

Ahonen, Sanna (2006) Vihreän kuluttajan monet kasvot. Teoksessa Massa, Ilmo & Ahonen, Sanna (toim.) Arkielämän ympäristöpolitiikka. Helsinki, Gaudeamus, 72–86.

Alkula, Tapani & Pöntinen, Seppo & Ylöstalo, Pekka (1999) Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. Helsinki, WSOY.

Autio, Johanna (1985) Kodin taloustieteen tutkimuksen tieteenfilosofisista lähtökohdista. Helsingin yliopiston kodin taloustieteen laitoksen julkaisuja 1985, 1. Helsinki, Helsingin yliopisto

Autio, Minna (2004) Kohti runsauden sukupolvea tarinoiden ja kulutustutkimusaineistojen valossa. Kirjassa: Ahlqvist, Kirsti & Rajas Anu (2004) Ihanne ja todellisuus, Näkökulmia kulutuksen muutokseen. Helsinki, Tilastokeskus, 103–123.

Autio, Minna (2006) Kuluttajuuden rakentuminen nuorten kertomuksissa. Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden seura.

Autio, Minna & Wilska, Terhi-Anna (2003) Vihertävät tytöt ja vastuuttomat pojat – nuorten kuluttajien ympäristöasenteet. Nuorisotutkimus 21 (2), 3–18.

Bauman, Zygmunt (1996) Postmodernin lumo. Tampere, Vastapaino.

Beck, Ulrich (1992) Risk Society – Towards a New Modernity. London, SAGE publications.

Beck, Ulrich (1995) Poliitiikan uudelleen keksiminen: kohti refleksiivisen modernisaation teoriaa. Teoksessa Beck, Ulrich, Giddens, Anthony & Lash, Scott: Nykyajan jäljillä. Refleksiivinen modernisaatio. Tampere, 11–82 Vastapaino.

Borg, Sami (2005) Kansalaisena Suomessa. Kansalaisvaikuttaminen Pohjoismaissa ja European Social Survey 2002. Oikeusministeriön julkaisu 3/2005. Helsinki, Oikeusministeriö.

Borg, Sami (2013) *Demokratiaindikaattorit 2013*. Oikeusministeriön julkaisu 52/2013. Helsinki, Oikeusministeriö.

Carlsson, Rachel (1963) *Äänetön kevät*. Tammi. Helsinki

Eckhardt, Giana, Belk, Russel & Devinney, Timothy (2010) Why Don't Consumers Consume Ethically? *Journal of Consumer Behaviour* 9/2010, 426–436.

Follows, Scott B & Jobber, David (2000) Environmentally Responsible Purchase Behaviour: A Test of a Consumer Model, *European Journal of Marketing* 34(5/6) Emerald Group Publishing, 723–746.

Grönlund, Kimmo (2009) Poliittinen tietämys. Teoksessa Borg, Sami & Paloheimo, Heikki (2009) *Vaalit yleisdemokratiassa*. Eduskuntavaalitutkimus 2007. Tampere, Tampere University Press, 175–205.

Haapala, Jaana & Aavameri, Leena (2008) *Omatuntotalous*. Helsinki, Talentum.

Haanpää, Leena (2005) *Vihreyden tavoittelusta totunnaisiin kulutustapoihin*. Teoksessa Autio, Minna & Paju, Petri (toim.) (2005) *Kuluttava nuoruus*.

Nuorisotutkimusverkosto/Nuoristutkimusseura, julkaisuja 62. Helsinki, Opetusministeriö : Nuorisotutkimusverkosto : Nuorisoasiain neuvottelukunta : Stakes 2005.

Haanpää, Leena (2009) *Vastuullinen kuluttajuus ja ympäristömyötäisyys kulutusasenteissa*. Teoksessa Lammi, Minna & Niva, Mari & Varjonen, Johanna (toim.) (2009) *Kulutuksen liikkeet*. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja. Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus.66–82

Heinonen, Sirkka (2003) *Nuoret teknokulttuurin luojina ja uhreina*. Teoksessa Kangas, Sonja & Kuure, Tapio (toim.) (2003) *Teknologisoitua nuoruus*.

Nuorisotutkimusverkosto/Nuoristutkimusseura, julkaisuja 33. Helsinki, Nuorisotutkimusverkosto, Nuorisoasiain neuvottelukunta, Stakes, 106–116.

Heiskanen, Eva & Pantzar, Mika (1994) *Kestävän kulutuksen kehitysnäkymät*.

Kuluttajatutkimuskeskus. Eripainoksia 6/1994. Helsinki, Tammi.

Ilmonen, Kaj (1993) Tavaroiden taikamaailma. Tampere, Vastapaino.

Ilmonen, Kaj (2007) Johan on markkinat – kulutuksen sosiologista tarkastelua. Tampere. Vastapaino.

Jokivuori, Pertti & Hietala, Risto (2007) Määrällisiä tarinoita. Monimuuttujamenetelmien käyttö ja tulkinta. Helsinki, WSOY.

Kankainen, Tomi (2007) Yhdistykset, instituutiot ja luottamus. Jyväskylä studies in education, psychology and social research 326. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto.

Kestilä-Kekkonen, Elina (2015) Suomalaisten poliittinen kiinnittyminen. Teoksessa Borg, Sami (2015) Demokratiaindikaattorit 2015. Oikeusministeriön julkaisu 56/2015. Helsinki, Oikeusministeriö, 52–63.

Kettunen, Pekka & Kiviniemi, Markku (2000) Osallistumisen tutkimus ja kansalaisten muuttuva toimintaympäristö. *Politiikka* 42 (1), 45–56.

Komu, Merja & Hellsten, Katri (2010) Luottamus ihmisiin ja luottamus instituutioihin Euroopassa. Helsinki, Kela, *Nettityöpapereita* 12/2010.

Kurppa, Sirpa, Grönroos, Juha, Hyvärinen, Helena, Katajajuuri, Juha-Matti, Kauppinen, Tommi, Mäkelä, Johanna, Nissinen, Ari, Nousiainen, Jouni, Saarinen, Merja, Usva, Kirsi, Viinisalo, Mirja & Virtanen, Yrjö (2009) Environmental impacts on a lunch plate – challenges to interpret the LCA results. Teoksessa Koskela, M & Vinnari, M. (eds.) *Future of the consumer society. Proceedings of the Conference “Future of the Consumer Society”*, 28–29 May 2009, Tampere, Finland. *FFRC eBooks* 7/2009, 185–193.

KvantiMOTV <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/intro.html>> Viitattu 15.12.2015

Lundahl, Outi (2012) *Statushakuista ekokulutusta – vastuullisuuden ja statusarvon*

kytkeytyminen toisiinsa elintarvikekontekstissa. Markkinoinnin pro gradu –tutkielma, Vaasan yliopisto.

Lamberg, Johanna (2009) Kestävää kulutusta luomupiireissä. Teoksessa Lammi, Minna, Niva, Mari & Varjonen, Johanna (toim.) (2009) Kulutuksen liikkeit. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja. Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus, 83–101.

Lury, Celia (2011) Consumer Culture. Cambridge, Polity Press.

Marttinen, Kari, Saastamoinen, Salla & Suvanto, Salla (2000) Yrityksen ympäristövastuut. Helsinki, Kauppakamari OYJ.

Mead, Margaret (1971) Ikäryhmien ristiriidat : Sukupolvikuilun tutkimusta. Helsinki, Otava.

Metsämuuronen, Jari (2011) Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. Helsinki, International Methelp.

Micheletti, Michele (2003) Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action. New York, Palgrave Macmillan.

Micheletti, Michele, Stolle, Dietlind & Berlin, Daniel (2012) Habits of Sustainable Citizenship: The Example of Political Consumerism. Teoksessa Warde Alan & Southerton Dale (toim.) (2012) The Habits of Consumption. Helsinki Collegium for Advanced Studies, Helsinki, 141–163.

Moisander, Johanna (2001) Representation of Green Consumerism: A Constructionist Critique. Helsinki, Helsinki School of Economics and Business Administration.

Mykkänen, Juri (2012) Uskonto ja äänestäminen. Teoksessa Borg, Sami (toim.) Muutosvaalit 2011. Helsinki, Oikeusministeriö, 292–312.

Mäenpää, Pasi (2003) Mitä nuoret edellä... Teoksessa Kangas, Sonja & Kuure, Tapio (toim.)(2003) Teknologisoitua nuoruus. Nuorisotutkimusverkosto/Nuoristutkimusseura,

julkaisuja 33. Helsinki, Nuorisotutkimusverkosto, Nuorisoasiain neuvottelukunta, Stakes, 128–13.

Mäkelä, Johanna & Niva, Mari (2009) Muuttuva syöminen – yksilön vastuu ja yhteiskunnan etu. Teoksessa Lammi, Minna, Niva, Mari & Varjonen, Johanna (toim.) (2009) Kulutuksen liikkeet. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja. Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus, 40–65.

Nummenmaa, Lauri (2010) Käyttäytymistieteiden tilastolliset menetelmät. Helsinki, Tammi

Nuorisobarometri 2014 [elektroninen aineisto]. FSD2919, versio 1.0 (2014-02-20). Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. Nuorisoasiain neuvottelukunta (NUORA) & Helsinki: Nuorisotutkimusseura. Nuorisotutkimusverkosto [tuottajat], 2012. Helsinki: TNS Gallup [aineistonkeruu], 2012. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto [jakaja], 2014.

Nurmi, Jonna (2002) Nuorten poliittinen sosiaalistuminen. Poliittiseen tietämykseen vaikuttavia tekijöitä. Teoksessa Brunell, Viking & Törmäkangas, Kari (toim.) (2002) Tulevaisuuden yhteiskunnan rakentajat : yhteiskunnallisen opetuksen kansainvälinen tutkimus Suomen näkökulmasta. Koulutuksen tutkimuslaitos. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 61–92.

Putnam, Robert (1993) Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. Princeton, Princeton University Press.

Putnam, Robert (2002). Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society. Oxford, Oxford University Press.

Rinne, Jarmo (2011) Henkilökohtaistuva politiikka: Tutkimusmatkoja refleksiiviseen kansalaistoimintaan. Akateeminen väitöskirja. Tampere, Tampereen yliopisto.

Rothstein, Bo & Stolle, Dietlind (2007) The State and Social Capital: An Institutional Theory of Generalized Trust. *Comparative Politics* 40 (4), 441–459.

Rättilä, Tiina (2001) Kansalaistuva politiikka? Huomioita kuntalaisaktiivisuudesta poliittisena toimijuutena. *Politiikka* 43 (3), 190–207.

Sassatelli, Roberta (2007) *Consumer Culture: History Theory and Politics*. London, SAGE Publications.

Sireni, Maarit (2006) Paikallinen ruoka: marginaalinen ilmiö vai tulevaisuuden trendi? *Alue ja ympäristö* 35 (1), 50–57.

Schudson, Michael (2007) *Citizens, Consumers, and the Good Society*. New York. *American Academy of Political and Social Science* 611 (1), 236–249.

Stolle, Dietlind & Hooghe, Marc & Micheletti, Michele (2005) Politics in the Supermarket: Political Consumerism as a Form of Political Participation. *International Political Science Review* 26 (3), 245–269.

Suutarinen, Sakari (2002) Tietävillä nuorilla syrjäytyneiden asenteet. Suomalaisten nuorten yhteiskunnallinen ajattelu ja toiminta kansainvälisessä vertailussa. Teoksessa Brunell, Viking & Törmäkangas, Kari (toim.) (2002) *Tulevaisuuden yhteiskunnan rakentajat*. Koulutuksen tutkimuslaitos. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 11–60.

Tilastokeskus (2015) Nuorten kotoa muutto lykkääntynyt. *Perheet 2014 Vuosikatsaus..* < [http://www.stat.fi/til/perh/2014/02/perh\\_2014\\_02\\_2015-11-27\\_fi.pdf](http://www.stat.fi/til/perh/2014/02/perh_2014_02_2015-11-27_fi.pdf)> Viitattu 11.12.2015

Timonen, Päivi (2004) Kulutus nautintona - kuluttajien arkista järkeilyä tulevaisuuden keittiöstä. Teoksessa Ahlqvist, Kirsti & Raijas Anu (toim.) (2004) *Ihanne ja todellisuus, Näkökulmia kulutuksen muutokseen*. Helsinki, Tilastokeskus, 63–81.

Torney-Purta, Judith, Lehmann, Rainer, Oswald, Hans & Schulz, Wolfram (2001) *Citizenship and Education in Twenty-eight Countries Civic Knowledge and Engagement at Age Fourteen*. Amsterdam, International Association for the Evaluation of Educational Achievement.. < <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED452116.pdf>> Viitattu 7.12.2015.



Uusitalo, Liisa (1997) Kuluttajien ympäristöä koskevat valinnat. Liiketaloudellinen aikakauskirja 1/97, Helsinki, 15–31.

Uusitalo, Liisa (2004) Kulutustutkimuksen ongelmat ja tutkimustapa muuttuvat. Teoksessa Ahlqvist, Kirsti & Anu Raijas (toim.) Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen. Helsinki, Tilastokeskus, 5–22.

Uusitalo, Liisa (2010) Good Bad Consumption: Reflections on the Development of Consumer Research in Finland. Teoksessa Laaksonen, Pirjo & Jyrinki, Henna (eds.) The Roots and Fruits of the Nordic Consumer Research. Vaasan yliopiston julkaisuja, selvityksiä ja raportteja 163. Vaasa, Vaasan yliopisto, 17–41

Uusitalo, Outi & Oksanen, Reetta (2004) Ethical consumerism: a view from Finland. International Journal of Consumer Studies 28 (3), 214–221.

Varjonen, Johanna & Viinisalo, Mirja (2004) Ruokatottumusten muutos - ostetaanko rahalla vaivattomuutta ja ajansäästöä vai kestäväää kehitystä? Teoksessa Ahlqvist, Kirsti & Raijas Anu (toim.) Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen. Helsinki, Tilastokeskus, 25–49.

Vartiala, Sonja (2014) Ojasta allikkoon Seurantatutkimus Halvalla on hintansa -raportin vaikutuksista. Helsinki, Finnwatch.

Vartiala, Sonja, Purje, Henri, Hall, Andy, Vihersalo, Katariina & Aukeala, Anu (2013) Halvalla on hintansa: Kaupan omien merkkien tuotteiden vastuullisuus. Helsinki, Finnwatch.

Wilska, Terhi-Anna (2006) Teknopoijat ja tyylytyöt. Sukupuoli lasten ja nuorten kulutuksen määrittäjänä. Teoksessa Lehtimäki, Hanna ja Juha Suoranta (toim.) Kasvattajan brändikirja. Helsinki, Finn Lectura, 27–43.

Yle (2015) Pariisin ilmastoneuvottelut kuumenevat, kun määräaika lähestyy  
<<http://yle.fi/uutiset/3-8510197>> Viitattu 26.4.2017

Yle (2016) Oikeutta ananastehtaan varjossa. <<http://yle.fi/uutiset/3-9008489>> Viitattu 23.11.2016.

Youde, Jeremy (2009) Ethical Consumerism or Reified Neoliberalism? Product (RED) and Private Funding for Public Goods. *New Political Science* 31 (2), 201–220.

## LIITTEET

### LIITE 1. KYSELYLOMAKE: NUORISOBAROMETRI 2013

T1 Merkitse kysymättä vastaajan sukupuoli:

Nainen

Mies

T2 Minkä ikäinen olet? (TAI: IKÄ SUORAAN REKISTERISTÄ?)

T3 Mikä on tämänhetkisen asuinpaikkasi postinumero? (TAI: SUORAAN REKISTERISTÄ)

T4 Mikä on äidinkielesi? (suomi / ruotsi / muu, mikä?)

T5 Mikä on asumis- ja perhemuotosi? Oletko ...? LUETTELE

Yksin asuva (myös soluasunto)

Avio- tai avoliitossa, lapseton

Avio- tai avoliitossa, myös lapsia

Yksinhuoltaja

Vanhempien/vanhemman/muun huoltajan luona asuva

Muu asumis- ja perhemuoto

Ei vastausta

T6 Millainen perheesi toimeentulo oli lapsuudessasi? (Arvioi asteikolla 0–10 siten, että 0 = heikosti toimeentuleva – 5 = keskituloinen – 10 = hyvin toimeentuleva. Mikäli sinulla oli useampia

perheitä, arvioi sitä, joka mielestäsi oli lapsuudessasi merkityksellisin)

T7 Mikä on äitisi koulutustaso?

LUETTELE, MERKITSE YLIN

a. ammatillinen perustutkinto

b. ylioppilastutkinto

c. opistotutkinto

d. ammattikorkeakoulututkinto

e. yliopistotutkinto

f. ei tutkintoa

g. en osaa sanoa

h. ei äitiä

T8

a) Missä maassa olet syntynyt? \_\_\_\_ Esikoodiksi ainakin: Suomi, Ruotsi, Venäjä, Viro

(b KYSYTÄÄN JOS SYNTYNYT SUOMEN ULKOPUOLELLA)

b) Minä vuonna olet muuttanut Suomeen? (tarvittaessa viimeisin muuttovuosi)]\_\_\_\_\_

c) Oletko Suomen kansalainen? (kyllä / ei / eos)

d) Missä maassa äitisi on syntynyt? \_\_\_\_\_

e) Missä maassa isäsi on syntynyt? \_\_\_\_\_

T9 Koetko kuuluvasi vähemmistöön seuraavien asioiden suhteen?

(KYLLÄ, PALJON / KYLLÄ, VÄHÄN / EN / EOS)

a) Etninen tausta

b) Uskonnollinen tai aatteellinen vakaumus

c) Seksuaalinen suuntautuminen tai sukupuoli-identiteetti (kuten homo, lesbo, transihminen tai

intersukupuolinen)

d) Vammaisuus tai pitkäaikaissairaus

e) Ulkonäkö (kuten ihonväri, pukeutuminen tms.)

f) Jokin muu vähemmistö

Vielä muutamia taustatietoja ennen kuin mennään varsinaisiin kysymyksiin.

T10 Mikä on ylin tähän mennessä suorittamasi tutkinto? (VAIN YKSI ELI YLIN

TUTKINTO

MERKITÄÄN. LUETELLAAN VAIHTOEHDOT VAIN TARVITTAESSA.)

1) Yliopistotutkinto

2) Ammattikorkeakoulututkinto

3) Ylioppilastutkinto (eli lukio)

4) Toisen asteen ammatillinen tutkinto

5) Ei mitään mainituista

99) Ei vastausta

T11 Oletko tällä hetkellä koulussa, opiskelemassa tai ammatillisessa koulutuksessa?

1) Kyllä

2) Ei

3) Ei vastausta

T12 KYSYTÄÄN, JOS VASTASI ”KYLLÄ” KYSYMYKSEEN T11

T12 Oletko tällä hetkellä...?

(LUETTELE, S)

- 1) Peruskoulussa
  - 2) Lukiossa
  - 3) Ammatillisessa koulutuksessa
  - 4) Ammattikorkeakoulussa
  - 5) Yliopistossa
  - 6) Jossain muualla
  - 7) Ei osaa sanoa
- 3

(OHJE: VASTAUKSET VOI STRUKTUROIDA TARKKUUDELLA ”6 tai alle; 6,1–7,0; 7,1–8,0; 8,1–9,0; yli 9, Myös vastausvaihtoehto: ”Ei ole keskiarvoja”))

(JOS OPISKELEE PERUSKOULUSSA T13 =1)

T13 Mikä oli viimeisimmän todistuksesi kaikkien aineiden keskiarvo? \_\_\_\_\_

(JOS EI OPISKELE PERUSKOULUSSA T12=2 TAI T13 ><1)

Mikä oli peruskoulun päättötodistuksesi kaikkien aineiden keskiarvo? \_\_\_\_\_

T14 Teetkö tällä hetkellä palkkatyötä?

- a) Kyllä,
- b) Ei
- c) Ei vastausta / eos

(VERTAILUTIETOA NB1996)

JOS TEKEE PALKKATYÖTÄ (T14=a)

T15 Vastaavatko nykyiset työtehtäväsi koulutustasi?” (Täysin, melko hyvin, jonkin verran, ei

lainkaan, eos)

JOS EI TEE PALKKATYÖTÄ (T14=b)

T16 Oletko joskus ollut palkkatyössä?

- a) Kyllä,
- b) Ei
- c) Ei vastausta / eos

JOS ON KOKEMUSTA PALKKATYÖÄSTÄ (T14=a TAI T16=a)

T17 Kuinka monta vuotta olet yhteensä ollut palkkatöissä” (alle vuoden, 1-2 vuotta, 3-4 vuotta, yli 4 vuotta).

T18 Mikä on tällä hetkellä pääasiallinen toimintasi? Oletko ...

(LUETTELE)

Koululainen tai opiskelija

Palkkatyössä

Yrittäjä

Työtön

Vanhempainvapaalla

Työpajassa, ammattistartissa, työharjoittelussa tai työkokeilussa

Jokin muu, mikä? \_\_\_\_\_

Ei vastausta

KYSYTÄÄN, JOS VASTASI KYSYMYKSEEN T18 ”TYÖTÖN”

T19 Kuinka pitkään olet nyt yhtäjaksoisesti ollut työttömänä? Arvioi aika kuukausina.

Noin \_\_\_\_\_ kk

4

VARSINAISET KYSYMYKSET

(a-k, VERTAILUTIETOA NB2004, 2005)

K1 Kuinka tärkeitä sinulle ovat seuraavat asiat? (5=hyvin tärkeää, 4=melko tärkeää, 3=ei tärkeää

mutta ei yhdentekevää, 2=melko yhdentekevää, 1= täysin yhdentekevää, 9=eos)

a) rakkaus ja ihmissuhteet

b) oma terveys

c) oma ulkonäkö

d) työ

e) vapaa-aika

f) aineellinen hyvinvointi

g) kansallinen turvallisuus

h) sukupuolten välinen tasa-arvo

i) tasa-arvo ihonväristä ja kulttuurista riippumatta

j) ympäristön kunnioittaminen

k) eläinten oikeudet

l) ihmisoikeudet

K2 Oletko viimeisen vuoden aikana ollut mukana poliittisessa toiminnassa? (KYLLÄ / EI / EOS)

K3 Entä oletko viimeisen vuoden aikana muuten pyrkinyt vaikuttamaan sinulle tärkeisiin yhteiskunnallisiin asioihin? (KYLLÄ / EI / EOS)

(KYSYTÄÄN JOS K2 TAI K3 = ”KYLLÄ”)

K4 Kuinka paljon seuraavat syyt ovat motivoineet sinua toimimaan jonkin asian puolesta?

(5 = erittäin paljon / 4 = melko paljon / 3 = melko vähän / 2 = erittäin vähän tai 1 = ei ollenkaan / 99 =

eos)

- a) Mahdollisuus edistää itsellesi tärkeää asiaa
- b) Mahdollisuus edistää yhteistä hyvää
- c) Mahdollisuus toimia yhdessä ystäväni kanssa
- d) Taloudellinen tai muu henkilökohtainen hyöty
- e) Uusien asioiden kokeminen ja oppiminen
- f) Toiminta on hauskaa
- g) Vanhempien kannustus tai esimerkki
- h) Ystävien kannustus tai esimerkki
- i) Velvollisuudentunne
- j) Aate, ideologia tai vakaumus
- k) Tuo merkitystä elämään

(KYSYTÄÄN JOS K2 JA K3 = ”EI”)

K5 Kuinka paljon seuraavat syyt ovat vaikuttaneet siihen, että et ole pyrkinyt toimimaan sinulle tärkeiden asioiden puolesta? (5 = erittäin paljon / 4 = melko paljon / 3 = melko vähän / 2 =

erittäin vähän tai 1 = ei ollenkaan / 99 = eos)

5

- a) Ei ole mitään sellaista asiaa, minkä puolesta haluaisin vaikuttaa
- b) En ole löytänyt itselleni mielekkäitä vaikuttamisen keinoja
- c) En usko omiin vaikutusmahdollisuuksiini
- d) Asiat vaikuttavat liian monimutkaisilta
- e) Minulla ei ole aikaa osallistua vaikuttamistoimintaan
- f) Minua ei ole kannustettu tai pyydetty mukaan vaikuttamistoimintaan
- g) Vaikuttamistoiminnassa mukana olevat eivät vaikuta minun tyyppisiltäni ihmisiltä

K6 Kuinka paljon seuraavilla keinoilla voi mielestäsi vaikuttaa?

(5 = erittäin paljon / 4 = melko paljon / 3 = melko vähän / 2 = erittäin vähän tai 1 = ei ollenkaan / 99 =

eos)

- a) Äänestämisen
- b) Äänestämättä jättäminen

- c) Asettuminen ehdolle vaaleissa
  - d) Vaalityön tekeminen ehdokkaan puolesta
  - e) Keskustelutilaisuuksiin tai kokouksiin osallistuminen esim. koulussa, nuorisotalolla tai jossain järjestössä
  - f) Aktiivinen toimiminen esim. nuorisovaltuustossa tai jossain järjestössä
  - g) Palautteen antaminen jostain palvelusta
  - h) Aloitteen, vetoomuksen tai adressin allekirjoittaminen (myös netissä)
  - i) Nimien kerääminen aloitteeseen, vetoomukseen tai adressiin (myös netissä)
  - j) Osallistuminen mielenosoitukseen
  - k) Osallistuminen lakkoon koulussa tai työpaikalla
  - l) Osallistuminen maksu- tai ostoboikottiin
  - m) Rakennuksen valtaaminen
  - n) Toiminta porukalla jonkin asian puolesta tai vastaan
  - o) Kansalaistottelemattomuus tai suora toiminta
  - p) Väkivalta
  - q) Kirjoittaminen lehden yleisönosastoon
  - r) Keskusteluun osallistuminen päättäjien kanssa, tarkoituksena vaikuttaa päätöksentekoon
  - s) Poliittisista asioista keskusteleminen sosiaalisessa mediassa tai nettifoorumeilla
  - t) Ostopäätöksillä vaikuttaminen
  - u) Vapaaehtoistyö
  - v) Taiteen keinoin vaikuttaminen
- (kysytään kunkin K6 vaikuttamismuodon kohdalla erikseen, ei kysytä, jos vastannut ”ei ollenkaan”)

K7 Oletko itse vaikuttanut tällä tavalla... (kyllä usein, kyllä joskus, ei, eos)

KYSYTÄÄN JOS IKÄ >= 19 JA K7a ><EI

K8 ÄÄNESTITKÖ EDELLISISSÄ KUNTAVAALEISSA LOKAKUUSSA 2012? (kyllä, ei, eos)

KYSYTÄÄN JOS K8= EI

K8b Oliko sinulla jokin este, vai päätitkö jättää äänestämättä?

- a) minulla oli este
- b) päätin jättää äänestämättä

KYSYTÄÄN JOS K8= EI ja K8b =b (a-g VERTAILUAINEISTO 2004 NUORTEN VAALITUTKIMUS)



K9 Kuinka tärkeiksi arvioit seuraavat syyt päätöksellesi jättää äänestämättä?

(5=erittäin tärkeä, 4=melko tärkeä, 3 = siltä väliltä, 2=melko vähän tärkeä, 1= ei lainkaan tärkeä,

99=eos)

6

- a) Minun on vaikea löytää itselleni sopivaa ehdokasta
- b) Minun on vaikeaa löytää itselleni sopivaa puoluetta
- c) En vain viitsi käydä äänestämässä
- d) En katso äänestämisestä olevan minulle mitään hyötyä
- e) Haluan protestoida politiikkaa ja poliitikkoja vastaan
- f) Minulla on periaatteellinen päätös olla äänestämättä vaaleissa
- g) Vaaleissa ei ole tarpeeksi menoa, meininkiä ja viihteellisyyttä
- h) Minulla ei ole mielipiteitä, joiden perusteella voisin äänestää
- i) En kannata demokratiaa
- j) Yhden ihmisen äänellä ei ole vaikutusta

KYSYTÄÄN JOS K8= KYLLÄ

K10 Monet nuoret jättävät myös äänestämättä. Miten tärkeiksi heidän äänestämättä jättämiselleen arvioit seuraavia syitä? (5=erittäin tärkeä, 4=melko tärkeä, 3 = siltä väliltä, 2=melko

vähän tärkeä, 1= ei lainkaan tärkeä, 99=eos)

- a) Heidän on vaikea löytää itselleen sopivaa ehdokasta
- b) Heidän on vaikeaa löytää itselleen sopivaa puoluetta
- c) He eivät vain viitsi käydä äänestämässä
- d) He eivät katso äänestämisestä olevan itselle mitään hyötyä
- e) He haluavat protestoida politiikkaa ja poliitikkoja vastaan
- f) Heillä on periaatteellinen päätös olla äänestämättä vaaleissa
- g) Vaaleissa ei ole tarpeeksi menoa, meininkiä ja viihteellisyyttä
- h) Heillä ei ole mielipiteitä, joiden perusteella he voisivat äänestää
- i) He eivät kannata demokratiaa
- j) Hei eivät usko yhden ihmisen äänellä olevan vaikutusta

K11 Kuinka suurina pidät vaikutusmahdollisuuksiasi seuraavissa asioissa? Vastaa asteikolla

1-5, jossa 1=ei vaikutusta ja 5=suuri vaikutus, ja muut vaihtoehdot siltä väliltä. (1= ei vaikutusta, 5= suuri vaikutus, 6=ei koske sinua)

- a) asumistilanteesi
- b) koulutusvalintasi
- c) ammatinvalintasi
- d) taloudellinen hyvinvointisi
- e) se, millainen elämästäsi kokonaisuutena tulee
- f) ympäristöasiat
- g) asuinalueesi palvelut
- h) kuntaliitokset
- i) päätöksenteko koulussasi tai työpaikallasi
- j) asuinkuntasi päätöksenteko
- k) valtakunnallinen päätöksenteko
- l) EU-päätöksenteko

7

K12 Missä määrin samaa mieltä tai eri mieltä olet seuraavien väitteiden kanssa? (4= Täysin

samaa mieltä, 3 = Jokseenkin samaa mieltä, 2=Jokseenkin eri mieltä, 1 = Täysin eri mieltä, 99= ei osaa sanoa)

- 1) Koulutus parantaa olennaisesti työnsaantimahdollisuuksia.
- 2) Työttömänä olo ei ole paha asia, jos toimeentulo on turvattu
- 3) Työelämässä työn sisältö on tärkeämpi kuin työstä maksettava palkka
- 4) Työhön tulevan nuoren palkka voisi aluksi olla vähemmän kuin vastaavan tehtävän normaalipalkka
- 5) Työelämässä pysyminen edellyttää jatkuvaa kouluttautumista.
- 6) Työttömyysturvan vastikkeeksi nuorten työttömien olisi tehtävä jotakin yhteiskuntaa hyödyttävää työtä.
- 7) Nykyinen sosiaaliturva tekee ihmisistä passiivisia ja vie heiltä halun yrittämiseen.
- 8) Työurallani tulen saavuttamaan paremman yhteiskunnallisen aseman kuin mitä vanhemmillani on.
- 9) Pysyvästi työelämän ulkopuolelle jäävien määrä tulee kasvamaan.
- 10) Ottaisin mieluummin tilapäistäkin työtä kuin eläisin työttömyyskorvauksella, jos käteen jäävä tulo olisi yhtä suuri.
- 11) Olisin valmis vaihtamaan asuinkuntaa työpaikan saamiseksi.

- 12) Suomalainen työelämä tarvitsee lisää ulkomaalaisia työntekijöitä.
- 13) On todennäköistä, että joudun työurallani vaihtamaan työpaikkaa useita kertoja.
- 14) Haluaisin kokeilla yritystoimintaa jossain työurani vaiheessa
- 15) Työelämä vaatii nykyisin työntekijöiltä niin paljon, että monet ihmiset palavat ennenaikaisesti loppuun.

16) Olen huolissani omasta jaksamisestani työelämässä tulevaisuudessa

17) Olen huolissani siitä, onko minulla töitä tulevaisuudessa

18) Henkilökohtainen köyhyys johtuu kunkin henkilön omista valinnoista

19) Menestyminen elämässä on itsestä kiinni

K13 Kuinka suuri vastuu seuraavilla toimijoilla pitäisi mielestäsi olla suomalaisten hyvinvoinnista?

(5 hyvin suuri, 4 melko suuri, 3 melko pieni, 2 hyvin pieni, 1 ei ollenkaan, 99 eos)

a) valtio

b) kunnat

c) koulut ja oppilaitokset

d) kansalaisjärjestöt

e) kirkko, seurakunnat ja muut uskonnolliset yhteisöt

f) yritykset

g) perheet ja suvut

h) ystävät ja muu lähipiiri

i) jokainen ihminen itse

K14 Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä? (Täysin samaa mieltä / Jokseenkin samaa mieltä / Jokseenkin

eri mieltä / Täysin eri mieltä / En osaa sanoa)

a) Ymmärrän melko hyvin tärkeitä poliittisia kysymyksiä

b) Minulla ei ole mitään sananvaltaa siihen, mitä maan hallitus ja eduskunta päättävät

c) On ainakin yksi puolue, joka aina yrittää ajaa minun etuani

d) Puolueet ovat kiinnostuneita vain ihmisten antamista äänistä, eivät heidän mielipiteistään

8

e) Kuka tahansa pystyy vaikuttamaan poliittisiin päätöksiin, jos vain haluaa

f) Äänestämällä voi vaikuttaa asioihin

g) Poliitikkojen tekemillä päätöksillä ei ole mitään vaikutusta omaan elämään

- h) Äänestäminen on kansalaisvelvollisuus
- i) Taloudellinen valta hallitsee liikaa
- j) Asuinkuntani päättäjät ottavat nuorten näkemykset vakavasti
- k) Äänioikeuden ikäraja kuntavaaleissa pitää alentaa 16 vuoteen
- l) Kuntalaisille tulisi tarjota enemmän osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia verkossa
- m) Saan riittävästi tietoa osallistumis- ja vaikutusmahdollisuuksistani asuinkunnassani
- n) Saan riittävästi tietoa minulle kuuluvista etuuksista

K15 Missä määrin katsot kuuluvasi tai samastuvasi seuraaviin alueisiin?

( 1= ei lainkaan, 2, 3, 4, 5= täysin )

1. Kylä tai kaupunginosa
2. Kunta tai kaupunki
3. Maakunta
4. Suomi
5. Eurooppa
6. Maailma tai globaali yhteisö

K18a Käytätkö jotain sosiaalisen median palvelua, esim. Facebookia, Twitteriä tai Google+:aa?

Kyllä

Ei

EOS

Jos edellinen vastaus kyllä:

K18b Kuinka usein teet seuraavia asioita käyttämässäsi sosiaalisen median palveluissa?

(useita kertoja päivässä, joka päivä tai melkein joka päivä, muutaman kerran viikossa, muutaman

kerran kuukaudessa, harvemmin, en koskaan)

- a) Luet muiden käyttäjien päivityksiä tai heidän jakamiaan sisältöjä
- b) Kommentoit muiden käyttäjien päivityksiä tai heidän jakamiaan sisältöjä
- c) Jaat itse tekemiäsi sisältöjä
- d) Jaat muiden tekemiä sisältöjä
- e) Jaat laitonta materiaalia (TARVITTAESSA TARKENNETAAN SANALLA ”PIRATISMI”)
- f) Luet yhteiskunnallisia aiheita koskevia päivityksiä tai keskusteluita
- g) Kommentoit yhteiskunnallisia aiheita koskevia päivityksiä tai keskusteluita

h) Kirjoitat yhteiskunnallisia aiheita koskevia päivityksiä tai avaat niitä koskevia keskusteluita

K19a Osallistutko vapaa-ajallasi johonkin ryhmään tai yhteisöön? (esim. oppilaskunta, harrastusyhteisö, järjestö, vapaaehtoistoimintaa tms.).

kyllä/ei

K19b Vastaa seuraaviin väittämiin ajatellen itseäsi sen yhteisön jäsenenä, johon samastut vahvimmin. (Täysin samaa mieltä / Jokseenkin samaa mieltä / Jokseenkin eri mieltä / Täysin eri mieltä / En

osaa sanoa)

a)koen olevani tasavertainen jäsen muiden osallistujien kanssa

b)koen itseni tarpeelliseksi ryhmässä

c) uskallan esittää ajatuksiani ja mielipiteitäni ryhmässä

9

d)olen vaikuttanut ryhmän toimintaan ja tavoitteisiin

e)kannan vastuuta ryhmän tavoitteiden saavuttamiseksi