



Turun yliopisto  
University of Turku

# **YMPÄRISTÖVASTUULLISEN KULUTTAJUUDEN VALTAVIRTAISTUMISEN VUOSIKYMMENET**

**Kuinka syntymäkohorttien ympäristövastuulliset kulutusasetteet ovat muuttuneet vuosina 1999–2019?**

Taloussosiologian pro gradu -tutkielma  
Master's Thesis  
in Economic Sociology

Laatija/Author:  
Hanna Saari

Ohjaajat/Supervisors:  
VTT Aki Koivula  
VTT Pekka Räsänen

7.12.2021  
Turku

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.



<input type="checkbox"/>	Kandidaatintutkielma
<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Taloussosiologia	Päivämäärä	7.12.2021
Tekijä(t)	Hanna Saari	Sivumäärä	52
Otsikko	Ympäristövastuullisen kuluttajuuden valtavirtaistumisen vuosikymmenet – Kuinka syntymäkohorttien ympäristövastuulliset kulutusasetteet ovat muuttuneet vuosina 1999–2019?		
Ohjaaja(t)	VTT Aki Koivula, VTT Pekka Räsänen		

**Tiivistelmä**

Tässä tutkielmassa tarkastelen ympäristövastuullisten kulutusasetteiden vaihtelua eri syntymäkohorteilla vuosina 1999–2019. Kulutusyhteiskunta on 1950-luvun jälkeen muuttunut valtavasti, kun kulutuksen määrä on lisääntynyt ja materiaalinen niukkuus on vaihtunut runsaudeksi. Samaan aikaan myös ympäristödiskurssit ovat muuttuneet huomattavasti, ja vastuullinen kulutus on noussut keskeiseksi keinoksi vaikuttaa jopa globaaleihin ympäristöongelmiin. Ammennan teoreettisesti sosiologisesta sukupolvitutkimuksesta. Sen perinteisiä päättelytapoja seuraten ajattelen, että eri kohorttien nuoruuden erilaiset yhteiskunnalliset olosuhteet ovat muovanneet eri syntymäkohorttien arvopohjista ja ajatusmalleista jossakin määrin erilaisia. Toinen teoreettinen lähtökohtani on (ympäristö) vastuullisten kulutusasetteiden tutkimuksessa. Vastuullisten kulutusasetteiden on havaittu vaihtelevan esimerkiksi iän mukaan, mutta ajassa pysyviä kohorttivaikutuksia on toistaiseksi tutkittu vain vähän.

Käytän tutkielmassani Suomi – Kulutus ja elämäntapa -aineistosarjasta kolmea tutkimusvuotta, 1999, 2009 ja 2019. Kyseessä on Turun yliopiston taloussosiologian oppiaineessa kerätty kyselyaineisto, jossa kartoitetaan viiden vuoden välein suomalaisten kulutukseen ja elämäntapaan liittyviä asenteita kansallisesti edustavalla satunnaisotannalla. Käytän tutkielmani selitettävänä aineistosta kolmea, hieman eri puolia ympäristövastuullisista kulutusaseteista mittaavaa kysymystä. Tutkimuskysymykseni on kolmeosainen. Ensinnäkin selvitän suorien jakaumien ja yksisuuntaisten varianssi-analyysien avulla, miten ympäristövastuulliset kulutusasetteet ovat väestötasolla muuttuneet tutkimusjaksolla. Toiseksi selvitän niin ikään yksisuuntaisten varianssi-analyysien avulla, millä tavoin eri kohorttien kulutusasetteet ovat vuosien välillä vaihdelleet sekä testaan kaksisuuntaisen varianssi-analyysin avulla, onko tutkimusajankohdalla ja kohortilla havaittavissa olevia yhdysvaikutuksia. Viimeiseksi muodostan lineaarisen regressioanalyysin avulla mallit, joiden avulla selvitän, mitkä muut taustamuuttujat vaikuttavat ympäristövastuullisiin kulutusasetteisiin sekä vielä varmistan, säilyykö kohorttien itsenäinen selitysvaiva, vaikka muut taustamuuttujat vakioidaan.

Tutkielmani tulosten perusteella joitakin kohorttivaikutuksia ympäristövastuullisiin kulutusasetteisiin on havaittavissa. Merkittävin havainto on, että nuorempien kohorttien vastuullisuus on kahdessakymmenessä vuodessa vahvistunut vanhempien tasolle. Vuonna 2019 nuoremmat kohortit ovat ympäristövastuullisempia kuin vanhemmat kohortit ovat heidän iässään olleet, vaikka vielä vuonna 1999 aineistossa on havaittavissa selvä positiivinen yhteys iän ja ympäristövastuullisuuden välillä. Tämä saattaa kertoa pysyvistä muutoksista yhteiskunnassamme, jonka myötä siirtymä entistä ympäristövastuullisempaan kulutuskulttuuriin on kenties mahdollista.

Asiasanat	ympäristövastuullinen kulutus, kulutusasetteet, syntymäkohortit, ajallinen muutos, asennemuutos
-----------	---



## Sisällys

1	JOHDANTO .....	1
2	KULUTUSYHTEISKUNTA JA SEN MUUTOS .....	4
2.1	Suomalaisen kulutusyhteiskunnan ja kuluttajuuden muutos.....	4
2.2	Ympäristöliike ja suomalaisten ympäristötietoisuuden kehitys .....	7
3	KULUTUS JA SYNTYMÄKOHORTIT .....	10
3.1	Kohortin ja sukupolven käsitteistä .....	10
3.2	Kohorttitutkimus .....	13
3.3	Kulutustottumusten muutoksista .....	16
4	YMPÄRISTÖVASTUULLINEN KULUTUS .....	20
4.1	Mitä vastuullinen kulutus on? .....	20
4.2	Kenen kulutusasenteet ovat vastuullisia? .....	22
4.3	Asenteiden ja käytännön välisestä ristiriidasta.....	25
5	TUTKIMUSASETELMA .....	29
5.1	Tutkimuskysymykset .....	29
5.2	Aineisto .....	30
5.3	Muuttajat .....	32
5.4	Menetelmät.....	35
6	TULOKSET.....	37
6.1	Väestötason muutos.....	37
6.2	Muutokset kohortti- ja ikäluokkatasolla.....	38
6.2.1	Kohorttien muuttuvat asenteet .....	38
6.2.2	Kohorttien ja ajankohdan yhteisvaikutus .....	42
6.3	Muiden tekijöiden vaikutus kulutusasenteisiin .....	43
6.3.1	Huoli oman kulutuksen vaikutuksesta ympäristöön .....	43
6.3.2	Maailmassa on liikaa tavaraa .....	45
6.3.3	Ympäristöystävälliset kulutusvalinnat .....	47
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KESKUSTELU .....	49
8	LÄHTEET .....	53



## Kuviot

Kuvio 1. Suorat jakaumat vastuullisia kulutusasenteita kuvaavista väittämistä.....	38
Kuvio 2. ”Olen huolissani kulutukseni vaikutuksesta ympäristöön”. Kohorttien keskimääräisten vastausten muutos. ....	39
Kuvio 3. ”Olen huolissani kulutukseni vaikutuksesta ympäristöön”. Ikäluokkien keskimääräisten vastausten muutos.....	39
Kuvio 4. ”Maailmassa on liikaa tavaraa ja elämä on liian kulutuskeskeistä.” Kohorttien keskimääräisten vastausten muutokset.....	40
Kuvio 5. ”Maailmassa on liikaa tavaraa ja elämä on liian kulutuskeskeistä.” Ikäluokkien keskimääräisten asenteiden muutokset.....	40
Kuvio 6. ”Teen tietoisesti ympäristöystävällisiä valintoja kulutuksessani.” Kohorttien keskimääräisten vastausten muutokset.....	41
Kuvio 7.”Teen tietoisesti ympäristöystävällisiä valintoja kulutuksessani.” Ikäluokkien keskimääräisten vastausten muutokset.....	42

## Taulukot

Taulukko 1. Kohorttien ja ikäluokkien vastaavuudet tutkimusvuosina .....	33
Taulukko 2. Kohorttien koot aineistossa tutkimusvuosina.....	33
Taulukko 3. Muut selittävät muuttujat.....	35
Taulukko 4. Kohortin ja mittausvuoden yhteisvaikutukset.....	43
Taulukko 5. Huoli oman kulutuksen ympäristövaikutuksista, lineaarinen regressiomalli vaikuttavista muuttujista.....	44
Taulukko 6. Elämän kokeminen liian kulutuskeskeiseksi, lineaarinen regressiomalli vaikuttavista muuttujista.....	46
Taulukko 7. Ympäristöystävällisten kulutusvalintojen tekeminen, lineaarinen regressiomalli vaikuttavista tekijöistä. ....	48



## 1 JOHDANTO

Kulutus kuuluu erottamattomana osana kaikkeen ihmiselämään, ja kaikissa yhteiskunnissa on aina kulutettu. Kulutuksen määrä ja merkitys ovat kuitenkin teollistumisen myötä kokeneet mullistuksen, kun saatavilla olevien kulutushyödykkeiden määrä on noussut huimasti. Samalla kulutukselle annetaan yhä enemmän merkitystä, ja yhä useammat elämän osa-alueet ovat tulleet kulutuksen piiriin (Lury 2011, 2). Nykyisenkaltaisessa kulusyhteiskunnassa kulutus onkin paljon enemmän kuin tarpeiden tyydyttämistä. Sen avulla myös luodaan sosiaalista todellisuutta, identiteettiä ja elämän merkityksellisyyttä sekä viestitään omista arvoista ja yhteiskunnallisesta asemasta. (Gabriel 2013, 51–52; Miller 2012, 46–47.)

Kulutuksen yhä lisääntyessä on alettu herätä myös sen aiheuttamiin ongelmiin. Yhä lisääntyvä tuotanto ja kulutus ovat aiheuttaneet maapallon luonnonvarojen ylikulutuksen, eikä ihmiskunnan nykyistä elämäntapaa pystytä enää ylläpitämään kestävästi maapallon kantokyvyn rajoissa (kts. esim. Häkli 2014). Kulutuksella on nähty olevan vaikutuksensa esimerkiksi ilmastonmuutokseen, sillä esimerkiksi ruoka ja liikenne ovat merkittäviä kasvihuonepäästöjen lähteitä ja samalla myös merkittäviä kulutusvalintojen tekemisen konteksteja. Usein nähdäänkin, että ekologisen kestävyuden saavuttamiseksi nykyisiä kulkuskäytäntöjä ja kulutukseen liittyviä rakenteita olisi tavalla tai toisella muutettava. (Esim. Carlsson-Kanyama & Gonzalez 2009.) Ympäristön lisäksi nykyisenkaltaisen kulutuksen voidaan nähdä vaikuttavan negatiivisesti myös globaaliin oikeudenmukaisuuteen, koska kulutushyödykkeiden tuottaminen ei aina ole myöskään sosiaalisesti kestävällä pohjalla köyhempien maiden työläisten tuottaessa kulutushyödykkeitä rikkaisiin maihin puutteellisissa työoloissa (Humphery 2009, 110–111).

Yhdeksi ratkaisuksi liiallisen kulutuksen aiheuttamiin ongelmiin on noussut vastuullinen, eettinen ja ekologinen kulutus. Yksittäisten kuluttajien nähdään pystyvän ottamaan globaalit huolenaiheet omassa kulutuksessaan huomioon ja näin oman kulutuksensa avulla vähentämään tai jopa ratkomaan kulutuksen aiheuttamia ongelmia (Connolly & Pothero 2008). Mielenpidetkimusten perusteella näyttää siltä, että ihmiset yleensä myös pitävät vastuullista kuluttamista tärkeänä (esim. Hyry 2019, 31). Tästä huolimatta toteutunut kulutus ei kokonaisuudessaan ole muuttunut vastuullisemmaksi – tai eettisemmäksi – siinä määrin kuin mielipiteiden perusteella voitaisiin olettaa. Vastuulliseen kulutukseen liittyikin paljon hankaloittavia tekijöitä, kuten vastuullisempien tuotteiden korkeat hinnat, heikko saatavuus sekä vähäinen tai epäluotettava tieto eri tuotteiden vastuullisuudesta. (Wiederhold & Martinez 2018.)

Tässä tutkielmassa olen kiinnostunut erityisesti ympäristövastuullisesta kulutuksesta ja siihen liittyvistä asenteista. Ympäristövastuullisessa kulutuksessa keskeistä on kulutuksen ja kulutusvalintojen ympäristövaikutusten tiedostaminen ja ympäristön kannalta

parempiin valintoihin pyrkiminen. Toisaalta tutkiini ympäristövastuullisiin kulutusasenteisiin liittyy vahvasti myös omia kulutustottumuksia laajempi käsitys kulutuksen liiallisuudesta ja tarpeesta paitsi yksilötason, myös yhteiskunnan, kulttuurin ja kulutusta säätelevien rakenteiden muutokseen. Niin suomalaisessa kuin kansainvälisessäkin kirjallisuudessa puhutaan usein laajemmin vastuullisesta tai eettisestä kulutuksesta, johon sisältyvät niin sosiaalisesti kuin ekologisestikin vastuulliset toimet ja asenteet. Vaikka tarkastelen erityisesti ympäristövastuullista kulutusta, teoriaosassa kuljetan mukana myös kattavampaa eettisen kulutuksen termiä, koska vastuullisen kulutuksen teoriassa ekologisen ja sosiaalisen vastuullisuuden käsitteet kulkevat yleensä käsi kädessä ja ovat sosiaalisesti samankaltaisia ilmiöitä.

Vastuullinen kuluttaminen ja sen asema yhteiskunnassa on muuttunut viimeisten vuosikymmenten aikana merkittävästi. Ympäristöongelmien tullessa yhä paremmin kuluttajien tietoisuuteen on kulutuksesta tullut yksi yhteiskuntaan vaikuttamisen tapa (Soper 2007). Vastuullisen kulutuksen on nähty myös olevan erilaista tai eri tavoin suosittua eri ikäryhmien kohdalla (Wilska, Nyrhinen, Uusitalo & Pecoraro 2013, 17–18). Siksi kysynkin tässä tutkielmassa, minkälaisia eroja eri aikoina syntyneiden ikäluokkien kulutusasenteissa on. Pyrin löytämään vastausta siihen, onko viimeaikainen yhteiskunnallinen kehitys ja keskustelu ympäristöongelmista ja eettisestä kulutuksesta näyttäytynyt eri tavalla eri aikoina syntyneille ja saanut siten aikaan myös erilaisia asenteita ja erilaista toimintaa. Tarkastelen siis syntymäkohortin vaikutusta ympäristövastuullisiin kulutusasenteisiin.

Vaikka iän vaikutusta vastuulliseen kulutukseen on tutkittu jonkin verran, ei Suomessa juurikaan ole tehty syntymäkohortin ja vastuullisen kulutuksen välistä yhteyttä tarkastelevaa tutkimusta aiemmin. Toisinaan ikäluokkien eroista on myös suoraan päätelty kohorttien välillä olevan eroja, vaikka ikäluokkien välisten erojen ajallista pysyvyyttä ei olisi tutkittu, jolloin aidoista kohorttivaikutuksista ei voida tehdä mitään todellisia päätelmiä. Siksi tutkielmani pystyykin tarjoamaan uuden näkökulman eettisen kulutuksen tutkimiseen ikätarkastelun rinnalle tarttumalla nimenomaan kohorttien välisiin eroihin ja niiden pysyvyyteen ajan kuluessa. Kohorttien asenteiden tutkimus tarjoaa myös tärkeää tietoa mahdollisista tulevista pysyvämmistä väestötason muutoksista, jotka ovat luonteeltaan ikäluokkien asenteita pysyvämpiä ja siten myös merkitykseltään suurempia.

Tutkielmassani tarkastelen kohorttien välisiä eroja kaksikymmentä vuotta kattavan kyselytutkimusaineiston avulla. Aineistona käytän Suomi – Kulutus ja elämäntapa -kyselyaineistoja, joita on vuodesta 1999 asti kerätty viiden vuoden välein. Käytän aineistosta kolmea tutkimusvuotta, 1999, 2009 ja 2019. Kyselyssä on mukana useita kulutusasenteita mittaavia väittämiä, joista suuri osa on pidetty koko aikasarjan keräämisen ajan muuttumattomina, joten se tarjoaa hyvän mahdollisuuden kohorttien välisten muutosten arvioimiseen. (Saari, Koivula, Sivonen & Räsänen 2019.)

Kohortteja tarkastellessani sivuan myös sukupolvitutkimusta, sillä oletan kohorttivaikutusten syntyvän melko samalla tavalla kuin sukupolvivaikutusten nähdään perinteisesti



muodostuvan. Tämän näkemyksen mukaan kohorttien toisistaan eroavat asenteet ja arvot olisivat seurausta heidän lapsuus- ja nuoruusaikojensa erilaisista yhteiskunnallisista olosuhteista, jotka olisivat muovanneet heidän ajatteluaan niin perustavalla tavalla, että erot säilyisivät koko elämänkaaren ajan (Alwin & McCammon 2003, 25). Oletankin eri aikaan syntyneiden ihmisten ympäristövastuullista kulutusta koskevien asenteiden vaihtelevan, koska he ovat kasvaneet kulutuksen ja ympäristöongelmien suhteen hyvin erilaiseen yhteiskuntaan minkä vuoksi heidän kokemuksensa materiaalisuudesta ja kulutuksesta on erilainen.

Aloitin tutkielmani tarkastelemalla suomalaisen kulutusyhteiskunnan ja kulutuksen ajalliseen muutokseen, joka on koko tutkielmani tausta, jota vasten kaikki muut ilmiöt piirtyvät. Sen jälkeen pureudun kohorttitutkimuksen käsitteistöön ja keskeisiin piirteisiin. Käyn myös läpi vastuullisen kulutuksen käsitettä ja siihen liittyvää viimeaikaista keskustelua. Teoriaosuudesta etenkin vastuullista kulutusta koskeva osuus pohjautuu eettisestä kulutuksesta tekemääni kandidaatintutkielmaan, jossa keskityin suomalaisten eettiseen kulutukseen liittyviin asenteisiin. Tutkielmani empiirinen osa jakautuu kolmen eri tutkimuskysymyksen ympärille, jotka rakentuvat toistensa päälle. Ensin pyrin kuvaamaan vastuullisten kulutusasenteiden muutosta väestötasolla suorien jakaumien ja yksisuuntaisten varianssianalyysien pohjalta. Toiseksi kuvaan sitä, miten eri tavoin eri kohorttien asenteet ovat muuttuneet. Tässä käytän menetelminä niin ikään yksisuuntaista varianssianalyysiä ja kohorttikohtaisia suorja jakaumia. Lisäksi testaan vuosien ja kohorttien yhteisvaikutusta asenteisiin kaksisuuntaisen varianssianalyysin avulla. Viimeiseksi esitän vielä vastuullisiin kulutusasenteisiin vaikuttavista muuttujista regressiomallit, joissa pystyn kontrolloimaan kohorttien lisäksi muiden taustamuuttujien vaikutusta.

## 2 KULUTUSYHTEISKUNTA JA SEN MUUTOS

### 2.1 Suomalaisen kulutusyhteiskunnan ja kuluttajuuden muutos

Kun tarkastellaan kulutukseen liittyviä asenteita, on hyvä lähteä liikkeelle niistä konteksteista, joissa kulutus tapahtuu ja siihen liittyvät asenteet muovautuvat. Tässä luvussa tarkastelenkin suomalaisen kulutusyhteiskunnan muutosta eli suomalaisten kulutuksen muuttuvaa kontekstia. Kenties selvin trendi viimeisen vuosisadan aikana on ollut materiaalsen hyvinvoinnin räjähdysmäinen lisääntyminen, jonka myötä kulutuksen rooli arkielämässä on muuttunut niukkuuden ja selviytymisen strategioista rikkaampaan kulutus-kulttuuriin.

Inglehart havaitsi jo 1970-luvulla, että teollistuneissa, vauraissa yhteiskunnissa oltiin siirtymässä kohti uudenlaisia arvoja, joissa korostui hyvä elämä ja itseilmaisuus, kun materiaalsen hyvinvoinnin alkoi pikkuhiljaa vähentää merkitystään. Muutoksen hän arveli johtuvan siitä, ettei fyysisen selviytymisen puolesta tarvinnut enää samalla tavalla pelätä kuin aiemmissa yhteiskunnissa, jolloin selviytymisen kannalta ei-välttämättömät arvot voivat nousta vahvemmin pintaan. (Inglehart 1977.) Kulutusyhteiskunnan synnyn onkin nähty järjestyneen lähes kaikkia elämän osa-alueita, identiteetistä ja sosiaalisista suhteista lähtien, kun yhteiskunta on järjestäytynyt uudella tavalla (Gabriel 2013, 51–52).

Vaikka kaikissa yhteiskunnissa on aina kulutettu ja kuluttaminen kuuluu erottamattomasti ihmiselämään, voidaan nykyisenkaltaisen kulutusyhteiskunnan katsoa syntyneen viimeisen noin kolmensadan vuoden aikana, kun teollistuminen on edennyt. Kulutusyhteiskunnassa kulutuksesta on tullut aiempaa keskeisempi osa elämää, jonka avulla paitsi täytetään perustarpeita, myös luodaan sosiaalista todellisuutta ja ilmaistaan omaa identiteettiä. (Gabriel 2013, 51–52.) Samalla yhä useammat elämän osa-alueet tulevat kulutuksen piiriin, kun esimerkiksi hoivaa ulkoistetaan yhä enenevässä määrin yritysten vastuulle (Lury 2011, 2). Samalla kulutuksesta, ennemmin kuin työstä tai ammatista, on tullut myös identiteetin ja luovuuden lähde yksilöiden elämässä (Miller 2012, 46–47).

Yksi tapa hahmottaa kulutusyhteiskuntaa on nähdä se erillisenä sitä edeltäneestä tuottajayhteiskunnasta. Tällaisen näkemyksen on esittänyt Zygmund Bauman, jonka mukaan yksilön tärkein tehtävä tuottajayhteiskunnassa oli tehdä työtä, ja työllä oli jo sinänsä moraalista arvoa. Kulutusyhteiskunnassa sen sijaan yksilöiden tärkein tehtävä on kuluttaa, ja yhteiskunnan normisto on luotu nimenomaan kulutuksen ympärille. Tällöin hyvä kansalaisuus määrittyy oikeanlaisten ja riittävien kulutuskäytäntöjen kautta, ei niinkään työn teon. Niinpä myös eriarvoisuus määrittyy kulutusyhteiskunnassa ennen kaikkea kulutusmahdollisuuksien eriarvoisuutena. Kulutusyhteiskunnassa köyhyys määrittyykin ennen kaikkea sen kautta, ettei pysty kuluttamaan sosiaalisesti hyväksytyllä tavalla, ja sen

vuoksi jää ulkopuoliseksi normaaliksi määrittäneestä elämäntavasta. (Bauman 2005, 24, 38.)

Kulutussyhteiskunnan alkuperästä ja syntytavasta on esitetty monenlaisia näkemyksiä. Joitakin kulutussyhteiskunnalle tyypillisiä piirteitä, kuten rikkaimman kansanosan luksus-kulutus, on löydettävissä jo ainakin keskiajalta. Varsinaisesti modernin kulutussyhteiskunnan synty ajoitetaan kuitenkin yleensä teollistumiseen 1700-luvulta alkaen, jolloin kulutuksen määrät ja tyylit muuttuivat koko väestön keskuudessa, ainakin rikkaissa länsimaissa. (Stillerman 2015, 25–26.) Usein modernin kulutussyhteiskunnan synty paikannetaan myös Yhdysvaltoihin, mistä esimerkiksi tavaratalot ja pikaruokaravintolat levisivät ensin Eurooppaan ja sitten ympäri maailman. Euroopassa suuri rakennemuutos, jossa taloudellisen elämän tavat, myös kulutus, kokivat mullistuksen kohti nykyisenkaltaista massakulutussyhteiskuntaa, sijoittui 1950- ja 1960-luvuille. (De Grazia 1998.)

Suomi vaurastui nopeasti toisen maailmansodan jälkeen, jolloin myös kulutuksen määrä lisääntyi vauhdilla samalla, kun yhteiskunnassa tapahtui muitakin suuria mullistuksia. Massakulutuksen strategiat ovat levinneet Suomeen Yhdysvalloista Euroopan suurten teollisuusmaiden kautta. Suomen yhteiskunnallinen muutos liittyikin vahvasti osaksi globaalin kulutussyhteiskunnan syntyä, jossa samantyyppiset kulutuksen strategiat ovat levinneet kaikkialle vauraisiin maihin. (De Grazia 1998; Heinonen 2005.) Seuraavaksi käyn lyhyesti läpi suomalaisen yhteiskunnan muutosta vuosikymmen kerrallaan havainnollistaakseni siinä tapahtuneita muutoksia ja niiden ajoittumista konkreettisemmin.

1950-luvulla Suomi toipui vielä toisen maailmansodan jäljiltä pitkästä niukkuuden ja pulan ajanjaksosta. Suomalaisten elintaso oli vaatimaton, ja elintarvikkeiden säännöstelystä oltiin vasta luopumassa saatavuuden pikkuhiljaa parantuessa. (Autio 2019, 210; Heinonen 2005, 54–55.) Kaupungistuminen ja lähiöiden rakentaminen oli 1950-luvulla jo kiivasta, vaikka asunnoista usein puuttuivatkin vielä monet moderneista mukavuuksista, kuten vesijohtovesi (Heinonen 2005, 57). Kulutuksen etiikka korosti niukkuudesta ja pulasta toipuvassa Suomessa yhä säästäväisyyttä, järkevyyttä ja vaatimattomuutta (Heinonen 1998, 377–380). Suomalaisia yritettiin valistuksen avulla saada tarttumaan pankkisäästämiseen, mikä säästäväisyyden yleisen hyveen lisäksi mahdollistaisi myös suuremmat hankinnat, esimerkiksi uusien kodinkoneiden hankkimisen (Lehtonen & Pantzar 2002).

1960-luku oli Suomessa nopean rakennemuutoksen aikaa, jolloin yhteiskunta kaupungistui ja modernisoitui vauhdilla. Palkkatyön lisääntyessä yhä useammilla oli säännölliset tulot, jotka mahdollistivat paitsi kulutuksen lisääntymisen, myös kulutuksen suunnittelun pidemmällä aikavälillä. Ruuan suhteellinen osuus käytetyistä tuloista lähtikin laskuun. Kotitöitä helpottamaan ilmestyi monia teknologisia ratkaisuja, kuten pyykinpesukone ja pölynimuri, ja naiset lähtivät yhä enenevässä määrin mukaan työelämään. Palkkatyön lisäksi myös vapaa-aika lisääntyi, kun lauantaivapaasta säädettiin lailla. Televisio tuli suomalaisiin koteihin 1960-luvulla, ja sen mukana yhdysvaltalainen viihde ja sen mukanaan

tuomat vaikutteet. Kulttuuria muutti pikkuhiljaa myös liikkumisen muutos, sillä autot alkoivat Suomessa lisääntyä ja ulkomaanmatkailu saavuttaa suosiota. (Autio 2019.)

Seuraavalla vuosikymmenellä talous kasvoi öljykriisin aiheuttamasta hetkellisestä notkahduksesta huolimatta, ja taloudellinen tasa-arvo parani (Heinonen 2005, 61). Erityisesti viihteen kulutus kasvoi 1970-luvulla, kun rock-musiikki kasvatti suosiotaan ja c-kasetit mahdollistivat yksilöllisen musiikin tallennuksen ja kuuntelun. Myös ensimmäiset teknologiset laitteet saapuivat markkinoille, esimerkiksi televisiopelit ja taskulaskimet. Aatteellisesti 1970-luvulla Suomeen rantautui keskiluokkainen kulutuseetos, jonka perusajatus oli, että työllä ansaittiin vastapainoksi (kulutuksen tuoma) nautinto. (Autio 2019, 212–213.)

1980-luvulla Suomea voi jo kutsua runsauden yhteiskunnaksi. Ei-välttämätön kulutus kasvoi ja tavaramaailma rikastui. (Heinonen 2005, 63.) Kulutusyhteiskunnan kannalta 1980-luku oli paitsi yksilöllistymisen, myös palvelukulutuksen lisääntymisen aikaa. Harrastamiseen ja tietynlaisiin elämäntapoihin liittyvä kulutus lisääntyi, ja elektroniikan monipuolistuminen ihmisten arjessa jatkui kiivaana. (Autio 2019, 215–216.)

1990-luvun lama katkaisi vuosikymmeniä jatkuneen, lähes keskeytyksettömän talouskasvun ajan. Kokonaisuudessaan kulutus supistui. Lama nosti esiin myös yhteiskunnan eriarvoisuuden ja kohteli ihmisiä hyvin eri tavoin: siinä missä toisilla oli yhä varaa ostella uusimpia teknologisia vempaimia ja lisätä kulutustaan, olivat toiset taloudellisesti hyvinkin ahtaalla ja leipäjonot kasvoivat. Laman eriarvoistavat vaikutukset eivät myöskään loppuneet talouden taas kasvaessa vuosikymmenen puolivälissä, vaan eriarvoisuus jäi entistä näkyvämmäksi ilmiöksi yhteiskuntaan. (Autio 2019, 217; Heinonen 2005, 65).

Maailmaa muutti 1990-luvulla laman lisäksi moderni teknologia, kun matkapuhelimet ja internet yleistyivät. Modernin informaatioteknologian kulttuuria mullista vaikutus oli valtava, sillä se muutti vuorovaikutuksen, vapaa-ajan käytäntöjen ja myös kulutuksen tapoja. Kulutuksen mediavälitteisyys kasvoi uusien viestintävälineiden yleistyessä, ja median rooli kulutusvalintojen taustalla kasvoikin huomattavasti kohti nykyistä, hyvin mediavälitteistä kulutuskulttuuria (Heinonen 2005, 66–67).

2000-luvulla teknologia yhä jatkoi arjen ja kulutuksen muuttamista. Erilaisia laitteita tuli markkinoilla, ja niihin kehiteltiin yhä uusia ominaisuuksia. Monet arkiset asiat pankkipalveluista yhteydenpitoon siirtyivät ja siirtyvät yhä enemmän verkkomaailmaan. Samaan aikaan verkkomaailmassa luodut yhteisöt ja sieltä omaksutut vaikutteet vaikuttavat muun muassa kulutuksen tapoihin yhä enemmän. Teknologiaan ja vapaa-aikaan käytetty rahamäärä jatkoikin 2000-luvulla kasvuaan. Ruokaan käytetty suhteellinen rahamäärä laski vuoteen 2006 asti, mutta kääntyi sen jälkeen hienoiseen nousuun. Samalla ruokakulttuuri on kansainvälistynyt. Myös matkailun suosio on 2000- ja 2010-luvuilla yhä kasvanut. (Autio 2019, 221–223.)

Vuoden 2008 finanssikriisi sai Suomessakin aikaan laman, jonka seurauksena talous ja sen myötä kulutus supistui vuosina 2008 ja 2009, ja parin kasvun vuoden jälkeen

kotitalouksien kulutus kääntyi taas laskuun 2013. Ainoastaan ruoka- ja asumismenot eivät finanssikriisin seurauksena supistuneet, mutta etenkin vapaa-ajan kulutus koki pudotuksen vuonna 2009. (Raijas 2014, 483.)

Nykyistä kulutuskulttuuria leimaavat paitsi kulutuksen yksilöllistyminen ja identiteettien rakentaminen kulutuksen avulla myös kasvava massatuotanto- ja kulutus, jonka myötä jopa yksilöllisinä pidetyt tavarat, palvelut ja kokemukset saattavat tosiasiaassa olla massakulutushyödykkeitä (Wilska 2011, 5). Samalla kulutuksen merkitys esimerkiksi identiteetin rakentamisessa ja ryhmäkuulumisen ilmaisussa on suuri (kts. esim. Larsen & Patterson 2018). Se, mitkä piirteet kuvaavat nimenomaan 2010-luvun kulutuskulttuuria ja erottavat sen aiemmista vuosikymmenistä jäänee tulevien tutkimusten paljastettavaksi. Vaikka vuosikymmen on jo vaihtunut, ei tarvittavaa etäisyyttä aikakauden ominaispiirteiden erittelyyn ole vielä ehtinyt syntyä.

Kaiken kaikkiaan kulutuksen määrä ja laatu on siis muuttunut perustavalla tavalla viimeisten noin seitsemänkymmenen vuoden aikana. Elämme nykyään paljon runsaamassa ja monimuotoisemmassa materiaalisessa todellisuudessa kuin 1950-luvun Suomessa elettiin, ja tällä on ollut valtavia vaikutuksia myös kulutukselle annettuihin kulttuurisiin merkityksiin. 2000-luvulla on enenevässä määrin puhuttu muun muassa kuluttajakansalaisuudesta, jolla viitataan kansalaisvelvollisuuksien ja kuluttajan roolien sekoittumiseen. Kuluttajakansalaisuus liittyy nykyään voimakkaasti kulutuskritiikkiin ja kulutuksen ongelmiin puuttumiseen, antaen kansalaisille (vähintäänkin näennäisen) väylän vaikuttaa yhteiskunnallisiin asioihin. (Kts. esim. Cabrera & Williams 2014; Anderson 2018.) Vaikka kuluttajakansalaisuus onkin käsitteenä ollut nousussa viimeisten vuosikymmenten aikana, ovat kansalaislähtöisen ympäristökysymyksiin vaikuttamisen keinot olleet Suomessakin olemassa jo 1960-luvulta lähtien (Konttinen 1999, 9). Seuraavassa luvussa tarkastelen tarkemmin ympäristötietoisuuden kehitystä Suomessa, ja luvussa 4 tarkastelen lähemmin vastuullisen kulutuksen tematiikkaa.

## 2.2 Ympäristöliike ja suomalaisten ympäristötietoisuuden kehitys

Jotta ymmärtäisimme paremmin niitä konteksteja, joissa kulutusasenteita muodostetaan, on syytä tarkastella vielä lähemmin suomalaisten ympäristötietoisuuden kehitystä. Tarkastelen tässä luvussa suomalaisen ympäristöliikkeen ja ympäristökeskustelun kehitystä. Paikoin viittaan myös suomalaisten ympäristöasenteista saatuihin tutkimustuloksiin, sillä ne kertovat kenties kaikista selvimmin ympäristötietoisuudesta ja julkisen ympäristöön liittyvän puheen hyväksynnästä.

1900-luvun alkupuolella luonnonsuojelu tarkoitti vielä lähinnä koskemattoman luonnon ja erikoisten ”luonnonmuistomerkkien” suojelua, ja Suomessakin suojeltiin erikoisia luonnonkohteita jo vuosisadan alussa (Järvikoski 1991, 151; Lyytimäki & Berg 2011,

339–340). Vielä 1950-luvullakin luonnonsuojelua perusteltiin paljolti luonnon esteettisillä, kulttuurisilla ja tutkimuksellisilla tarpeilla. Luonto nähtiin tärkeäksi osaksi suomalaista kulttuurimaisemaa, ja sen vuoksi luonnontilaisia alueita haluttiin säilyttää myös jälkipolville. (Rannikko 1994, 12.)

1960-lukua kuvataan usein vuosikymmeneksi, jonka aikana luonnonsuojelusta siirryttiin ympäristönsuojeluun. Tämä tarkoitti laajempaa keskustelua esimerkiksi saastumisesta, luonnonvaroista ja kemikaalien vaikutuksesta elinympäristöihin. (Rannikko 1994, 12.) Tämän keskustelun käynnistäjänä pidetään usein Yhdysvaltalaisen Rachel Carsonin vuonna 1962 ilmestynyttä kirjaa Hiljainen kevät, jossa hän kuvaa kemikaalien kulkeutumisesta ruokaketjuissa ylöspäin ja niiden vaikutuksia luontoon. Kirja suomennettiin heti ilmestymistä seuraavana vuonna ja se sai Suomessakin jonkin verran huomiota osakseen. 1960-luvun loppu oli Suomessa ympäristönsuojelun suhteen aktiivista aikaa, jolloin muun muassa perustettiin ympäristönsuojelun neuvottelukunta ja ympäristönsuojelijat saivat näkyvyyttä esimerkiksi elohopean jokiin laskemisesta käydyn keskustelun yhteydessä. (Järvikoski 1991, 153–157.)

1970-luvulla ympäristönsuojelu muuttui aiempaa radikaalimmaksi, ja monet nuoret opiskelijat pitivät vanhempia luonnonsuojelijoita liian konformismisina (Rannikko 1994, 12). Suuri käänne suomalaisessa keskustelussa tapahtui 1979 Kojjärven tapauksen myötä. Tuolloin joukko nuoria ympäristöaktivisteja pyrki suoran toiminnan keinoin estämään lintujärven kuivattamisen, ja tapaus sai paljon mediajulkisuutta ja huomiota valtionjohtoa myöten. Suurin osa suomalaisista myös kannatti ympäristöaktivistien agenda. (Järvikoski 1991, 164–165.) Kojjärven liike erosi aiemmista ympäristöaktivismin muodoista siinäkin, että siihen liittyi avointa kapitalismin ja kulutusyhteiskunnan kritiikkiä. 1980-luvun vaihteessa ympäristönsuojelusta tuli aiempaa poliittisempää. (Rannikko 1994, 13.)

1980-luvun alku oli ympäristöliikkeen osalta muutoinkin aktiivista aikaa, ja aktivismin ja kansalaisuuden välinen sidos lujittui. 1983 perustettiin ympäristöministeriö, ja ympäristönsuojelun institutionalisoituessa laski siihen liittyvä kansalaisaktiivisuus hetkellisesti. Vihreät myös tulivat suomalaiseen politiikkaan ensimmäisen kerran vuonna 1980, jolloin he saivat yhden edustajan eduskuntaan. (Järvikoski 1991, 166–170.) 1980-luvulla julkiseen keskusteluun nousivat ensikertaa globaalit ympäristöongelmat, kuten otsonikato ja ympäristön happamoituminen (Lyytimäki & Berg 2011, 339). Luonnonsuojelu vakiintui normaalikäytännöksi ja limittyi kansalaisyhteiskunnan muihin toimintoihin (Järvikoski 1991, 172–173). Vuosikymmenen aikana suomalaisten ympäristöasenteet tiukkenivatkin jonkin verran, ja 1989 suomalaiset pitivät ympäristönsuojelua jopa taloutta tärkeämpänä yhteiskunnallisena asiana (Tulokas 1990, 10). Kulutuksen ja ympäristöongelmien välinen suhde alkoi myös hahmottua, ja kierrätysliike ja ekopuodit tulivat uusiksi kansalaistoiminnan muodoiksi (Rannikko 1994, 14).

1980-luvun lopulla ja 1990-luvun alkupuolella Suomessa vallitsi hyvin ympäristömyönteinen ilmapiiri. Rannikko (1994, 20) esittää, että yhteiskunta olisi jopa ”läpiekologisoitunut”, ja ympäristömyönteisyys olisi ollut itsestään selvää. Julkisuudessa ei juurikaan esiintynyt ympäristönsuojelua vastustavia tai vähätteleviä puheenvuoroja (Väliveronen 1996, 36–37). Ilmastonmuutos, tai kasvihuoneilmiö, kuten sitä kutsuttiin, nousi ajan suurimpien ympäristöongelmien joukkoon eroosion, maaperän myrkyttymisen, meren köyhtymisen ja makeanveden puutteen rinnalle (Tenovuo 1991). Julkisessa keskustelussa talous ja työllisyydenhoito menivät 1990-luvun syvän laman myötä kuitenkin josakin määrin ympäristönsuojelun edelle (Berninger, Tapio & Willamo 1996, 4).

2000- ja 2010-luvuilla ilmastonmuutos on noussut ylivoimaisesti eniten puhutuksi ympäristöongelmaksi. Sen vakavuus on tunnistettu laajasti, ja sen torjumiseen tähtäävät poliittiset ohjelmat ja toimet ovat saaneet merkittävää mediajulkisuutta. 2000-luvulla Suomalaisten keskuudessa vallitsi melko yksimielinen konsensus ilmastonmuutoksesta polttavimpana ympäristöongelmana, jonka ratkaisuun olisi keskityttävä tehokkaasti (Haavisto & Kiljunen 2009, 77). Etenkin vuonna 2018 julkaistun IPCC:n niin sanotun 1,5 asteen raportin (IPCC 2018) myötä ilmastotoimien kiireellisyys nousi voimakkaasti keskusteluun. Ilmastonmuutoksen rinnalla julkisessa keskustelussa kulkevat muutkin vakavat ympäristöongelmat, kuten luonnon monimuotoisuuden väheneminen ja resurssien liikkakäyttö. Sitra nostaa ekologisen kriisin, jossa nämä kaikki ympäristöhuolet yhdistyvät, jopa aikamme keskeisimmäksi tulevaisuuteen vaikuttavaksi tekijäksi. (Dufva 2020.) On alettu puhua ympäristö- ja ilmastoahdistuksesta etenkin nuorten hyvinvointia nakertavana tunteellisena reaktiona ympäristönmuutoksiin (kts. esim. Pihkala 2017). Mansikka-Aho, Saari, Lätti ja Eskola (2018, 188–189) esittävät ilmastonmuutoksen olevan jopa traumaattinen tieto, joka olisi niin vaikea käsiteltävä, että saisi siksi ihmiset ummistamaan siltä silmänsä.

Vaikka perinteinen kansalaisaktivismi on yhä voimissaan, ympäristöaktivismiin voi nähdä siirtyneen osin julkisen poliittisen vaikuttamisen kentältä yksityisen kenttään, ihmisten arkisiin valintoihin ja kulutuskäyttäytymiseen. Vastuullinen kulutus on noussut eräänlaiseksi sosiaaliseksi merkiksi, jonka avulla pyritään ilmaisemaan omaa huolta ympäristön tilasta ja saamaan aikaan muutoksia markkinoiden toiminnassa ja tuotannon haitallisuudessa. (Kts. esim. Soper 2007.) Toisaalta voidaan nähdä myös siirtymä post-materiaalisista arvoista kohti uutta materialismia, jossa materiaalivirrat ja tuotannon ja kulutuksen systeemit ovat uudelleen keskiössä (Schlosberg 2019).

Tiivistäen voisi sanoa, että 1900-luvun aikana tapahtui valtavia muutoksia siinä, mitkä ympäristökysymykset nähtiin yhteiskunnallisesti tärkeiksi. 2000-luvulla ilmastonmuutos on pitänyt paikkansa suurimpana ympäristöhuolena, vaikka sen rinnalla kulkevatkin yhä muut, suuret ympäristöuhat. Se, millä tavoin eri ikäiset kuulijat ympäristökeskustelun ottavat vastaan, voi kuitenkin vaihdella suurestikin. Seuraavassa luvussa siirryn tarkastelemaan kohorttitutkimusta, ja empiirisessä osiossa pyrin liittämään nämä ilmiöt yhteen.

### 3 KULUTUS JA SYNTYMÄKOHORTIT

#### 3.1 Kohortin ja sukupolven käsitteistä

Syntymäkohortilla tarkoitetaan samoihin aikoihin, esimerkiksi samana vuonna, syntyneiden ihmisten joukkoa. Kohortti itsessään voi tarkoittaa myös muuta, jonkin saman tapahtuman jakaneiden ryhmää, kuten samaan aikaan valmistuneita. (Tilastokeskus 2021.) Tässä tutkielmassa tarkoitan kohorteilla kuitenkin nimenomaan syntymäkohortteja, vaikka käytänkin yksinkertaisuuden vuoksi tekstissä lyhyempää sanaa ”kohortti”. Vaikka tutkielmani lähtökohtana on tämä periaatteessa hyvin yksinkertainen käsite, näen hyödylliseksi avata tässä lyhyesti myös sukupolven käsitteeseen liittyvää tieteellistä keskustelua, koska sukupolvi ja kohortti ovat käsitteinä ja ilmiöinä niin läheisiä ja toisiinsa limittyviä. Sukupolven käsitteen ja sen taustalla olevien ajatusmallien ymmärtäminen luo tulkinta-kehikkoa myös kohorttitarkasteluille.

Sukupolvella on käsitteenä kaksoismerkitys: sillä tarkoitetaan samaan aikaan perheiden ja sukujen sisäistä sukupolvien ketjua sekä suurempia, yhteiskunnallisia kokonaisuuksia, jotka muodostuvat samoihin aikoihin syntyneistä ihmisistä jaettujen kokemusten kautta (Alwin & McCammon 2003, 25). Tässä tutkielmassa toisiaan seuraavat perhesukupolvet eivät ole kiinnostuksen kohteena, vaan tarkoitan sukupolvesta puhuessani niin kutsuttuja kulttuurisia tai yhteiskunnallisia sukupolvia, jotka muodostuvat kohorttien tapaan samoihin aikoihin syntyneistä ihmisistä. Sukupolven käsitettä käytetään kirjallisuudessa melko kirjavalla tavalla, ja toisinaan sillä viitataan täysin samaan ilmiöön kuin syntymäkohortin käsitteellä. Usein jonkin ikäryhmän määrittelyn sukupolveksi nähdään kuitenkin vaativan jonkin jaetun, yleensä nuoruudessa koetun, elämää ja ajattelua mullistaneen tapahtuman. (Purhonen 2007, 15–17.) Esimerkiksi sota-aikaan nuoria olleiden ihmisten nähdään joskus muodostavan oman sukupolvensa, jolle keskeistä on jaettujen sodan ja pulan kokemusten elinikäinen vaikutus ajatteluun ja elämäntapaan (Roos 1987). Tätä määritelmää käytän myös tässä tutkielmassa: puhun sukupolvista nimenomaan jaettujen elämäntapahtumien kautta syntymäkohorteista syntyneinä joukkoina.

Sosiologisen sukupolviteorian kehittäjänä pidetään Karl Mannheimia. Mannheimille sukupolvi tarkoitti kulttuurista kokonaisuutta. Hänen teoretisoinnissaan sukupolvet ikään kuin nousevat kohorteista, mutta kohortit eivät automaattisesti ole sukupolvia. Ollakseen kulttuurisessa mielessä sukupolvi samoihin aikoihin syntyneiden ihmisten pitää kokea jokin yhteiskunnallinen tapahtuma tai altistua samoille ajatusvirtauksille nuoruudessaan, ja näiden kokemusten tulee muodostua osaksi sitä, miten nämä ihmiset maailmaa käsitteellistävät. Yhteisten kokemusten kautta syntyvät potentiaaliset sukupolvet muuttuvat



aktuaalisiksi sukupolviksi vasta sitten, kun kehittyi sukupolvitietoisuus ja jaettu tapa ymmärtää jaettuja kokemuksia. Tiettyyn kohorttiin kuulumisesta onkin Mannheimilaisittain vielä pitkä matka sukupolveen. (Alanen 2008, 102–104.)

Suomessa tunnetuin ja eniten tutkimuksen kohteena ollut sukupolvi on niin kutsutut suuret ikäluokat, joihin kuuluvat määrittelystä hieman riippuen noin vuosina 1945–1949 tai jopa 1945–1955 syntyneet ihmiset. Nämä ikäluokat eroavat sekä vanhemmista että nuoremmista kohorteista erityisesti määrässä, sillä sodan jälkeisinä vuosina syntyvyys kohosi Suomessa ensi kertaa yli 100 000. (Karisto 2005, 17–25.) Jo pelkästään suuren määränsä vuoksi suurten ikäluokkien on nähty muodostavan merkittävän väestönsosan esimerkiksi kansantalouden tasapainon kannalta (kts. esim. Krans-Suonpää 2008; Kinnunen, Mäki-Fränti & Viertola 2013, 13).

Suurten ikäluokkien merkittäväksi sukupolvikokemukseksi nähdään 1960-luvun opiskelijaradikalismi, joka olisi saanut aikaan suurten ikäluokkien sukupolvitietoisuuden. Kuten mikään ikäluokka, myöskään suuret ikäluokat eivät kuitenkaan ole ajatustavoiltaan yhtenäisiä, eivätkä kaikki suuriin ikäluokkiin kuuluvat suinkaan osallistuneet opiskelijaradikalismiin 1960-luvulla, ja osa vastusti sitä voimakkaastikin. Suuria ikäluokkia tutkinut Semi Purhonen onkin esittänyt, että suuret ikäluokat jakautuisivat alasegmentteihin osin sen mukaan, millainen heidän suhteensa 1960-luvun radikalismiin on. (Purhonen 2007, 88–89.)

Vaikka suomalainen sukupolvitutkimus keskittyykin paljon suuriin ikäluokkiin, on muunkinlaisia sukupolvijaotteluja suomalaisille ehdotettu. Esimerkiksi Roos jakoi 1980-luvulla elämäkertaa-aineistojen pohjalta suomalaiset sodan ja puutteen sukupolveen (noin 1900–1925 syntyneet), jälleenrakennuksen sukupolveen (noin 1925–1939 syntyneet), suuren murroksen sukupolveen (1940-luvulla syntyneet) ja lähiösukupolveen (1950-luvulla syntyneet) (Purhonen 2008, 17; Roos 1987, 53–56). Myös käsitettä hyvinvoinnin sukupolvi on ehdotettu 1960-luvun puolivälin tienoilla ja sen jälkeen syntyneille ikäluokille, ja 1980- ja 1990-luvuilla voidaan nähdä syntyneen yksilöllisen valinnan sukupolvi (Hoikkala & Paju 2008). Näissä sukupolvimääritelmässä ei kuitenkaan ole välttämättä kyse mannheimilaisista sukupolvista, vaan enemmänkin kohorteista, jotka ovat kasvaneet ja eläneet erilaisessa yhteiskunnassa kuin aiemmat ja myöhemmät kohortit (Purhonen 2008, 20).

Sukupolvista puhuttaessa on huomattava, että ne ovat paitsi aika- myös paikkasidonnaisia, sillä yhteiskunnalliset muutokset ja historialliset käännekohtat eivät suinkaan ole tapahtuneet kaikkialla samalla tavalla tai samanaikaisesti. Suomalaiset ja ulkomaiset sukupolvimääritteet sopivat yhteen vain joiltakin osin. Lähes joka puolella maailmaa syntyi toisen maailmansodan jälkeen aiempaa suurempia kohortteja, joita kutsutaan englanniksi usein ”baby boomer” -sukupolveksi. On kuitenkin huomattavia eroja siinä, minä vuosina suuret ikäluokat ovat missäkin syntyneet ja kuinka suuri on näiden ikäluokkien kokoero

vanhempiin ja nuorempiin kohortteihin nähden. Kaikkialla sodan jälkeiset suuret ikäluokat eivät myöskään ole samalla tavalla kokemuksellisia sukupolvia kuin Suomessa. (Karisto 2005, 22–23.)

Suomalaiseen keskusteluun ovat rantautuneet myös X-, Y- ja Z-sukupolvien käsitteet. Näistä X-sukupolven katsotaan syntyneen noin 1965–1979, Y-sukupolven noin vuosina 1980–1995 ja Z-sukupolven vuoden 1995 tai 2000 jälkeen. (Puttonen 2012.) Nämä sukupolvet eivät ole ainoastaan suomalaisia, mikä kuvastanee osaltaan globalisaation kiihtymistä viimeisinä vuosikymmeninä. Australialainen Mark McCrindle puhuu jopa ensimmäisistä globaaleista sukupolvista, joita yhdistävät internet ja sen kautta maailmanlaajuisesti leviävät kulttuurintuotteet ja toisaalta samankaltaiset yhteiskunnalliset kehityskulut kaikissa kehittyneissä maissa maanosasta riippumatta (McCrindle 2014, 2–3). Toisaalta nämä sukupolvet eivät ole niinkään kokemuksellisia sukupolvia mannheimilaisittain, vaan monien muiden sukupolvimäärittelyjen tapaan enemmän kohortteja, joiden välille on vedetty häälyviä rajanvetoja yhteiskunnallisten tapahtumien ja olosuhteiden perusteella.

Sukupolviteorioita on myös kritisoitu runsaasti. Vaikka kulttuuriseen sukupolveen kuulumisen edellytyksenä pidetään usein sukupolvitietoisuutta, monet moninaisista sukupolvimääritteistä ovat vain hyvin pienen joukon omakseen tunnistamia (kts. Sarpila 2012). Esimerkiksi Suomessa paljon tutkittujen suurten ikäluokkien tapauksessa on havaittu, että vain noin puolet vuosina 1945–1950 syntyneistä ihmisistä kokee kuuluvansa suuriin ikäluokkiin, ja muiden sukupolvien kohdalla identifioituminen tietyn sukupolven edustajaksi on vieläkin vähäisempää (Purhonen 2007, 82). Toisaalta on keskusteltu myös siitä, onko sukupolvitietoisuus välttämätöntä, vai voivatko sukupolvet muodostaa merkityksellisiä ja kulttuurisesti voimallisia kokonaisuuksia myös tutkijoiden ulkoapäin antamina määritteinä. Nuoruuden samankaltaiset olosuhteet ja kokemukset kun voivat muovata ajattelua ja käyttäytymistä myös ilman, että ne synnyttävät varsinaista sukupolvitietoisuutta. Sukupolvi voi näkyä habituksessa musiikkimausta yhteiskunnallisiin asenteisiin, vaikka sukupolveen perustuvaa tietoista yhteenkuuluvuutta ei tunnettaisikaan (kts. Rahkonen 2012, 267). Usein tutkimuksessa puhutaankin kohorteista sukupolvina termejä sen kummemmin erottelematta tai problematisoimatta. Yleisen määrittelyn mukaan sukupolvitietoisuuden puuttuessa puhutaan kuitenkin sukupolvien sijaan kohorteista (Alwin & McCammon 2003, 26–27), ja tätä määritelmää käytän myös tässä tutkielmassa.

Lisäksi sukupolvitutkimusta on kritisoitu siitä, että se antaa liian suuren painoarvon juuri nuoruuden kokemuksille, jolloin myöhäisemmän elämän kokemusten muutosvoimaa aliarvioidaan. Esimerkiksi Järvensivu esittää, että sukupolvitutkimus olisi jossain määrin sivuuttanut uudet psykologiset tutkimustulokset, jotka näyttävät, että ihmisen aivot muovautuvat koko elämänkaaren ajan. Hänen mukaansa on jääty liiaksikin kiinni vanhaan käsitykseen nuoruudessa muodostetun maailmankuvan pysyvyydestä. Silti hän-

kin myöntää, että nuoruusvuodet nähdään nykypsykologiassakin usein identiteetin muodostamisen kannalta tärkeinä vuosina (Järvensivu 2014, 29–30.) Nuoruuden merkitys saattaa olla myös osin kulttuurisidonnainen, ja liittyä länsimaiseen pitkään, suhteellisen vapaaseen nuoruuteen, jolloin tärkeitä elämänvalintoja usein tehdään. Tällöin monet elämän käännekohdista sijoittuvat nuoruusvuosiin, mikä voidaan nähdä jonkinasteisena todisteena nuoruuden merkittävyyden puolesta. (Alwin & McCammon 2003, 35–36.) Nuoruuden olosuhteiden vaikutuksesta myöhempiin asenteisiin on myös olemassa jonkinlaista empiiristä näyttöä (esim. Twenge & Kasser 2013).

Toinen tärkeä kysymys sukupolvi- ja kohorttitutkimuksen kannalta on se, säilyvätkö nuoruudessa luodut asenteet ja identiteetit läpi elämän. Näyttää siltä, että asenteiden säilyminen nuoruudesta eteenpäin riippuu paljon siitä, mistä asenteista puhutaan. Identiteetin kannalta keskeiset asenteet, kuten perustavanlaatuiset arvot, säilyvät kenties paremmin, kun taas identiteetin kannalta vähemmän merkityksellisiä arvoja ja asenteita saatetaan muuttaa myöhemminkin. (Alwin & McCammon 2003, 39.)

Lähden tässä tutkielmassa liikkeelle siitä oletuksesta, että nuoruus muovaa ihmisten asenteita jossain määrin, mutta ei sulje myöhempien tapahtumien vaikutuksia pois laskuista. Päinvastoin, pitkittäisaineisto antaa mahdollisuuden tarkastella kohorttien sisäisiä muutoksia niiden välisien erojen lisäksi.

Tässä tutkielmassa tarkastelen pääasiassa syntymävuosiin perustuvia kohortteja, ja vähemmälle huomiolle jäävät varsinaiset kokemukselliset sukupolvet. En muodosta tarkasteluuni kohortteja minkään teoreettisten olettamusten tai viitekehysten mukaan. Tarkasteluani ohjaa kuitenkin ymmärrys siitä, että eri aikoina syntyneet ovat syntyneet ja kasvaneet erilaiseen maailmaan, minkä oletan jossakin määrin vaikuttaneen heidän kokemuksiinsa myös vastuullisesta kulutuksesta. Kohorttien välillä ovat erot saattavat juontua esimerkiksi nuoruuden erilaisista kasvuolosuhteista ja aatemaailmoista, vaikka nämä kokemukset eivät olisikaan niin voimakkaita tai syvälle identiteettiin ulottuvia, että niiden pohjalta voitaisiin katsoa muodostuneen mannheimilaisia kulttuurisia sukupolvia.

### 3.2 Kohorttitutkimus

Kulutuksen on todettu muuttuvan iän ja elämänvaiheen mukaan (esim. Kuoppamäki, Wilska & Taipale 2017). Kulutuksen määrä ja laatu ovat riippuvaisia paitsi tuloista, myös esimerkiksi perhevaiheesta ja iästä. Samoin kulutusasenteisiin iällä on havaittu olevan suurikin vaikutus. Nuoremmat näyttävät olevan esimerkiksi vanhempia ihmisiä hedonistisempia ja kulutuskeskeisempiä, sekä elävän vähemmän säästäväisesti (Wilska ym. 2013, 15–17). Toisaalta nuoret taas tekevät vanhempia enemmän tietoisia vastuullisia kulutusvalintoja (Kujanen, Räsänen & Sarpila 2014, 11), mikä viittaa siihen, että eri ikäiset kokevat vastuullisen kulutuksen eri tavoin.

Kohorttinäkökulma tarjoaa hieman toisenlaisen lähtökohdan kulutusasenteiden tutkimukseen. Kuten edellä avasin, viitataan kohortilla samoihin aikoihin syntyneiden ihmisten muodostamiin ryhmiin. Kohorttivaikutukset kulutukseen tarkoittaisivat, että tietynlainen suhtautuminen kulutukseen tai kulutuskäytännöt seuraisivat tiettyinä aikoina syntyneitä ihmisiä läpi elämän, yli iän ja elämänkaaren (Toivonen 2000, 50). Arkikokemus jossakin määrin tukee kohorttiajattelua: tuntuu lähes itsestään selvältä, että nykyisillä eläkeläisillä on ja on aina ollutkin jossakin määrin erilaiset arvot kuin nyt täysi-ikäisiksi tulevilla kohortilla. Kohorttinäkökulma on kuitenkin jäänyt kulutustutkimuksen parissa suhteellisen vähälle huomiolle, eikä tiedetä kovinkaan tarkkaan, seuraavatko eri-ikäisillä havaitut, toisistaan poikkeavat asenteet todellakin yli ajan, vai johtuvatko havaitut erot kohortin sijaan iästä.

Kohorttivaikutusten ajatellaan syntyvän samaan tapaan kuin varsinaiset sukupolvivaikutukset, eli samaan aikaan ja samojen yhteiskunnallisten olosuhteiden vallitessa varttuminen muovaisi samoihin aikoihin syntyneiden ajatusmalleista toistensa kaltaisia (Alwin & McCammon 2003, 26–27). Kohorttivaikutuksista huolimatta on selvää, että myös mittausajankohdalla ja sen yhteiskunnallisella ilmapiirillä on vaikutusta ihmisten asenteisiin. On kuitenkin mahdollista, että esimerkiksi nuoruuden kokemukset saavat eri kohortteihin kuuluvat ihmiset reagoimaan asenneilmapiiriin ja julkisen keskustelun muutoksiin eri tavoin, omista lähtökohdistaan käsin. Näin kohorttivaikutukset voivat säilyä, vaikka kohorttien asenteet ajan myötä muuttuisivatkin.

Yksi kohorttitutkimuksen haasteista on sen erottaminen, milloin jokin havaittu ilmiö johtuu aidosti kohorttivaikutuksesta, ja milloin ikä ja mittausajankohta aiheuttavat suuremman osan havaitusta muutoksesta. Koska ikä, kohortti ja ajankohta korreloivat keskenään täydellisesti, ei niiden vaikutuksia ole mahdollista erottaa toisistaan tilastollisin menetelmin. Siitä huolimatta ongelman ratkaisuksi on kehitelty erilaisia tilastollisia menetelmiä, joilla voisi olla mahdollista arvioida näiden muuttujien vaikutuksen suuruutta. Nämä menetelmät eivät kuitenkaan anna aina kovin luotettavia tuloksia ainakaan, jos niitä käytetään ilman teoreettisia taustaoletuksia. Siksi ainoa tapa erottaa näiden kolmen vaikutus toisistaan jokseenkin luotettavasti onkin perustella johtopäätöksensä teoreettisesti, esimerkiksi sulkemalla jonkun muuttujan vaikutus teoreettisen perusteen kokonaan pois tai esittämällä vahvoja perusteita jonkin muuttujan vaikutuksen puolesta. (Glenn 2005.)

Toisaalta voidaan kysyä, kuinka tärkeää kaikkien kolmen muuttujan erottaminen toisistaan aina on. Kohortit, kuten sukupolvetkin, ovat olemassa vain tietyssä ajassa, jolloin voi olla jopa mieletöntä kysyä, johtuvatko vaikkapa nykyisten 20-vuotiaiden asenteet heidän nuoresta iästään vai nykyajasta, joka vaikuttaa asenteisiin, koska todellisuus lienee aina yhdistelmä näitä kahta. Kohorttien näkeminen tiukasti ajastaan erottamattomina voi toisaalta tarkoittaa sitä, että kohorttien ja sukupolvien ominaisuuksiksi yhtenä tutkimusketkenä määrittävät asiat eivät pysykään yli ajan, koska elämäntilanteen ja iän muutokset

tulevat väliin. (Järvensivu 2014, 22–24.) Toisaalta muuttuvatkin kohortit saattavat säilyttää eronsa muihin kohortteihin verrattuna, sillä lopulta kaikki kohortit ovat jatkuvan muutoksen tilassa.

Sukupolvi- ja kohorttitutkimusta tehdään usein käytännössä poikkileikkausaineistoilla, jolloin ainoa sukupolvea kuvaava muuttuja on ikä. Esimerkiksi Juho Rahkonen on esittänyt, että ikä tai ikäluokka on käytännössä survey-tutkimuksissa sukupolven operationalisointi, ja tällä perusteella pitänyt sukupolvea yhtenä merkittävimpinä asenteisiin vaikuttavista muuttujista (Rahkonen 2012, 266). Sukupolvi- tai kohorttivaikutuksia suoraan ikätarkasteluista ovat päätelleen monet muutkin (kts. esim. Egri & Ralston 2004; Rani & Samuel 2016). Tällainen tarkastelu ei kuitenkaan kerro luotettavasti kohorttien välisistä eroista, sillä, kuten jo todettu, kohortista riippumatta ihmisten asenteet usein muuttuvat iän ja elämänvaiheiden mukana. Iän aiheuttama vaihtelu on väestötasolla toki merkittävää, mutta ei samalla tavalla yhteiskunnallisen muutoksen moottori kuin aidot kohorttivaikutukset, joihin kohorttien ikääntyminen ei samalla tavalla vaikuta.

Omassa tutkielmassani pyrin huomioimaan tämän, ja lähestyn kohorttivaikutuksia tarkastelemalla ajallista muutosta. Tämän mahdollistaa käytössäni oleva pitkittäisaineisto, josta on mahdollista muodostaa niin kutsuttu kvasipaneeliaineisto. Kvasipaneeliaineistossa eri mittauskerroilla mukana ovat eri ihmiset, mutta perinteisen paneeliaineiston tapaan se mahdollistaa eri kohorttien seuraamisen ajassa (Tietoarkisto). Näin pystytään ainakin jossakin määrin kontrolloimaan ikääntymisen ja ajankohtavaihtelun tuottamia eroja kohorttivaihteluun.

Kun tutkitaan eri kohorttien välisiä eroavaisuuksia, on otettava huomioon myös se, että kohortit eroavat toisistaan joillakin keskeisillä demografisilla muuttujilla tarkasteltuna. Vanhemmat kohortit ovat esimerkiksi matalammin koulutettuja nuorempiin verrattuna. Suomalaisten koulutustaso on noussut aina 1970-luvulla syntyneeseen kohorttiin asti, mutta sitä nuoremmat kohortit eivät näytä enää jatkavan koulutustason nousua, vaan korkeasti koulutettujen määrä on sen sijaan vähentynyt hitaasti. (Kalenius 2018.) Mahdollisia syitä tälle kehitykselle voidaan hakea esimerkiksi maiden välisestä muuttoliikkeestä, jonka vuoksi entistä suurempi osa nuorista, korkeasti koulutetuista suomalaisista muuttaa ulkomaille. Lisäksi Suomessa on joitakin puutteita maahanmuuttajien koulutustason tilastoinnissa, mikä voi myös vääristää tilastoa hieman. Tämän lisäksi korkeakoulutus myös suoritetaan entistä vanhempana, mikä osaltaan laskee nuorten, alle 30-vuotiaiden tilastoitua koulutustasoa. (Myrskylä 2017.) Koska koulutus on yksi merkittävimmin vastuullisiin kulutusasenteisiin vaikuttavista muuttujista (esim. Kujanen ym. 2014), täytyy nuorempien korkeampi koulutusaste ottaa huomioon eri kohorttien asenteiden eroja tulkittaessa.

Tulotaso vaihtelee vielä koulutustakin voimakkaammin iän ja elämänvaiheen mukaan. Nuorilla tulot ovat luonnollisesti matalammat, ja huippunsa suomalaisten tulokehitys saa-

vuttaa 45 ikävuoden jälkeen, kunnes eläkkeelle jäädessä tulot luonnollisesti jälleen pienenevät. Kohorttien välinen eroavaisuus näkyy siinä, että nuoremmat ikäluokat, noin 1980-luvulla syntyneistä alkaen, eivät näytä saavuttavan nuoruudessaan vanhempien ikäluokkien nuoruutta vastaavia tuloja, vaikka iän myötä heidän tulonsa nousevatkin muiden kohorttien tasolle. (SVT 2018.) Trendi liittyy osaltaan pidentyneisiin koulutuspolkuihin, joiden myötä täysipäiväisesti työelämään siirrytään yhä vanhempina (kts. esim. Myrskylä 2017).

Myös kaupunki- ja maaseutuasuminen tuottaa eroja eri kohorttien välille. Suurten ikäluokkien nuoruudessa Suomi on ollut kaupungistumisen kiihtymisen vaiheessa, ja siitä lähtien varsinkin opiskelijoiden muutto pois kotipaikkakunniltaan suuriin kaupunkeihin on kiihtynyt. Nykyisin maaseudulla asuukin suhteessa enemmän vanhempaa väestöä, kun taas nuoret ja työikäiset keskittyvät enemmän kaupunkeihin. (Huovari & Volk 2004; Palttila & Niemi 2003.) Kun tulkitaan maaseudun ja kaupunkien välisiä eroja asenteissa, on niiden erilainen väestörakenne otettava huomioon.

### 3.3 Kulutustottumusten muutoksista

Kuten luvussa 2 kuvasin, on yhteiskunnallinen ilmapiiri ympäristökysymysten ja kulutuksen ympärillä muuttunut monilla merkittävillä tavoilla viimeisten noin 70 vuoden aikana. Tähän aikaikkunaan mahtuvat myös tutkimieni kohorttien mahdolliset vastuullista kulutusta muovanneet sukupolvikokemukset. Aloitan kokoamalla seuraavaan lyhyesti tutkimiini kohortteihin mahdollisesti vaikuttaneita merkittäviä yhteiskunnallisia muutoksia ja kokemuksia. Sen jälkeen avaan vielä lyhyesti laajempaa yhteiskunnallista muutosta ja empiirisiä tutkimustuloksia eri kohorttien asenteiden eroista.

Vanhin tutkimistani kohorteista on syntynyt 1940-luvulla. He elivät nuoruutensa ja osin aikuistuiivat Suomessa, jossa elintaso oli vielä suhteellisen matala, vaikka kaupungistuminen olikin jo vauhdissa (Heinonen 2005, 57). Heidän nuoruudessaan kulutuksessa painotettiin säästäväisyyttä ja vaatimattomuutta (Heinonen 1998, 377–380), mikä saattaa näkyä heidän myöhemmässäkään suhtautumisessaan kulutukseen. Toisaalta 1940-luvulla syntyneet kuuluvat jo osin niin kutsuttuihin suuriin ikäluokkiin, joiden suureksi sukupolvikokemukseksi voidaan laskea 1960- ja 1970-lukujen yliopistoaktivismi ja siihen liitetty radikalismi (Purhonen 2007, 88–89). Jo 1940-luvulla syntyneiden voidaan nähdä kasvaneen vaurastuvassa, elintasoa jatkuvasti kasvattavassa Suomessa, jossa materiaalinen runsaus on koko ajan lisääntynyt (Räsänen 2004, 201). Heidän nuoruudessaan luonnon-suojelu oli vielä kaukana nykyisistä muodoistaan, eikä laajoja keskusteluja esimerkiksi saasteista juuri käyty ennen 1960-lukua (Rannikko 1994, 12).

1950-luvulla syntynyt kohortti on niin ikään kasvanut koko ajan runsastuvassa tavaramaailmassa ja vaurastuvassa Suomessa (Räsänen 2004, 201). Heidän nuoruudessaan uudet teknologiset laitteet ovat tulvineet markkinoille, ja niukkuuden kulutuseetiikka on jos osin muuttunut keskiluokkaiseksi kulutuseetokseksi, jossa myös kulutuksen tuomaan nautintoon suhtauduttiin entistä sallivammin (Autio 2019). Heidän nuoruudessaan ympäristönsuojelu on jo ollut aktiivisesti yhteiskunnallisessa keskustelussa Suomessa, eikä siinä keskitytty enää vain ihmisten kannalta kiinnostavien luonnonkohteiden suojeluun, vaan ympäristön tilan vaaliminen laajemmin alkoi nousta tärkeämmäksi (Rannikko 1994, 12; Järvikoski 1991, 153–157).

1960-luvulla syntyneiden voi jo nähdä aikuistuneen hyvinvoinnin Suomessa, jossa kulutus ei ole enää ollut vain niukkuuden ja selviytymisen sanelemaa. He ovat suurelta osin aikuistuneet 1980-luvun entistä yksilöllisemmän kulutuksen keskellä. (Heinonen 2005, 63; Autio 2019, 215–216.) Heidän nuoruudessaan ympäristönsuojelu on myös muuttunut entistä poliittisemmäksi. Toisaalta aktivismin ja kansalaisuuden välinen side on lujittunut, ja toisaalta ympäristöasiat ovat tulleet näkyvästi puoluepolitiikkaan Vihreiden myötä 1980 (Järvikoski 1991, 166–170). Heidän aikuistuessaan Suomessa vallitsivat melko tiukatkin ympäristöasenteet (Tulokas 1990, 10). Heille myös vastuullinen kuluttaminen saattaa olla jo nuoruusvuosilta tuttua (Rannikko 1994, 14).

1970-luvulla kasvaneet puolestaan ovat suurelta osin aikuistuneet 1990-luvun syvän laman keskellä, mikä lienee vaikuttanut myös heidän kokemukseensa kulutuksesta. Toisaalta samaan aikaan myös teknologiavälitteisyys ja erilaisten laitteiden runsaus on koko ajan lisääntynyt. (Autio 2019, 217; Heinonen 2005, 65–67.) Heidänkin nuoruudessaan Suomessa vallitsivat hyvin ympäristömyönteiset asenteet (Väliverronen 1996, 36–37), vaikka 1990-luvun lama joskus ajoikin julkisessa keskustelussa ympäristönsuojelun edelle (Berninger ym. 1996, 4).

Nuorin tutkimani kohortti ovat 1980-luvulla syntyneet. He ovat kasvaneet jo kiivaasti verkkomaailmaan siirtyvässä yhteiskunnassa, jossa teknologiavälitteisyys on kasvanut. Lisäksi heidän koko nuoruutensa Suomea voi jo kuvailla runsauden ja hyvinvoinnin yhteiskunnaksi, jossa tavaramaailma on ollut runsasta ja yhä kasvavaa sekä kansainvälistyvää. (Autio 2019, 221–223.) Heille ilmastonmuutos ja siihen liittyvä keskustelu on tuttua jo nuoruusvuosilta.

Inglehart on monissa tutkimuksissaan tuonut esiin näkemystä siitä, että yhteiskunnassa vallalla olevat arvot muuttuvat syntymäkohorttien vaihtuessa. Hän korostaa erilaisten kasvuolosuhteiden vaikutuksia siihen, millaisiksi eri kohorttien arvopohja muodostuu. Kasvatuksen lisäksi esimerkiksi taloudellisilla suhdanteilla, sodilla tai yhteiskunnan rakenteellisilla muutoksilla on vaikutusta siihen, millaisena nuoret milloinkin oppivat maailman ja oman kulttuurinsa hahmottamaan. Hänen ydinteesinsä on, että taloudellisen turvallisuuden ja hyvinvoinnin lisääntyessä arvot muuttuvat post-materialistisiksi, eli hyvin-

vointiin ja esimerkiksi estetiikkaan kiinnitetään entistä enemmän huomiota. Kun selviytymisen puolesta ei enää tarvitse pelätä, on yhteiskunnassa ikään kuin enemmän varaa panostaa selviytymisen kannalta vähemmän kriittisiin asioihin. (Inglehart 1990, 3–4.)

Inglehart on esittänyt myös todisteita siitä, että nuoremmat kohortit ovat yhä post-materialistisempia arvoiltaan. Hänen mukaansa näyttää selvältä, että kyse ei ole vain iän vaikutuksesta arvoihin, sillä erot eivät tasaannu iän myötä, vaan kyse olisi nimenomaan aidoista kohorttivaikutuksista. (Inglehart 2007, 229–230). Toisaalta Inglehartin teoriaa on myös kritisoitu runsaasti. On muun muassa esitetty, etteivät Inglehartin tulokset olisi samanlaisia eri maissa, vaan kohorttien eroavaisuudet post-materiaalisten arvojen suhteen rajoittuisivat tiettyihin maihin (Marks 1997, 53; Tranter & Western 2003). Myös Inglehartin käyttämää metodologiaa arvojen mittaamiseksi on kyseenalaistettu (Copeland 2014, 259). Joillakin mittareilla post-materialististen arvojen lisääntymistä esimerkiksi Suomen maaseudulla ei ole havaittu (Helkama 2002, 21). Kritiikistä huolimatta post-materialismi on paljon käytetty arvomittari ja Inglehartin teoria yhteiskuntien muutoksesta post-materialistisemmiksi on yhä vaikutusvaltainen yhteiskuntatutkimuksen piirissä.

On tutkimustuloksia, joiden mukaan ympäristövastuulliset asenteet ja halu toimia ympäristön puolesta eivät suinkaan kasvaksi yhteiskunnallisen hyvinvoinnin lisääntyessä, kuten Inglehartin post-materialismin tulkinnasta voisi ajatella. Sen sijaan näyttää siltä, että ympäristön tilasta koetaan huolta maan materiaalisen hyvinvoinnin tasosta riippumatta. (Mostafa 2011; Dunlap & York 2008.) Toisaalta on tutkimusnäyttöä siitä, että post-materialistisen arvopohjan omaavat ihmiset olisivat materialistisia ihmisiä halukkaampia boikotoimaan, ja heidän boikotointipäätökseensä vaikuttaisi materialisteja enemmän sosiaalinen ympäristö ja siitä tuleva paine (Delistavrou, Krystallis & Tilikidou 2020, 1132–1133). Joissakin tutkimuksissa ympäristön suojelun arvostus myös nousee yhteiskunnan hyvinvoinnin noustessa (Gugushvili 2021). Gökşen, Adaman ja Zenginobuz esittävät, että paikallisten ja globaalien ympäristöhuolien suhteen olisi eroja. Heidän aineistossaan näyttää siltä, että materialistiset arvot ovat yhteydessä huoleen paikallisista ympäristöongelmista, kun taas globaalien ympäristöongelmien suhteen post-materialistiset arvot ovat yhteydessä suurempaan huoleen. (Gökşen, Adaman ja Zenginobuz 2002.)

Kun tarkastellaan maantieteellisten erojen sijaan ajallista muutosta, on vaikeampi suoraan vertailla arvojen ja kulutuskäytöksen välistä yhteyttä. Jotakin voidaan kuitenkin sanoa yleisistä kehityslinjoista. Post-materialismin päätteisiä tukee muun muassa havainto siitä, että boikotoiminen oli eräissä vauraissa länsimaissa kolme kertaa todennäköisempää vuonna 2000 kuin 1973, vaikkakin 2000-luvulla boikotointi ei enää lisääntynyt. Reilun kaupan ja luomutuotteiden myynti on kuitenkin moninkertaistunut 2000-luvulla. (Stolle & Micheletti 2013, 49–55.)

Twenge & Kasser (2013) tutkivat noin kolmekymmentä vuotta kattavalla pitkäikäisaineistolla yhdysvaltalaisia nuoria ja heidän materialistisia arvojaan. Heidän aineistossaan



näyttää siltä, että sukupolvi X oli tutkituista sukupolvista materiaalisin, jopa materialistisempi kuin sitä nuorempi milleniaalisukupolvi. He yhdistivät nuorten materiaalisuuden mitattuun tasoon tietoja yhteiskunnan materialistisuuden tasosta, kuten taloussuhdanteista ja mainonnan laajuudesta nuorten lapsuudessa, varhaisuudessa ja mittaushetkellä. Tarkastelun perusteella lapsuuden ja varhaisen nuoruuden yhteiskunnallisilla ja taloudellisilla olosuhteilla oli merkitystä nuorten materiaalisuuden tasoon mittaushetken olosuhteista huolimatta, mikä viittaisi jonkinasteisiin kohorttivaikutuksiin. (Twenge & Kasser 2013.)

Toisaalta niin ikään Yhdysvalloissa tehdyssä, nuorten yhteiskunnallista osallistumista tutkivassa tutkimuksessa milleniaalien havaittiin olevan kaikista haluttomimpia toimimaan ympäristön hyväksi. Tutkimuksen mukaan nuorten halukkuus ympäristön puolesta toimimiseen olisi laskenut lineaarisesti ajan myötä, minkä tulkitaan johtuvan kohorttivaikutuksista. (Twenge, Campbell & Freeman 2012.) Myös Carr, Gotlieb, Lee & Shah (2012) tulevat kohorttitarkastelussaan siihen tulokseen, että milleniaalit ovat kulutuskeskeisimpiä ja vähiten kulutuksen eettisyydestä huolissaan, kun taas heidän tarkastelussaan mukana olleista kohorteista vanhin, niin kutsuttu ”baby boomers” -sukupolvi, olisi kaikista vastuullisin. Heidän aineistonsa perusteella sukupolvien väliset erot näyttäisivät pysyvän melko samansuuruisina kaikkia sukupolvia koskevista ajallisista muutoksista huolimatta. (Carr, Gotlieb, Lee & Shah 2012.)

## 4 YMPÄRISTÖVASTUULLINEN KULUTUS

### 4.1 Mitä vastuullinen kulutus on?

Vastuullinen kulutus on kattokäsite, joka kattaa niin ympäristöystävällisen, sosiaalisesti vastuullisen kuin poliittisenkin kulutuksen (Haanpää 2009, 69). Varsinkin englanninkielisessä kirjallisuudessa käytetään paljon termiä eettinen kulutus, joka määritellään samalla tavoin ympäristöystävällisen, sosiaalisesti vastuullisen ja poliittisen kulutuksen yläkäsitteeksi (Littler 2011, 1). Terminä vastuullisen kulutuksen voidaan nähdä korostavan kuluttajan vapauden vastapainona syntyvää vastuuta omasta kulutuksestaan, kun taas eettinen kulutus korostaa hieman enemmän eettisiä pohdintoja ja laajempia moraalisia kokonaisuuksia kulutusvalintojen taustalla (Haanpää 2009, 68–69). Tässä tutkielmassa keskeisin käsite on ympäristövastuullinen kulutus, jolla viitataan kulutusvalintoihin, joiden avulla pyritään kantamaan vastuuta oman kulutuksen ympäristövaikutuksista, eli kuluttamaan ympäristöystävällisemmin. Sen rinnalla kulkee myös eettisen kulutuksen käsite, joka kuvaa kokolailalla samoja ilmiöitä, joskin hieman ympäristöajattelua laajemmin. Eettisessä kulutuksessa otetaan usein ympäristövastuullisuuden lisäksi huomioon myös sosiaalisen vastuullisuuden näkökulmia (Haanpää 2009, 69).

Vastuullisen ja eettisen kulutuksen käytännöt, asenteiden tuottamat toimintatavat, ovat hyvin moninaisia. Gulyás (2008) jakaa eettisen kulutuksen käytännöt kuuteen luokkaan. Hänen mukaansa eettistä kulutusta on kuluttamatta jättäminen, eettisesti perusteltu säännöllinen ostaminen, boikotointi, tuotteiden käyttö, hävittäminen tai käytön jälkeinen uudelleensijoittaminen sekä ”buycott” eli postiviinen boikotointi, jolla tarkoitetaan vastuullisten tuotteiden ostamista niiden tuotannon tukemiseksi. (Gulyás 2008, 30.) Nämä käytännöt ovat periaatteiltaan samoja, liittyy kulutusta ohjaava eettinen arvo sitten sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen tai ekologiseen kestävyYTEEN.

Vastuullinen kulutus voidaan määrittellä myös kulutusfilosofiaksi, joka viittaa siihen, miten kuluttajat ottavat omat arvonsa ja huolensa huomioon kulutusvalintoja tehdessään (Tamás & Nistor 2016, 67). Näin vastuullinen kulutus ei määriTY vain tiettyjen kulutushyödykkeiden suosimiseksi tai tietynlaisiksi kulutuskäytännöiksi, vaan sen määrittely, millainen kulutus lopulta on vastuullista tai eettisesti oikein, jää ikään kuin kuluttajan itsensä tehtäväksi. Tällöin huomio siirtyy kuluttajan omaan kokemukseen siitä, mikä ylipäätään on vastuullista ja millä tavoin vastuullisuus motivoi kulutusta.

Vastuullista ja eettistä kulutusta käsittelevässä kirjallisuudessa puhutaan usein myös poliittisesta kulutuksesta. Termi poliittinen kulutus tarkoittaa usein melko lailla samaa kuin vastuullinen kulutus, mutta viittaa vielä suuremmin yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen kulutuksen avulla. Poliittiseksi ymmärretty kulutus ei ole vain yksilöllinen elämäntapa, vaan sen avulla pyritään vaikuttamaan samantapaisiin asioihin kuin varsinaisesti

poliittisilla keinoilla ja siihen liittyy vielä vastuullista kulutusta vahvemmin myös sosiaalinen ulottuvuus. (Jacobsen 2017, 181–182.) Poliittisella kulutuksella nähdään olevan myös yhteys laajemmin yhteiskunnalliseen osallistumiseen. Poliittista kulutusta voidaan pitää vaihtoehtoisena ja täydentävänä tapana vaikuttaa yhteiskunnallisiin asioihin ilman aktiivista osallistumista varsinaiseen puoluepolitiikkaan. (Atkinson 2015, 2047.)

Vaikka vastuullinen kulutus ja antikonsumerismi eli kulutusvastaisuus ottavat kantaa suurelta osin samoihin ongelmiin, eivät ne kuitenkaan ole sama asia. Usein kulutuksen vähentäminen näyttäytyy yhtenä vastuullisen tai eettisen kulutuksen tapana (esim. Gulyás 2008, 30). Vastuullisen kulutuksen lähtökohtana on kuitenkin usein ajatus siitä, ettei kulutusta tarvitse vähentää minimiin eettisen ja ekologisen kestävyuden saavuttamiseksi, vaan kulutuksen ohjaaminen oikeaan suuntaan riittää (Wilska 2011, 194). Antikonsumerismissa sen sijaan kulutuksen laadullista muuttamista ei nähdä riittävänä päämääränä, vaan keskiössä on liiallisen kulutuksen lopettaminen. Antikonsumerismiin sisältyy myös usein voimakasta kritiikkiä koko kulutuskeskeistä elämäntapaa kohtaan. (Humphery 2009, 3.)

Vaikka esimerkiksi ekologinen kulutus joskus käsitetään ikään kuin omaksi arvokseen, koostuu sekin todellisuudessa monista arvoista. Shaw, McMaster ja Newholm (2016) erottelivat haastatteluiden avulla erilaisia tapoja ”välittää” kulutuksen eettisyydestä, oli se sitten ihmisoikeuskysymys tai ekologisuutta. Heidän aineistostaan nousivat esiin niin velvollisuudentunne ympäristöä kohtaan kuin emotionaalinen kiintymys eläimiin, jotka molemmat saivat aikaan hieman erilaisia, eettiseksi katsottavia asenteita ja kulutuskäyttäytymistä. (Shaw ym. 2016, 262.)

Myös uskonnollisuus ja henkisyys vaikuttavat käsitykseen kulutuksen etiikasta ja eettisen kulutuksen merkityksestä. Esimerkiksi Reilun kaupan on todettu alun perin nojanneen kristillisiin arvoihin, joiden vaikutuksesta liikkeen varhaisessa vaiheessa korostui ajatus hyväntekeväisyydestä ja köyhempien maiden auttamisesta. Samalla eettinen kulutus liitettiin jopa enemmän kuluttajien henkilökohtaiseen moraaliin kuin varsinaisesti muutoksen aikaansaamiseen. (Anderson 2018, 639–640.) On havaittu myös, että henkisyys ja uskonnollisuus saavat ihmiset tuomitsemaan ankarammin kulutukseen ja kaupankäyntiin liittyvää epäeettistä toimintaa. Toisaalta henkisyydellä ei samassa tutkimuksessa havaittu olevan vaikutusta siihen, miten parempiin, eettisiin kulutusvalintoihin suhtaudutaan. (Vitell & King ym. 2016, 155)

Tahto kuluttaa vastuullisemmin voi saada alkunsa ikään kuin kahdesta lähteestä: toisaalta vastuullinen kulutus voi näyttäytyä osana identiteetinrakennusprojektia, mahdollisuutena olla parempi ihminen, ja toisaalta taustalla voi olla aito halu saada muutosta aikaan suurempien kokonaisuuksien, kuten globaalien ympäristön tai muiden, kaukaisempien ihmisten, osalta (Tamás & Nistor 2016, 67). Vastuullinen kulutus voidaankin käsitellä ikään kuin tasapainotteluksi suurten, globaalien huolten, kuten ympäristöongelmien,

ja arkisten, henkilökohtaisempien huolten, kuten hyvän vanhemmuuden, välillä (Pellandini-Simányi 2014, 141–142).

Vastuullista kulutusta pidetään usein altruistisena hyvän tekemisenä, mutta myös vastuulliset ja eettiset kulutuskäytännöt voivat olla (osin) itsekkäitä ja tähdätä oman hyvinvoinnin lisäämiseen. Kate Soper on tuonut keskusteluun käsitteen vaihtoehtoinen hedonismi. Tällä hän viittaa siihen, että kimmokkeet vastuullisempaan kulutukseen eivät aina kumpua toisten ihmisten tai luonnon hätätilasta, vaan pyrkimyksestä (myös) oman elämänlaadun parantamiseen. Myös vastuullinen kuluttaminen voi olla nautinto itsessään. Soperin mukaan eettinen kulutus saakin usein alkunsa siitä omakohtaisesta havainnosta, että nykyinen elämäntapa jatkuvan kasvun, saasteiden ja kiireen keskellä ei tarjoa kaikkia niitä nautintoja, joita yksilöt kaipaavat. Vastuullisten kulutusvalintojen, kuten kulutuksen vähentämisen, avulla voidaan päästä taas käsiksi näihin nautintoihin. (Soper 2007, 210–212.)

Altruismin ja vastuullisen kulutuksen suhdetta on pyritty selvittämään useissa tutkimuksissa, mutta tulokset ovat osin ristiriitaisia. Toisaalta tutkimuksissa on löydetty viitteitä siitä, että altruismi on yhteydessä vastuullisempaan kulutukseen. Altruistisemmat ihmiset ovat muita useammin halukkaita panostamaan esimerkiksi tuotantoeläinten hyvinvointiin rahallisesti (Frey & Pirscher 2018, 12). Toisaalta monissa tutkimuksissa vastuullisen kulutuksen motiivit näyttäisivät usein olevan enemmän henkilökohtaisia, omaan identiteettiin ja hyvinvointiin liittyviä, kuten vastuulliseen kulutukseen liittyvän identiteetin ja sosiaalisen hyväksynnän tavoittelu (ks. Burke, Eckert & Davis 2014, 2252–2253; Davies & Gutche 2016, 1340). Niin sanottua ”todellista altruismia” ja altruismilta näyttävää, omaan kehitykseen tähtäävää kulutusta on käytännössä usein vaikea erottaa toisistaan, ja koko jaon tarpeellisuutta onkin kyseenalaistettu (Scholz & Handelman 2011).

## 4.2 Kenen kulutusasenteet ovat vastuullisia?

Koska vastuullisella kulutuksella pyritään suurimmillaan vastaamaan valtaviin, globaaleihin ongelmiin ja muuttamaan koko länsimaista kulttuuria kulutuksen osalta kestävämpään suuntaan, on tärkeää kysyä myös, ketkä oikein ovat vastuullisia kuluttajia ja kuinka paljon heitä on. Vastuullisten kuluttajien demografioita ja vastuullisten tai eettisten kulutusasenteiden laajuutta onkin tarkasteltu runsaasti kulutusta käsittelevässä tutkimuksessa. Seuraavaksi käyn aiemman kirjallisuuden valossa läpi sitä, mitä vastuullisista kuluttajista tähän mennessä tiedetään. Työni empiirisessä osassa laajennan keskustelua tarkastelemalla kohorttien ja ympäristövastuullisten kulutusasenteiden välistä yhteyttä.

Yleisesti katsoen suomalaisten huoli ympäristön tilasta ja erityisesti ilmastonmuutoksesta on suuri ja ollut kasvussa aivan viime vuosiin saakka. Esimerkiksi Maanpuolustus-tiedotuksen suunnittelukunnan (MTS) kyselyaineistossa ilmastonmuutos näyttäytyi jopa

Suomen suurimpana turvallisuushkana vuonna 2018 (MTS 2018, 23). Myös nuorisobarometrin valossa ilmastonmuutos näyttäytyi nuorille kysytyistä tekijöistä suurimpana huolen ja epävarmuuden lähteenä (Piispa & Myllyniemi 2019, 64). Vuoden 2018 jälkeen ilmastonmuutoksen aiheuttama huoli näyttää kuitenkin kääntyneen laskuun. Vuonna 2019 MTS:n kyselyssä ilmastonmuutoksesta tunnettu huoli oli pudonnut merkittävästi, eikä se enää yltänyt koettujen turvallisuushkien kärkeen (MTS 2020, 26). Myös EVAn Arvo- ja asennetutkimuksen valossa näyttää siltä, että ilmaston lämpenemisestä koettu huoli on vähentynyt merkittävästi vuodesta 2018 vuoteen 2020. Siinä missä vuonna 2018 ilmaston lämpenemistä piti uhkana yli kolme neljänestä, on osuus laskenut kahteen kolmannekseen vuonna 2020. Muutokseen saattaa vaikuttaa esimerkiksi kasvanut huoli talouden tilasta (Metelinen 2020, 3–5.)

Vastuullista tai eettistä kulutusta pidetään kuitenkin usein marginaali-ilmiönä, ja sellaisena sen vaikuttavuutta onkin kyseenalaistettu. Toiset tutkijat pitävät eettistä kuluttajaa jopa myyttisenä hahmona, jolla ei ole suoraa vastinetta todellisuudessa (Devinney, Augert & Eckhardt 2010). Vaikka vastuullisen kuluttajan olemassaolo tunnustettaisiinkin, pidetään vastuullisia kuluttajia usein pienenä, omistautuneena ryhmänä (Soper 2008, 571). Toisaalta ympäristövastuullisuus ei ole joko-tai-ilmiö, vaan ympäristövastuullisuus voi näkyä yksilöiden arkisissa käytännöissä kattavasti tai vain satunnaisesti. Ihmisten voidaankin dikotomisena vastuullinen/vastuuton -jaottelun sijaan nähdä sijoittuvan eri kohtiin vastuullisuuden vallitsevuutta mittaavaa janaa: toiset eivät välitä vastuullisuudesta lainkaan, toiset ovat vastuullisia vain pienissä ja helpoissa asioissa, kun taas toiset näkevät huomattavan paljon vaivaa voidakseen toimia niin vastuullisesti kuin mahdollista. Näyttää siltä, että suuri osa väestöstä sijoittuu tämän janan keskipaikoille, eli tekee vastuullisia valintoja silloin, kun siitä ei koidu itselle tai lähipiirille juurikaan haittaa tai vaivaa (esim. Autio & Heinonen 2004, 149). Tässä mielessä ei olekaan järkevää yrittää lähteä määrittelemään kovinkaan tarkkaan, kuinka suuri osa ihmisistä on tai ei ole vastuullisia kuluttajia, vaan sen sijaan tarkastella väestöryhmien välisiä eroja ja suhteellisia muutoksia asenteissa, kuten tässä tutkielmassakin tehdään.

Suomalaisten osalta on näyttöä siitä, että suurin osa on huolissaan ympäristön tilasta ja näkee kulutuksen vastuullisuuden tärkeänä kysymyksenä (MTS 2020, 26; Uusitalo & Oksanen 2004, 218). Näyttää myös siltä, että kulutuksen ympäristövaikutukset ovat suomalaisille sosiaalista vastuullisuutta tärkeämpiä, ja käsitykset vastuullisesta kulutuksesta painottuvat nimenomaan ympäristövastuullisuuteen sosiaalisen vastuullisuuden jäädessä pienempään rooliin. Kaikista yleisimmin suomalaiset käsittävät vastuullisen kulutuksen olevan kulutuksen vähentämistä ja välttämättömyyksissä pidättäytymistä. (Nyrhinen & Wilska 2012, 31.) Myös esimerkiksi kotimaisten tuotteiden suosiminen, kierrättäminen ja kasvisruokailu näyttäytyvät suomalaisille vastuullisina valintoina (Autio & Heinonen 2004, 145–146; Kukkonen 2017; Nyrhinen & Wilska 2012, 31). Vastuullisesti tuotettujen

tuotteiden ostaminen sen sijaan näyttää asennetutkimusten valossa olevan suhteessa harvinaisempi tapa toimia vastuullisena kuluttajana (Wilska ym. 2013, 18–19).

Kenelle vastuullinen kulutus sitten on tärkeää? Tähän kysymykseen on helppointa läheteä vastaamaan tarkastelemalla demografisia taustamuuttujia ja niiden yhteyttä vastuullisiin kulutusasenteisiin. Kenties kaikista johdonmukaisimmin eri tutkimuksissa esiin noussut havainto on se, että vastuullinen kulutus on sukupuolittunutta niin, että naiset ovat asenteiltaan miehiä vastuullisempia (Papaoikonomou, Ryan & Valverde 2011, 200). Myös suomalaisissa tutkimuksissa on havaittu, että naiset ovat miehiä useammin valmiita vähentämään kulutustaan, luopumaan jostakin ympäristösyistä ja maksamaan vastuullisesti tuotetuista tuotteista enemmän (Nyrhinen & Wilska 2012.) Jo nuorten poikien on todettu näkevän tyttöjä useammin vastuullinen kulutus omaa valinnanvapautta rajoittavana asiana, joka vaatii heiltä uhrauksia (Autio & Heinonen 2004, 146). Myös käytännön kulutusvalinnoissaan naiset vaikuttavat miehiä vastuullisemmilta (Wilska ym. 2013, 18–19).

Toinen johdonmukaisesti niin kansainvälisessä kuin suomalaisessakin tutkimuksessa esiin noussut vastuullisen kuluttajan piirre on korkea koulutus. Korkeammin koulutetut näyttävät olevan useammin huolissaan ympäristöstä ja myös käyttäytyvän ympäristö vastuullisemmin (Diamantopoulos, Schlegelmilch, Sinkovics & Bohlen 2003, 472; Kujanen ym. 2014, 11; Kukkonen 2017, 62). Toisaalta koulutuksella on vahva korrelaatio tulojen kanssa, ja tulojen vaikutuksesta eettiseen kulutukseen on saatu osin ristiriitaisiakin tuloksia. Monissa tutkimuksissa tuloilla ei ole havaittu olevan itsenäistä vaikutusta vastuullisiin kulutusasenteisiin tai käytäntöihin (Kukkonen 2017, 62). On kuitenkin myös viitteitä siitä, että hyvätuloiset ja korkeampaan luokka-asemaan itsensä mieltävät olisivat muita kulutusmyönteisempiä, materialistisempia ja hedonistisempia kuluttajia (Nyrhinen & Wilska 2012, 36; Wilska ym. 2013, 21–22). Suurituloiset myös kuluttavat kokonaisuudessaan enemmän, minkä voi nähdä olevan jo itsessään ekologisesti kestäväntöntä (Kujanen ym. 2014, 14–16). Toisaalta ekologinen kulutus näyttäytyy toisissa tutkimuksissa jopa yläluokkaisena käytäntönä. Tällöin vastuullisuus ja esteettisyys kietoutuvat yhteen, eikä vastuullisuus välttämättä näyttäydy materialismin kanssa vastakkaisena voimana. (Kennedy, Baumann & Johnston 2019, 397.)

Tämän tutkielman kannalta yksi merkittävimmistä demografisista tekijöistä on ikä. Sen suhteen tutkimustulokset ovat osin ristiriitaisia. Toisaalta vanhemmat ihmiset vaikuttavat kuitenkin usein kulutusasenteitaan vastuullisemmilta (Nyrhinen & Wilska 2012, 29), vaikka nuoret näyttävät tekevän jopa enemmän tietoisien ympäristö vastuullisia valintoja (Kujanen ym. 2014, 11). Onkin esitetty, että ikäryhmät eroaisivat vastuullisen kulutuksen suhteen toisistaan paitsi määrällisesti, myös laadullisesti, eli heidän tapansa ilmaista vastuullisuutta kulutuksen kautta olisivat keskenään erilaisia. Siinä, missä nuoret usein keskittyvät johonkin tiettyyn eettiseen tai ekologiseen ongelmaan, vanhempien kulutustyylillä on useammin kokonaisvaltaisen eettinen tai ekologinen. Vanhempien ihmisten

eettisyys ja ekologisuus on usein ulkoisesti vaatimattomampaa ja näin huomaamattomampaa kuin nuorten, mikä saattaa selittää nuorten suurta näkyvyyttä eettisyyttä ja ekologisuutta koskevissa kysymyksissä. Toisaalta nuoret myös erottuvat kulutuskeskeisenä ryhmänä, jolle elintaso ja sen parantaminen on kaikista tärkeintä. (Wilska ym. 2013, 15–18.) Kuitenkin puhutaan paljon myös nuorten erityisestä ympäristöhuolesta, jossa heijastuu paitsi huoli ympäristön nykytilasta, myös henkilökohtainen huoli tulevaisuudesta ympäristötuhon maailmassa. Tämä huoli kanavoituu varsinkin poliittisiksi vaatimuksiksi ympäristötoimista. (Kettunen 2020.)

Myös asuinpaikalla saattaa olla vaikutusta siihen, miten ympäristövastuullisuus ylipäätään ja toisaalta kulutus erityisesti koetaan. Vastuullisen kulutuksen suhteen on vain vähän suomalaista tutkimusta, jossa maaseutua ja kaupunkia suoraan vertailtaisiin. Kuja-nen ym. (2014, 11) eivät havainneet asuinpaikan vaikuttavan vastuullisiin asenteisiin merkittävästi. On kuitenkin myös näyttöä siitä, että kaupungeissa toisaalta kannatetaan tiukkaa ilmastopolitiikkaa maaseutua vahvemmin (Ympäristöministeriö 2019), mutta toisaalta ollaan myös maaseutua nautinnonhakisempia kuluttajia (Saha 2017, 45). Toisaalta Suomen maaseutu on tuottamiensa hyödykkeiden kautta keskeinen ympäristökestävyys-den saavuttamisessa (Kattilakoski ym. 2021, 11).

### 4.3 Asenteiden ja käytännön välisestä ristiriidasta

Tutkielmani ottaa osaa laajempaan keskusteluun kulutusasenteista ja niiden kehityksestä. Ennen kuin tarkastellaan tarkemmin asenteiden vaikutusta käytännön kulutustekoihin, on kuitenkin tarpeellista määritellä, mitä oikeastaan tarkoitan asenteella. Asenteella tarkoitetaan ihmisen automaattista, joko tiedostettua tai tiedostamatonta suhtautumista jotakin asiaa kohtaan. Usein asenteet muovautuvat yksilön kokemusten myötä. Asenteet ovat konkreettisempia ja siten myös muuttuvaisempia kuin arvot, jotka ovat asenteita abstraktimpia ja pysyvämpiä. Siinä missä arvot kuvaavat abstrakteja kokonaisuuksia (tasa-arvo, luonnonsuojelu), suuntautuvat asenteet konkreettisiin kohteisiin (toiset ihmisryhmät, liharuuat). (Maio, Olson, Bernard & Luke 2006, 284.) Kun puhun kulutusasenteista, tarkoitan siis ihmisten asennoitumista tiettyjä, konkreettisia kulutuksen aspekteja kohtaan.

Vastuullista ja eettistä kulutusta käsittelevässä kirjallisuudessa puhutaan paljon asenteiden ja käyttäytymisen välisestä ristiriidasta. Tällä viitataan siihen, että ihmisten toisinaan hyvinkin ekologiset ja vastuulliset asenteet eivät näytä samassa määrin muuttuvan vastuullisemmaksi kulutukseksi. Tälle ristiriidalle on tarjottu monia eri selitysmalleja, kuten sosiaalisia normeja ja oman edun mukaista toimintaa. Pitävin johtopäätös lienee silti se, että asenteiden ja kulutuskäytöksen välinen suhde on monimutkainen. (Kts. esim. Wiederhold & Martinez 2018, 419–420; Vigors 2018, 3.)

Yhdeksi vastuullista kulutusta estäväksi asiaksi on havaittu tiedon puute (esim. Wiederhold & Martinez 2018, 425). Tieto ympäristöasioista motivoi kuluttamaan vastuullisemmin. Tutkimuksen valossa näyttää siltä, että mitä enemmän ihmiset tietävät ympäristöasioista, sitä enemmän he ovat myös valmiita muuttamaan omaa käyttäytymistään. (Fraj-Andrés & Martínez-Salinas 2007, 97.) Tietoa vastuullisuudesta ei aina ole kuitenkaan saatavilla, ja tiedon hankkimista hankaloittaa entisestään se, että yritysten itse tuottamaan tietoon ei välttämättä luoteta, vaan niiden uskotaan kaunistelevan omasta toiminnastaan antamaansa kuvaa (Wiederhold & Martinez 2018, 425). Jotkut uskovat, ettei eettisemmin toimivia yrityksiä ole olemassakaan, vaan kaikki markkinoilla olevat, voittoa tavoittelevat yritykset ovat yhtäläisen epäeettisiä (Carrigan & Attalla 2001, 568). Tällöin myöskään kulutusta on mahdotonta ohjata eettisin perustein, vaikka periaatteessa haluaisikin kuluttaa eettisemmin tai ekologisemmin.

Vastuullisesti tuotetut tuotteet eivät myöskään välttämättä ole kaikkien saatavilla, tai ainakaan niiden varaan ei voi rakentaa omaa kulutustaan kovin laajasti. Vastuullisten kauppojen ja brändien vähyys tai huono tunnettuus onkin yksi vastuullista kulutusta estävä asia (Wiederhold & Martinez 2018, 425). Kun vastuullisia tuotteita on huonosti saatavilla niissä kaupoissa, joista ostoksia tavallisesti tehdään, vaatisi niiden hankkiminen ylimääräistä aikaa ja vaivaa, joita ei aina olla valmiita uhraamaan. Lisäksi vastuullisesti tuotetut ja sertifioidut tuotteet ovat usein tavanomaisesti tuotettuja kalliimpia, mikä saattaa pakottaa monet kuluttajat ostamaan halvempia, mahdollisesti ympäristölle haitallisesti tai muutoin epäeettisesti tuotettuja tuotteita. (Lyon, Ailshire & Schon 2014, 146–148.)

Myös totunnaisuudella ja tavoilla on paljon vaikutusta ihmisten kulutuskäyttäytymiseen. Kulutustavat ja esimerkiksi merkkioskollisuus periytyvät jopa vanhemmilta. Omista ostosrutiineista tai niiden alkuperästä ei välttämättä olla kovin tietoisia, vaikka vanhoja, esimerkiksi äidiltä opittuja tapoja ostaa ruokaa uusinnettaisiin jatkuvasti. Edes vastuullinen ja tiedostava kuluttaja ei välttämättä edes halua muuttaa omia, hyviksi havaittuja kulutustottumuksiaan tai ole valmis vaihtamaan suosikkimerkkejään vastuullisemmin tuotettuihin merkkeihin. Ei-totunnainen kulutus vaatii omien kulutusvalintojen tiedostamista ja uudelleen ajattelemista, mikä vie aikaa ja energiaa. Vastuullisen kulutuksen sijaan yksilön arjen sujuvuuden kannalta paras ratkaisu onkin usein valita tuttuja, luotettavia merkkejä ja tuotteita. (Hiller & Woodall 2018; Lyon & Ailshire ym. 2014, 146–147.)

Vastuullisen kulutuksen moninaisuus saattaa myös osaltaan vaikuttaa siihen, etteivät yksilöiden kulutusvalinnat vaikuta objektiivisessa tarkastelussa kovinkaan vastuullisilta. Esimerkiksi Diekmann ja Preisendörfer (1998) esittivät ekologisia tapoja tutkiessaan, että ympäristön kannalta relevanttien käytäntöjen moninaisuus mahdollisti yksilöille omien hyvien tapojen korostamisen, vaikka oma käytös ei kaikilta osin olisikaan ympäristöystävällistä. He kutsuivat tätä ”huomion kääntämisen strategiaksi”, jolla huomio saatiin käännettyä omista huonoista tavoista, kuten auton käytöstä, omiin hyviin tapoihin, kuten



kierrättämiseen. Näin oma toiminta saatiin näyttäytymään ympäristöä suojelevana, vaikka se olikin todellisuudessa ristiriitaista, toisissa asioissa ympäristön huomioivaa ja toisissa siitä piittaamatonta. (Diekmann & Preisendörfer 1998, 88–89.)

Osaltaan arvojen ja tekojen ristiriita saattaa muodostua myös siitä, ettei eettisesti perusteltu tai vastuulliseksi mielletty kulutus aina sovi niihin malleihin, joilla tutkijat vastuullista kulutusta mittaavat. Vastuullinen kulutus voi tarkoittaa esimerkiksi pitkään kestävien vaatteiden ostamista, vaikka nämä vaatteet eivät olisikaan eettisyydellä mainostavien brändien tuottamia (Hiller & Woodall 2018, 11). Toisaalta tutkimuksissa vastuullisilta näyttävät kulutustavat voivat olla aivan muiden arvojen ohjaamia. Esimerkiksi kasvipainotteinen ruokavalio näytti ainakin vajaa kymmenen vuotta sitten olevan suomalaisilla eettisiä syitä useammin terveellisyys tavoittelua, vaikka jo tuolloin se tulkittiin tutkimuksissa usein vastuullisuuden merkiksi. (Latvala, Niva, Mäkelä, Pouta, Heikkilä, Kotro & Forsmann-Hugg 2012, 76.) Kulutuksen vastuullisuuden arvioiminen saattaakin vääristyä, jos ei kiinnitetä huomiota kulutusvalintojen taustalla vaikuttaviin syihin, vaan määritellään ainoastaan tiukasti ennalta, millaisiin kulutushyödykkeisiin panostaminen on vastuullista.

Yksilöiden voi olla myös vaikea nähdä omia valintojaan merkityksellisinä, koska ne näyttäytyvät marginaalisen pieninä kokonaisuuden kannalta. Ympäristön tilasta huolehtiminen vaatii onnistuakseen kollektiivisia toimia, jolloin kaikille parasta olisi, että jokainen yksilö tekisi oman osansa. Toisaalta yksilöille on usein edullisempaa, joko rahallisesti tai esimerkiksi ajan ja energian suhteen, valita ympäristöstä piittaamattomia toimintatapoja ja luottaa siihen, että muut huolehtisivat ympäristöstä. Tällainen vapaamatkustus saattaa houkutella jopa asenteiltaan vastuullisia kuluttajia, koska omien toimien vaikutuksen pienuus tunnustetaan, jolloin on helppo ajatella, ettei omilla huonoillakaan valinnoilla ole suurta merkitystä. (Moisander 2007, 407.)

Yhdeksi selittäväksi tekijäksi asenteiden ja tekojen ristiriitaan on tarjottu myös sitä, etteivät ihmisten vastaukset välttämättä kuvasta täysin luotettavasti heidän arvojaan. Kyselytutkimuksissa painotetaan usein omia asenteita sosiaalisten normien ohjaamana siihen suuntaan, kuin ajatellaan olevan toivottavaa vastata. Kyse voi olla esimerkiksi positiivisen minäkuvan ylläpitämisestä tai itsepetoksesta (Lee & Sargeant 2011, 713). Anonyymeissä kyselyissä, jollaisia esimerkiksi postitse toteutettavat surveyt useimmiten ovat, sosiaalisen toivottavuuden oletukset vaikuttavat vähemmän kuin esimerkiksi silloin, jos vastauksiin pyydetään liittämään omat yhteystiedot (Lelkes, Krosnick, Marx, Judd & Park 2012, 1293–1294). Lisäksi on kehitetty sosiaalisen suotavuuden vaikutuksia vastauksiin mittaavia mittareita, joilla voidaan arvioida sosiaalisten normien vaikutuksen suuruutta mitattaviin ilmiöihin (Grimm 2010).

Sosiaaliset normit painottuvat eniten sellaisten arvojen kohdalla, jotka ovat kulttuurisesti arvostettuja. On jopa esitetty, että arvoja koskevien kyselyjen voitaisiin olettaa mittaavan yksilöllisten arvostusten lisäksi yhteiskunnan normeja. (Fisher & Katz 2000.) Yksi

usein esiin nostettu, yhteiskunnan normien vahvasti ohjaama arvokysymys on juurikin suhtautuminen ympäristöön ja sen suojelemiseen (Grimm 2010). Esimerkiksi Dubuissoin-Quellier ja Gojard (2016, 94) havaitsivat puhelimitse toteutetussa kyselytutkimuksessaan, että suurin osa vastaajista kertoi kysyttäessä olevansa hyvinkin huolissaan ympäristöstä, vaikka heidän kulutuskäytäntöjään olisivat ilmiselvästi ohjanneet aivan muut arvot. Tämä saattaa kertoa paitsi sosiaalisen hyväksynnän tarpeesta, myös siitä, ettei linkkiä ympäristöongelmien ja oman jokapäiväisen kulutuksen välillä välttämättä tiedostettu, eikä yleismaailmallinen huoli siksi muuntunut arjen teoiksi. Tämän puolesta puhuu myös se, että kuluttajien ympäristöhuolen on havaittu olevan kohtalaisen suurta, kun puhutaan esimerkiksi ruuan ympäristövaikutuksista yleisesti, mutta yksittäisistä tuotteista tai tuotekategorioista kysyttäessä huoli on merkittävästi vähäisempää (Grunert, Hieke & Wills 2014, 187). Yksi mahdollinen ongelma onkin tiedon ja vastuullisten asenteiden linkittäminen omaan arkielämään ja pieniin, arkisiin valintoihin.

Asenteiden ja käytännön tekojen välillä on siis huomattavia eroja, eivätkä ympäristömyönteiset asenteet suoraan tarkoita ympäristöystävällisiä kulutustottumuksia tai ympäristöystävällistä elämäntapaa. Asenteet eivät kuitenkaan ole yhdentekeviä, vaan monissa tutkimuksissa asenteilla on havaittu olevan merkittävää vaikutusta myös ympäristöystävälliseen käytökseen (esim. Kaiser, Wölfing & Fuhrer 1999; Armitage & Christian 2003). Lisäksi ympäristömyönteiset kulutusasenteet voi tulkita toiveeksi kyvystä tehdä parempia valintoja ja saada muutosta aikaan, vaikka tätä kykyä ei syystä tai toisesta aina olisikaan. Ympäristömyönteiset asenteet saattavat silti kertoa siitä, mihin suuntaan toivoo paitsi oman elämänsä, myös yhteiskunnan kehittyvän. Lisäksi, kuten todettu, asenteiden voidaan tulkita mittaavan yhteiskunnallisia normeja (Fisher & Katz 2000) ja ne voivatkin kertoa yhteiskunnallisessa ilmapiirissä tapahtuvista muutoksista, joiden vaikutus voi pitkällä tähtäimellä olla paljon yksilöllisiä ostopäätöksiä laajempia. Kuten edellisessä luvussa nähtiin, ovat asenteet myös järjestelmällisesti eri ryhmiä toisistaan erottavia tekijöitä, jotka muuttuvat dynaamisesti ajassa, ja niiden tutkiminen on siksi kiinnostavaa.

## 5 TUTKIMUSASETELMA

### 5.1 Tutkimuskysymykset

Olen tutkielmassani kiinnostunut siitä, miten ikä ja kohortti vaikuttavat vastuullisiin kulutusasenteisiin, ja miten nämä vaikutukset mahdollisesti muuttuvat ajassa. Aiemmassa tutkimuksessa on havaittu, että ikä on yksi kulutusasenteisiin vaikuttavista tekijöistä (kts. esim. Nyrhinen & Wilska 2012, Kujanen ym. 2014), mutta kohorttien pidempiaikaisesta vaikutuksesta asenteisiin on vain vähän tutkimusta. Kuten aiemmin avasin, voisivat pysyvät kohorttivaikutukset parhaimmillaan olla merkittävä muutosvoima yhteiskunnassa nuorempien kohorttien pikkuhiljaa ottaessa vanhempien paikan yhteiskunnan ytimessä. Siksi myös ajassa pysyvien kohorttivaikutusten tutkiminen on merkittävää ja avaa uusia puolia vastuullisista kulutusasenteista käytävään keskusteluun.

Olen edellä lyhyesti avannut sitä, mitä vastuullinen kulutus voi käytännössä tarkoittaa. Tämän tutkielman empiirisessä osassa ei kuitenkaan nojata mihinkään etukäteismäärittelmään ympäristöystävällisen kulutuksen laadusta tai tavoista. Sen sijaan se, millainen kulutus on ympäristövastuullista ja millaisin käytännöin sitä toteutetaan, jää täysin kyselyn vastaajien määriteltäviksi ja suurelta osin myös näkymättömiksi. Kuten edellä todettua, ovat nämä kulutuksen vastuulliset käytännöt moninaisia, yltäen aina kulutuksen vähentämisestä sertifioitujen tuotteiden suosimiseen ja boikotteihin (esim. Nyrhinen & Wilska 2012, 3; Gulyás 2008, 30). En kuitenkaan tutki tässä tutkielmassa ympäristövastuullisen kulutuksen käytäntöjä, vaan ainoastaan ympäristövastuullista kulutusasennetta. Kuten edellä kuvasin, ovat asenteet kuitenkin tärkeitä, sillä ne kertovat siitä, millaiset käytännöt nähdään toivottavina ja mihin suuntaan omaa kulutusta haluttaisiin muovata.

Ensimmäiseksi haluan selvittää, ovatko kulutusasenteet merkittävästi muuttuneet tutkimusjakson aikana väestötasolla. Tutkielmani kattaa kahdenkymmenen vuoden ajanjakson, johon mahtuu niin taloudellista taantumaa kuin ilmastoahdistuksen nousu otsikoihin. Toisin sanoen yhteiskunnallinen ilmapiiri kulutuksen ja ympäristöongelmien suhteen on muuttunut jo viimeisten kahdenkymmenen vuoden aikana merkittävästi. Käyttämäni tutkimusvuodet (1999, 2009 ja 2019) myös edustavat hyvin erilaisia yhteiskunnallisia tilanteita. Siinä missä 1999 oltiin jo toipumassa 1990-luvun syvästä lamasta ja eriarvoisuuden noususta, joka oli suurelta osin seurausta varakkaiden entisestään kasvaneista tuloista (Törmälehto 2018), oltiin vuonna 2009 keskellä uutta taantumaa. Vuonna 2019 talous oli taas kasvusuunnassa (Tilastokeskus 2020). Myös ympäristöongelmiin liittyvä diskurssi on muuttunut tutkimusvuosien välillä. 1990-luvulla toisaalta vallitsi laaja konsensus ympäristötoimien tärkeydestä (Väliveronen 1996, 36–37), toisaalta taloudellinen lama muovasi julkista keskustelua (Berninger, Tapio & Willamo 1996, 4). Vuonna 2019 elettiin ilmastokeskustelun kiihkeää vaihetta, kun kansainvälisen ilmastopaneeli IPCC:n raportti

(IPCC 2018) oli noussut voimakkaasti otsikoihin ja julkiseen keskusteluun. Selvittääkseni, miten nämä eri aikoina vallinneet erilaiset ilmapiirit näkyvät asenteiden muutoksissa väestötasolla, on ensimmäinen tutkimuskysymykseni:

*1) Millä tavoin vastuulliset kulutusasenteet ovat muuttuneet tutkimusvuosien välillä?*

Seuraavaksi käänän katseeni eri kohortteihin ja niiden välisiin eroihin. Kuten edellä olen todennut, lähdän siitä ymmärryksestä, että kohorttien erilaiset nuoruuden kokemukset ovat muovanneet heidän asenteitaan ja tapaansa suhtautua myös kulutukseen liittyviin teemoihin, mutta myös myöhemmillä kokemuksilla ja esimerkiksi yhteiskunnallisella keskustelulla on vaikutusta asenteiden muutoksiin. Pidän mahdollisena, että erilaisista nuoruuden lähtökohdista tulevat kohortit reagoivat eri tavoin myös yhteiskunnassa ja julkisessa keskustelussa tapahtuviin muutoksiin. Siksi toinen tutkimuskysymykseni onkin:

*2) Onko muutos ollut erilaista eri kohorteille, ja jos, niin millä tavoin?*

Kohorttien lisäksi monet muutkin tekijät vaikuttavat vastuullisiin kulutusasenteisiin, kuten edellisissä luvuissa olen kuvannut (kts. esim. Kukkonen 2017). Lisäksi eri kohortit ovat monilta taustatekijöiltään erilaisia, kuten myös kuvasin. Onkin mahdollista, että muut tekijät ovat kohorttia voimakkaampia vastuullisten kulutusasenteiden selittäjiä tai ainakin välittävät kohorttivaikutuksia voimakkaasti. Siksi kolmas tutkimuskysymykseni on:

*3) Mitkä muut taustamuuttujat vaikuttavat vastuullisiin kulutusasenteisiin? Onko kohorteilla merkitystä, kun kontrolloidaan muut taustamuuttujat?*

Nämä tutkimuskysymykset ohjaavat tutkielmani empiiristä osiota. Ensimmäiseen kysymykseen vastataan luvussa 6.1, toiseen luvussa 6.2 ja kolmanteen tutkimuskysymykseen vastaan luvussa 6.3. Ennen kuin siirryn tulosten esittelyyn, esittelen kuitenkin käyttämäni aineiston ja menetit.

## **5.2 Aineisto**

Käytän tutkielmassani kolmea tutkimusvuotta, 1999, 2009 ja 2019, Suomi – kulutus ja elämäntapa -kyselytutkimusaikasarjasta. Kyseessä on pseudopaneelitutkimus, eli vuosina 2009 ja 2019 ei ole tutkittu samoja henkilöitä kuin aiemmin, vaan tutkittavat on jokaisena tutkimusvuonna valittu satunnaisotoksella suomenkielisestä väestöstä. Vuosina 1999 ja

2009 aineisto on kerätty yksinkertaisella satunnaisotannalla, ja vuonna 2019 iän mukaisesti ositetutulla otannalla. Ositus ei kuitenkaan vaikuta aineistojen vertailukelpoisuuteen. (Erola & Räsänen 2000, 76; Sarpila, Räsänen, Erola, Kekki & Pitkänen 2010; Saari ym. 2019, 4.)

Suomi – kulutus ja elämäntapa -aineistoja on kerätty vuodesta 1999 lähtien viiden vuoden välein, eli uusin, vuoden 2019 aineisto on aikasarjan viides aineisto. Osa kysytyistä kysymyksistä on pysynyt samana koko 20-vuoden ajan, mutta kysymyksiä ja kysymystyyppejä on myös muutettu tarpeen mukaan. (Saari ym. 2019, 1.) Vastuulliseen kulutukseen liittyviä kysymyksiäkin on lisätty ja muutettu vuosien varrella, vaikka jotkin aihepiirin kysymykset ovat pysyneet samanlaisina koko 20-vuotisen aineistonkeruuhistorian.

Kahdenkymmenen vuoden aikana kyselytutkimusten vastausprosentit ovat yleisesti laskeneet jonkin verran. Näin on käynyt myös Suomi-kyselyille, joissa vuoden 1999 61 prosentin vastausasteesta oli vuonna 2009 pudottu 49 ja vuonna 2019 44 prosenttiin (Erola & Räsänen 2000, 81; Saari ym. 2019, 11). Vastausaktiivisuudessa on myös suuria eroja eri ikäluokkien välillä niin, että vanhemmat ikäluokat painottuvat aineistossa. Vuoden 2019 iän mukaan ositettu otanta mahdollistaa ikäluokkien vastausprosenttien yksityiskohtaisen tarkastelun, ja paljastaa, että 18–27-vuotiaiden vastausprosentti oli vain 29, mutta vanhimman tutkitun ikäluokan, 66–74-vuotiaiden 64 (Saari ym. 2019, 5). Iän ja sukupuolen vääristymien korjaamiseksi on aineistoon luotu painokertoimet, jotka korjaavat aineiston ikäjakaumaa suhteessa väestöön.

Aineistot vaihtelevat otoskooltaan hieman. Vuonna 1999 otos oli 4001 ja havaintoja kertyi 2417 (Erola & Räsänen 2000, 81), kun taas vuoden 2009 aineiston otos oli 2500 ja havaintoja kertyi 1202 (Koivula, Sarpila & Räsänen 2015, 2). Pudonneen vastausprosentin vuoksi otoskokoja tämän jälkeen jälleen kasvatettiin, ja vuoden 2019 aineiston alkupe räinen otos oli 4001 ja havaintoja aineistoon kertyi 1742 (Saari ym. 2019, 11).

Kaikki tutkimusvuosina kerätyt havainnot eivät kuitenkaan ole mukana tutkielmassani, sillä olen tehnyt ikään ja syntymäajankohtaan perustuvia rajauksia analyyseni varten. Aineiston ikähaarukka on 18–74-vuotta, mutta iän vaikutusta mittavissa analyysissä olen ottanut mukaan vain 20–69-vuotiaat. Tällöin havaintoja jäi vuoden 1999 aineistosta 2226, vuoden 2009 aineistosta 1053 ja vuoden 2019 aineistosta 1556. Kohortitarkastelujen ulkopuolelle rajautui vielä ikätarkasteluja hieman suurempi joukko vastaa jia, sillä otin tarkasteluihin mukaan vain ne kohortit, joilta oli saatavilla riittävästi havaintoja vähintään kahtena kolmesta tutkimusvuodesta. Tällöin kohortitarkasteluissa ovat vuoden 1999 aineistosta mukana vuosina 1940–1979 syntyneet, joita on 1895. Vuoden 2009 aineistosta mukana ovat vuosina 1940–1989 syntyneet, joita on 1053, ja vuoden 2019 aineistosta kohortitarkasteluissa ovat mukana vuosina 1950–1989 syntyneet, joita on 1256.

Aineiston keruussa ja käsittelyssä on huolehdittu tarkasti hyvän tietosuojan toteutumisesta. Kyselyyn annettuja vastauksia ei ole missään vaiheessa yhdistetty vastaajan muihin

tietoihin. Vastaajille on myös tarjottu tietoa kyselyn tietosuojasta ja annettu mahdollisuus pyytää omien vastaustensa poistamista vielä vastaamisen jälkeen. Kyselyvastausten käsittelyä ovat ohjanneet EU:n tietosuojalainsäädäntö ja tilastolaki. (Turun yliopisto 2019.)

### 5.3 Muuttujat

Käytän tutkielmassani selitettävänä muuttujina kolmea vastuullista kulutusta mittaavaa väittämää. Olen valinnut väittämät niin, että ne tarkastelevat vastuulliseen kulutukseen liittyviä asenteita hieman eri kanteilta. Nämä väittämät ovat ”*Olen huolissani kulutukseni vaikutuksesta ympäristöön*”, ”*Maailmassa on liikaa tavaraa ja elämä on liian kulutuskeskeistä*” ja ”*Teen tietoisesti ympäristöystävällisiä valintoja kulutuksessani*”. Näistä ensimmäinen kuvaa kulutukseen liittyvää ympäristöhuolta ja toinen yleistä suhtautumista nykyisenkaltaiseen kulutuskulttuuriin. Kolmannella väittämällä tavoitetaan aavistus myös kulutuskäytännöistä, vaikka kyseessä onkin hyvin yleinen väittämä ja subjektiivinen arvio. Samoja muuttujia on käytetty myös aiemmissa, vastuullisia kulutusasenteita tarkastelevissa tutkimuksissa (kts. esim. Kujanen ym. 2014; Kukkonen 2017; Vainio 2020.)

Koska vastuullinen kulutus on hyvin monitahoinen ilmiö, ei kaikkien mahdollisten ympäristövastuullisten kulutuskäytäntöjen tai edes -asenteiden tavoittaminen ole mielekästä. Kuten aiemmin esittämästäni kasvisruokaesimerkistä (Latvala ym. 2012) kävi ilmi, on vastuullisen kulutuksen mittaaminen usein myös hyvin vaikeaa, koska on vaikea arvioida, milloin kulutusvalintojen taustalla todella on eettinen harkinta tai vastuunkantaminen ympäristöstä. Tässä tutkielmassa vastuullisuuden mittaamisen vaikeus on ratkaistu käyttämällä asenneväittämiä, jotka jättävät vastuullisen kulutuksen sisällöllisen määrittelyvallan vastaajille itselleen. Toisin sanoen, en oleta vastuullisen kulutuksen sisällöstä mitään, vaan käytän mittareita, joihin kaikki vastuullisuuden motivoima kulutus vaivatta sopii.

Kaikki käyttämäni kysymykset on mitattu viisiportaisella Likert-asteikolla. Olen tulokinnan helpottamiseksi kääntänyt muuttujien alkuperäiset asteikot niin, että analyysimuuttujissa arvo 5 tarkoittaa ”täysin samaa mieltä” ja arvo 1 ”täysin eri mieltä”. Muita numeroita ei ole kysymyslomakkeessa sanoitettu.

Selittävästä muuttujista tärkeimpiä ovat kohortti ja ikäluokka, joiden vaikutus selitettäviin muuttujiin on tutkielmani pääasiallinen kiinnostuksen kohde. Pystyäkseen analysoimaan kohorttien välisiä eroja, olen luonut iän ja syntymävuoden perusteella ikäryhmiä ja kohortteja, joista kukin kattaa kymmenen vuotta. Näin käyttämäni ikäluokka- ja kohorttiluokittelut vastaavat myös käyttämäni aineistonkeruiden mukaista kymmenen vuoden sykliä. Taulukossa 1 olen esittänyt kohorttien ja ikäluokkien vastaavuudet eri tutkimusvuosina.

Mukana kohorttianalyysissäni ovat kaikki syntymäkohortit 1940-luvulla syntyneistä 1980-luvulla syntyneisiin. Olen ottanut tutkimukseeni mukaan kaikki ne syntymäkohortit, joilta oli vähintään kahtena tutkimusvuonna saatavilla riittävästi tapauksia tilastollisiin analyyseihin. Ikäluokista olen ottanut mukaan kaikki 20–69-vuotiaat, kymmenen ikävuo- den ikäluokkina. Lyhyiden ja selkeiden vuoksi viittaa myöhemmin 20-vuotiaiden ikä- luokkaan tarkoittaessani 20–29-vuotiaiden ikäluokkaa ja niin edelleen.

*Taulukko 1. Kohorttien ja ikäluokkien vastaavuudet tutkimusvuosina.*

<b>Kohortti</b>	<b>Syntymävuodet</b>	<b>Ikä 1999</b>	<b>Ikä 2009</b>	<b>Ikä 2019</b>
-	(1990–1999)	-	-	20–29
1980-luku	1980–1989	-	20–29	30–39
1970-luku	1970–1979	20–29	30–39	40–49
1960-luku	1960–1969	30–39	40–49	50–59
1950-luku	1950–1959	40–49	50–59	60–69
1940-luku	1940–1949	50–59	60–69	-
-	(1930–1939)	60–69	-	-

Taulukossa 2 olen esittänyt kohorttien suhteelliset osuudet eri tutkimusvuosina. Kaik- kina kolmena tutkimusvuonna on suhteellisesti eniten havaintoja 1950-luvulla synty- neestä kohortista, kun taas vähiten havaintoja on 1970-luvulla syntyneestä kohortista. Taulukossa 3 olen esittänyt ikäluokkien suhteelliset määrät tutkimusvuosina. Kuten tau- lukosta nähdään, ovat kaikki ikäluokat suhteellisen tasaisesti edustettuina molempina vuosina. Vuoden 2019 aineisto on kokonaisuudessaan havaintomääriltään vuoden 2009 aineistoa suurempi, mikä näkyy havaintojen suurempana määränä kaikkien kohorttien ja ikäluokkien kohdalla.

*Taulukko 2. Kohorttien koot aineistossa tutkimusvuosina.*

<b>Kohortti</b>	<b>Syntymävuodet</b>	<b>% 1999 (N)</b>	<b>% 2009 (N)</b>	<b>% 2019 (N)</b>
1980	1980–1989	-	19,2 (202)	24,9 (313)
1970	1970–1979	21,9 (415)	18,5 (195)	23,2 (291)
1960	1960–1969	25,6 (486)	21,1 (222)	25,9 (325)
1950	1950–1959	27,4 (519)	22,1 (233)	26,0 (327)
1940	1940–1949	25,1 (475)	19,1 (201)	-
Yhteensä		100 (1895)	100 (1053)	100 (1256)

Muita käyttämiäni kontrollimuuttujia ovat sukupuoli, koulutus, tulot, työssäkäynti ja asuinalue. Näiden muuttujien avulla pyrin kontrolloimaan vastaajien sosiodemografisten

tekijöiden sekä elämäntilannetekijöiden vaikutusta tuloksiin. Kuten aiemmin olen kuvannut, on sukupuolella ja koulutusasteella havaittu aiemmassa tutkimuksessa erityisen vahva yhteys vastuullisiin kulutusasenteisiin (esim. Nyrhinen & Wilska 2012; Kujanen ym. 2014), minkä vuoksi niiden kontrolloiminen on tärkeää. Näiden lisäksi tulotaso kontrolloi vastaajien asemaa yhteiskunnassa, mikä osaltaan vaikuttaa asenteisiin. Työssäkäynti puolestaan kertoo enemmän vastaajien elinvaiheesta, mikä sekin vaikuttaa voimakkaasti siihen, millaista arkinen kulutus on. Asuinpaikka (maaseutu/kaupunki) on vastuullisten kulutusasenteiden suhteen niin ikään kiinnostava muuttuja, sillä asuinpaikan mukaan on havaittu joitakin eroja ympäristöasenteissa, ja lisäksi monet ympäristötoimet kohdistuvat nimenomaan maaseutuun. Seuraavaksi esittelen käyttämäni muuttujat siten kuin niitä tilastollisissa analyyseissäni käytän.

Tuloista käytän vastaajan nettotuloja kuvaavaa muuttujaa. Tämä muuttuja on subjektiivinen, eli käyttäjän oma arvio tuloista, eikä siis täysin tarkka. Tässä tutkielmassa subjektiivinen arvio omista tuloista on kuitenkin riittävä mittari ja antaa yleiskäsityksen vastaajan taloudellisesta tilanteesta. Koska tulomuuttujassa on joka vuosi jonkin verran poikkeavia, selvästi muita korkeampia arvoja, olen tehnyt analyysiä varten tuloista neliluokkaisen tuloluokkamuuttujan, jonka jakauman raportoin taulukossa 3. Regressioanalyysiä varten olen vielä tehnyt tuloluokista dummy-muuttujat.

Koulutusta on kyselyssä mitattu kahdeksanluokkaisena muuttujana, jonka olen pelkistänyt kolmiluokkaiseksi (perusasteen, keskiasteen ja korkea-asteen koulutus). Työssäkäyntiä kuvaava muuttua sisältää alkuperäisessä kyselyssä tiedon vastaajan arjen pääasiallisesta toimesta (opiskelu, eläke, työttömyys, työ). Muut kuin työssäkäyntiä indikoiva luokka ovat kuitenkin kooltaan pienehköjä eivätkä tutkimuskysymyksen kannalta niin oleellisia, joten olen ottanut analyysiini mukaan ainoastaan työssäkäyntiä kuvaavan dummy-muuttujan. Kyselyssä on kysytty taloudessa asuvien lasten lukumäärää kahdessa eri kysymyksessä (0–6-vuotiaat ja 7–17-vuotiaat lapset), mutta analyysiini olen yhdistänyt nämäkin dummy-muuttujaksi, joka ilmaisee, asuuko vastaajan taloudessa alle 18-vuotiaita lapsia. Analyysiin tulevista muuttujista asuinpaikkaa (kaupunki/maaseutu) sekä sukupuolta kuvaavat muuttujat ovat jo valmiiksi kaksiluokkaisia, joten niitä olen käyttänyt sellaisenaan.

Taulukosta 3 nähdään, että käyttämäni aineiston sukupuolijakauma on hyvin tasainen, niin, että joka vuosi noin puolet vastaajista on ollut naisia ja puolet miehiä. Koulutuksen suhteen sen sijaan on nähtävissä kehitystä tutkimusajankohtien välillä, kun Suomen koulutustaso on noussut (Kalenius 2018). Siinä missä korkea-asteen koulutuksen omasi vuonna 1999 vain noin 13 prosenttia, oli määrä kasvanut yli kolmannekseen vuonna 2019. Samaan aikaan vain perusasteen koulutuksen suorittaneiden osuus on laskenut 20 prosentista kymmeneen. Työssäkäyvien määrä vastanneista on pysynyt melko tasaisena, noin 60 prosentissa vuodesta toiseen. Taajamien ja maaseudun välillä on nähtävissä pientä muutosta, sillä vuonna 1999 vastaajista neljännes asui maaseudulla, mutta vuonna 2019



vastaava osuus oli enää viidennes. Myös lapsettomien määrä vastaajista on hiukan kasvanut, sillä vuonna siinä missä vuonna 1999 lapsia oli melko tarkkaan joka kolmannella vastaajalla, oli 2019 lapsia enää hieman yli neljänneksellä vastaajista.

*Taulukko 3. Muut selittävät muuttujat.*

		1999 % (N)	2009 % (N)	2019 % (N)
<b>Sukupuoli</b>	<b>mies</b>	49,6 (1204)	49,9 (590)	50,1 (875)
	<b>nainen</b>	50,4 (1222)	50,1 (593)	49,9 (870)
<b>Koulutus</b>	<b>perusaste</b>	20,1 (440)	11,3 (120)	10,5 (178)
	<b>keskiaste</b>	66,8 (1466)	63,7 (679)	55,0 (932)
	<b>korkea-aste</b>	13,1 (287)	25,0 (267)	34,5 (585)
<b>Tuloluokka</b>	<b>alin</b>	24,8 (515)	21,9 (245)	21,8 (367)
	<b>toinen</b>	25,2 (525)	26,6 (298)	24,0 (404)
	<b>kolmas</b>	22,6 (469)	26,5 (296)	28,1 (471)
	<b>ysin</b>	27,4 (571)	25,0 (280)	26,0 (437)
<b>Työssäkäynti</b>	<b>töissä</b>	56,6 (1352)	57,2 (671)	60,0 (1037)
	<b>ei-töissä</b>	43,4 (1036)	42,8 (502)	40,0 (692)
<b>Asuinalue</b>	<b>taajama</b>	75,0 (1831)	78,1 (864)	79,8 (1385)
	<b>maaseutu</b>	25,0 (609)	21,9 (242)	20,2 (351)

## 5.4 Menetelmät

Koska tutkimuskysymykseni on moniosainen, vaatii siihen vastaaminen myös erilaisen tilastollisten menetelmien hyödyntämistä. Aloitan tarkasteluni vastaamalla kysymykseen siitä, millä tavoin vastuulliset kulutusasenteet ovat tutkimusvuosien välillä muuttuneet. Tähän kysymykseen vastatakseni tarkastelen selitettävien muuttujien suoria jakaumia, joista vuosien väliset erot ovat nähtävissä. Suorien jakaumien lisäksi tarkastelen myös keskiarvomutoksia, sillä niiden avulla on mahdollista testata vuosien välisten muutosten tilastollista merkitsevyyttä. Tätä testatakseni käytin yksisuuntaista varianssi-analyysia, joka on ihmistieteissä yleisesti käytetty, suhteellisen voimakas ja yksinkertainen, ryhmien sisäiseen ja väliseen varianssiin perustuva tilastollinen testi keskiarvojen eron tilastollisen merkitsevyyden selvittämiseen (Nummenmaa 2009, 184–190). Saadakseni tiedon siitä, minkä vuosien välillä mahdolliset tilastollisesti merkitsevät muutokset ovat, tein myös parittaisen post hoc -vertailun käyttäen Bonferroni-menetelmää. Post hoc -vertailuiden avulla on mahdollista selvittää, minkä ryhmien välillä tilastollisesti merkitsevät erot ovat siten, että testien määrästä johtuvat epätarkkuudet on testissä otettu huomioon ja niin sanottu 1-asteen virheiden mahdollisuus pysyy maltillisena (Frost 2021).

Bonferroni on yksinkertainen, t-testiin perustuva post hoc -testi, jossa tilastollisten testien määrä on otettu huomioon mahdollisena virhelähteenä (Newsom 2020).

Toinen tutkimuskysymykseni koskee kohorttien välisiä eroja asenteiden muutoksessa. Tätä olen lähtenyt selvittämään kahdella tavalla. Ensinnäkin tarkastelen ajallista muutosta kohortti- ja ikäluokkakohtaisesti. Kuten väestötason muutostakin tarkastellessani, käytän tässä tarkastelussa yksisuuntaista varianssianalyysiä ja siihen liittyvää Bonferronin post hoc -testiä. Ainoa ero on se, että kohortit ja ikäryhmät on eroteltu toisistaan. Toiseksi olen suorittanut kaksisuuntaisen varianssianalyysin. Kaksisuuntainen varianssianalyysi perustuu samantyyppiseen tilastolliseen päättelyyn kuin yksisuuntainen varianssianalyysi, mutta siinä on mahdollista tarkastella samanaikaisesti kahden eri muuttujan vaikutuksia riippuvaan muuttujaan. Kaksisuuntainen varianssianalyysi mahdollistaa eri tekijöiden yksittäisten vaikutusten (niin kutsutut päävaikutukset) lisäksi eri tekijöiden yhdysvaikutuksen havaitsemisen. (Nummenmaa 2009, 211–215.) Kaksisuuntaisessa varianssianalyysissäni tarkastelen tutkimusvuoden ja syntymäkohortin yhteisvaikutuksia vastuullisiin kulutusasenteisiin. Näin pystyn varmistumaan siitä, onko kohorteilla ajankohdasta riippumatonta itsenäistä vaikutusta ympäristövastuullisiin kulutusasenteisiin.

Kolmas tutkimuskysymykseni koskee muiden taustamuuttujien kontrollointia. Selvittääkseni, mitkä muut taustamuuttujat ovat aineistossani merkitseviä vastuullisten kulutusasenteiden suhteen sekä tarkastellakseni, onko kohortti merkitsevä muuttuja myös, kun muut taustatekijät on kontrolloitu, muodostan muuttujista lineaariset regressiomallit. Regressioanalyysi perustuu muuttujien välisen yhteyden tarkasteluun, mutta sen lisäksi sen avulla on mahdollisuus muodostaa malli muuttujien välisen yhteyden suunnasta ja voimakkuudesta, mikä teoriassa mahdollistaa toisen muuttujan arvojen ennustamisen toisen muuttujan arvojen ollessa tiedossa. Lineaarinen regressiomalli kuvaa nimenomaan lineaarista yhteyttä. (Nummenmaa 2009, 309–311.) Olen edellisessä luvussa kuvannut ne selittävät muuttujat, jotka olen regressiomalliin sisällyttänyt.

Kuten edellisessä luvussa nähtiin, on käyttämässäni aineistossa hieman ikään liittyvää vinoumaa niin, että vanhemmat ikäluokat ovat olleet nuoria aktiivisempia vastaamaan. Sukupuolen suhteen aineisto sen sijaan on melko tasainen. Käytän kuitenkin kaikissa analyyseissäni aineistolle saatavilla olevaa painomuuttujaa, joka tasaa niin sukupuoleen kuin ikäänkin liittyviä vinoumia (kts. Saari ym. 2019, 12).

Tutkimukseni kohteena on asenteiden ajallinen muutos. Jotta tämänkaltaisia ajallista muutosta kuvaavia ilmiöitä olisi mahdollista tutkia, tarvitaan paneeli tai vähintäänkin pseudo-paneeliaineisto, jonka avulla ilmiön kehitystä tietyssä ryhmässä voidaan seurata. Käyttämäni aineisto koostuu eri vuosina toisistaan riippumatta toistetuista poikittaisaineistoista, mutta osa-aineistojen ollessa edustavia, voidaan yhdistettyä aineistoa käsitellä pseudo-paneeliaineistona. Pseudo-paneeliaineistolla voidaan tutkia monia samoja ilmiöitä kuin varsinaisilla paneeliasetelmillakin, kuten väestötason trendejä, vaikka vastaajat vuodesta toiseen vaihtuvatkin. (Verbeek 2008, 369–370.)

## 6 TULOKSET

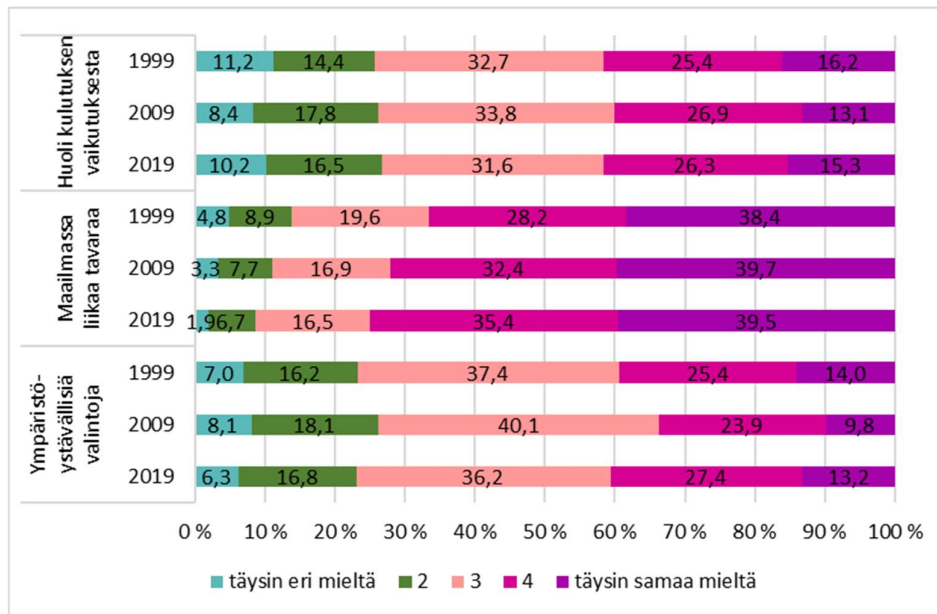
### 6.1 Väestötason muutos

Aloitin asennemuutosten tarkastelun kuvaamalla yleisiä, väestötasolla tapahtuneita muutoksia. Tässä luvussa vastaan ensimmäiseen tutkimuskysymykseeni: *Millä tavoin vastuulliset kulutusasetteet ovat muuttuneet tutkimusvuosien välillä?* Kuten menetelmäluvussa kuvasin, teen tämän suorien jakaumien ja yksisuuntaisen varianssianalyysin avulla.

Kuviossa 1 on esitetty selitettävien muuttujien suorat jakaumat kaikkina kolmena tutkimusvuonna. Kuten kuvioista nähdään, ovat kaikkien muuttujien jakaumien muutokset kahdenkymmenen vuoden aikana melko maltillisia. Huoli oman kulutuksen ympäristövaikutuksista on pysynyt melko tasaisena koko kahdenkymmenen vuoden tutkimusjakson ajan. Sen sijaan toisen väittämän, liiallisen tavaramäärän ja kulutuskeskeisyyden, suhteen pientä muutosta on tapahtunut niin, että yhä useampi vastaaja on väittämän kanssa samaa mieltä ja siis kokee maailmassa olevan liikaa tavaraa ja elämän olevan liian kulutuskeskeistä. Vastuullisten kulutusvalintojen tekemisessä tapahtuneet muutokset ovat hyvin pieniä.

Ympäristöhuolta ja ympäristöystävällisiä valintoja koskevien kysymysten kohdalla huomataan, että vastaajat suosivat voimakkaasti keskimmäistä vastausvaihtoehtoa. Kummankin kysymyksen kohdalla keskimmäisen vastausvaihtoehdon on vuodesta toiseen valinnut noin kolmannes vastaajista. Maailman liiallista kulutuskeskeisyyttä koskeva väittämä sen sijaan on melkoisen negatiivisesti voino, eli vastaukset painottuvat Likert-asteikon yläpäähän. Suurin osa, yli 60 prosenttia vastaajista on jokaisena tutkimusvuonna ollut melko tai täysin samaa mieltä väitteen kanssa, eli kokenut maailman olevan liian kulutuskeskeinen.

Jos tarkastellaan suoran jakauman lisäksi väestötason keskiarvomutoksia, näyttäytyy muutos niin ikään hyvin pienenä. Varianssianalyysin tulosten perusteella huolta kuvaavalla muuttujalla ei ole tapahtunut lainkaan tilastollisesti merkitsevää muutosta. Sen sijaan liiallista kulutus- ja tavarakeskeisyyttä mittaavan muuttujan kohdalla havaitaan, että vuosi 1999 eroaa kahdesta muusta mittausvuodesta tilastollisesti merkitsevästi ( $p=0,014$  ja  $p<0,001$ ). Tästä voidaan päätellä, että kokemus liiallisesta kulutus- ja tavarakeskeisyydestä on väestötasolla yleistynyt viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana.



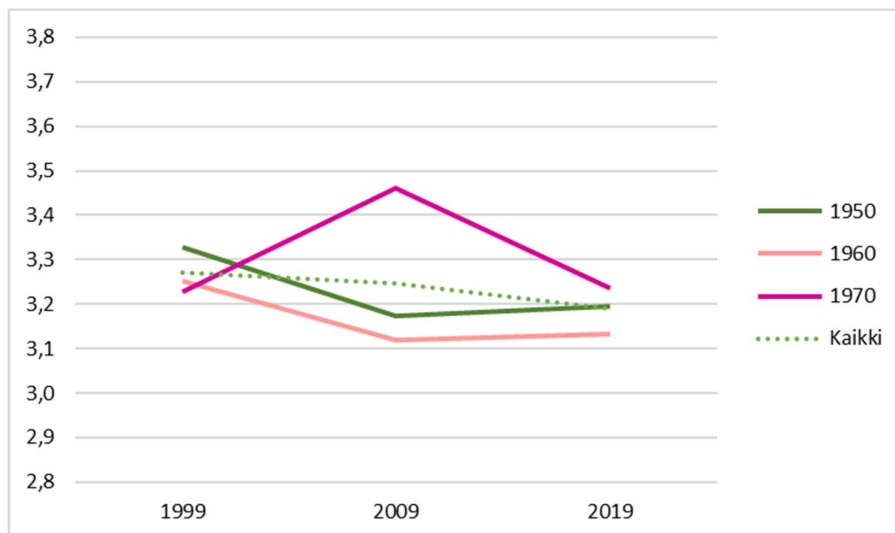
Kuvio 1. Suorat jakaumat vastuullisia kulutusasenteita kuvaavista väittämistä.

Ympäristöystävällisiä valintoja mittaavan muuttujan kohdalla vuodet 1999 ja 2019 eroavat tilastollisesti merkitsevästi vuodesta 2009 ( $p=0,001$ ), mutta eivät toisistaan. Tietoisten ympäristöystävällisten valintojentekeminen näyttääkin olleen väestötasolla hieman harvinaisempaa vuonna 2009 kuin kymmenen vuotta aiemmin ja kymmenen vuotta myöhemmin. Tulos heijastellee vuonna 2009 käynnissä ollutta taloudellista taantumaa, jonka aikana kalliiksi koettu vastuullinen kuluttaminen on voinut näyttäytyä suuremmalle joukolla suomalaisia saavuttamattomana.

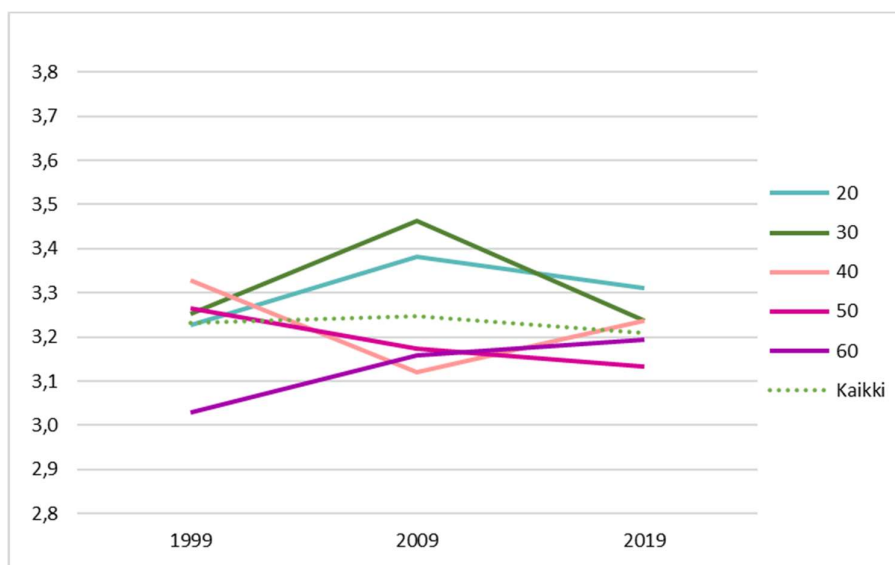
## 6.2 Muutokset kohortti- ja ikäluokkatasolla

### 6.2.1 Kohorttien muuttuvat asenteet

Seuraavaksi tarkastelen kulutusasenteita kohortti- ja ikäluokkakohtaisesti. Tässä luvussa pyrin vastaamaan kysymykseen siitä, onko kohorttien tai ikäluokkien välillä ylipäätään eroja vastuullisissa kulutusasenteissa ja miten nämä asenteet ja erot ovat muuttuneet kahdessakymmenessä vuodessa. Esitän kaikissa kuvioissa ryhmäkeskiarvoja, jotka kuvaavat kohorttien ja ikäryhmien keskimääräisiä eroja eri asenneväittämien vastauksissa. Olen testannut myös tilastolliset merkitsevyydet ryhmien välisille eroille eri vuosina, ja toisaalta ryhmien sisäiselle muutokselle vuosien välillä. Kuten edellisessä luvussa, olen näissä tarkasteluissa käyttänyt yksisuuntaista varianssianalyysiä, jonka yhteydessä olen suorittanut parittaisen vertailun Bonferroni-menetelmällä.



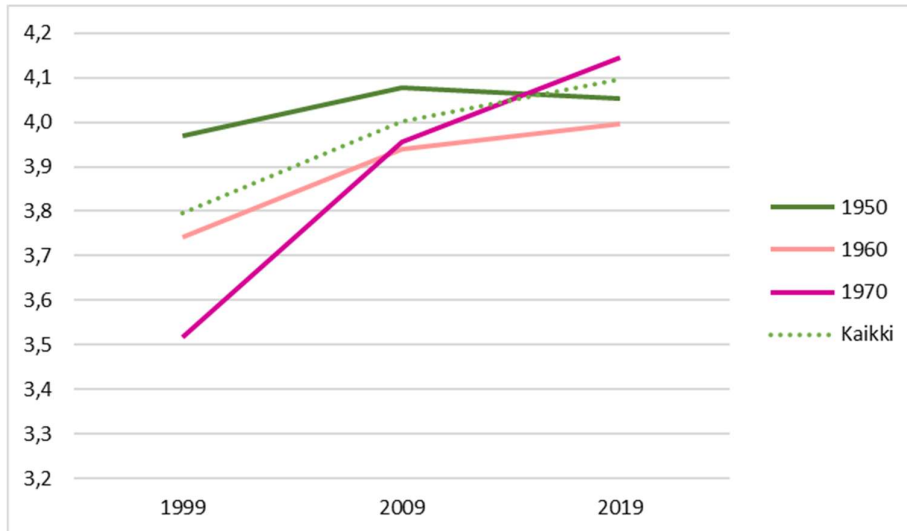
Kuvio 2. ”Olen huolissani kulutukseni vaikutuksesta ympäristöön”. Kohorttien keskimääräisten vastausten muutos. Kohorttien välisten erojen merkitsevyys: 1999  $p=0,695$ , 2009  $p=0,006$ , 2019  $p=0,788$ .



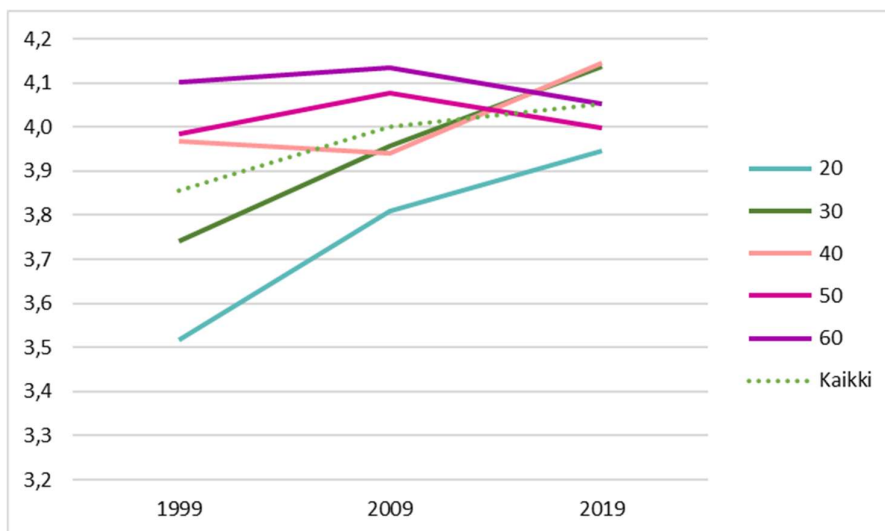
Kuvio 3. ”Olen huolissani kulutukseni vaikutuksesta ympäristöön”. Ikäluokkien keskimääräisten vastausten muutos. Ikäluokkien välisten erojen merkitsevyys: 1999  $p=0,695$ , 2009  $p=0,006$ , 2019  $p=0,788$ .

Kuvioista 2 ja 3 voidaan nähdä, että huoli on muuttunut eri kohorteilla eri tavoin. Vuosien 1999 ja 2009 välissä huoli kasvoi nuorten, erityisesti 1970-luvulla syntyneiden, keskuudessa. Sen sijaan vanhempien kohorttien kohdalla huoli osin jopa laski tänä aikana. Nämä kohorttien ja ikäluokkien sisäiset muutokset ovat kuitenkin niin pieniä, etteivät ne

ole tilastollisesti merkitseviä. Kaiken kaikkiaan kohorttien väliset erot suurenivat vuosien 1999 ja 2009 välillä, ja sitten taas pienenivät vuosien 2009 ja 2019 välillä. Tämä kohorttien välisten erojen muutos on nähtävissä myös siinä, että kohorttien väliset erot ovat tilastollisesti merkittäviä vain vuonna 2009.

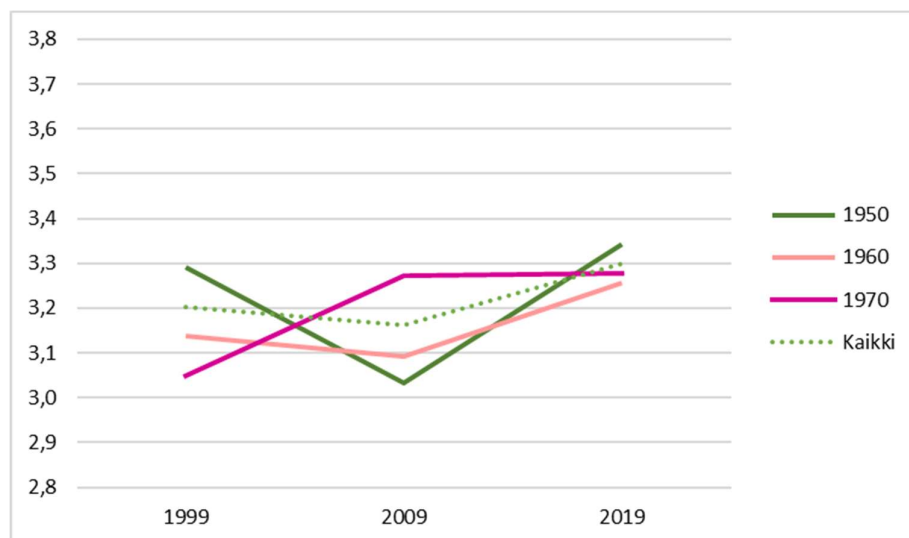


Kuvio 4. ”Maailmassa on liikaa tavaraa ja elämä on liian kulutuskeskeistä.” Kohorttien keskimääräisten vastausten muutokset. Kohorttien välisten erojen merkitsevyys: 1999  $p < 0,001$ , 2009  $p = 0,006$ , 2019  $p = 0,788$ .

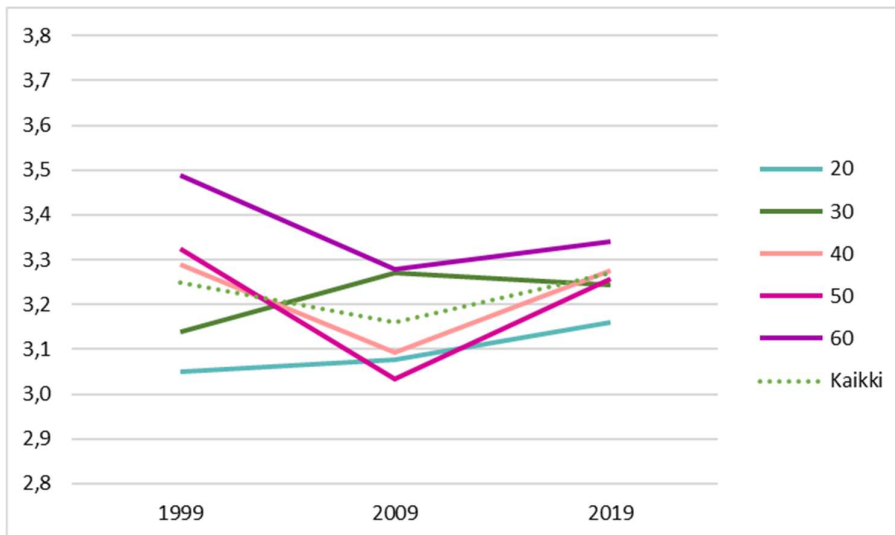


Kuvio 5. ”Maailmassa on liikaa tavaraa ja elämä on liian kulutuskeskeistä.” Ikäluokkien keskimääräisten asenteiden muutokset. Ikäluokkien välisten erojen merkitsevyys: 1999  $p < 0,001$ , 2009  $p = 0,021$ , 2019  $p = 0,788$ .

Jo luvussa 6.1 havaittiin, että kokemus elämän liiallisesta kulutuskeskeisyydestä on lisääntynyt viimeisten kahdenkymmenen vuoden aikana, ja kuviot 4 ja 5 vahvistavat tätä tulosta. Kuten niistäkin nähdään, on muutos ajoittunut erityisesti vuosien 1999 ja 2009 väliin. Lisäksi näyttää siltä, että koko tarkastelujakson aikana kohorttien väliset erot ovat kaventuneet. Erojen kaventuminen näkyy myös siinä, että erot niin ikäluokka- kuin kohorttitarkastelussakin ovat tilastollisesti merkitseviä vuosina 1999 ja 2009, mutta vuonna 2019 tilastollisesti merkitsevää eroa ei enää ole. Suurin muutos on tapahtunut nuorempien kohorttien asenteissa. Vuosien 1999 ja 2009 välillä tilastollisesti merkitsevää muutosta on tapahtunut 1960- ja 1970-luvulla syntyneillä ( $p=0,001$  ja  $p<0,001$ ). Näyttää siis siltä, että nuoremmat kohortit kokevat maailman aiempaa kulutuskeskeisempänä jo nuorena. Ikätarkastelujen 20-vuotiaiden kehitys tukee tätä havaintoa. Vuonna 2019 kyseessä on 1990-luvulla syntynyt kohortti, joka näyttää jo olevan muiden kohorttien tapaan kylläännyt kulutuskulttuuriin. Ikäluokkatarkastelussa muutos vuosien 2009 ja 2019 välillä on vanhimpien ikäluokkien osalta vähäistä ja jopa negatiivista, muttei tilastollisesti merkitsevää.



Kuvio 6. ”Teen tietoisesti ympäristöystävällisiä valintoja kulutuksessani.” Kohorttien keskimääräisten vastausten muutokset. Kohorttien välisten erojen merkitsevyys: 1999  $p=0,001$ , 2009  $p=0,032$ , 2019  $p=0,525$ .



Kuvio 7. ”Teen tietoisesti ympäristöystävällisiä valintoja kulutuksessani.” Ikäluokkien keskimääriäisten vastausten muutokset. Ikäluokkien välisten erojen merkitsevyys: 1999  $p=0,001$ , 2009  $p=0,032$ , 2019  $p=0,525$ .

Ympäristöystävällisiä valintoja kuvaavissa kuvioissa 6 ja 7 voidaan nähdä muutosta moneen suuntaan. Vuosien 1999 ja 2009 välillä eri ikäisten roolit ympäristöystävällisten valintojen tekemisessä näyttävät hieman muuttuneen: siinä missä ympäristöystävällisten valintojen tekeminen oli 1999 yleisempää vanhempien ihmisten keskuudessa, on asetelma muuttunut vuonna 2009, jolloin varsinkin 1970-luvulla syntyneet ovat kokeneet tekevänsä entistä enemmän ympäristöystävällisiä valintoja. Kuten kuvioista 2 nähtiin, on heidän huolensa kulutuksen ympäristövaikutuksista samaan aikaan hieman kasvanut, vaikkei ero vuosien välillä olekaan tilastollisesti merkitsevä. Vastuullisten valintojen yleistymisen saattaa kuitenkin kertoa laajemmasta tietoisuuden kasvusta. Vuoteen 2019 tultaessa vastuulliset kulutusvalinnat näyttävät jossain määrin yhdenmukaistuneen eri ikäisten keskuudessa, sillä vuosina 1999 ja 2009 ikäluokkien ja kohorttien välillä on tilastollisesti merkitseviä eroja, mutta vuonna 2019 ero ei enää ole tilastollisesti merkitsevä, ja kaikki kohortit näyttävät olevan lähellä toisiaan.

### 6.2.2 Kohorttien ja ajankohdan yhteisvaikutus

Äskeisessä luvussa esitin kuvailevia analyysejä eri kohorttien asenteiden muutoksista tutkimusjakson aikana. Tämän tarkastelun perusteella näyttää sitä, että kohorttien välillä todella on joitakin eroja siinä, millä tavoin niiden asenteet ovat kehittyneet. Varmistukseni kohorttien ja ajankohdan yhteisestä vaikutuksesta, siis siitä, että eri kohortit todella ovat reagoineet eri tavoin yhteiskunnassa tapahtuviin muutoksiin, suoritan vielä kaksisuuntai-



sen varianssianalyysin. Sen avulla pystyn tarkastelemaan paitsi vuosien ja kohorttien vaikutusta asenteisiin, myös testaamaan tilastollisesti niiden yhteisvaikutuksen merkitsevyyden.

Kaikkien kolmen vastuullisia kulutusasenteita mittaavan muuttujan kohdalla havaitaan tilastollisesti merkitsevä kohortin ja vuoden yhteisvaikutus, kuten taulukosta 4 nähdään. Havainto tukee näkemystä siitä, että eri kohortit ovat reagoineet eri ajankohtina käytyyn keskusteluun ja yhteiskunnallisen ilmapiirin muutoksiin eri tavoin. Toisaalta kohortilla ja vuodella näyttää olevan myös itsenäistä vaikutusta asenteisiin (paitsi vuodella huolen kohdalla). Havaittu yhteisvaikutus tekee kuitenkin näiden tulkitsemisesta epävarmaa, sillä yhteisvaikutus voi saada myös yksittäisten muuttujien vaikutuksen näyttämään merkittävältä, vaikka todellisuudessa muuttujalla ei olisikaan merkitystä erillään sen kanssa yhteisvaikuttavasta muuttujasta (Nummenmaa 2009, 229).

Yhteisvaikutuksen olemassaolosta huolimatta on huomioitava, että kaikkien kolmen mallin selitysvoima (korjattu  $R^2$ ) on vaatimaton. Tämä tarkoittaa, että suurin osa ympäristövastuullisten kulutusasenteiden vaihtelusta selittyy muilla tekijöillä kuin ajankohdalla ja kohortilla.

*Taulukko 4. Kohortin ja mittausvuoden yhteisvaikutukset.*

	”Olen huolissani kulutukseni vaikutuksesta ympäristöön”		”Maailmassa on liikaa tavaraa ja elämä on liian kulutuskeskeistä”		”Teen tietoisesti ympäristöystävällisiä valintoja kulutuksessani”	
	F-arvo	p-arvo	F-arvo	p-arvo	F-arvo	p-arvo
kohortti	2,60	0,035	8,27	<0,001	3,65	0,006
vuosi	2,33	0,098	35,48	<0,001	9,54	<0,001
kohortti*vuosi	2,35	0,029	5,95	<0,001	2,77	0,011
Korjattu $R^2$	0,003		0,026		0,009	
N	4383		4385		4378	

## 6.3 Muiden tekijöiden vaikutus kulutusasenteisiin

### 6.3.1 Huoli oman kulutuksen vaikutuksesta ympäristöön

Tässä luvussa pyrin vastaamaan tutkimuskysymykseen siitä, onko kohorteilla itsenäistä selitysvoimaa kulutusasenteisiin, kun muut taustamuuttujat otetaan huomioon. Samalla

tarkastelen sitä, mitkä muut muuttujat selittävät aineistossani vastuullisia kulutusasenteita. Kuten edellä kuvasin, olen muodostanut tätä varten lineaariset regressiomallit, jotka mahdollistavat eri taustamuuttujien merkityksen tarkastelun kunakin tutkimusvuonna. Ensimmäisenä tarkasteltavana muuttujana on vastaajien huoli oman kulutuksen vaikutuksesta ympäristöön.

*Taulukko 5. Huoli oman kulutuksen ympäristövaikutuksista, lineaarinen regressiomalli vaikuttavista muuttujista.*

	1999	2009	2019
<b>Sukupuoli, nainen</b>	<b>0,183**</b> (0,054)	<b>0,395***</b> (0,073)	<b>0,527***</b> (0,059)
<b>Koulutusaste</b> (ref. perusaste)			
<b>Keskiaste</b>	0,135 (0,072)	-0,013 (0,116)	0,010 (0,100)
<b>Korkea-aste</b>	<b>0,326**</b> (0,102)	<b>0,420**</b> (0,137)	<b>0,277**</b> (0,112)
<b>Tuloluokka</b> (ref. alin neljännes)			
<b>2. neljännes</b>	-0,085 (0,075)	-0,169 (0,107)	-0,081 (0,087)
<b>3. neljännes</b>	0,106 (0,084)	-0,114 (0,119)	-0,012 (0,092)
<b>ylin neljännes</b>	-0,008 (0,087)	-0,247 (0,129)	0,028 (0,100)
<b>Työssäkäynti</b>	-0,036 (0,066)	-0,108 (0,095)	<b>-0,201*</b> (0,079)
<b>Asuinalue, maaseutu</b>	<b>0,151*</b> (0,063)	0,059 (0,086)	<b>-0,146*</b> (0,072)
<b>Kohortti</b> (ref. 50-luvulla synt.)			
<b>40-luvulla synt.</b>	0,060 (0,074)	0,025 (0,113)	
<b>60-luvulla synt.</b>	0,014 (0,072)	-0,077 (0,103)	-0,003 (0,084)
<b>70-luvulla synt.</b>	-0,039 (0,077)	<b>0,232* (0,109)</b>	0,011 (0,090)
<b>80-luvulla synt.</b>		0,032 (0,108)	-0,008 (0,085)
<b>Vakiotermi</b>	<b>2,613***</b> (0,146)	<b>2,606***</b> (0,194)	<b>2,628***</b> (0,160)
<b>Korjattu R<sup>2</sup></b>	0,011	0,073	0,062
<b>R<sup>2</sup></b>	0,016	0,085	0,068
<b>p-arvo</b>	0,001	<0,001	<0,001

Keskivirheet sulkeissa. \* p<0,05, \*\* p<0,01, \*\*\* p<0,001

Kuten taulukosta 6 voidaan nähdä, on kohorttien selitysvoima ympäristöhuolen kohdalla melko vaatimaton. Ainoa tilastollisesti merkitsevä kohorttivaikutus näyttää olleen vuonna 2009, jolloin 1970-luvulla syntyneet olivat muita kohortteja enemmän huolissaan oman kulutuksensa vaikutuksesta ympäristön tilaan. Vuosina 1999 ja 2019 huoli näyttää jakautuvan kohorttien välillä tasaisemmin.

Regressiomallissa nousivat merkittäviksi vastuullisen kulutuksen tutkimuksesta tutut taustamuuttujat, sukupuoli ja koulutustausta. Korkeakoulutus ja naissukupuoli näyttävät ennustavan suurempaa huolta jokaisena tutkimusvuotena säännönmukaisesti. Hyvin yleisesti on havaittu, että naiset ja korkeasti koulutetut ovat asenteiltaan muita vastuullisempia (esim. Wilska ym. 2013, 18–19; Kujanen ym. 2014, 11), joten havainto ei ole yllättävä.

Asuinalueen vaikutus omasta kulutuksesta koettuun ympäristöhuoleen näyttää kääntyneen kahdenkymmenen vuoden aikana pääläelleen. Siinä missä maaseudulla asuvat olivat vuosituhaten vaihteessa kaupunkilaisia huolestuneempia, ovat he 2019 vähemmän huolissaan. Tämä saattaa kertoa vastuullisuuskeskustelun painopisteen muutoksesta, jossa esimerkiksi kasvissyönnin korostaminen on saanut aikaan huolen kotimaisen, perinteiseksi nähdyn lihantuotannon säilymisestä (Järvelä 2017, 20) ja siten saattanut etäännyttää maaseudulla asuvia, paikallisuutta ja maaseudun perinteitä arvostavia (Alhonnoro 2013) ihmisiä.

Hieman vaikeampi on selittää sitä, miksi työssäkäyvät näyttävät vuonna 2019 olleen muita vähemmän huolissaan oman kulutuksensa ympäristöjäljestä. Kenties vastausta pitäisikin hakea niistä ryhmistä, jotka jäävät työssäkäyvien ryhmän ulkopuolelle, eli esimerkiksi opiskelijoista ja eläkeläisistä. Kenties heidän huolensa on työssäkäyviä suurempaa.

### **6.3.2 *Maailmassa on liikaa tavaraa***

Seuraavaksi tarkastelen väittämää ”maailmassa on liikaa tavaraa ja elämä on liian kulutuskeskeistä”. Tässä väittämässä korostuu huolen sijaan kokonaisvaltainen tunne kulutuksen liiallisuudesta, ja kysymys ohjaa kenties ajatukset hieman enemmän globaaleista huolista oman elämän kokemuksiin ja arkisiin huoliin.

Taulukosta 6 nähdään, että esiin nousevat osin samat muuttujat kuin omasta kulutuksesta koetun ympäristöhuolenkin kohdalla. Naiset nousevat esiin jokaisena tutkimusvuotena tilastollisesti merkitsevästi, ja korkeakoulutus on merkittävä tekijä vuosina 2009 ja 2019. Vuonna 1999 koulutuksella ei ole ollut merkittävää vaikutusta kokemukseen elämän liiallisesta kulutuskeskeisyydestä. Muutos saattaa vihjata nimenomaan korkeasti koulutetun kulttuurieliitin kulutuskulttuurissa tapahtuneista muutoksista tai kestävyiden noususta ihanteeksi.

Taulukko 6. Elämän kokeminen liian kulutuskeskeiseksi, lineaarinen regressiomalli vai-  
kuttavista muuttujista.

	1999	2009	2019
<b>Sukupuoli, nainen</b>	<b>0,212***</b> (0,052)	<b>0,149*</b> (0,072)	<b>0,178***</b> (0,050)
<b>Koulutusaste</b> (ref. perusaste)			
<b>Keskiaste</b>	-0,102 (0,069)	0,092 (0,115)	-0,028 (0,087)
<b>Korkea-aste</b>	0,031 (0,098)	<b>0,354**</b> (0,135)	<b>0,190*</b> (0,096)
<b>Tuloluokka</b> (ref. alin neljännes)			
<b>2. neljännes</b>	-0,058 (0,072)	-0,198 (0,106)	0,142 (0,075)
<b>3. neljännes</b>	-0,060 (0,080)	<b>-0,313**</b> (0,117)	0,092 (0,079)
<b>ylin neljännes</b>	<b>-0,201*</b> (0,084)	<b>-0,498***</b> (0,127)	0,029 (0,086)
<b>Työssäkäynti</b>	<b>-0,163**</b> (0,063)	0,075 (0,093)	-0,102 (0,068)
<b>Asuinalue, maaseutu</b>	<b>0,149*</b> (0,060)	<b>0,293**</b> (0,085)	-0,026 (0,062)
<b>Kohortti</b> (ref. 50-luvulla synt.)			
<b>40-luvulla synt.</b>	0,023 (0,071)	0,086 (0,112)	
<b>60-luvulla synt.</b>	<b>-0,200**</b> (0,070)	-0,128 (0,102)	0,060 (0,072)
<b>70-luvulla synt.</b>	<b>-0,481***</b> (0,074)	-0,190 (0,107)	<b>0,156*</b> (0,078)
<b>80-luvulla synt.</b>		<b>-0,336**</b> (0,107)	0,122 (0,073)
<b>Vakiotermit</b>	<b>3,686***</b> (0,140)	<b>3,548***</b> (0,192)	<b>3,688***</b> (0,138)
<b>Korjattu R<sup>2</sup></b>	0,052	0,045	0,020
<b>R<sup>2</sup></b>	0,058	0,057	0,027
<b>p-arvo</b>	<0,001	<0,001	<0,001

Keskivirheet sulkeissa. \*p<0,05, \*\*p<0,01, \*\*\*p<0,001

Kohorttien välillä on nähtävissä enemmän eroja tämän väittämän kohdalla. Kuten taulukosta 6 nähdään, ovat nuoremmat kohortit (1960- ja 1970-luvuilla syntyneet, jotka olivat mittaushetkellä 20–39-vuotiaita) kokeneet maailman muita harvemmin liian kulutuskeskeiseksi vuonna 1999. Saman suuntainen ero on nähtävissä myös vuonna 2009, jolloin nuorin ikäluokka (1980-luvulla syntyneet eli 20–29-vuotiaat) näki maailman muita harvemmin liian kulutuskeskeisenä. Asetelma on vuonna 2019 kuitenkin aivan eri, kun 1970-luvulla syntynyt kohortti (joka oli mittaushetkellä 40–49-vuotiaita) erottuikin sillä, että kokee elämän muita useammin liian kulutuskeskeiseksi. Nuoret eivät siis enää erotu kulutuskeskeisyydestä välinpitämättömänä ryhmänä, ja kuten edellä luvussa 6.1 näimme, on kokemus liiallisesta kulutuskeskeisyydestä samaan aikaan kasvanut väestötasolla. Muutos saattaa kertoa kulutuskulttuurin voimistumisesta kenties varsinkin nuorten maailmassa. Kulutuksesta on kenties tullut liikaakin nuorempien elämää ja ihmissuhteita

määrittävä tekijä, eikä kuluttaminen ole enää vain nautinto, vaan myös työtä, joka pahimmillaan huonontaa elämänlaatua sen parantamisen sijaan (kts. esim. Soper 2020).

Lisäksi taulukosta 6 havaitaan, että maalla asuvat ovat kokeneet maailman kaupunkilaisia useammin liian kulutuskeskeiseksi vuosina 1999 ja 2009, mutta vuonna 2019 tätä eroa ei näytä enää olevan. Kun ottaa huomioon väestötason nousevan trendin, muutos liittyyneen enemmän kaupunkilaisten muuttuneisiin asenteisiin kuin siihen, että maalla asuvien mielestä maailma ei enää olisi liian kulutuskeskeinen. Lisäksi työssäkäyvät erottuvat vuonna 1999 muita vähäisemmällä kulutuskeskeisyyden liiallisuuden kokemuksellaan. Samoin erottuvat myös korkeimpaan tuloneljännekseen kuuluvat vuosina 1999 ja 2009 ja vuonna 1999 myös kolmanteen tuloneljännekseen kuuluvat. Eron voisi arvella liittyvän siihen, että näillä ryhmillä on ollut varaa osallistua kulutuskulttuuriin, ja he ovat myös aktiivisesti työskennelleet pysyäkseen kulutuksessaan muiden tahdissa.

### **6.3.3 Ympäristöystävälliset kulutusvalinnat**

Seuraavaksi tarkastelen ympäristöystävällisiä kulutusvalintoja. Kuten jo aiemminkin kerroin, mittaa tämäkin muuttuja ennen kaikkea asennetta, vaikka sen avulla päästäänkin aavistuksen lähemmäs käytäntöjä kuin aiempien kysymysten avulla. Määrittely siitä, millaisia ympäristöystävälliset kulutusvalinnat käytännössä ovat, jää täysin vastaajalle ja myös piiloon vastauksissa.

Tämänkin muuttujan kohdalla nousevat esiin tutut demografiset muuttujat, sukupuoli ja korkeakoulutus, jotka ovat säännönmukaisesti merkitseviä jokaisena tutkimusvuotena ja ennustavat ympäristövastuullisten valintojen tekemistä. Kuten todettua, nämä ovat myös muissa tutkimuksissa esiin nousseita havaintoja (esim. Wilska ym. 2013, 18–19; Kujanen ym. 2014, 11). Lisäksi voidaan havaita, että 1999 myös keskiasteen koulutus on ennustanut ympäristövastuullisten valintojen tekoa, mutta myöhempinä tutkimusvuosina ei.

Kohorttien osalta ympäristöystävällisten valintojen dynamiikassa näyttää tapahtuneen muutoksia kahdenkymmenen vuoden aikana. Vuonna 1999 nuorimmat ikäluokat, 1960- ja 1970-luvuilla syntyneet, jotka olivat tutkimushetkellä 20–39-vuotiaita, ovat tehneet vanhempia ikäluokkia vähemmän tietoisien ympäristöystävällisiä valintoja. Vielä 2009 vanhin ikäluokka, 1940-luvulla syntyneet eli tutkimushetkellä 60–69-vuotiaat, ovat tehneet nuorempia enemmän ympäristöystävällisiä kulutusvalintoja, vaikka 1950-luvulla syntyneiden ja sitä nuorempien kohorttien välillä ei enää olekaan eroa nähtävillä. Vuonna 1960-luvulla syntyneet erottuvat tehden muita enemmän ympäristöystävällisiä valintoja. Nuorimmat tai vanhimmat kohortit eivät kuitenkaan enää erotu toisistaan merkittävästi.

Taulukko 7. Ympäristöystävällisten kulutusvalintojen tekeminen, lineaarinen regressiomalli vaikuttavista tekijöistä.

	1999	2009	2019
<b>Sukupuoli, nainen</b>	<b>0,271***</b> (0,049)	<b>0,331***</b> (0,069)	<b>0,368***</b> (0,054)
<b>Koulutusaste</b> (ref. perusaste)			
<b>Keskiaste</b>	<b>0,155*</b> (0,065)	0,071 (0,110)	0,146 (0,093)
<b>Korkea-aste</b>	<b>0,379***</b> (0,092)	<b>0,499**</b> (0,130)	<b>0,350**</b> (0,103)
<b>Tuloluokka</b> (ref. alin neljännes)			
<b>2. neljännes</b>	0,041 (0,068)	0,073 (0,101)	-0,008 (0,081)
<b>3. neljännes</b>	0,032 (0,076)	0,026 (0,112)	-0,022 (0,085)
<b>ylin neljännes</b>	-0,013 (0,079)	-0,036 (0,122)	0,073 (0,093)
<b>Työssäkäynti</b>	<b>-0,129*</b> (0,060)	-0,096 (0,089)	<b>-0,308***</b> (0,073)
<b>Asuinalue, maaseutu</b>	0,102 (0,057)	0,057 (0,082)	0,066 (0,067)
<b>Kohortti</b> (ref. 50-luvulla synt.)			
<b>40-luvulla synt.</b>	0,045 (0,067)	<b>0,248*</b> (0,107)	
<b>60-luvulla synt.</b>	<b>-0,184**</b> (0,066)	-0,039 (0,098)	<b>0,160*</b> (0,078)
<b>70-luvulla synt.</b>	<b>-0,370***</b> (0,070)	0,134 (0,103)	0,138 (0,084)
<b>80-luvulla synt.</b>		-0,116 (0,102)	0,062 (0,079)
<b>Vakiotermit</b>	<b>2,677***</b> (0,132)	<b>2,345***</b> (0,183)	<b>2,523***</b> (0,148)
<b>Korjattu R<sup>2</sup></b>	0,039	0,065	0,044
<b>R<sup>2</sup></b>	0,045	0,077	0,051
<b>p-arvo</b>	<0,001	<0,001	<0,001

Keskivirheet sulkeissa. \*p>0,05, \*\*p>0,01, \*\*\*p<0,001

Lisäksi työssäkäyvät näyttävät tekevän muita vähemmän ympäristöystävällisiä kulutusvalintoja vuosina 1999 ja 2019, mutta 2009 eroa heidän ja muiden ryhmien välillä ei ole havaittavissa. Työssäkäyvien muita vähäisempi into tehdä ympäristövastuullisia valintoja vuonna 2019 on linjassa heidän vähäisemmän ympäristöhuolensa kanssa (kts. luku 6.3.1). Jälleen selitys löytynee työssäkäyvien ryhmän ulkopuolelle jäävien innosta tehdä vastuullisia valintoja, sillä tähän ryhmään kuuluvat muun muassa opiskelijat ja eläkeläiset.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KESKUSTELU

Yhteiskunnan muuttuessa ja ympäristökeskustelun etsiessä jatkuvasti uusia uomiaan on luonnollista, että myös kulutuskulttuuri ja siihen liitetyt vastuullisuuskäsitykset jossakin määrin muuttuvat. Kuten nähty, on asenteiden tasolla muutosta kuitenkin tapahtunut melko vähän vuoden 1999 jälkeen. Sen sijaan näyttää siltä, että väestötasolla niin huoli kulutuksen ympäristövaikutuksista kuin myös vastuullisten kulutusvalintojen tekeminenkin ovat pysyneet melko tasaisina koko kahdenkymmenen vuoden tutkimusjakson ajan. Vaikka vastaavia aikasarjoja on Suomesta saatavilla vain vähän, saman suuntaisia havaintoja on tehty myös muissa tutkimuksissa (esim. Vainio 2020, 23).

Mistä tämä muuttumattomuus kenties kertoo? Samaan aikaan on kuitenkin havaintoja siitä, että esimerkiksi luomutuotteiden myynti on kasvanut moninkertaiseksi (Stolle & Micheletti 2013, 55), mikä viittaa muuttuneisiin kulutuskäytäntöihin. Yksi mahdollinen selitys on se, että ihmiset kenties peilaavat omia asenteitaan kulloisiinkin normeihin ja vallitsevaan yhteiskunnalliseen ilmapiiriin, jolloin sama määrä vastuullisia valintoja voisi eri vuosina johtaa eri tuloksiin viisiportaisella asennemuuttujalla. Asennemuuttujien yleisyyden huomioiden ei kenties olisikaan todennäköistä, että eri ongelmien korostuminen julkisessa keskustelussa eri aikoina muuttaisi tuloksia merkittävästi, mikä voisi myös osaltaan selittää muuttumattomuutta.

Poikkeuksena asenteiden muuttumattomuuteen oli mittaamistani muuttujista kysymys siitä, onko elämä liian kulutuskeskeistä. Kahdenkymmenen vuoden tutkimusjakson aikana kokemus elämän liiallisesta kulutuskeskeisyydestä oli noussut hieman. Tämä saattaa kertoa tavaramaailmamme kylläntymisestä. Kun peilataan tätä muutosta Inglehartin post-materialismi-teesiin, jonka mukaan materiaalisen hyvinvoinnin lisääntyessä yhteiskunnassa alkaisivat vallita vähemmän materialistiset arvot (Inglehart 1990), tuntuu muutos ymmärrettävältä. Kenties yhteiskunnassamme ollaan saavuttamassa piste, jossa materiaalisen hyvinvoinnin lisääminen ei enää tunnu mielekkäältä tavoitteelta. Kulutus on kenties kasvanut sellaiseen pisteeseen, jossa siihen liittyy niin paljon nautintoa vaimentavia tekijöitä, kuten stressiä ja ympäristön pilaantumista, ettei kuluttaminen entiseen malliin enää näyttäydy houkuttelevana (kts. Soper 2008). Muutoksesta kertoo myös uusien kulttuuristen ilmiöiden, kuten tavarankäytön vähentämisen, nousu elämäntapavalintana, jonka avulla tavoitellaan parempaa hyvinvointia (Lähetkangas 2018, 46).

Vaikka väestötasolla muutosta asenteissa onkin tapahtunut vain vähän, nousi kohorttitarkastelussa kuitenkin esiin joitakin kiinnostavia huomioita. Huomionarvoista on ensinnäkin jo se, että tutkimusvuoden ja kohortin välinen yhteisvaikutus on merkitsevä jokaisen tutkitun väittämän kohdalla. Tämä tukee vahvasti tulkintaa, jonka mukaan eri kohortit ovat reagoineet yhteiskunnassa ja keskusteluilmapiirissä tapahtuneisiin muutoksiin eri tavoin. Kohorttien välillä tapahtuneissa muutoksissa erityisen huomionarvoista on se, että nuorempien kohorttien huoli on kasvanut suhteessa vanhempiin kohortteihin. Sama

näky myös luvun 6.2.1 ikäluokkatarkastelussa, mikä myös osaltaan vahvistaa tulkintaa siitä, ettei kyse ole elämänvaiheen aiheuttamista muutoksista. Sen sijaan näyttää siltä, että nuorten huoli ja myös vastuulliset kulutusvalinnat ovat aidosti kohonneet vanhempien ihmisten tasolle.

Julkisessa keskustelussa on viime aikoina puhuttu paljon nuorten erityisestä ympäristöhuolesta, johon liittyy yleismaailmallisen huolen lisäksi myös pelkoa omasta tulevaisuudesta ympäristön tuhoutuessa (esim. Salmi 2020; Parkkinen 2018). Tässä keskustelussa nuorten on nähty kantavan aivan erityistä huolta, jota vanhempien ihmisten pitäisi kuunnella tarkemmalla korvalla kuin tähän asti on tehty, jotta tarvittavat ilmastotoimet saataisiin vietyä poliittisesti läpi. Tämän keskustelun eräänlaiseksi keulakuvaksi nousi vuonna 2018 tuolloin 16-vuotias ruotsalainen Greta Thunberg, joka on sittemmin puhunut maailman johtajille aina YK:n ilmastokokousta myöten. Esimerkiksi hänen retoriikassaan nuori sukupolvi asetetaan ikään kuin vastakkain vanhempien sukupolvien kanssa, joiden hän näkee jopa pettävän nuoret liian löysällä ilmastopolitiikallaan. (Mikkonen 2019.) Thunberg ei ole tunteidensa kanssa yksin, sillä yli 80 prosenttia nuorista ympäri maailman kokee ilmastopolitiikan epäonnistuneen, ja hyvin monet kokevat poliittisten päättäjien pettäneen heidät (Marks ym. 2021).

Tulosteni perusteella näyttää kuitenkin siltä, ettei nuorten huoli tarkastelemillani mitareilla ole sen suurempaa kuin vanhempienkaan, vaan ympäristöhuoli on Suomessa tällä hetkellä kaikkien jakamaa. Kenties nuorten korostunut asema julkisessa keskustelussa tulee kuitenkin heidän asenteissaan tapahtuneista muutoksista: vielä kaksikymmentä vuotta sitten nuoret olivat ympäristön tilasta ja kulutuksestaan vähemmän huolissaan, mutta enää heidän huolensa ei merkittävästi eroa vanhemmista kohorteista. Nuoret myös kenties ilmaisevat huolensa eri tavoin kuin vanhemmat (Farthing 2010). Nimenomaan nuorille tyyppillisiä keinoja omien huoltensa ilmaisuun ovat näyttävät, mediatilaa saavat mielenilmaukset (kts. esim. Pickard 2019). Toisaalta joissakin suomalaisissakin tutkimuksissa nuoret nousevat esiin erityisen vastuullisena ryhmänä, joka tekee muita enemmän vastuullisia kulutusvalintoja (Autere 2019). Osin kyse saattaa siis olla kysymyksenasettelusta ja tutkimusasetelmasta.

Nuorten ja vanhempien ihmisten yhtäläinen huoli ei välttämättä ole ainakaan universaali ilmiö. Esimerkiksi Yhdysvalloissa näyttää siltä, että nuoremmat kohortit ovat ilmastomuutoksesta vanhempia enemmän huolissaan ja kokevat suurempaa vastuuta toimia ympäristön hyväksi (Funk & Hefferon 2019; De Pinto & Packus 2019). Sama asetelma on Yhdysvalloissa ollut havaittavissa jo 1990-luvulla (McMillan, Hoban, Clifford & Brant 1997, 99). Farber näkee tämän luonnollisena seurauksena siitä, että nuoremmat kohortit ovat niitä, joiden elämään ilmastomuutos ja nyt tehtävät ilmastotoimet konkreettisimmin vaikuttavat (Farber 2020). Kun tarkastellaan eurooppalaisia nuoria, näyttää myös siltä, että alle 20-vuotiaat ovat ilmastomuutoksesta kaikista eniten huolissaan (No-



wakowski & Oswald 2020, 27). Jo vuoden 2008 kyselytuloksissa 16–24-vuotiaat eurooppalaiset ovat olleet ilmastomuutoksesta vanhempia enemmän huolissaan, ja ylipäättään ympäristöhuoli näyttää kasvaneen nuorempiin kohortteihin siirryttäessä (Eurobarometer 2008, 10).

Vaikka käyttämässäni aineistossa nuoret eivät yhtä säännönmukaisesti erotukaan erityisen huolestuneena ryhmänä, on kohorttien välisissä asenne-eroissa silti havaittavissa selvä muutos. Vielä 1999 nuoret olivat selvästi vanhempia ihmisiä vähemmän huolissaan ja tekivät vähemmän vastuullisia kulutusvalintoja, mutta vuoteen 2019 mennessä he olivat nousseet vanhempien kohorttien tasolle. Nuoret siis olivat vuonna 2019 selvästi huolestuneempia ja vastuullisempia kuin vanhemmat kohortit ovat heidän iässään olleet, mikä voisi kertoa siitä, että yhteiskunnassamme on meneillään jonkinasteinen muutos kohti vastuullisempia asenteita ja kenties lopulta myös kulutustottumuksia.

Mielenkiintoinen ilmiö kohorttien keskinäisissä muutoksissa on 1970-luvulla syntyneen kohortin kasvanut huoli vuonna 2009. Tästä ilmiöstä näkyi viitteitä kohorttikohtaisia muutoksia tarkasteltaessa luvussa 6.2.1, vaikka tilastollisesti merkitsevää muutos ei tässä tarkastelussa ollutkaan. Sen sijaan regressiomalleissa muutos näkyi merkitsevästi, kuten luvussa 6.3.1 nähdään. Miksi 1970-luvulla syntynyt kohortti on ollut muita huolestuneempi kulutuksensa ympäristövaikutuksista vuonna 2009, vaikka muina vuosina eroa ei olekaan nähtävillä? Helppoa selitystä havaintoon ei ole tarjolla. He ovat ensimmäisiä kohortteja, joka on kasvanut jo voimakkaan ympäristöhuolen yhteiskuntaan nuorista pitäen (Väliveronen 1996, 36–37). Kenties he ovat siksi reagoineet muita kohortteja voimakkaammin 2000-luvun yhä lisääntyvään ilmastokeskusteluun.

Viimeisessä tutkimuskysymyksessäni halusin selvittää, mitkä muut taustamuuttajat vaikuttavat vastuullisiin kulutusasenteisiin ja säilyttävätkö kohortit selitysvaimonsa, vaikka muut taustamuuttajat otettaisiin huomioon. Regressiomallit paljastivat osin hyvin odotettavissa olleita ilmiöitä: sukupuoli ja korkea-asteen koulutus olivat säännönmukaisesti yhteydessä vastuullisiin kulutusasenteisiin kaikkien väittämien kohdalla jokaisena tutkittuna vuonna. Nämä ovat tuttuja tekijöitä jo aiemmista tutkimuksista, mutta silti niiden säännönmukaista merkitsevyyttä voidaan pitää merkittävänä tuloksena.

Kiinnostavia, vähemmän tuttuja ilmiöitä aineistosta kuitenkin löytyi. Esimerkiksi asuinpaikan vaikutus ei ole aiemmassa suomalaisessa kirjallisuudessa saanut kovinkaan suurta huomiota. Näyttäisi kuitenkin siltä, että maalla asuvat ovat olleet kaupunkilaisia enemmän huolissaan oman kulutuksensa ympäristöjäljestä vuonna 1999, ja kokeneet elämän kaupunkilaisia useammin kulutuskeskeiseksi vuosina 1999 ja 2009, mutta vuonna 2019 heidän huolensa on ollut kaupunkilaisia vähäisempää. Muutos saattaa kertoa keskusteluilmapiirin muutoksesta, jossa esimerkiksi ruuan ympäristövaikutukset ovat alkaneet painottaa yhä enemmän (kts. esim. Nikku 2018). Koska maalla asuvat ovat yleensä lähempänä alkutuotantoa, voi asetelma tuntua heistä jopa hyökkäykseltä perinteistä maaseutuelämäntapaa kohtaan.

Tutkielmaani liittyy myös joitakin rajoitteita, jotka on hyvä ottaa huomioon tuloksia tulkittaessa. Kenties merkittävin näistä on se, ettei toteutunutta kulutuskäyttäytymistä ole tutkittu. Siksi tutkielmassani ei päästäkään suoraan kiinni siihen, millä tavalla tai millaisia kulutusvalintoja ihmiset todellisuudessa tekevät. Kuten luvussa 4.3 esittelin, on asenteiden ja todellisen käyttäytymisen välillä jonkin verran ristiriitoja. Sen vuoksi tuloksiani ei voikaan lukea suoraan suomalaisten kulutustottumuksista kertovina, vaikka asenteilla toki vaikutusta myös kulutuskäyttäytymiseen onkin (esim. Armitage & Christian 2003).

Lisäksi on huomattava, että vaikka aineistosta löytyi selviä muutoksia, ovat ne laadullisesti maltillisen suuruisia. Toisin sanoen mitään valtavaa siirtymää suomalaisten asenteissa ei tutkielman perusteella näytä viimeisten kahdenkymmenen vuoden aikana tapahtuneen. Toisaalta käyttämäni muuttajat olivat myös hyvin yleisluontoisia. Konkreettisemmin tiettyjä vastuullisuuden аспектеjä mittaavilla tai muutoin eri tavalla muotoilluilla muuttujilla tulokset voisivat olla erilaisia. Lisäksi tutkielmassani eivät ole mukana suinkaan kaikki mahdollisesti kulutusasenteisiin vaikuttavat taustamuuttajat. Esimerkiksi puoluekannalla on havaittu useissa viimeaikaisissa tutkimuksissa olevan itsenäistä merkitystä vastuullisten kulutusasenteiden suhteen (Koivula ym. 2019; Vainio 2020). Lisäksi esimerkiksi elämänvaihe vaikuttaa kulutukseen merkittävästi (esim. Kuoppamäki ym. 2017), minkä vuoksi esimerkiksi vastaajien perhetilanteen huomioiminen olisi perusteltua. Olisikin kiinnostavaa tutkia, vaikuttaisivatko tämänkaltaiset muuttajat kohorttitarkasteluun eri tavoin.

Joka tapauksessa voidaan yleisesti todeta, että tutkielmani antaa tukea sille, että kulutusasenteisiin todella liittyy Suomessa kohorttivaikutuksia, jotka saattavat olla viemässä yhteiskuntaamme kokonaisuudessaan kestävämpään suuntaan. Nuoremmat kohortit ovat vastuullisempia kuin vanhemmat heidän iässään. Nuoret kohortit ovat kasvaneet nuoresta pitäen runsauden yhteiskunnassa, eivätkä he ole vanhempien kohorttien tapaan kokeneet materiaalista niukkuutta. Kenties siksi heille on kehittynyt post-materialistinen arvopohja, jossa esimerkiksi ympäristön ja sosiaalisen vastuullisuuden arvostus on vahvempaa kuin aiempien kohorttien kohdalla. Nyt käsillä olevan kestävyysmurroksen (SYKE 2021) näkökulmasta uutinen on hyvä: ainakin asenteiden tasolla kaikki ikäryhmät näyttävät nyt olevan valmiita muuttamaan kulutustottumuksiaan kestävämmiksi.

## 8 LÄHTEET

Alanen, Leena (2008). *Polvesta polveen. Sukupolvi sosiologisena käsitteenä ja tutkimuskohteena* teoksessa Sankari, Anne & Jyrkämä, Jyrki (toim.) *Lapsuudesta vanhuuteen. Iän sosiologiaa*, 97–115. Tampere: Vastapaino.

Alhonnoro, Lotta (2013). Yhteistä hyvää rakentamassa – Sosiaalinen vastuullisuus maaseudun ruuankulutuksessa. *Kulutustutkimus.nyt* 7(1–2), 65–79.

Alwin, Duane F. & McCammon, Ryan J. (2003). *Generations, Cohorts and Social Change* teoksessa Mortimer, Jeylan T. & Shanahan, Michael J. (toim.) *Handbook of the Life Course*, 23–49. Hingham: Kluwer Academic Publishers.

Anderson, Matthew (2018). Fair Trade and Consumer Social Responsibility: Exploring Consumer Citizenship as a Driver of Social and Environmental Change. *Management decision* 56(3), 634–651.

Armitage, Christopher J., & Christian, Julie (2003). From attitudes to behaviour: Basic and applied research on the theory of planned behaviour. *Current Psychology*, 22(3), 187–195.

Atkinson, Lucy (2015) Locating the Politics in Political Consumption: A Conceptual Map of Four Types of Political Consumer Identities. *International Journal of Communication* 9, 2047–2066.

Autere, Sanna (2019). Finnish people consider sustainable lifestyle choices to be important – young people are climate action pioneers. <https://www.sitra.fi/en/news/finnish-people-consider-sustainable-lifestyle-choices-to-be-important-young-people-are-climate-action-pioneers/> (Haettu 6.12.2021.)

Autio, Minna (2019). *Muuttuva kulutusyhteiskunta ja sen symbolit* teoksessa Laine, Jaana; Fellman, Susanna; Hannikainen, Matti & Ojala, Jari (toim.) *Vaurastumisen vuodet. Suomen taloushistoria teollistumisen jälkeen*. Helsinki: Gaudeamus.

Bauman, Zygmund (2005). *Work, consumerism and the new poor*. Buckingham: Open University Press.

Berninger, Kati; Tapio, Petri & Willamo, Risto (1996). *Ympäristönsuojelun perusteet*. Helsinki: Gaudeamus.

Burke, Paul; Eckert, Christine & Davis, Stacey (2014). Segmenting consumers' reasons for and against ethical consumption. *European Journal of Marketing* 48(11/12), 2237–2261.

Cabrera, Sergio A. & Williams, Christine L. (2014). Consuming for the Social Good: Marketing, Consumer Citizenship, and the Possibilities of Ethical Consumption. *Critical sociology* 40(3), 349–367.

Carlsson-Kanyama, Annika & González, Alejandro D. (2009). Potential contributions of food consumption patterns to climate change. *The American Journal of Clinical Nutrition* 89(5), 1704S–1709S.

Carr, D. Jasun; Gotlieb, Melissa R.; Lee, Nam-Jin & Shah, Dhavan V. (2012). Examining overconsumption, competitive consumption, and conscious consumption from 1994 to 2004: disentangling cohort and period effects. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 220–233.

Carrigan, Marylyn & Attalla, Ahmad (2001). The myth of the ethical consumer – do ethics matter in purchase behaviour? *Journal of Consumer Marketing* 18(7), 560–578.

Connolly, John & Prothero, Andrea (2008). Green Consumption: Life-politics, risk and contradictions. *Journal of Consumer Culture* 8 (1), 117–145.

Copeland, Lauren (2014). Value Change and Political Action: Postmaterialism, Political Consumerism, and Political Participation. *American Politics Research* 42(2), 257–282.

Davies, Iain Andrew & Gutche, Sabrina (2016). Consumer motivations for mainstream "ethical" consumption. *European journal of marketing*. *European Journal of Marketing* 50(7), 1326–1347.

De Grazia, Victoria (1998). *Changing Consumption Regimes in Europe, 1930–1970: Comparative Perspectives on the Distribution Problem* teoksessa Strasser, Susan; McGovern, Charles & Judt, Matthias (toim.) *Getting and Spending: European and American Consumer Societies in the Twentieth Century*. Washington: Cambridge University Press.

Delistavrou, Antonia; Krystallis, Athanasios & Tilikidou, Irene (2020). Consumers' Decision to Boycott 'unethical' Products: The Role of Materialism/post Materialism. *International journal of retail & distribution management* 48(10), 1121–1138.

De Pinto, Jennifer & Backus, Fred (2019). Younger Americans views' on climate change: More serious, yet more optimistic. <https://www.cbsnews.com/news/younger-americans-views-on-climate-change-more-serious-yet-more-optimistic/> (Haettu 2.12.2021.)

Devinney, Timothy M.; Auger, Pat & Eckhardt, Giana M. (2010). *The Myth of the Ethical Consumer*. Cambridge: Cambridge University Press.

Diamantopoulos, Adamantios; Schlegelmilch, Bodo B.; Sinkovics, Rudolf R. & Bohlen, Greg M. (2003). Can socio-demographics still play a role in profiling green consumers? A review of the evidence and an empirical investigation. *Journal of Business Research* 56(6), 465–480.

Diekmann, Andreas & Preisendörfer, Peter (1998). Environmental behavior: Discrepancies between aspirations and reality. *Rationality and Society* 10(1), 79–102.

Dubuissoin-Quellier, Sophie & Gojard, Séverine (2016). Why are Food Practices not (More) Environmentally Friendly in France? The role of collective standards and symbolic boundaries in food practices. *Environmental Policy and Governance* 26(2), 89–100.

Dufva, Mikko (2020). *Megatrendit 2020*. Sitran selvityksiä 162. Vantaa: Sitra.

Dunlap, Riley E. & Richard York (2008). The globalization of environmental concern and the limits of the postmaterialist values explanation: Evidence from four multinational surveys. *The Sociological Quarterly* 49(3), 529–563.

Egri, Carolyn P. & Ralston, David A. (2004). Generation Cohorts and Personal Values: A Comparison of China and the United States. *Organization Science* 15(2), 210–220.

Erola, Jani & Räsänen, Pekka (2000). *Suomi 1999: aineistonkeruu ja tutkimuseloste teoksessa Erola, Jani (toim.) Maksuhäiriöisyys laman jälkeisessä Suomessa*. Turku: Turun yliopiston sosiologian laitos.

Eurobarometer (2008). Europeans' attitudes towards climate change. Report. [http://www.ecorresponsabilidad.es/pdfs/orcc/eurobarometro\\_cambio\\_climatico\\_en.pdf](http://www.ecorresponsabilidad.es/pdfs/orcc/eurobarometro_cambio_climatico_en.pdf) (Haettu 2.12.2021.)

Farber, Dan (2020). Climate Perspectives Across the Generations. *Natural Resources Journal* 60(2), 293–304.

Farthing, Rys (2010). The politics of youthful antipolitics: representing the ‘issue’ of youth participation in politics. *Journal of Youth Studies* 13(2), 181–195.

Fisher, Robert J. & Katz, James E. (2000). Social-Desirability Bias and the Validity of Self-Reported Values. *Psychology & Marketing* 17(2), 105–120.

Fraj-Andrés, Elena & Martínez-Salinas, Eva (2007). Impact of Environmental Knowledge on Ecological Consumer Behaviour: An Empirical Analysis. *Journal of International Consumer Marketing* 19(3), 73–102.

Frey, Ulrich J. & Pirscher, Frauke (2018). Willingness to pay and moral stance: The case of farm animal welfare in Germany. *PLoS ONE* 13(8), 1–2.

Frost, Jim (2021). Using Post Hoc Tests with ANOVA. <https://statisticsbyjim.com/anova/post-hoc-tests-anova/> (Haettu 20.11.2021.)

Funk, Cary & Hefferon, Meg (2019). U.S Public Views on Climate and Energy. <https://www.pewresearch.org/science/2019/11/25/u-s-public-views-on-climate-and-energy/> (Haettu 2.12.2021.)

Gabriel, Rami (2013). *Why I Buy: Self, Taste, and Consumer Society in America*. Bristol: NBN International.

Glenn, Norval D. (2005). *Cohort Analysis*. 2nd ed. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Grimm, Pamela (2011). *Social Desirability Bias* teoksessa Sheth, Jagdish N. & Malhotra, Naresh K. (toim.) Wiley International Encyclopedia of Marketing.

Grunert, Klaus G.; Hieke, Sophie & Wills, Josephine (2014). Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use. *Food Policy* 44, 177–189.

Gugushvili, Dimitri (2021). Public attitudes toward economic growth versus environmental sustainability dilemma: Evidence from Europe. *International Journal of Comparative Sociology* 62(3), 224–240.

Gulyás, Emese (2008). Interpretations of ethical consumption. *Review of Sociology* 14(1), 25–44.

Gökşen, Fatoş, Adaman, Fikret & Zenginobuz, E. Ünal (2002). On environmental concern, willingness to pay, and postmaterialist values: Evidence from Istanbul. *Environment and Behavior* 34(5), 616–633.

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

Haavio-Mannila, Elina, Majamaa, Karoliina, Tanskanen, Antti, Hämäläinen, Hans, Karisto, Antti, Rotkirch, Anna & Roos, JP (2009). *Sukupolvien ketju. Suuret ikäluokat ja sukupolvien välinen vuorovaikutus Suomessa*. Sastamala: Vammalan Kirjapaino Oy.

Haavisto, Ilkka & Kiljunen, Pentti (2009). *Kapitalismi kansan käräjillä. EVAn kansallinen arvo- ja asennetutkimus 2009*. EVA.

Heinonen, Visa (1998). *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Heinonen, Visa (2005). *Kulutusyhteiskunnan ja kulutuksen yhteiskunnallisen sääntelyn muotoutuminen Suomessa* teoksessa Heinonen, Visa; Rajas, Anu; Hyvönen, Kaarina; Leskinen, Johanna; Litmala, Marjukka; Pantzar, Mika; Römer-Paakkanen, Tarja & Timonen, Päivi Kuluttajaekonomia – kotitalous ja kulutus, 47–68. Helsinki: WSOY.

Helkama, Klaus (2002) *Pyhtää ja kolmas aalto* teoksessa Hyyryläinen, Torsti & Katajamäki, Hannu (koonneet) Muutoksen maaseutu. Artikkelikokoelma. Helsinki: Helsingin yliopisto, Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus.

Hiller, Alex & Woodall, Tony (2018). Everything Flows: A Pragmatist Perspective of Trade Offs and Value in Ethical Consumption. *Journal of Business Ethics* 157, 893–912.

Hoikkala, Tommi & Paju, Petri (2008). *Entä nuoremmat sukupolvet? Sukupolvitutkimus ja nuorisopolitiikka* teoksessa Purhonen, Semi, Hoikkala, Tommi & Roos, J. P. (toim.) Kenen sukupolveen kuulut?, 270–294. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Humphery, K. (2009) *Excess: Anti-Consumerism in the West*. Oxford: Polity Press.

Huovari, Janne & Volk, Raija (2004). *Ikääntyminen ja maaseudun työmarkkinat*. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen raportteja N:o 190. Helsinki: Pellervon taloudellinen tutkimuslaitos.

Hyry, Jaakko (2019). Resurssiviisas kansalainen, seuranta tutkimus. <https://media.sitra.fi/2019/07/10170601/resurssiviisas-kansalainen-2019-kyselytutkimuksen-tulokset.pdf> (Haettu 6.12.2021.)

Häkli, Laura (2014). Yhden maapallon kokoinen elämäntapa. <https://www.sitra.fi/artikkelit/yhden-maapallon-kokoinen-elamantapa/> (Haettu 6.12.2021.)

Inglehart, Ronald (1977). *The Silent Revolution : Changing Values and Political Styles Among Western Publics* . Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Inglehart, Ronald (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Inglehart, Ronald (2007). *Postmaterialist Values and the Shift from Survival to Self-Expression Values* teoksessa Dalton, Russell J. & Klingemann, Hans-Dieter (toim.) *The Oxford Handbook of Political Behavior*. Oxford: Oxford University Press, 224–240.

IPCC (2018). Global Warming of 1,5 °C. <https://www.ipcc.ch/sr15/> (Haettu 20.11.2021.)

Jacobsen, Eivind (2017) *Political consumption – citizenship and consumerism* teoksessa Keller, Margit; Halkier, Bente; Wilska, Terhi-Anna & Truninger, Monica (toim.) *Routledge Handbook of Consumption*. Lontoo: Routledge, 181–190.

Järvelä, Sirkku (2017). *Vegebuumin jäljillä. Vegetarismien diskurssit suomalaisissa sanomalehdissä*. Kandidaatintutkielma, Jyväskylän yliopisto.

Järvensivu, Anu (2014). *Sukupolvet ja avainkokemukset* teoksessa Järvensivu, Anu; Nikkanen, Risto & Syrjä, Sannu (toim.) *Työelämän sukupolvet*, 19–34. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes.

Järvikoski, Timo (1991). *Ympäristöliike Suomessa* teoksessa Aromaa, Vuokko; Ekonen, Jouni; Huhta, Miika; Immonen, Kari; Kantola, Mika & Puhakainen, Leena (toim.) *Ympäristö ja aika, 150–177*. Jyväskylä: Historian ja yhteiskuntaopin opettajien liitto HYOL ry.



Kaiser, Florian G.; Wölfing, Sybille & Fuhrer, Urs (1999). Environmental attitude and ecological behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 19(1), 1–19.

Kalenius, Aleks (2018). Koulutustason kehitys Suomessa. Taustaraportti Talouspolitiikan arviointineuvostolle. [https://www.talouspolitiikanarviointineuvosto.fi/wordpress/wp-content/uploads/2018/01/Kalenius\\_2018.pdf](https://www.talouspolitiikanarviointineuvosto.fi/wordpress/wp-content/uploads/2018/01/Kalenius_2018.pdf) (Haettu 10.11.2021.)

Karisto, Antti (2005). *Suuret ikäluokat kuvastimessa* teoksessa Karisto, Antti (toim.) *Suuret ikäluokat*, 17–58. Tampere: Vastapaino.

Kattilakoski, Mari; Husberg, Antonia; Kuhmonen, Hanna-Mari; Rutanen, Juha; Vihinen, Hilikka; Töyli, Päivi; Lukkari, Tarja; Osmonen, Emilia; Väre, Taina & Åström, Christell (2021). *Ajassa uudistuva maaseutu – Maaseutupoliittinen kokonaisohjelma 2021–2027*. Maa- ja metsätalousministeriön julkaisuja 2021:12. Helsinki: Maa- ja metsätalousministeriö.

Kennedy, Emily Huddart; Baumann, Shyon & Johnston, Josée. Eating for Taste and Eating for Change: Ethical Consumption as a High-Status Practice. *Social Forces* 98(1) (2019): 381–402.

Kettunen, Marika (2020). “We need to make our voices heard”: Claiming space for young people’s everyday environmental politics in northern Finland. *Nordia Geographical Publications* 49(5), 32–48

Kinnunen, Helvi; Mäki-Fränti, Petri & Viertola, Hannu (2013). Julkisen talouden kestävyystarkasteluja. BoF Online 1/2013. Suomen Pankki. <https://helda.helsinki.fi/bof/bitstream/handle/123456789/8451/171527.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Haettu 7.11.2021)

Koivula, Aki; Räsänen, Pekka & Sarpila, Outi (2015). *Working Papers in Economic Sociology: Suomi 2014 - kulutus ja elämäntapa: Tutkimusseloste ja aineistojen 1999–2014 vertailua*. Turku: Turun yliopisto, sosiaalitieteiden laitos.

Konttinen, Esa (1999). *Ympäristökansalaisuuden kyläsepat*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Krans-Suonpää, Kristiina (2008). *Suuret ikäluokat kehyksissä*. Pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.

Kujanen, Hanna-Mari; Räsänen, Pekka & Sarpila, Outi (2014). Korkeampi koulutus, vihreämpi kuluttaja? Ympäristövastuullisen kulutuksen tunnuspiirteet 1990-luvun lopulta 2010-luvun kynnykselle. *Kulutustutkimus.Nyt* 8(1), 4–22.

Kukkonen, Iida (2017). *Consolidation of the Common Good and a Personal Quest for Virtue? Sketching Out the Finnish Ethical Consumer*. Pro gradu -tutkielma. Turku: Turun yliopisto.

Kuoppamäki, Sanna-Mari; Wilska, Terhi-Anna & Taipale, Sakari (2017). Ageing and consumption in Finland: The effect of age and life course stage on ecological, economical and self-indulgent consumption among late middle-agers and young adults between 1999 and 2014. *International Journal of Consumer Studies* 41(5), 457–464.

Larsen, Gretchen & Patterson, Maurice (2018). *Consumer Identity Projects* teoksessa Kravets, Olga; Maclaran, Pauline; Miles, Steven & Venkatesh, Alladi (toim.) *The SAGE Handbook of Consumer Culture*, 194–213. London/Thousand Oaks/New Delhi/Singapore: SAGE Publications Ltd.

Latvala, Terhi; Niva, Mari; Mäkelä, Johanna; Pouta, Eija; Heikkilä, Jaakko; Kotro, Jaana & Forsmann-Hugg, Sari (2012). Diversifying meat consumption patterns: Consumers' self-reported past behaviour and intentions for change. *Meat Science* 92(1), 71–77.

Lee, Zoe & Sargeant, Adrian (2011). Dealing with social desirability bias: an application to charitable giving. *European Journal Of Marketing* 45(5), 703–719.

Lehtonen, Turo-Kimmo & Pantzar, Mika (2002). The Ethos of Thrift – The Promotion of Bank Saving in Finland During the 1950s. *Journal of Material Culture* 7(2), 211–231.

Lelkes, Yphtach; Krosnick, Jon A.; Marx, David M.; Judd, Charles M. & Park, Bernadette (2012). Complete anonymity compromises the accuracy of self-reports. *Journal of Experimental Social Psychology* 48(6), 1291–1299.

Littler, Jo (2011) *What's wrong with ethical consumption?* teoksessa Lewis, Tanja & Potter, Emily (toim.) *Ethical Consumption: A Critical Introduction*. Lontoo: Routledge, 27–39.

Lury, Celia (2011) *Consumer Culture*. Cambridge/Malden: Polity Press.

Lyon, Sarah; Ailshire, Sara & Sehon, Alexandra (2014). Fair Trade Consumption and the Limits to Solidarity. *Human Organization* 73(2), 141–152.

Lyytimäki, Jari & Berg, Annukka (2011). *Tieto ja tietoisuus ympäristöasioista* teoksessa Niemelä, Jari; Furman, Eeva; Halkka, Antti; Hallanaro, Eeva-Liisa & Sorvari, Sanna (toim.) *Ihminen ja ympäristö*, 339–346. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Lähetkangas, Outi (2018). ”Elämäsi alkaa vasta sitten, kun olet saanut kotisi järjestykseen.” *Diskurssianalyysi tavaroiden vähentämisen ympärillä käytävästä kuluttajuukspuheesta ja tavaroiden merkityksistä mediateksteissä*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

Maio, Gregory R.; Olson, James M.; Bernard, Mark M. & Luke, Michelle A. (2006) *Ideologies, Values, Attitudes and Behavior* teoksessa Delamater, John (toim.) *Handbook of Social Psychology*. Madison, USA: Springer.

Mansikka-Aho, Anette; Saari, Antti; Lätti, Johanna & Eskola, Jari (2018). ”Se vaikenee, joka pelkää” - *Ilmastomuutos traumaattisena tietona* teoksessa Eskola, Jari; Nikanto, Ilona & Virtanen, Satu (toim.) *Aikamme kasvatus: vain muutos on pysyvää? – 14 eläytymismenetelmätutkimusta*, 187–210. Tampere: Tampere University Press.

Marks, Gary N. The formation of materialist and postmaterialist values. *Social Science Research* 26(1), 52–68.

Marks, Elizabeth; Hickman, Caroline; Pihkala, Panu; Clayton, Susan; Lewandowski, Eric R.; Mayall, Elouise E.; Wray, Britt; Mellor, Catriona & Susteren, Lise (2021). *Young People’s Voices on Climate Anxiety, Government Betrayal and Moral Injury: A Global Phenomenon*. Ennakkojulkaistu osoitteessa [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3918955](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3918955) (Haettu 29.11.2021.)

McCrinkle, Mark (2014). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Bella Vista, Australia: McCrinkle Research Pty Ltd.

McGovern, Charles & Judt, Matthias (toim.) *Getting and Spending: European and American Consumer Societies in the Twentieth Century*. Washington, D.C.: Cambridge University Press.

McMillan, MaryBe; Hoban, Thomas J.; Clifford, William B. & Brant, Margaret R. (1997). Social and Demographic Influences on Environmental Attitudes. *Journal of Rural Social Sciences* 13(1), 89–107.

Metelinen, Sami (2020). *Näitä Suomi murehtii*. EVA Analyysi 83.

Mikkonen, Minttu (2019). Greta Thunberg YK:n ilmastohuippu-kokouksessa: ”Muutos on tulossa, halusitte tai ette”. Helsingin Sanomat. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000006248498.html> (Haettu 29.11.2021.)

Miller, Daniel (2012). *Consumption and Its Consequences*. Cambridge: Polity.

Moisander, Johanna (2007). Motivational complexity of green consumerism. *International Journal of Consumer Studies* 31(4), 404–409.

Mostafa, Mohamed M. (2013). Wealth, Post-materialism and Consumers' Pro-environmental Intentions: A Multilevel Analysis across 25 Nations. *Sustainable Development* 21(6), 385–399.

Myrskylä, Pekka (2017). Suomen koulutustason heikon kehityksen syitä aivovuoto ja puutteelliset tiedot. <https://www.tilastokeskus.fi/tietotrendit/artikkelit/2017/koulutustasomme-heikon-kehityksen-taustalla-ja-puuttuvat-tiedot/> (Haettu 10.11.2021.)

MTS (2018). *Suomalaisten mielipiteitä ulko- ja turvallisuuspolitiikasta, maanpuolustuksesta ja turvallisuudesta*. Tiedotteita ja katsauksia. Helsinki: Puolustusministeriö.

MTS (2020). *Suomalaisten mielipiteitä ulko- ja turvallisuuspolitiikasta, maanpuolustuksesta ja turvallisuudesta*. Tiedotteita ja katsauksia. Helsinki: Puolustusministeriö.

Newsom (2020) Post Hoc Tests. [http://web.pdx.edu/~newsomj/uvclass/ho\\_posthoc.pdf](http://web.pdx.edu/~newsomj/uvclass/ho_posthoc.pdf) (Haettu 20.11.2021.)

Nikku, Anna (2018). *Karjataloudesta lihaveroon – Ympäristömuuttajat länsimaisten valtioiden päätöksenteossa ja valtion vaikutusmahdollisuudet ympäristöongelmien pysäyttämiseksi*. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto.

Nowakowski, Adam & Oswald, Andrew J. (2020). *Do Europeans Care about Climate Change? An Illustration of the Importance of Data on Human Feelings*. IZA Institute of Labour Economics. Discussion Paper Series, DP No. 13660.

- Nummenmaa, Lauri (2009). *Käyttäytymistieteiden tilastolliset menetelmät*. Tammi.
- Nyrhinen, Jussi & Wilska, Terhi-Anna (2012). Kohti vastuullista ylellisyyttä? Eettiset ja ekologiset trendit sekä luksuskulutus Suomessa. *Kulutustutkimus.Nyt* 6(1), 20–41.
- Paltila, Yrjö & Niemi, Erkki (2003). Työvoimavirta kaupunkiin, rahavirta maalle päin. Tilastokeskus. [https://www.tilastokeskus.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta\\_03\\_03\\_tyovoima.html](https://www.tilastokeskus.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta_03_03_tyovoima.html) (Haettu 10.11.2021.)
- Papaoikonomou, Eleni; Ryan, Gerard & Valverde, Mireia (2011). Mapping Ethical Consumer Behavior: Integrating the Empirical Research and Identifying Future Directions. *Ethics & Behavior* 21(3), 197–221.
- Parkkinen, Sonja (2018). Ilmastoahdistus aiheuttaa vihaa, surua ja syyllisyyttä – Aalto-yliopisto tarjoaa opiskelijoille tukea ilmastonmuutoksen käsittelyyn ja muistuttaa toivosta. Yle. <https://yle.fi/uutiset/3-10140284> (Haettu 5.12.2021.)
- Pellandini-Simányi, Lèna (2014). *Consumption Norms and Everyday Ethics*. Lontoo: Palgrave Macmillan.
- Pickard, Sarah (2019). Young Environmental Activists are Doing it Themselves. *Political Insight* 12/2019, 4–7.
- Pihkala, Panu (2017). *Päin helvettiä? Ympäristöahdistus ja toivo*. Helsinki: Kirjapaja.
- Piispa, Mikko & Myllyniemi, Sami (2019). Nuoret ja ilmastonmuutos. Tiedot, huoli ja toiminta Nuorisobarometriin valossa. *Yhteiskuntapolitiikka* 84(1), 61–69.
- Purhonen, Semi (2007). *Sukupolvien ongelma*. Helsingin yliopiston sosiologian laitoksen tutkimuksia nro 251. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Purhonen, Semi (2008). *Johdanto: suuret ikäluokat sukupolvena?* teoksessa Purhonen, Semi, Hoikkala, Tommi & Roos, J. P. (toim.) *Kenen sukupolveen kuulut?*, 9–30. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Puttonen, Mikko (2012). Z luo uudet arvot. *Tiede* (3), [https://www.tiede.fi/artikkeli/juut/artikkelit/z\\_luo\\_uudet\\_arvot](https://www.tiede.fi/artikkeli/juut/artikkelit/z_luo_uudet_arvot), (Haettu 7.7.2020).

Rahkonen, Juho (2012). Suurten ikäluokkien presidentti? Niinistö-ilmion voimakkuus eri sukupolvissa. *Yhteiskuntapolitiikka* 77(3), 265–273.

Raijas, Anu (2014). Kotitalouksien kulutuksen kehitys 2000-luvulla Suomessa ja Ruotsissa. *Kansantaloudellinen Aikakauskirja* 110(4), 477–491.

Rani, Nitya & Samuels, Anand (2016). A study on generational differences in work values and person-organization fit and its effect on turnover intention of Generation Y in India. *Management Research Review* 39(12), 1695–1719.

Rannikko, Pertti (1994). *Ympäristökamppailujen aallot* teoksessa Lehtinen, Ari & Rannikko, Pertti (toim.) Pasilasta Vuotokselle – ympäristökamppailujen uusi aalto, 11–28. Tampere: Gaudeamus.

Roos, Jeja-Pekka (1987). *Suomalainen elämä*. Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Räsänen, Pekka (2004). *Ikä- ja sukupolvityyppillisten arvojen tarkastelua* teoksessa Erola, Jani & Wilska, Terhi-Anna (toim.) Yhteiskunnan moottori vai kivireki? Suuret ikäluokat ja 1960-lukulaisuus. SoPhi 92. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Saari, Hanna; Koivula, Aki; Sivonen, Jukka & Räsänen, Pekka (2019). *Working papers in Economic Sociology: Suomi 2019 – kulutus ja elämäntapa. Tutkimusseloste ja koodikirja*. Turku: Turun yliopisto.

Saha, Elina (2017). *Vastuullisia asenteita ja valintoja. Suomalaisten kuluttajien ekologisesti ja sosiaalisesti kestävien kulutusvalintojen tarkastelua*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto.

Salmi, Susanne (2021). Ilmastoahdistusta ei ratkaista psykoterapiassa. <https://www.hs.fi/mielipide/art-2000008367268.html> (Haettu 5.12.2021.)

Sarpila, Outi (2012). Minun sukupolveni, sinun sukupolvesi. *Hyvinvointikatsaus* 25(1), 14–18.

Sarpila, Outi; Räsänen, Pekka; Erola, Jani; Kekki, Joonas & Pitkänen, Karoliina (2010). *Suomi 2009. Tutkimusseloste ja aineistojen 1999–2009 vertailua*. Working Papers in Economic Sociology. Turku: Turun yliopisto

Schlosberg, David (2019). From postmaterialism to sustainable materialism: the environmental politics of practice-based movements. *Environmental Politics*, DOI: 10.1080/09644016.2019.1587215

Scholz, Joachim & Handelman, Jay M. (2011). On the Question of Altruism vs. Self-Interest in Ethical Consumption, And On Why This Question Might Not Really Matter. *Advances in Consumer Research* 39, 809.

Shaw, Deirdre; McMaster, Robert & Newholm, Terry (2016). Care and Commitment in Ethical Consumption: An Exploration of the 'Attitude-Behaviour Gap'. *Journal of Business Ethics* 136 (2), 251–265.

Soper, Kate (2007). Re-thinking the 'Good Life': The citizenship dimension of consumer disaffection with consumerism. *Journal of Consumer Culture* 7(2), 205–229.

Soper, Kate (2008). Alternative hedonism, cultural theory and the role of aesthetic revisioning. *Cultural Studies* 22(5), 567–587.

Soper, Kate (2020). The Trouble with Consumption. <https://placesjournal.org/article/alternative-hedonism-and-the-trouble-with-consumption/?cn-reloaded=1> (Haettu 21.11.2021.)

Stillerman, Joel (2015). *The Sociology of Consumption: A Global Perspective*. Cambridge/Malden: Polity Press.

Stolle, Dietlindt & Micheletti, Michele (2013). *Political consumerism: Global responsibility in action*. Cambridge: Cambridge University Press.

SVT Suomen Virallinen Tilasto (2018). Tulonjakotilasto [verkkójulkaisu]. Väestöryhmittäiset Tuloerot Ja Pienituloisuus 2018, 2. Väestöryhmien tulot ja tuloerot. [https://www.stat.fi/til/tjt/2018/06/tjt\\_2018\\_06\\_2020-03-12\\_kat\\_002\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/tjt/2018/06/tjt_2018_06_2020-03-12_kat_002_fi.html) (Haettu 10.11.2021.)

SYKE (2021). SYKEN visiona kestävyysmurros! [https://www.syke.fi/fi-FI/Ajankoh-taista/SYKEN\\_visiona\\_kestavyysmurros\(61824\)](https://www.syke.fi/fi-FI/Ajankoh-taista/SYKEN_visiona_kestavyysmurros(61824)) (Haettu 5.12.2021.)

Tamás, Dénes & Nistor, Laura (2016). Consumption - between Aesthetics and Ethics. A Discussion. *Acta Universitatis Sapientiae. Social Analysis* 6 (2), 65–81.

Tenovuo, Rauno (1991). *Ympäristöpakolaisuus ja luonnon tuhoutuminen* teoksessa Aromaa, Vuokko; Ekonen, Jouni; Huhta, Miika; Immonen, Kari; Kantola, Mika & Puhakainen, Leena (toim.) *Ympäristö ja aika*, 139–149. Jyväskylä: Historian ja yhteiskuntaopin opettajien liitto HYOL ry.

Tietoarkisto. Tutkimusasetelma. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/tutkimus/asetelma/> (Haettu 19.11.2021.)

Tilastokeskus (2020). Kansantalous. [https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_kansantalous.html](https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_kansantalous.html) (Haettu 27.11.2021.)

Tilastokeskus (2021). Väestötieteen perusteet. [https://tilastokoulu.stat.fi/verkko-koulu\\_v2.xql?course\\_id=tkoulu\\_vaesto&lesson\\_id=7&subject\\_id=4&page\\_type=sisalto](https://tilastokoulu.stat.fi/verkko-koulu_v2.xql?course_id=tkoulu_vaesto&lesson_id=7&subject_id=4&page_type=sisalto) (Haettu 7.11.2021.)

Toivonen, Timo (2000). Tulojen ja kohortin vaikutus turismikulutukseen laman aikana. *Sociologia* 37(1), 48–59.

Tranter, Bruce & Western, Mark (2003). Postmaterial Values and Age: The Case of Australia. *Australian Journal of Political Science* 38(2), 239–257.

Tulokas, Raija (1990). *Suomalaiset ja ympäristö*. Tilastokeskus: Helsinki.

Turun yliopisto (2019). Tietosuoja. <https://sites.utu.fi/suomi2019/tietosuoja/> (Haettu 27.11.2021.)

Twenge, Jean M.; Campbell, W. Keith & Freeman, Elise C. (2012). Generational Differences in Young Adults' Life Goals, Concern for Others, and Civic Orientation, 1966–2009. *Journal of Personality and Social Psychology* 102(5), 1045–1062.

Twenge, Jean M. & Kasser, Tim (2013). Generational Changes in Materialism and Work Centrality, 1976–2007: Associations With Temporal Changes in Societal Insecurity and Materialistic Role Modeling. *Personality and Social Psychology Bulletin* 39(7), 883–897.

Törmälehto, Veli-Matti (2018). Varallisuuserot kasvussa, tuloerot vakaat? <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2018/varallisuuserot-kavussa-tuloerot-vakaat/> (Haettu 27.11.2021.)



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

Vainio, Emmi (2020). *Eettisten kulutusasenteiden politisoituminen. Tutkielma suomalaisten puolueiden kannattajien eettisistä kulutusasenteista ja niiden muutoksista*. Pro gradu -tutkielma, Turun yliopisto.

Verbeek, Marno (2008) *Pseudo Panels and Repeated Cross-sections* teoksessa Mátyás, László & Sevestre, Patrick (toim.) *The Econometrics of Panel Data. Fundamentals and Recent Developments in Theory and Practice*. 3. painos. Berlin/Heidelberg: Springer.

Vigors, Belinda (2018). Reducing the Consumer Attitude–Behaviour Gap in Animal Welfare: The Potential Role of ‘Nudges’. *Animals* 8, 232.

Vitell, Scott J.; King, Robert Allen; Howie, Katharine; Toti, Jean-François; Albert, Lumina; Hidalgo, Encarnación Ramos & Yacout, Omneya (2016). Spirituality, Moral Identity, and Consumer Ethics: A Multi-cultural Study. *Journal of Business Ethics* 139 (1), 147–160.

Väliverronen, Esa (1996). *Ympäristöuhkan anatomia*. Jyväskylä: Vastapaino.

Wiederhold, M. & Martinez, L. F. (2018) Ethical consumer behaviour in Germany: The attitude-behaviour gap in the green apparel industry. *International Journal of Consumer Studies* 42(4), 419–429.

Wilska, Terhi-Anna (2011). McDonaldisaatio, Disneysaatio ja suomalaisten lapsiperheiden vapaa-ajan kulutuspalvelut. *Kulutustutkimus.Nyt* 5(2), 4–23.

Wilska, Terhi-Anna, Nyrhinen, Jussi, Uusitalo, Outi & Pecoraro, Maria (2013) *Suomalaisten kulutustyyli ja ostoympäristöt* teoksessa Wilska, Terhi-Anna & Nyrhinen, Jussi (toim.) *Kuluttajat ja tulevaisuuden erikoiskauppa : ERIKA 2020 -hankkeen loppuraportti*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu, 12–37.

Ympäristöministeriö (2019). Ilmastobarometri 2019: Suomalaiset haluavat ilmastokriisin ratkaisut politiikan ytimeen. [https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kartat\\_ja\\_tilastot/Ilmastobarometri\\_2019\\_Suomalaiset\\_haluav\(49670\)](https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kartat_ja_tilastot/Ilmastobarometri_2019_Suomalaiset_haluav(49670)) (Haettu 20.11.2021.)