

Varhaisnuorten statussymbolit koulussa

NOORA ELONEN

Tampereen yliopisto

Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden

yksikkö, Porin yksikkö

Sosiaalitieteiden pro gradu –tutkielma

Maaliskuu 2015

Tampereen yliopisto
Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö

NOORA ELONEN: Varhaisnuorten statussymbolit koulussa

Pro gradu -tutkielma, 86 sivua, 3 liitesivua
Sosiaalitieteet
Ohjaaja: Jukka Niemelä
Maaliskuu 2015

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää varhaisnuorten tyttöjen statussymboleita koulun kentällä Pierre Bourdieun pääoman ja kentän käsitteitä hyödyntäen. Tutkimuksessa selvitetään, mitkä statussymbolit näyttävät erityisen tärkeinä varhaisnuorille. Lisäksi tarkoituksena on tuoda esille sitä, mistä tai keneltä varhaisnuoret tytöt ottavat mallia, eli miten jostain tulee statussymboli. Tutkimuksessa painotetaan nuorten omia näkemyksiä ja kokemuksia aiheesta.

Tutkimuksen teoriaosuudessa tarkastellaan nuoruutta elämänvaiheena painottaen erityisesti siihen tiiviisti liittyvää identiteetin rakentamista sekä nuorten vertaissuhteita. Teoriaosuudessa käsitellään lisäksi nuorten erilaisia statussymboleita, esitellään tutkimuksen kannalta olennaisen teoreetikon Pierre Bourdieun pääoman ja kentän käsitteitä sekä paneudutaan koulun kenttään nuorten toimintatilana.

Tutkimusaineisto koostuu 14 teemahaastattelusta, jotka on toteutettu keväällä 2014. Haastateltavat ovat 13–14-vuotiaita tyttöjä kahdelta eri seitsemänneltä luokalta. Haastattelut on toteutettu yläkoulun tiloissa. Aineisto on analysoitu teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä ja erityisesti teemoittelua käyttäen.

Tutkimuksen mukaan varhaisnuorten tyttöjen statussymbolit jakautuvat Pierre Bourdieun sosiaalisen, kulttuurisen ja taloudellisen pääoman mukaan. Sosiaalista pääomaa ilmentävät kaverien määrä ja laatu, sosiaalisuus, äänekkyyys ja näkyvyys, erilaisuus ja samanlaisuus sekä sosiaalinen media. Merkkituotteet, tavarat, vaatteet ja raha sekä ulkonäkö lukeutuvat taloudellisen pääoman alle. Kulttuurinen pääoma nuorten statussymbolina näkyy puolestaan koulumenestyksenä, harrastuksissa menestymisenä sekä luovuutena. Sosiaalisen pääoman alle lukeutuvat statussymbolit näyttävät varhaisnuorille merkittävimpinä, ja usein kulttuurisen ja taloudellisen pääoman kerääminen johtaa myös sosiaalisen pääoman kasvuun. Tutkimuksen mukaan nuoret keräävät statussymboleita koulun kentällä, ja lähes kaikkien erilaisten statussymbolien kerääminen ja omistaminen näyttää liittyvän suosituimmuuteen tai sen tavoitteluun. Nuorille ei ole kuitenkaan tärkeintä kuulua mahdollisimman moniin eri ryhmittymiin, vaan yhteenkin ryhmään kuulumisen riittää. Tärkeintä on suosio omassa ryhmässä, ei aina koko koulun kentällä. Nuoret eivät osaa selkeästi määritellä sitä, miten jostain asiasta tai esineestä tulee statussymboli. Statussymboliksi tuleminen ja se, että mistä otetaan mallia, näyttää myös liittyvän tiiviisti suosittuna olemiseen. Suosittuja matkitaan, koska heillä on valtaa. Matkimisen toivotaan usein johtavan siihen, että itsestäänkin tulee suosittu.

Asiasanat: varhaisnuoret, statussymbolit, Pierre Bourdieu, pääoma, koulu, vertaissuhteet, kaverit

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	5
2	NUORUUS ELÄMÄNVAIHEENA: IDENTITEETIN RAKENTAMINEN JA RYHMÄYTYMINEN	7
2.1	Nuoruus elämänvaiheena	7
2.2	Identiteetin rakentaminen nuoruudessa	9
2.3	Ryhmäytyminen ja vertaissuhteet	11
3	ERILAISIA STATUSSYMBOLIITA NUORTEN ELÄMÄSSÄ.....	15
3.1	Statussymbolin määrittely	15
3.2	Pierre Bourdieun pääomien ja kentän käsitteet statussymboleita jäsentämässä.....	17
3.2.1	Kentät	18
3.2.2	Pääomat	20
3.2.2.1	Taloudellinen pääoma	21
3.2.2.2	Kulttuurinen pääoma	21
3.2.2.3	Sosiaalinen pääoma	22
3.3	Suosituimmuus ja kaverit statussymboleina.....	25
3.4	Merkkituotteet ja kuluttaminen statussymboleina.....	27
4	KOULU TYTTÖJEN TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ	31
4.1	Koulumaailma ja koulun kerrokset	31
4.2	Yläkouluun siirtyminen	33
4.3	Hierarkiat ja kilpailu koulussa.....	34
4.4	Tytöt tutkimuksen kohteena	35
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	37
5.1	Tutkimusongelman ja tutkimuskysymyksen täsmentäminen.....	37
5.2	Tutkijana koulussa ja tutkimuseettiset asiat	38
5.3	Laadullinen tutkimus	40
5.4	Aineistonkeruu teemahaastatteluin.....	42
5.5	Sisällönanalyysi ja analyysin eteneminen	44
6	VARHAISNUORTEN STATUSSYMBOLIT	47
6.1	Sosiaalinen pääoma	47
6.1.1	Kaverien määrä ja laatu.....	47
6.1.2	Sosiaalisuus, äänekkyyys ja näkyvyys.....	50
6.1.3	Erilaisuus ja samanlaisuus	52
6.1.4	Sosiaalinen media	56

6.2	Taloudellinen pääoma	58
6.2.1	Merkituotteet	58
6.2.2	Tavarat, vaatteet ja raha	62
6.2.3	Ulkonäkö	63
6.3	Kulttuurinen pääoma	65
6.3.1	Koulumenestys	65
6.3.2	Harrastuksissa menestyminen ja saavutukset	67
6.3.3	Luovuus	68
7	JOHTOPÄÄTÖKSIÄ JA POHDINTAA	71
7.1	Jatkotutkimuskysymyksiä	79
8	LÄHTEET	80
	LIITTEET	87
	Liite 1. Tutkimuslupa-anomus vanhemmille	87
	Liite 2. Pro gradu –tutkielman haastattelurunko	88
	Liite 3. Lomake	92
	Taulukko 1 Varhaisnuorten statussymbolit jaoteltuna Bourdieun pääomien mukaan	46

1 JOHDANTO

H4: ”no ne on jotenki päässy sin niinku pyramidin huipulle en mä tiedä et miten sin päästää mut jotenki ne on sinne päässy”

Yläkoulussa nuorten elämää kehystävät ystävät, koulunkäynti ja harrastukset. Omaa yläkouluaikaansa muistellen jokainen voi samaistua siihen, mitkä asiat olivat silloin tärkeitä ja olennaisia. Kaikki voivat varmasti myös muistaa ja jopa nimetä ne, ketkä olivat yläkouluaikana suosittuja, ketkä epäsuosittuja, kuka oli kenenkin kaveri ja kuka vietti paljon aikaansa yksin. Yllä olevasta kommentista voi tunnistaa ilmiön, jonka perusteella hierarkiat ovat todellisuutta nuorten kesken, ja joku on aina korkeammassa asemassa kuin toinen. Täysin selvää ei ole, miten sinne korkeampaan asemaan pääsee. Pyramidin huippu kuvastaa hyvin sitä asemaa, joka suositulla ja menestyneellä nuorella on.

Kiinnostus tämän tutkimuksen tekemiseen lähti omasta mielenkiinnosta nuorten ja koulumaailman tutkimiseen. Koulu on mielenkiintoinen paikka, sillä se on nuorten areena, jossa sekä opiskellaan että ollaan kavereiden kanssa ja luodaan omaa identiteettiä. Koulussa vietetään iso osa päivästä, ja siellä nuoret ovat jatkuvasti toisten nuorten ympäröiminä. Kiinnostus tarkentui nykyajan varhaisnuorten statussymboleihin pohtiessani kuluttamisen ja kilpailun lisääntymistä, joiden uskoin koskettavan myös yläkouluikäisiä nuoria. Nykyään kilpailu ja arvostaminen eivät kohdistu silti pelkästään ulkoisiin seikkoihin, kuten tavaroihin, vaan oletan niiden olevan moninaisempia. Varhaisnuoret, eli 13–14-vuotiaat, valikoituivat tutkimuksen kohderyhmäksi erityisesti siksi, että he ovat juuri siirtyneet yläkouluun ja ovat näin ollen uuden tilanteen edessä. He ovat myös vasta kasvamassa ”nuorison” jäseniksi, eli monella tasolla siirtymävaiheessa. Tästä syntyi lopulta ajatus tutkia varhaisnuorten tyttöjen statussymboleita koulussa painottamalla nuorten omia näkemyksiä ja kokemuksia aiheesta.

Tarkoituksena on käsitellä varhaisnuorten statussymboleita Pierre Bourdieun kentän ja pääomien käsitteiden avulla. Bourdieun ajatukset kentillä kerättävistä pääomista kuvastavat mielestäni hyvin nykyaikaa, joten sen soveltaminen nuorten elämään näyttäytyi sopivalta. Taustaoletuksena tässä tutkimuksessa on, että kilpailua esiintyy nuorten kesken ja että pääomien kerääminen erilaisilla kentillä on ominaista myös nuorille. Oletan myös, että nuorten statussymboleita on mahdollista käsitellä ja tulkita Bourdieun pääomien käsitteitä hyväksi käyttäen.

Aiheesta on paljon tutkimustietoa eri näkökulmista käsin, ja olenkin pyrkinyt löytämään kaikkein olennaisimmat tämän tutkimuksen teoriataustaksi. Myös Pierre Bourdieun teoriaa kentistä ja pääomista on hyödynnetty useissa tutkimuksissa eri aloilla. Pyrin tässä tutkimuksessa hyödyntämään olemassa olevaa tutkimustietoa ja Bourdieun näkemyksiä oman tutkimusongelmani näkökulmasta ja rajaamaan laajaa taustatietoa siten, että tutkimukseni kannalta tärkeimmät seikat tulevat huomioiduksi.

Etenen tutkimuksessani teoreettisen taustan esittelemisestä kohti tutkimuksen empiiristä osuutta. Luvussa kaksi lähdän liikkeelle nuoruudesta elämänvaiheena ja käsittelen myös identiteetin rakentamista nuoruudessa sekä vertaissuhteita ja niiden merkitystä nuorille. Seuraavassa luvussa käsittelen erilaisia nuorten statussymboleita ja määrittelen sen, mitä statussymbolilla ylipäätään tarkoitetaan. Esittelen myös tutkimuksen kannalta olennaisen teoreetikon Pierre Bourdieun ajatuksia pääomista ja kentistä. Neljännessä luvussa esittelen koulua nuorten toimintaympäristönä ja kenttänä, yläkouluun siirtymistä sekä siellä esiintyviä hierarkioita ja kilpailua. Esittelen myös tyttöjä tutkimuksen kohteena. Seuraava luku alkaa tutkimuskysymyksen täsmentämisellä. Lukuun sisältyy myös tutkimuksen metodologisten lähtökohtien esitleminen ja tutkimuksen toteuttamisen kuvaaminen. Kerron aineistonkeruusta, analyysistä sekä pohdinnoista tutkijan vastuusta tässä tutkimuksessa. Luvussa kuusi käsittelen tutkielmani keskeisiä tuloksia nuorten statussymboleista. Tätä seuraavat johtopäätösten esittäminen sekä pohdinnat.

2 NUORUUS ELÄMÄNVAIHEENA: IDENTITEETIN RAKENTAMINEN JA RYHMÄYTYMINEN

Nuoruus ikävaiheena on kiinnostava, sillä silloin eletään ikään kuin välivaihetta lapsuuden ja aikuisuuden välissä. Nuori ei ole enää pieni lapsi, mutta ei myöskään saavuttanut vielä aikuisen oikeuksia ja velvollisuuksia. Nuoruusajan ikämäärittely vaihtelee kontekstista riippuen, mutta tärkeämpää onkin keskittyä nuoruusaikaan liittyviin sosiaalisiin sisältöihin, joita esittelen alaluvussa 2.3 vertaissuhteiden kautta. Nuoruuteen liittyy vahvasti myös oman identiteetin työstäminen ja rakentaminen, jota käsittelen alaluvussa 2.2. On myös olennaista huomata, että nuoruuden sisällöt on yleensä mielletty sukupuolittuneesti, eli tytöille ja pojille on määritelty omat kehitystehtävänsä. Nuoriin liittyviä kulttuurisia käytäntöjä on ollut aina, sisältö ja määritelmät vain ovat muuttuneet ja vaihdelleet. (Aapola & Kaarninen 2003, 12 -16.) Tämä luku käsittelee nuoruutta elämänvaiheena, ja erityisesti identiteetin rakentamista sekä nuoruuden vertaissuhteita.

2.1 Nuoruus elämänvaiheena

Nuoruus nähdään ikävaiheena ja elämänvaiheena kaikkein ristiriitaisimpana. Vaikka jokainen nuori on omanlaisensa ja kaikilla on oma identiteettityönsä, liittyy nuoruuteen myös asioita jotka ovat kaikille nuorille yhteisiä. Nuoruuden erityisyys lapsuuden ja aikuisuuden välissä on yksi tällainen seikka, ja yhteiskunnan eri instituutiot, kuten koulu ja perhe, vahvistavat tätä nuorten kategoriaa. Nuoruuden voidaan nähdä silti olevan melko joustava vaihe, sillä kaikki kokevat sen omalla tavallaan. Nuoruuden merkitykset saavat uusia piirteitä ajan mittaan. (Förnäs 1998, 291–292.)

Aikuisuuden ja lapsuuden välistä ajanjaksoa voidaan kuvailla myös termillä murrosikä, joka on pikkuhiljaa 1900-luvulta vakiintunut osaksi kielenkäyttöä. Sen merkitykset ovat vaihdelleet ajasta ja tieteenalasta riippuen, mutta historiallisesti pysyvää on ollut murrosiän hahmottaminen ongelmallisena elämänvaiheena. Silloin oman minän rakentaminen on vahvaa ja esiin nousee kysymyksiä omasta roolista ja siitä, millainen olen suhteessa muihin (Mustonen & Rönkä & Uotinen 1992, 236). Tyttöjen murrosiän alku ja loppu arvioidaan hieman aikaisemmaksi kuin poikien. Termi murrosikä liitetään useimmiten fyysisiin muutoksiin nuoruusiässä, kun taas nuoruus itsessään on selkeämmin yhteiskunnallinen ja kulttuurinen ilmiö. (Aapola 2003a, 87 -101.) Yleinen käsitys on myös se, että murrosiässä tunnetilat heilahtelevat ja syntyy helposti ongelmia ja konflikteja auktoriteettien kanssa. On silti otettava huomioon, että murrosikä ei ”iske” tai ilmene kaikilla samalla tavalla ja samalla voimakkuudella.

Virallisissa tilastoissa nuoriksi määritellään usein alle 25-vuotiaat. Psykologisissa kehitysteorioissa aikuisuuden rajana pidetään taas 30 ikävuotta. (Ruohonen 2001, 49.) Alarajana pidetään yleensä 11–14 -vuotta ja ylärajana taas 20–34 -vuotta. (Autio 2006, 17). Voidaan myös erottaa termit nuori ja nuori aikuinen. (Saarinen 2001, 31.) Nurmi (1995, 257) puolestaan mainitsee, että nuoruuden voi jakaa varhaisnuoruuteen (11–14-vuotiaat), keskinuoruuteen (15–18-vuotiaat) ja myöhäisnuoruuteen (19–25-vuotiaat). Tässä tutkimuksessa käsitteet lapsuus ja nuoruus ovat hankalia, sillä ikäryhmää 13–14 -vuotiaat ei ole helppo tarkasti määritellä. He ovat lapsuuden ja nuoruuden välissä. Käytän termiä varhaisnuoret, mutta tutkimuksen edetessä puhun sekä varhaisnuorista että nuorista.

Käsite tweenit on lähtöisin Pohjois-Amerikasta, ja se tarkoittaa ikäryhmää lapsuuden ja teini-ikäisen välillä. Termi ”tween” tulee sanoista ”between youth and teenage”. (Wilska 2004, 19.) Tween -markkinat perustuvat siihen, että varhaisteini-ikäiset haluavat olla ikäisiään vanhempia. (Autio 2004, 32–38; Wilska 2006, 32–33.) Yhdysvalloissa tweenit mielletään jopa 7-11-vuotiaiksi. Lehtimäki ja Suoranta (2006a) kirjoittavat tweenien olevan 8-14-vuotiaita. He mainitsevat, että nimenomaan yritykset ovat havainneet tämän varhain brändeihin tutustuneen kuluttajaryhmän, jolle on helppo markkinoida tuotteita. Tweeneillä on yhä enemmän taskurahaa käytettävissä ja he vaikuttavat omilla mieltymyksillään myös perheen ostopäätöksiin. (Emt., 491.)

Loikkanen ja Tiira (2006) ovat tutkineet 10 -13-vuotiaiden tyttöjen omia tulkintoja valintoja täynnä olevasta maailmasta ja saivat kiinnostavia tuloksia siitä, mitä tutkittavat ajattelivat omasta iästään ja ihanneiästään. Tytöt olivat sitä mieltä, että he ovat vielä lapsia ja että heitä tulisi vielä kutsua lapsiksi. Toisaalta näiden ”tween” ikäisten tyttöjen ihanneikä oli lähes yksimielisesti 17 -vuotta, eli he ihannoivat teini-ikää. ”Tween” ilmiö on osiltaan todellisuutta myös Suomessa.

Nuoruuteen liittyy sosiaalistuminen ympäröivään yhteiskuntaan, ja nuori kohtaakin ikävaiheessaan monia erilaisia roolimutoksia ja valinnan paikkoja. Nuoruudessa ihminen alkaa muodostaa käsitystä omasta itsestään. Nuoruudessa ihminen ”etsii itseään” ja kokeilee erilaisia rooleja. Oma olemisen tapa löytyy, kun itseä on etsitty ja työstetty tarvittava aika. Nurmi (1995) lainaa Havighurstia (1972) kertoessaan nuoruuden keskeisistä kehitystehtävistä. Niitä ovat uusien suhteiden luominen kumpaankin sukupuolta oleviin ikätovereihin, sukupuoliroolin omaksuminen, oman fyysisen olemuksensa hyväksyminen, emotionaalisen itsenäisyyden saavuttaminen vanhemmista ja muista aikuisista, avioliittoon ja perhe-elämään valmistautuminen, valmistautuminen työelämään, ideologian ja maailmankatsomuksen kehittäminen sekä sosiaalisesti vastuullisen käyttäytymisen omaksuminen. Jokaiseen ikävaiheeseen liittyy omat haasteensa.

Kehitys liittyy yksilössä tapahtuviin muutoksiin, mutta myös ympäristö kehittyy ja muuttuu. (Nurmi 1995, 256–260.) Havighurstin nuoruuden kehitystehtävät voidaan nähdä ennemminkin pidemmän ajanjakson näkökulmasta, mutta toki jo varhaisnuoret pohtivat tulevaisuuttaan ja rakentavat näin kuvaa siitä, minkälaisia he haluavat isompina olla.

Aikaisemmin perhe on ollut tärkein nuoren yhteiskuntaan sosiaalistaja. Perheen rinnalla koulu on nähty myös tärkeänä nuoren sosialisatiossa. Raitanen (2001, 190) lainaa Thomas Ziehen (1991) ajatuksia kirjoittaessaan nuorten uudesta sosialisatiotyypistä. Nykyisin nähdään, että nuori voi alusta saakka muodostaa elämäntyyliä itse. Perinne ja vanhemmat eivät enää näyttele suurinta roolia, vaan joukkotiedotus, kulttuurituotanto ja erilaiset nuorisokulttuurit ovat ottaneet paikkansa nuorison sosiaalistamisessa. Erottautuminen ja itseilmaisuus tapahtuvat pitkälti kulutuskäyttäytymisen kautta, ja tavaroita hankitaankin niiden näyttöarvon vuoksi. Nykyään kehityspsykologiassa painotetaan sosiaalisen ympäristön vaikutusta nuorten kehitykseen, kun ennen biologinen perimä ja fysiologinen kypsyminen sekä vietit olivat kehityksen perusta. Sosiologiassa on alettu puhua myös institutionaalista urasta, joka liittyy esimerkiksi kouluasteelta toiselle siirtymiseen. (Puuronen 2006, 62–63.)

Nuoruudesta on tullut lähes trendi nykyaikana. Monet pyrkivät olemaan nuorekkaita ja nuoria pitkään, mitä myös mainonta ja kulutustuotteet osaltaan ylläpitävät. Yhtäältä puhutaan siis nuoruuden pidentymisestä eli siitä, kuinka kouluttautuminen ja näin ollen nuoruuselämä pitenee. Toisaalta taas nuoruuden aikaistumisesta, sillä yhä nuoremmat ottavat osaa nuorison toimintatapoihin ja käyttäytyvät kuin olisivat aikuisia (mm. pukeutuminen, heille osoitetut vaatimukset, päätösvalta). (Saarinen 2001, 32.) Nuoruutta ihannoidaan, ja sitä ihannoivat sekä nuoret että vanhat. Se voidaan nähdä jopa elämäntyylinä. Yhteisöllisyys ja individualistisuus eivät silti ole toisensa poissulkevia. Ketokiven (2004) tutkimus osoittaa, että nuoruuden- ja vapauden kaipuu eivät sulje pois sitä, että ihminen haluaa perheen ja olla osa yhteisöä. Nuoruutta on pidennetty, koska nuoruus on normien mukaan koettava ennen paikoilleen asettumista. Nykyään näyttääkin olevan tärkeää olla ”oman elämänsä herra” ja omanlaisensa, yksilöllinen.

2.2 Identiteetin rakentaminen nuoruudessa

Identiteetti on kiinnostava käsite, ja siitä on kirjoitettu paljon. Olennainen kysymys identiteetin tarkastelussa on ennen kaikkea se, että ”kuka minä olen” ja ”keitä me olemme”. Nyky-yhteiskunnassa valinnan mahdollisuuksia tulee jatkuvasti eteen myös nuorilla, joten identiteetin työstämisestä on tullut jatkuvaa toimintaa, eikä se pysy koko elämän ajan samanlaisena. Puhutaan

identiteettityöstä ja identiteetin etsinnästä. Toiset identiteettikäsitteet painottavat identiteetin muuttuvuutta ja jatkuvaa työstämistä, toiset taas identiteetin jatkuvuutta ja pysyvyyttä. (Rautio 2006, 18–19.) Tässä tutkimuksessa identiteetti käsitetään ennen kaikkea muuttavana ja ihmisen elämässään kohtaamien valintojen muokkaamana. Varsinkin nuorten kohdalla identiteetti ei ole vielä täysin vahvistunut, ja se on muokkaantunut ja tulee muokkaantumaan vielä moneen kertaan.

Erilaisia näkemyksiä identiteetistä on useilla tieteenaloilla. Psykologiassa identiteetti nähdään ennen kaikkea koko elämän ajan kehittyvänä asiana, mutta korostetaan jossain määrin myös sen pysyvyyttä. Sillä tarkoitetaan minuutta, joka syntyy vuorovaikutuksessa ympäristön kanssa. Psykologisen näkemyksen mukaan identiteettiin vaikuttavat lähipiiri, ihmissuhteet, kulttuuri ja sen ilmiöt. Eriksonin kehitysteoriassa puhutaan identiteettikriisistä, ja kuinka sen onnistuessa ihminen saa aidon minän tunteen. (esim. Erikson 1981.) Sosiologinen käsitys identiteetistä korostaa yksilön näkemystä erilaisiin ryhmiin kuulumisesta (sukupuoli, ikä, etnisyys, ammatti). Identiteetti on yksilöllinen ja subjektiivinen kokemus, mutta siihen vaikuttaa myös sosiaalinen ympäristö. Sosiologiassa identiteettiä ovat käsitelleet muun muassa G. H. Mead, Stuart Hall sekä Erving Goffman.

Yleisesti länsimaissa painotetaan minuutta ja identiteettiä yksilöllisenä projektina, jota muokataan arjessa omien valintojen kautta. Minuuden ja identiteetin nähdään kehittyvän ajan kuluessa. Ihminen haluaa rakentaa minuudestaan ymmärrettävän ja näin ollen tehdä elämästään ymmärrettävän kokonaisuuden. Tätä mallia on myös kritisoitu, ja onkin hyvä nähdä, että identiteetti jakautuu kahteen osaan: persoonalliseen ja sosiaaliseen identiteettiin. Erving Goffman on määritellyt persoonallisen identiteetin seuraavasti: ”Persoonallinen identiteetti merkitsee jatkuvuuden ja johdonmukaisuuden tunnetta yksilön minäkokemuksessa elämäkerran muutoksissa ajallisella jatkumolla.” Sosiaalisen identiteetin hän on puolestaan määritellyt seuraavasti: ”Sosiaalinen identiteetti merkitsee samastumista erilaisiin sosiaalisiin yhteisöihin tai ryhmiin sekä johdonmukaisuutta erilaisissa sosiaalisissa rooleissa toimittaessa.” (Saastamoinen 2006, 170–172.)

Nuoruusaikaan liittyy siis vahvasti oman identiteetin kehittyminen ja nuoren kehityksessä korostetaan erityisesti sosiaalisen ympäristön vaikutusta. Ikätovereiden palautteen merkitys nuorten keskuudessa korostuu, ja uudet normatiiviset odotukset tuottavat uusia ajattelu- ja toimintatapoja. Nuori muodostaa käsityksen itsestään sen mukaan, miten hän kykenee omaa elämäänsä ohjaamaan ja millaisiin valintoihin hän päätyy. (Nurmi 1995, 262, 271–272.) Wilska (2005, 66.) painottaa, että

minuutta ja omaa identiteettiä ei saada syntymässä valmiina, vaan sitä rakennetaan jatkuvasti. Esimerkiksi kulutuksen kautta ja erilaisissa kilpailutilanteissa nuoret rakentavat identiteettiään ja näyttävät muille, keitä he ovat tai pikemminkin, keitä he haluaisivat olla. Identiteetti rakentuu erilaisten suhteiden kautta, esimerkiksi jakona meihin ja muihin. Se myös edellyttää yleensä samaistumista johonkin identiteetti-positioon, kuten sukupuoleen tai ammattiin, ja sitä ilmentetään usein symbolisesti tyylin, vaatteiden ja merkkien kautta. (Saastamoinen 2006, 173.)

Yksi ilmiö identiteetin rakentamisessa ja itsensä esittämisessä nykypäivänä ovat erilaiset sosiaalisen median kanavat. Facebookissa ja muilla sosiaalisen median kentillä itsensä esittäminen, itsensä luominen ja kommunikointi ovat tämän päivän ilmiö. Jokainen voi itse valita, minkälaisen kuvan itsestään antaa, ja harva haluaakin painottaa omia huonoja puoliaan tai elämänsä ongelmakohtia. Ujo ja epävarmakin ihminen pystyy luomaan itsestään avoimen ja rohkean kuvan. Saari (2010) on tutkinut itsensä esittämistä Facebookissa, ja saanut selville, että Facebook on eri-ikäisille tutkittaville arkinen kommunikointiväline. Arkinen identiteetti on siellä esiintymisen perusta, mutta käyttäjät pyrkivät kuitenkin esittämään itsestään parannellun ihanneminän. Kankaan (2002, 24–25, 32–33) mukaan uudet kommunikaatiovälineet (kännykkä, sosiaalinen media, internet ylipäätään) tarjoavat uudenlaisia ja erilaisia mahdollisuuksia oman minän ja persoonallisuuden esittämiseen. Hänen tutkimiansa tyttöjen mielestä oli erittäin tärkeää korostaa erilaisissa tilanteissa, että he eivät ole perusteinejä tai massanuoria. Yksilöllisyyden vaatimus näkyy oman roolin ottamisessa eri tiloissa, ja rooleja voi vaihdella tilanteesta riippuen. Kangas mainitsee, että nuorilla voi olla täysin erillinen kaveripiiri netissä.

2.3 Ryhmäytyminen ja vertaissuhteet

Nuorisotutkimus on kiinnostunut yksilöstä, mutta myös nuorten ryhmäsuhteista ja kulttuureista. On kiinnostavaa tutkia niitä ryhmiä, joihin nuoret liittyvät ja jotka he tuntevat omikseen. Kaverit ja kaveriporukat ovat erityisen tärkeitä nuorille muun muassa hyvinvoinnin tuottamisessa. Silti myös erilaisia yhteiskunnallisia jaotteluita sekä alakulttuureita voidaan havaita nuorten keskuudessa. (Kiilakoski 2012, 22.)

Vertaissuhde tarkoittaa samanikäisten ja suunnilleen samalla kehitystasolla sosiaalisesti, emotionaalisesti ja kognitiivisesti olevien kanssa luotuja suhteita. Vertaisten kanssa omaksutaan tietoja, taitoja ja asenteita sekä heidän kanssaan koetaan erilaisia asioita. Nykyään vertaissuhteiden tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita muun muassa toverisuosiosta, koulumotivaatiosta sekä vertaisten sosiaalistavasta vaikutuksesta. Lapsille ja nuorille on tärkeää kuulua ja olla osa

vertaisryhmiä, sillä kaverit tarjoavat ajanvietettä, kumppanuutta ja tunteen kuulumisesta johonkin. Nuoruusiässä vertaissuhteet tarjoavat lisääntyvässä määrin läheisyyttä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta, sillä kaverit alkavat olla yhä isompi osa nuoren elämää. Kaverien kanssa opitaan sosiaalisia taitoja ja oman paikan ottamista ryhmässä. Ryhmissä tapahtuu myös paljon vertailua vertaisten kesken, ja nuori oppii merkittävästi omasta itsestään sekä rakentaa näin minäkuvaansa. (Salmivalli 2005, 15–23, 32–33.) Salmivallin (2005) mukaan lapsen ja nuoren sosiaalinen asema ryhmässä on suhteellisen pysyvä, ja sitä on hankala muuttaa. Toiset taas (ks. Huuki 2010) korostavat aseman ja statuksen muuttumista ja päivittäistä statustyötä.

Vertaissuhteet muuttuvat lapsuudesta varhaisnuoruuteen ja nuoruuteen siirryttäessä yhä tiiviimmiksi. Vertaissuhteilta aletaan odottaa sitoutumista, lojaalisuutta ja uskoutumista. Lapsuudessa vertaissuhteiden vaikutuksesta puhutaan useimmiten positiivisessa mielessä, eli lapsi oppii sosiaalisia taitoja ja moraalijattelua. Nuorten kohdalla keskustelu kääntyy usein vertaissuhteiden kielteisiin vaikutuksiin. Näitä ovat esimerkiksi vertaissuhteiden puute, torjutuksi tuleminen, yksin jääminen, vääränlaiseen seuraan ajautuminen ja päihteiden käytön aloittaminen. Nuorten kohdalla on toki sekä myönteisiä että kielteisiä vaikutuksia, joten vertaisryhmien vaikutukset nuoreen ovat moninaisia. Nämä suhteet voivat olla tiiviitä ystävyysuhteita, pienryhmiä tai isompia kaveriryhmiä, kouluissa, naapurustossa tai harrastuspiirissä. (Salmivalli 2005, 137–138.)

Nuorten vertaissuhteissa tapahtuu paljon mukaan ottamista sekä ulossulkemista ja kiinnostavaa onkin, että nuoret itse ovat näissä suhteissa sekä ulkopuolisuuden tuottajia että kokijoita (Korkiamäki 2014, 39). Ulkopuolisuus ei näyttäydy nuorten kesken pelkästään negatiivisena kokemuksena, ja olennaista on se, onko itse jollain tavalla valinnut ulkopuolisuuden vai onko siihen joutunut. Ulkopuolisuuden kokemus ei myöskään ole aina pysyvä, vaan se saattaa olla vain hetkellinen ja ohimenevä kokemus. Ulkopuolisuuden ja sisäpuolisuuden positiot saattavat vaihdella tilanteesta riippuen, ja nuori voi olla samaan aikaan ulkopuolinen tietyssä vertaisryhmässä ja sisäpuolinen toisessa. Korkiamäki (2014) on jakanut nuorten ulkopuolisuuden kokemukset neljään eri teemaan, jotka ovat vaihtoehdottomuus, oma valinta, yksinäisyys tai yksin oleminen ja yhteisyys. Tämä tuo näkyväksi sen, että ulkopuolisuus ei näyttäydy nuorten kokemana vain yhdeltä kantilta, vaan kokemus voi olla hyvinkin erilainen.

Vertaisryhmiä voidaan pitää myös yhteisöinä, ja yhteisön jäsenillä tulee olla jotain yhteistä. Lehtonen (1990, 23) erottaa kaksi erilaista yhteisyyden kehitysprosessia, jotka ovat toiminnallinen ja symbolinen yhteisyys. Toiminnallinen yhteisö syntyy vuorovaikutuksessa, ja sen

ryhmäidentiteetti muodostuu konkreettisen toiminnan seurauksena. Symbolinen yhteisyys taas syntyy yhteenkuuluvuuden tunteesta. Molemmat yhteisyyden muodot voivat vahvistaa toisiaan. Lehtonen (1990, 25–26) on määritellyt toiminnallisen yhteisön toimintamuotoja ja tavoitteita yleisellä tasolla: 1. jäsenten väliset vuorovaikutussuhteet (jäsenten keskinäiset käyttäytymissäännöt, moraaliset sitoumukset, normit, sanktiot, sisäinen hierarkia), 2. yksittäisen jäsenen yksilöllisen käyttäytymisen vapausasteet ja valintavaihtoehdot yhteisössä (poikkeavan käyttäytymisen sieto), 3. jäsenten ja ei-jäsenten välisen vuorovaikutuksen säännöt (käyttäytymisnormien erot). Symbolisen yhteisyyden sisältönä voi olla maailmankatsomus, suhtautuminen johonkin maailmassa ilmenevään asiaan, uskonnollinen näkemys ja niin edelleen, ja se voi yhdistää myös epämääräistä joukkoa ihmisiä. Nuorten vertaissuhteissa voi nähdä olevan samanlaisia ryhmän ja yhteisyyden muotoutumisen kaavoja ja sääntöjä, joita ryhmässä noudatetaan.

Yksi huomionarvoinen näkökulma vertaissuhteissa ovat erilaiset nuorten alakulttuurit. Alakulttuuri tarkoittaa ryhmää ihmisiä, jotka poikkeavat valtaväestöstä esimerkiksi ajatusmaailman, musiikkimaun tai pukeutumisen kautta. Usein ne perustuvat enimmäkseen sosiaaliseen maineeseen kuin konkreettiseen yhdessä vietettyyn aikaan. Kyse on Lehtosen (1990) määrittämästä symbolisesta yhteisyydestä. Jokin alakulttuuri voi vaikuttaa nuoreen, vaikka hän ei olisi edes kovin aktiivisesti tekemisissä ryhmään kuuluvien jäsenten kanssa. Suomessa erilaisia nuorison alakulttuureja ovat esimerkiksi gootit, skeittarit, hevarit, nörtit, luontoaktivistit, pahikset jne. (Salmivalli 2005, 138.) Ryhmän tyylistä riippumatta samoissa kaveripiireissä liikkuvat alkavat yleensä muistuttaa toisiaan. Tämä voidaan selittää vertaisten sosialisatiovaikutuksella.

Riikka Korkiamäki (2013) on tutkinut sosiaalista pääomaa nuorten vertaissuhteissa. Tutkimuksessa hän käyttää termejä vertaissuhde, ikätoverisuhde, vertaisverkosto ja vertaisyhteisö kuvaamaan nuorten eritasoisia yhteenliittymiä ja suhteita vertaistensa kesken. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että sosiaalinen pääoma näyttäytyy nuorten vertaissuhteissa riskinä hyvinvoinnille, kokemuksellisina voimavaroina, arkisina sosiaalista osallisuutta tuottavina käytäntöinä, vaihtuvina jäsenyyden ja kuulumisen positioina sekä moraalisisina ja kontekstuaalisina prosesseina. Korkiamäen tutkimuksen tavoitteena olikin saada selville se, miten sosiaalinen pääoma näyttäytyy nuorten näkökulmasta käsin.

Tärkeä käsite nuorten vertaissuhteiden ja ryhmäytymisen hahmottamisessa on sosiaalisen identiteetin käsite. Sosiaalinen identiteetti tarkoittaa sitä, että ihmisen identiteetti koostuu myös siitä mihin erilaisiin sosiaalisiin ryhmiin hän kuuluu. Näitä ryhmiä voivat olla esimerkiksi

sosiaaliluokka, etnisyys, poliittinen kanta, ammatti tai sukupuoli. Nuorten osalta olennaisia sosiaalisia ryhmiä ovat lähinnä sukupuoli ja etnisyys, mutta myös oma kaveripiiri vaikuttaa nuorten sosiaalisen identiteetin kehittymiseen. Sosiaalinen identiteetti määräytyy siis ryhmäjäsennyksien kautta. Siihen kuuluu ihmisen käsitys itsestään tietyn ryhmän jäsenenä. Me-henki ja tunne ryhmään kuulumisesta ovat tärkeitä, ja oman ryhmän rajat tehdään selviksi suhteessa toisiin ryhmiin. Ryhmillä on myös usein omia sääntöjä tai normeja, joita sen jäsenet noudattavat. (Bar-Tal 1998, 93–96.) Bar-Tal (1998) puhuu lisäksi ryhmäuskomuksista, jotka rationalisoivat ryhmän olemassaolon. Ryhmäuskomus määrittää ryhmän luonteen, ja saa näin ryhmän jäsenet ajattelemaan ja käyttäytymään ryhmän jäseninä. Se erottaa ryhmän muista ryhmistä ja luo siitä uniikin.

3 ERILAISIA STATUSSYMBOLIITA NUORTEN ELÄMÄSSÄ

Statussymboli on hankalasti määriteltävä käsite, sillä se voi tarkoittaa monia eri asioita kulttuurista, ajasta, paikasta ja yhteisöstä riippuen. Omassa tutkimuksessani paikkana toimii nykyajan suomalainen kouluympäristö ja toimijoina varhaisnuoret tytöt. Selvennän tässä luvussa statuksen käsitettä ja sitä, mitä nämä statussymbolit voivat olla. Esittelen tutkielmani kannalta olennaisen teoreetikon Pierre Bourdieun kentän ja pääomien käsitteitä. Selkeitä nuorten statussymboleita ovat tutkimusten mukaan kaverisuosio ja maine, joista esittelen tutkimuksia kolmannessa alaluvussa. Tutkimuksissa puhutaan suosituista ja epäsuosituista, maineesta, kaverien määrästä ja laadusta, statusvaistosta sekä statukseen liittyvästä hierarkiasta. Myös merkkituotteilla ja kulutuskäyttäytymisellä tuodaan esille omaa statusta, ja merkkituotteita käytetäänkin sujuvasti statussymboleina. Käsittelen tätä neljännessä alaluvussa.

3.1 Statussymbolin määrittely

Saariston ja Jokisen (2004, 164 -165) mukaan status on muilta saatua kunnioitusta ja arvonantoa, joka voi perustua muun muassa ammattiin tai syntyperään. Statusryhmään kuuluva henkilö tietää usein itsekin kuuluvansa erilaiseen statusryhmään kuin muut ja pyrkii korostamaan tätä. Mihaly Csikszentmihalyi ja Eugene Rochberg-Halton (1981) määrittelevät statuksen olevan vallan muoto, ja se koostuu muiden ihmisten kunnioituksesta, huomioimisesta sekä kateellisuudesta. Henkilö, jolla on korkea status, asettaa standardit ja normit muiden käyttäytymiselle ja näin ilmentää kulttuurin tavoitteita. Myös korkeaa statusta heijasteleva esine voi ilmentää kulttuurin tavoitteita. Kyseisen esineen statusvoimaan uskovat toimivat siis sen mukaan, että saavuttaisivat statusesineen ja sen ”omistajan” aseman. Statusesineen tavoittelu tai ”statushenkilön” aseman tavoittelu ja arvostus riippuvat toki aina siitä, mitä itse ja oma kulttuuri arvostaa ja mitä pitää tavoittelemisen arvoisena.

Ihmiset arvostavat niitä, joilla on korkea status. Olennaista on siis huomion saaminen. Alun perin statushierarkiat ja status perustuivat yksinkertaisesti voimaan ja sen tuomaan valtaan. Kun ihmiset keksivät moninaisempia ja hienovaraisempia itsehillinnän muotoja, alkoi statuskin muotoutua monipuolisemmaksi. Siten status alkoi elämään omaa elämäänsä, eikä liity enää vahvasti pelkkään voimaan ja kontrolliin. Varakkuus, poliittinen valta, taito tai fyysinen voimakkuus ovat silti edelleen niitä asioita, joista status pääasiassa muodostuu. Nykyään osaamme lisäksi ylläpitää ja kerätä statusta manipuloimalla niitä symboleita, joita pidetään statuksen ilmaisimina. Tästä johtuu esineiden statussymboleina toimiminen. (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 29–32.)

Tavaroiden käyttö itsensä ilmaisun välineenä on yleistä kaikissa eri kulttuureissa. Se, mitkä esineet ja tavarat valikoituvat statussymboleiksi, miten niitä käytetään statuksen ilmaisuun ja mikä tarkoitus statuksella ylipäättään on, vaihtelee ajasta ja paikasta riippuen. Statussymbolit ovat siis historiallisia. Ihmisen asemaa on lähes mahdotonta ajatella ja nähdä ilman symboleita. Statussymbolit siis ilmaisevat yleisesti ”omistajiaan”, eli heidän valtaansa kontrolloida muita. Henkilöt, jotka arvostavat niitä joilla on korkea status, voivat missä tahansa vaiheessa kieltäytyä olemasta kontrollin alaisia. He voivat jopa aktiivisesti kapinoida hierarkiaa vastaan tuhoten siihen liittyviä symboleita. (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 29–32.)

Esineestä tai asiasta voi tulla monella eri tavalla statussymboli. Esimerkiksi harvinaisuus voi tehdä siitä statussymbolin, sillä esine on silloin vaikea hankkia, ja vaatii suurta panostusta ja fyysistä ponnistelua saada tai löytää esine. Siitä tulee arvostettava, kunhan ”yleisö” on tietoinen sen harvinaisuudesta ja osaa näin arvostaa sitä. Toinen keino saavuttaa statussymbolin asema on kalleus. Se toimii samalla tavalla kuin harvinaisuus. Myös ikä voi tehdä jostain statussymbolin, sillä suuri osa ihmistyöllä tehdyistä asioista ei säily kovin pitkään. Näin ollen vain kaikkein korkealaatuisimmat asiat ja esineet säilyvät. Esimerkiksi antiikille syntyy statusarvoa harvinaisuuden myötä sekä sen kautta myös kalleuden myötä. (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 29–32.)

Jostain voi tulla statussymboli, jos se saa huomiota sellaisilta henkilöiltä, joilla on korkea status. Tämä johtuu siitä, että henkilöt joilla on korkea status kontrolloivat muiden huomion kiinnittymistä. Eliitin keskuudessa ”in” ja pinnalla oleva asia edustaa heidän statustaan, ja näin houkuttelee muiden ihmisten huomiota. Yleensä näillä esineillä on jo jokin statussymbolin ominaisuuksista (kalleus, ikä, harvinaisuus), mutta joskus jostain tavallisestakin esineestä tai asiasta voi tulla statussymboli. Statussymboleita synnytetään myös esimerkiksi siten, että kuuluisa henkilö sponsoroi jotain tuotetta. (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 29–32.)

Kaikkein abstraktein statussymbolien muoto on raha, sillä rahalla on nimenomaan symbolista merkitystä. Aikaisemmin raha näyttäytyi yleisesti rikkauden mittana, mutta nykyään siitä on tullut yleinen arvon symboli (Ilmonen 2007, 142). Raha saa arvonsa ja statuksensa siitä, että ihmiset ovat yhtä mieltä sen arvosta. Raha voi muuttaa itsensä miksi tahansa, mutta sinänsä sillä on vain symbolista arvoa. Rahasta on myös tullut ”ihmillisen ponnistelun symboli”. Toisenlainen statuksen lähde ovat kunnioitus, taito ja perinne. Ne kiinnittävät ihmisten huomion suoraan, kun raha pitää aina vaihtaa johonkin. (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 29–32.)

3.2 Pierre Bourdieun pääomien ja kentän käsitteet statussymboleita jäsentämässä

Ranskalainen Pierre Bourdieu (1930–2002) on erittäin tunnettu sosiologi ja hän on kirjoittanut laajasti monista eri aiheista, kuten koulutuksesta, kulttuurista, taiteesta, kulutuksesta ja elämäntyyleistä, taloudesta, yliopistolaitoksesta sekä miesten ja naisten välisistä suhteista. Hänen kirjoituksensa perustuivat suurelta osin oikeastaan yhteen ainoaan teoreettiseen rakennelmaan, distinktioteoriaan (*La distinction. Critique sociale du jugement*, 1979), jonka mukaan yhteiskunta muodostuu erilaisista kentistä. (Roos, 1; Mäkelä 2000, 243.) Tässä tutkimuksessa keskitytään Bourdieun kentän ja pääoman käsitteisiin tutkittaessa nuorten statussymboleita koulussa. Bourdieun ajatuksia pääomista, kentistä ja habituksesta on hyödynnetty monissa eri tutkimuksissa hahmottamaan muun muassa suosiohierarkioiden rakentamista ja ylläpitämistä (Ollikainen 2011), nuorten arjen rajanvetoja (Mattila 2002) sekä nuorten pukeutumiskäyttäytymistä (Ruohonen 2001).

Distinktiolla Bourdieu tarkoittaa erottautumista, ei niinkään erilaisuutta. Pääteos aiheesta on Bourdieun vuonna 1979 ilmestynyt *La distinction*, joka käsittelee sitä, miten erilaisten kulttuuristen hyödykkeiden, kuten ruuan tai kulutuksen, käytännöt vaihtelevat esimerkiksi käyttäjän sosiaalisen taustan ja koulutuksen mukaan. Jokainen toimija pyrkii hyödyntämään parhaimmalla mahdollisella tavalla pääomiaan erottautuakseen omalla maullaan ja tyyllillään kentän toisista toimijoista. Maku onkin Bourdieun sosiologian yksi peruskäsitteistä, sillä sen avulla luokittelemme ja erottelemme ihmisiä. Eliitin legitiimi maku toimii sosiaalisen statuksen ja vallan edistäjänä. Pääomien keruu perustuu tietyn ryhmän sisäistyneisiin elämäntavallisiin asenteisiin ja suhtautumistapoihin, joiden kokonaisuus muodostaa habituksen. Kenttien hallinnasta ja voimavaroista kamppaillaan, ja niillä tavoitellaan nimenomaan sellaista pääomaa, mikä on kullakin kentällä hyödyllistä ja arvokasta ja millä voi erottautua muista kentällä olevista. (Mäkelä 2000, 244.) Käsittelemme Bourdieun kentän ja pääomien käsitteistä tarkemmin seuraavissa alaluvuissa.

Esittelen lyhyesti Bourdieun ajatuksia luokasta ja habituksesta, sillä niiden mieltäminen oikein auttaa puolestaan ymmärtämään tämän tutkimuksen kannalta olennaisten käsitteiden, eli kentän ja pääomien, sisältöä. Habitus tarkoittaa tiettyjä ajattelun, hahmottamisen ja toimimisen kaavoja, joita meille opetetaan lapsuudesta lähtien. Habitus koostuu muun muassa kasvatuksesta ja koulutuksesta. Se auttaa meitä toimimaan sujuvasti erilaisissa tilanteissa ja ratkaisemaan käytännön ongelmia. Fyysiset liikkeemme, makumme ja tulkintamme maailmasta ovat muotoutuneet aikaisessa vaiheessa ja näin ratkaisevasti määrittävät toimintamme mahdollisuuksia. Ne ovat elämäntarinaamme ja identiteettiämme, joten emme voi niitä täysin muuttaa. Toisaalta habitus ei myöskään täysin määrää käyttäytymistämme. (Joas & Knöbl 2013, 371–400.)

Ihmisen habitus vaikuttaa hänen valintoihinsa. Voidaan myös sanoa, että jopa kaikkein persoonallisimmat mieltymykset (maku, mielipiteet) määräytyvät luokkahabituksen mukaan. Tässä kohtaa Bourdieu puhuu määräävästä luokasta ja legitimiistä luokkamausta. Määräävä luokka on pystynyt määrittämään esteettisen näkemyksensä legitimiiksi mauksi. Voidaan erottaa luksusmaku ja tarve-perusteinen maku, joista ensimmäinen on niin sanotun ylemmän luokan maku, ja näin ylempi luokka haluaa erottua ja luoda eroa alempaan luokkaan. Luokkaan ja habitukseen sosiaalistutaan, ja Bourdieun mukaan maku on erottautumisen väline yläluokalle. Yläluokka voi legitimiin makunsa turvin esittää faktoina itse muotoilemiaan asioita ja rakenteita, kun alemmat luokat hyväksyvät ne. (Emt., 371–400.)

3.2.1 Kentät

Sosiaalinen todellisuus jakautuu kentiksi (Saaristo & Jokinen 2004, 174) ja erilaisia kenttiä voivat olla esimerkiksi tieteen, taiteen, koulun, harrastuksen tai vaikkapa ystäväpiirin kenttä. Niissä noudatetaan kentän omia pelisääntöjä. Jokaisella kentällä on oma logiikkansa (Bourdieu & Wacquant 1995, 125) ja eri kentillä erilainen habitus on toivottavaa ja hyödyllistä. Kyse on siis vallasta, kenttien eli tietyn elämänalueen hallinnasta ja muista erottautumisesta. Erottautumista ja erilaisia makuja arvioidaan luokkien välillä, ja ylemmän luokan maku on oikea ja hyväksytty. Alemmat luokat voivat vain pyrkiä jäljentämään sitä, sillä hyvää makua ei voi oppia, vaan sen kanssa synnyttään. (Mäkelä 2000, 244, 252–253.) Jokaisella kentällä on nämä erilaiset ryhmät: ne, joilla on valtaa; ne, jotka palvelevat valtaa ja hyötyvät siitä; ja ne, jotka eivät hyödy, vaan joutuvat vain alistumaan. Olennainen ja tärkeä ero on lähinnä siinä, yrittääkö joku parantaa asemaansa, vai onko hän täysin asemaansa tyytynyt. (Roos, 1.)

Kenttä on Bourdieun mukaan konfliktin ja kilpailun tila, ja näin ollen jatkuvasti muuttuva. Taistelukentästäkin voidaan puhua, sillä osallistujat taistelevat kentällä käyvistä pääomista saadakseen monopoliaseman. Kenttää voidaan nimittää myös pelitilaksi, ja se voi olla olemassa vain siten, että ”pelaajat” tulevat kentälle ja alkavat tavoitella juuri sille kentälle ominaisia palkintoja, pääomia. (Bourdieu & Wacquant 1995, 38–39.) Tarkoituksena ei ole vain taloudellisen hyödyn kerääminen, vaan myös esimerkiksi maineen ja kunnian saaminen. Tärkeää on kuitenkin ymmärtää ne mielenkiinnon kohteet, jotka ovat relevantteja juuri sillä kentällä ja kilpailla niistä muiden kanssa. (Joas & Knöbl 2013, 386.)

Kun pääsee kentälle, on myös mahdollisuudet ja kykyä vaikuttaa siihen. Eri pääomien arvo vaihtelee kentän mukaan, ja arvo riippuu siitä, onko olemassa kenttää, jossa pääomaa voisi käyttää. Empiirisessä tutkimuksessa on tärkeää selvittää, mistä kentästä on kyse, missä sen rajat ovat, mitä pääomia tavoitellaan kullakin kentällä ja millä rajoituksilla. On silti erittäin hankalaa määritellä tarkasti kentän rajoja, sillä rajat ovat jatkuvan kilpailun kohteena kentällä. Yhden määritelmän mukaan voidaan sanoa, että kentän raja on siinä, missä kentän vaikutukset loppuvat. Kentällä pyritään jatkuvasti erottautumaan edukseen kilpailijoistaan. (Bourdieu & Wacquant 1995, 105, 126–128.)

Bourdieu ei suostu määrittelemään kentän ja pääoman käsitteitä tarkalla ja aukottomalla tavalla, sillä hän painottaa, että niiden merkitykset syntyvät aina empiirisessä käytössä. Käsitteillä ei siis ole muita kuin ”systeemisiä määritelmiä”. (Eml., 123.) Kenttiä on paljon erilaisia, ja Bourdieu ei ole pystynyt määrittelemään kenttien määrää. Modernissa yhteiskunnassa kenttiä on paljon, ja ne ovat rinnasteisia ja leikkaavat toisiaan, on ala- ja yläkenttiä sekä osakenttiä. (Alanen 2007, 110.)

Ihmiset sosiaalistuvat kentillä, ja oppivat käyttäytymään kentälle sovinmaisella tavalla, ymmärtämään säännöt ja sisäistämään tarvittavat strategiat pelataksaan ”peliä” menestyksekkäästi. Tarkoitus on siis parantaa ”pelaajan” asemaa tietyllä kentällä tai ainakin kohottaa hänen statustaan. (Joas & Knöbl 2013, 384.) Kenttien sisällä on oma hierarkiansa, mutta myös kentillä keskenään on oma arvojärjestys. Näin ollen myös pääomien arvo riippuu kentän arvosta ja sen yhteiskunnallisista voimasuhteista. Arvostetussa asemassa olevilla kentillä on eniten symbolista valtaa suhteessa toisiin kenttiin. (Kivitalo 2007, 187.) On huomattava, että kentät ja niiden asemat eivät ole pysyviä, vaan jatkuvassa muutosliikkeessä.

Bourdieun kentän käsitettä käytetään melko vapaasti tässä tutkimuksessa, mutta kuitenkin niin, että ajatus kentästä ”pelitilana” näkyy. Kenttänä toimii koulu, enimmäkseen koulun informaali taso eli nuorten omat keskinäiset suhteet. Näen nuorten maailman tässä kaksijakoisena kouluun suhteutettuna. Toisena kenttänä toimii koulu ja toisena koulun ulkopuolinen kenttä, joka sisältää nuoren vapaa-ajan ja kaiken sen, mikä ei liity nimenomaan koulun kenttään. Koulu on helppo nähdä kentän muodossa, sillä siellä on sekä koulun virallisia että nuorten omia käyttäytymisnormeja. Kentille pääsemisen ongelma on myös kiinnostava, sillä esimerkiksi kaikki pääsevät kouluun, mutta tiettyihin koulussa muodostuviin kaveripiireihin kaikki eivät helposti pääse. Mitä siihen vaaditaan? Koulussa vietetään aikaa vertaisten kanssa, ja suhteiden verkostot ovat iso ja näkyvä osa nuoren arkea. Koulu on bourdieulaisittain konfliktin ja kilpailun tila, jota voidaan kuvata

myös ”pelikentäksi”, jossa kerätään erilaisia pääomia. Koulu on tässä tutkimuksessa toimintaympäristö ja näkökulma, jossa tutkittavaa aihetta tarkastellaan, ja näin ollen koulu tilana ja sen säännönmukaisuudet on otettava huomioon.

3.2.2 Pääomat

Kentän käsitteen lisäksi Pierre Bourdieun ajatus kolmesta pääomasta sekä näiden keinoin käytävästä elämänmittaisesta statuskamppailusta ovat olennaisia tutkimukseni kannalta. Niillä tarkoitetaan kaikkea ihmiselle kerääntynyttä ”omaisuutta”, ominaisuuksia ja resursseja, esimerkiksi aineellista, koulutuksellista, arvostusta, vaikutusvaltaa ja sosiaalisia suhteita (Roos, 1). Pääomat voidaan jaotella kahteen pääryhmään, jotka ovat taloudellinen ja symbolinen. Symbolinen pääoma jakautuu vielä sosiaaliseen ja kulttuuriseen, jotka ovat sen tärkeimmät alaluokat. Pääomat voidaan jaotella myös kolmeen luokkaan, taloudelliseen, kulttuuriseen ja sosiaaliseen, joita symbolinen pääoma läpäisee ja tekee ne merkityksellisiksi ja vaikuttaviksi. (Saaristo & Jokinen 2004, 176–178; Leskinen & Soronen, 1-2.)

Toisille kentille pääsee vähäisilläänkin pääomilla, kun taas toisille, kuten tieteen, kentille pääsyvaatimukset ovat suuremmat. Pääomat saattavat olla tuottoisia myös useammalla kuin yhdellä kentällä, ja pääomat voivat kerryttää toisiaan. Esimerkiksi sosiaalista pääomaa voidaan muuttaa taloudelliseksi (esim. laaja sosiaalinen verkosto voi johtaa hyvän työpaikan saantiin), tai taloudellista kulttuuriseksi (esim. varakkaan perheen lapsi voi joissain maissa päästä parempaan maksulliseen koulutukseen). (Saaristo & Jokinen 2004, 176–178; Leskinen & Soronen, 1-2.) Erilaisia pääomia saa osaksi perheestä kasvatuksen ja perinnön kautta, ja osaksi ne hankitaan toimittaessa kentillä. Joissain tilanteissa aikaisemmin kentällä arvokas pääoma voi ajan mittaan menettää merkityksensä ja arvonsa, ja puolestaan jostain toisista pääomista voi tulla arvokkaita. (Bourdieu 1985, 12.)

Pääoma tarkoittaa siis Bourdieun mukaan niitä hyödykkeitä, joista toimijat kamppailevat kentillä. Toiminta voi näyttää irrationaaliselta tai päämäärättömältä, jos se ei tavoittele selkeitä taloudellisia pääomia. On kuitenkin myös muunlaisia tavoiteltavia pääomia ja hyötyjä, kuten hyvä maine, perheen asema, symbolinen arvo ja niin edelleen. (Joas & Knöbl 2013, 385–386.) Bourdieu näkee eri pääomat lähinnä ihmisten ominaisuuksina. Pääomien keräämistä ei oikeastaan sinänsä myönnetä, sillä ne ovat usein sisäistyneitä asenteita tai suhtautumistapoja. (Bourdieu 1985, 11–12.)

Pääomien symbolisuus näkyy siinä, että asiasta tai esineestä tulee haluttavaa pääomaa vasta sitten, kun joku tai jokin taho tunnistaa ja tunnustaa sen arvokkaaksi ja keräämisen arvoiseksi. Kaikki pääoman lajit ovat siis omalta osaltaan symbolisia, sillä ne voidaan nähdä symbolisen pääoman erilaisiksi ilmenemismuodoiksi. Kaikki pääoman muodot toimivat resursseina eri tilanteissa. (Lehtinen & Vuorisalo 2007, 214.) Tässä tutkimuksessa pääomien kerääminen ja omistaminen ovat tiiviisti linkitettyinä juuri statussymboleihin, ja tulkitsen erilaisten pääomien ilmentävän nimenomaan nuorten statussymboleita.

3.2.2.1 Taloudellinen pääoma

Taloudellinen pääoma on helppo ymmärtää, niin kuin on sen käyttötarkoituksinkin. Se tarkoittaa varakkuutta, omaisuuksien hallintaa, virka-asemaa ja taloudellista valtaa. Voidaan myös puhua omistusoikeudesta, joka on taloudellisen pääoman institutionalisoitunut muoto. Bourdieu pitääkin tätä pääoman lajia muiden pääomien perustana. Taloudellinen pääoma on keskeinen, koska se mahdollistaa investoinnit muihin pääomiin, kuten kulttuuriseen pääomaan opintojen muodossa. (Saaristo & Jokinen 2004, 177.) Raha taloudellisen pääoman muotona on erityinen, sillä raha on muunnettavissa helposti muiksi pääoman muodoiksi. Rahalla voi ostaa toisia pääoman muotoja, kuten kulttuurituotteita. Taloudellisen pääoman muuntuminen sosiaaliseksi pääomaksi vaatii erityisempiä toimia eli ”ilmaisen ajankäytön mahdollisuutta”. Tämä tarkoittaa ennen kaikkea sitä, että on mahdollista ostaa aikaa käytettäväksi oman ja läheisten sosiaalisen pääoman lisäämiseksi. (Siisiäinen 2005, 94).

Ymmärrän taloudellisen pääoman tässä tutkimuksessa ulkoisiksi merkeiksi varakkuudesta sekä rahan ja varakkuuden arvostamisena. Tässä työssä nuorten tyttöjen taloudellinen pääoma voisi näkyä esimerkiksi omana ja vanhempien varakkuutena. Statussymboleiden kautta ymmärrettynä taloudellinen pääoma voidaan ymmärtää ulkoisina merkkeinä statuksesta, kuten vaatteina, koruina, kampauksena, tavaroina ja esineinä, elektroniikkana tai muuna omaisuutena. Tämä pääoma on helppo nähdä, ja sen esittelyn tarkoituksena usein onkin juuri statuksen ja oman arvon tai paikan näyttäminen.

3.2.2.2 Kulttuurinen pääoma

Symbolisen pääoman kaksi keskeistä alaluokkaa ovat sosiaalinen ja kulttuurinen pääoma. Bourdieu olikin kiinnostuneempi juuri näistä pääoman lajeista, ei niinkään taloudellisesta. Alun perin Bourdieu määritteli kulttuurisen pääoman ”epävirallisiin akateemisiin arvostelukriteereihin”, eli siihen, miten vanhempien koulutuksellinen tausta näkyy lapsen koulumenestyksessä. Seuraavaksi

Bourdieu laajensi näkemystään koskemaan koulun sijaan koko yhteiskuntaa. Tällöin kulttuurista pääomaa käsiteltiin luokkaerojen osoittimena ja eriarvoisuutta tuottavana asiana. Kaikkein systemaattisin Bourdieun kulttuurisen pääoman määritelmä on 1980-luvulta, jolloin hän määritteli kulttuurisen pääoman koostuvan koulutuksesta, taiteellisuudesta ja hyvästä mausta. Se voi näkyä kolmella eri tavalla. Ensinnäkin kulttuurinen pääoma voi olla ruumiillistunutta eli ihmisen habitukseen sisäistyneitä taitoja, kuten tapa puhua ja toimia. Toiseksi se voi näkyä objektivoituneena erilaisiksi esineiksi, esimerkiksi kirjoiksi kirjahyllyssä tai matkamuuistoiksi. Kulttuurinen pääoma voi lisäksi olla institutionalisoitunutta, jolloin se näkyy tutkintoina ja oppiarvoina. (Saaristo & Jokinen 2004, 177; Purhonen ym. 2014, 18.) Kulttuurinen pääoma käsittää siis kulttuurisesti syntyneet arvot, joihin kuuluvat tieto, taidot, symbolit ja sosiaalinen status. Myös luokkaan ja habitukseen sisäistynyt maku voidaan nähdä kulttuurisena pääomana. Kulttuurinen pääoma selittää Bourdieun mukaan myös koulumenestyksen eroja.

Kulttuurisen pääoman sisältö voi muuttua, sillä yhteiskunnassa käydään jatkuvasti kamppailua siitä, mikä on arvokasta kulttuuria. Kuitenkin asia tulee määritellä arvokkaaksi suhteellisen ison ihmisryhmän mielestä, jotta se voidaan laskea tärkeäksi kulttuuriseksi pääomaksi ja statussymboliksi. Purhosen ym. (2014) uudessa tutkimuksessa suomalaisten mausta ja kulttuurisesta pääomasta käy Bourdieuta mukaillen kiinnostavasti ilmi, kuinka kulttuurinen maku on selvästi sosiaalisesti eritynyttä erilaisilla kentillä. Eriytyminen tapahtuu sekä koulutuksen että iän ja sukupuolen mukaan. Korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin kuluttaminen jakautui siis sosiaalisen aseman mukaan jokaisella eri kulttuurin kentällä.

Kulttuurista pääomaa ei ole määritelty rajatusti tässä tutkimuksessa, vaan se voi koskea esimerkiksi sekä ”kulttuurin harrastamista” konserteissa käymisen muodossa että kulttuurin ja koulutuksen arvostamista ylipäättään. Kulttuurinen pääoma tyttöjen statussymboleina voi esimerkiksi tarkoittaa tiettyä harrastusta tai musiikkimakua, omaa tai vanhempien kouluttautumista tai kursseja tai laajaa kulttuurista tietoa esimerkiksi matkustamisen kautta. Uskoisin kulttuurisen pääoman olevan individualisoituneessa yhteiskunnassa kasvava pääoman muoto, jota halutaan kerätä. Se mahdollistaa erilaisuuden ja yksilöllisyyden, kun taas ulkoiset merkit taloudellisen pääoman muodossa lähinnä yhdistävät ihmisiä.

3.2.2.3 Sosiaalinen pääoma

Sosiaalinen pääoma on epävirallisia ja virallisia suhteita ja sosiaalisia verkostoja sekä sosiaalisia oikeuksia ja velvollisuuksia. Sosiaalinen pääoma voi tarkoittaa joko ryhmän sisäistä jäsenten välistä

kykyä toimia keskenään ja erityisesti luottamusta toisiinsa tai henkilön toimintaa yhteisössä edistäviä sosiaalisia suhteita. Sosiaalista pääomaa voidaan sanoa olevan paljon, jos tuntee paljon vaikutusvaltaisia ihmisiä. Sosiaaliseen pääomaan kuuluu lisäksi vaadittavien käytöstapojen tunteminen tietyssä tilanteessa (Bourdieu 1985, 12). Olennaista on myös ihmisen paikka näissä verkostoissa sekä hänen kykynsä hyödyntää ja käyttää verkostoja. (Saaristo & Jokinen 2004, 177.)

Bourdieulainen näkemys sosiaalisesta pääomasta lähestyy käsitettä erojen järjestelmän kautta, eli sosiaalinen pääoma erottaa eri luokat toisistaan ja vahvistaa ”yläluokan” asemaa. Kysymys on paljolti kilpailusta, joka tapahtuu sosiaalisilla kentillä. Sosiaalinen pääoma voi Bourdieun mukaan muuntua yhteiskunnalliseksi statukseksi, sillä jäsenyys sisäpiireissä ja ”eliitin” seurassa tuo arvostusta ja luottoa, jolla saattaa olla myös jäseniä hyödyttäviä taloudellisia seurauksia. Jäsenyys ja ryhmään kuuluminen ei ole kasaantuvaa tai pysyvää, vaan sitä tuotetaan ja ylläpidetään symbolisesti. Bourdieun sosiaalinen pääoma liittyy enimmäkseen eliittiin ja sen verkostoihin, jotka ovat ylhäältä alaspäin sosiaalisesti poissulkevia ryhmiä. Tarvitaan siis verkostoja ja resursseja, jotta pääsee sisään oikeanlaisiin ja tavoiteltaviin verkostoihin. (Ruuskanen 2007, 20–22.)

Pierre Bourdieun käsitys sosiaalisesta pääomasta on kilpailua ja jakoja korostava, mutta sosiaalista pääomaa ovat käsitelleet monet muutkin. Robert D. Putnamin voidaan sanoa vakiinnuttaneen sosiaalisen pääoman käsitteen sekä tieteelliseen että julkiseen keskusteluun. Hän korostaa sosiaalista pääomaa hyvinvointierojen selittämisessä. Hänen mukaansa sosiaalinen pääoma muun muassa helpottaa sosiaalista kanssakäymistä ja lisää informaation kulkua. Se myös lisää Putnamin mukaan yksilöiden empatiakykyä ja parantaa koettua terveyttä ja elämänlaatua. Toinen tässä esittelemäni sosiaalisen pääoman määritelmä on James S. Colemanin, joka näkee sosiaalisen pääoman sosiaaliseen rakenteeseen liittyvänä tuottavana resurssina. Hän myös korostaa yhteisön tiiviin suhdeverkon merkitystä tiedonkulussa. Coleman erottaa sosiaalisesta pääomasta kolme muotoa, jotka ovat velvoite toimia vastavuoroisesti ja siihen liittyvä luottamus, informaation kulku (sosiaaliset verkostot informaatiokanavina ja kontakteina) sekä normit (kollektiivinen etu). Putnam ja Coleman korostavat molemmat, että sosiaalinen pääoma koostuu verkostoista, sosiaalisista normeista sekä luottamuksesta. Tämä valtavirran näkemys sosiaalisesta pääomasta on siis näkemys sosiaalisesta pääomasta yhteisenä hyvänä. (Ruuskanen 2007, 11–20.)

Bourdieu pitää sosiaalista pääomaa yhtenä kolmesta pääoman muodosta kulttuurisen ja taloudellisen rinnalla, kun taas Coleman ja Putnam keskittyvät nimenomaan sosiaalisen pääoman tarkasteluun. Bourdieulaisen näkemyksen ja valtavirran näkemys eroavat toisistaan myös erityisesti

siinä perustavanlaatuisessa asiassa, että Bourdieu määrittelee sosiaalisen pääoman kilpailua ja erotteluja korostavana, kun taas valtavirran näkemys korostaa sosiaalista pääomaa resurssina. Putnamin ja Colemanin näkemys sosiaalisesta pääomasta liittyy siis erityisesti sosiaaliseen integraatioon, kun taas Bourdieu tukee ajatusta, että sosiaalinen maailma on hierarkisoitunutta. Molemmissa malleissa sosiaalinen pääoma näyttyy kuitenkin virallisina ja epävirallisina suhteina ihmisten välillä, eli sosiaalisina verkostoina.

Tässä tutkimuksessa sosiaalisella pääomalla tarkoitetaan ennen kaikkea bourdieulaista näkemystä eronteista ja kilpailusta, mutta huomioidaan myös Putnamin ja Colemanin sosiaalisen pääoman linkittävä ja hyvinvointia luova näkemys. Olennaista on sosiaalisen pääoman kerääminen. Sosiaalisen pääoman tarkoituksena tässä tutkimuksessa on toimia yhtenä nuorten statussymbolina ja statuksen ilmaisun muotona, joten se näyttyy nuorten kuvaamana. Tyttöjen sosiaalinen pääoma saattaa näyttyyä kaverisuhteina ja laajana kaveripiirinä. Olennaista on, kenet tuntee ja kuinka paljon ihmisiä tuntee. Myös oma paikka näissä ryhmissä on tärkeää.

3.3 Suosituimmuus ja kaverit statussymboleina

Status näkyy suosituimmuuden sekä maineen kautta, ja asema jossain tietyssä ryhmässä kertoo nuoren statuksesta. Ollikainen (2011) on tutkimuksessaan tyttöjen suosiopeleistä koulussa saanut selville, että suosittuun ryhmään kuuluminen tarkoitti korkeampaa statusta. Suosittuun ryhmään kuuluvat erottuvat muista ulkoisin seikoin, ja he tekevät sitä tietoisesti. Suosittuun ryhmään kuuluminen tarkoittaa myös suurempaa hyväksyntää oppilaiden keskuudessa. Huuki (2010) puolestaan on tutkinut koulupoikien statustyötä ja saanut selville, että sosiaalista statusta tavoitellaan fyysis-materiaalisin keinoin, huumorilla, sosiaalisilla suhteilla, performansseilla, seksuaalisuudella, väkivallalla sekä välittämisellä. Näiden resurssien oikeanlainen käyttö tuo pojalle arvoaseman oppilaiden keskuudessa. Tätä statusta on silti pidettävä kokoajan yllä statustyötä tekemällä.

Kokemus suosioista tai sen puutteesta on yksi nuoren identiteettiä jäsentävä tekijä (Paumo 2012, 105). Kiilakoski (2012) käsittelee tutkimuksessaan nuorten kokemuksia koulusta ja sitä, kuinka nuoret jakautuvat koulussa suosittuihin ja epäsuosittuihin. Jokainen tietää asemansa, ja tätä hienovaraista erottelua ja jakautumista on hankala tulkita ilman nuorisokulttuurin lukutaitoa. Tätä ilmiötä on kuvattu myös maineen käsitteellä, ja se kuvaa oppilaan paikkaa koulun sosiaalisessa kehityksessä. Myös Ollikainen (2011) on saanut tuloksiksi, että suosio merkitsee laajaa sosiaalista verkostoa ja oman nimen tunnettavuutta. Suosio tuo valtaa.

Ollikaisen (2011) tutkimuksesta selvisi, että statukseen liittyvä hierarkia näkyy muun muassa siinä, miten suosittuun ryhmään pääsemisestä käytiin kilpailua, vaikka suosittuun ryhmään kuuluvat tytöt suhtautuvatkin mukaan haluaviin epäystävällisesti ja vartioivat rajoja tarkasti. Suosittuun ryhmään kuuluvat viettävät välituntisin aikaa pihan keskeisimmällä paikalla, ja näin ollen näyttävät muille valtaansa. Heillä on myös enemmän sananvaltaa luokan yhteisiin asioihin, sillä muut hiljennetään nopeasti jopa pelkällä katseella. Hyvät suhteet vastakkaiseen sukupuoleen on tutkimuksen mukaan merkki henkilön hyvästä kaverisuosiosta. Ollikaisen aineiston mukaan oppilaskulttuurin kentän rajoja määrittävät kamppailut käydään kenttää hallitsevien eli statukseltaan suosittujen ryhmien ja tämän ryhmän hyväksyntää haluavien välillä.

Nuorille on tärkeää saada arvonantoa muilta nuorilta ja saavuttaa hyvä ja arvostettu asema. Hyvän statuksen voi saavuttaa vain päivittäisessä vuorovaikutuksessa osana koulun arkista toimintaa. Aapola (2003b, 110) toteaa, että myös ikä tuo nuorelle lisää statusta, mikä näkyy varsinkin aikuisten suhtautumisessa. Näkisin silti, että aina ei ole täysin selvää, minkä takia joku on suosittu

tai hänellä on korkea status. Kuitenkin selvää on usein se, että onko suosittu vai ei. Korkean statuksen omaavat voivat vaikuttaa moneen asiaan koulussa, esimerkiksi kanssakäymisen sääntöihin ja rajojen asettamiseen. Status ei silti ole pysyvä eikä se ole samanlainen kaikkialla tai esimerkiksi kaikissa kouluissa, joten sen pitämiseksi tai saavuttamiseksi on nähtävä vaivaa. (Kiilakoski 2012, 17 -21). Salmivalli (2005, 32 -33) puolestaan puhuu lasten ja nuorten sosiaalisesta statuksesta ja mainitsee sen olevan suhteellisen pysyvä. Kun kerran on leimautunut torjutuksi tai suosituksi, on siitä hankala päästä eroon, vaikka mitä tekisi. Toverisuosio suojaa yksinäisyydeltä ja kiusatuksi tulemiselta, ja torjutuksi tuleminen taas voi lisätä niitä. Vertaisryhmät myös auttavat kasvavaa lasta ja nuorta irtautumaan vanhemmistaan

Hoikkala ja Paju (2013, 150 -153) ovat kenttätutkimuksessaan koulussa tutkineet yläasteen yhdeksäsluokkalaisia. He kutsuvat luokassa käytävää sosiaalista kamppailua statuskamppailuksi. Yritämme usein olla kilpailijoitamme parempia, ja näin ollen statuskin syntyy kilpailun kautta. Status ei pysy aina samanlaisena, sillä kilpailua käydään jatkuvasti ja sijoitukset muuttuvat. Oman paikkansa ryhmässä voi päätellä vuorovaikutuksen ja suoran palautteen avulla, mutta on myös huomaamattomampia vinkkejä, kuten katsekontakteja, puhetapoja, asentoja ja äänenkäyttöä. Hoikkala ja Paju käyttävät osuvasti termiä sosiaalinen statusvaisto kuvaamaan kykyä tunnistaa epäonnistumiset ja onnistumiset sosiaalisen elämän eri alueilla.

Maine näyttäytyy Wexlerin (1992) mukaan välittömänä palkkiona hyvästä ”minätyöstä” (self work) eli oman itsensä työstämisestä koulussa. Itseä rakennetaan statuskilpailun kanavilla, ja Wexler on kuvannut tätä koulussa käytävää statuskilpailua poliittiseksi. Maine tuo vaikutusvaltaa, ja mihin tahansa menet tai mitä teet niin sinut tunnetaan, aivan kuten poliitikot. Mainetta syntyy, kun muut tietävät, että kanssasi ei kannata alkaa haastamaan riitaa. Myös verkosto on tärkeä maineen näyttämisen paikka. Wexler mainitsee, että statusta ja mainetta voi kasvattaa tappelemisen lisäksi esimerkiksi pukeutumisen tai vaikka tanssiharrastuksen avulla. Myös koulussa menestyminen on hyvä keino kerätä kunnioitusta. (Eml., 86, 143 -144.) Tolonen (2001a, 223) toteaa puolestaan, että maine määrittyy yhteisöllisesti, ja aina jossain määrin arvolatautuneesti. Hänen tutkimuksessaan nuoret loivat mainetta esimerkiksi käyttämällä lippistä tai fanipaitaa tai kieltäytymällä tottelemasta opettajaa. Jossain tapauksissa maine kehitettiin jollekin oppilaalle.

Myös Salmivalli (2005, 25 -28) on kirjoittanut statuksesta ja sosiaalisesta asemasta ryhmässä. Aihetta voi tutkia helposti niin, että pyydetään lapsia tai nuoria nimeämään kolme, joista pitää eniten ja kolme, joista pitää vähiten. Ennen statusta on kuvattu yksilötoisesta niin, että alhainen

status tarkoittaa torjutuksi tulemista ja epäsuosiota, ja korkea status taas hyväksytyksi tulemista sekä toverisuosiota. Nykyään aihetta lähestytään moniulotteisemmin, sillä on huomattu, että suosittua voidaan kuvata sekä negatiivisesti että positiivisesti, ja toisaalta kaikkia ei huomioida lainkaan. Jaottelu meneekin näin: 1) suositut: paljon pos. ja vähän neg. mainintoja, 2) torjutut: vähän pos. ja paljon neg. mainintoja, 3) keskimääräinen asema: molempia mainintoja keskimääräisesti, 4) ristiriitaiset: paljon molempia mainintoja ja 5) huomiotta jätetyt: vähän molempia mainintoja. Tätä kutsutaan sosiometriseksi statukseksi. Status ja toverisuosio eivät siis määräydy suoraviivaisesti, vaan joistain sekä pidetään että ei pidetä paljon, ja joitain ei noteerata lainkaan. On tärkeää huomata, että sosiometriseen statukseen ei vaikuta ainoastaan sosiaalinen käyttäytyminen, vaan myös ulkonäkö, liikunnallisuus, fyysiset poikkeavuudet ja muut pinnalliset asiat. Vaikutus vaihtelee eri ryhmien välillä, sillä ryhmän normit ja arvostukset sekä ”johtajan” hyväksymät asiat vaihtelevat. (Emt., 31.)

3.4 Merkkituotteet ja kuluttaminen statussymboleina

Lapset oppivat kuluttamisen taidon ja brändien lukemisen jo varhaisessa iässä. Erilaisia kulutustuotteita ja merkkejä markkinoidaan suoraan lapsille, ja lapset kasvavat muun muassa Barbi nukkejen, Disneyn ja Coca Colan parissa. Näin markkinat luovat brändiuskollisia kuluttajia jo varhaisessa iässä. Puhutaan lasten markkinoista. (Partanen & Lahikainen 2008, 60–61.) Kun kuluttamisen ajatellaan olevan normaalia, niin epänormaalksi helposti luokitellaan se, jolla ei ole varaa kuluttaa. Kuluttaminen ei myöskään yhdistä ihmisiä, vaan ennemminkin vahvistaa kilpailun kulttuuria. Yhdysvalloissa kilpailuhenkinen kuluttaminen on nuorten keskuudessa voimakkaampaa kuin Suomessa, ja itsensä brändääminen jo nuoresta asti luo kilpailua siitä, kuka onnistuu ja menestyy ja kuka ei. (Lehtimäki & Suoranta 2006b, 494.)

Brändit saivat alkunsa massatuotannon leviämisen ja valinnan mahdollisuuksien kasvamisen seurauksena. Suurella osalla ihmisistä oli näin pääsy hienojen kulutustuotteiden äärelle. Yltäkylläisyys ei tyydytä ihmisten tarpeita silti pitkään, sillä aina halutaan lisää ja ylellisempää. Näin alkoi brändäys, mikä teki tavallisista tuotteita luksusta ja glamouria, joilla voi erottua massasta. (Mattila 2006, 44–45.) Brändi lisää tuotteiden arvoa siten, ettei tuote ole enää vain hyödyke vaan brändin kautta se on paljon enemmän; sillä on symbolista merkitystä. Megabrändit myyvät ensisijaisesti asennetta, arvomaailmaa ja elämäntapaa, eivät ensisijaisesti itse tuotetta. (Autio 2006b, 15.)

Kuluttamisvalinnat on näkyvin tapa erottua. Mattila (2006) korostaa merkkituotteiden olevan statussymboleita parhaimmillaan. Merkeillä voi rakentaa omaa arvoasemaansa. Kulutusobjektit muuntuvat statussymboleiksi, kun niiden hankkiminen kertoo kuulumisesta johonkin erityisen tavoiteltavaan ryhmään (Goffman, 1951). Jossain määrin voidaan jopa sanoa, että nykyään kuluttaminen on ikään kuin ”identiteettihoppailua”, sillä omaa itseä tavallaan rakennetaan jatkuvasti erilaisten kulutustoimenpiteiden kautta (Räsänen 2000, 86).

Erityisesti juuri nuorille oikeanlainen kuluttaminen ja oikeiden tavaroiden hankkiminen on tärkeää. Kulutustyyllillään nuoret voivat viestittää kuuluvansa tiettyyn ryhmään. Varsinkin näkyvät symbolit ja merkit ovat tärkeitä. Näillä kerrotaan jotain itsestä, joko kuulumista tai erottautumista. (Saarinen 2001, 33 -37.) Toisaalta brändimarkkinoihin voi reagoida myös vastustamalla niitä ja ostamalla nimenomaan ”merkittäviä” tuotteita. Brändit nousevat esille siis ennemminkin kilpailutilanteissa, joissa on olennaista vahvistaa omaa asemaa. (Mattila 2002, 58.)

Ernomo (2013) on tutkinut brändien merkityksiä nuorille ja todennut, että brändien ja merkkien avulla lapset ja nuoret saavat yhteyden muihin. Niiden avulla myös kerrotaan, minkälainen haluaa olla ja mitä arvostaa. Brändien avulla aletaan sulautua aikuiselämään ja kohti itsenäistä kuluttajaa. Nuorten kuluttaminen puhuttaa vanhempia ihmisiä edelleen, sillä nuoriin ja nuoruuteen liitetään yhä mielikuva erityisen vaikeasti hallittavasta elämänsä välivaiheesta. Toisaalta huoli nuorison tilasta, kuten arvoista ja ongelmakäyttäytymisestä, ei useinkaan perustu todelliseen faktaan, vaan ennemminkin ennakkoluuloihin (Nurmi 1995, 257). Nuori onkin yhä vapaampi muokkaamaan itseään haluamaansa suuntaan koulutuksen, kulutuksen ja harrastusten avulla (Mäki-Kulmala 1994, 130).

Wilskan (2005, 66 -67) mukaan tutkimukset taas kertovat, että suomalaiset nuoret ovat keskimäärin melko tavallisia ja säästäväisiäkin kuluttajia. Myös Lehtimäki ja Suoranta (2006b, 494) kommentoivat, etteivät brändit ole nuorten keskeisin identiteetin rakentamisen väline, ja että suomalaiset nuoret eivät ole yhtä bränditietoisia kuluttajia kuin esimerkiksi nuoret Yhdysvalloissa ja Länsi-Euroopassa. Pelkästään teknologian ja vapaa-ajan kulutuksen suhteen he poikkeavat hieman keski-ikäisistä ja vanhemmasta väestöstä. Suomalaisnuorten suhteellisen epäkaupallinen asenne johtuu todennäköisesti suomalaisen kulutusyhteiskunnan melko nuoresta iästä sekä myöhäisestä kaupungistumisesta. Säästäväisyys, kohtuullisuus ja vaatimattomuus ovat tutumpia termejä kuvaamaan suomalaisia. Sanonta ”raha ei kasva puussa” on kai iskostunut vaivihkaa suomalaisten nuortenkin päihin. (Wilska 2005, 66-67.)

Pekka Mattila (2002) on kirjoittanut kiinnostavan pro gradu –tutkielman merkkituotteiden sosiaalisista tehtävistä. Merkkituote määrittyy hänen tutkimuksessaan hyvin tunnetuksi ja arvostuksen kohteeksi. Merkkituotteen tunnistaa myös hinnasta, ja ”hinta tekee merkistä merkin” (emt., 34). Tunnistettava logo tai muu symboli on merkkituotteen vakiovaruste, ja merkin onkin hyvä näkyä. Merkkituotteita yhdistää lisäksi niiden aitous ja alkuperäisyys. Täytyy huomata, että merkin hyvyys ja tunnettavuus määrittyvät aina vertailussa keskenään, sillä hyvää ei ole ilman huonoa. (Emt., 34–36.)

Mattila (2002, 79) on lisäksi nimennyt merkin erilaisia sosiaalisia funktioita. Ensimmäkin niiden avulla tunnistetaan yhteisyys ja liitetään ihmisiä yhteen. Toiseksi ne luokittelevat yhteisöön kuuluvat taitojen ja pääomien kautta, ja ovat myös hyviä näyttämään kantajansa asemaa ja statusta muille. Viimeiseksi merkit auttavat kätevästi tunnistamaan vieraita ja ryhmän ulkopuolisia. Myös Kuusela (2013) on tutkinut sitä, millaisia merkityksiä nuoret liittävät brändeihin ja saanut joitain samantyyllisiä tuloksia. Merkkitietoisuus, valinnat, välttämättömyys ja vastapuhe olivat diskursseja, joilla nuoret puhuivat brändeistä. Valintojen diskurssiin kuuluu erottautumista, yhteenkuuluvuutta sekä rationaalisuutta, jotka ovat osin yhteneviä Mattilan saamien sosiaalisten funktioiden kanssa. Kuusela tutki myös brändien käyttäjiin liitettyjä hierarkkisia statuksia sekä kollektiivisia identiteettejä, ja sai tulokseksi, että osa brändeistä liitetään vanhan säätyjärjestelmän mukaisesti alaluokkaan, keskiluokkaan ja jotkin yläluokkaan. Brändit tarjoavat erityisesti pojille monia eri identiteettejä, tytöille vähemmän. (Kuusela 2013.)

Bourdieuun teoriaa erottautumisesta voi hyvin soveltaa myös kulutukseen. Suomalaisten vaurastuminen ja niin sanottu keskiluokkaistuminen on aiheuttanut sen, että ihmisillä on yhä enemmän varaa kuluttaa erilaisiin palveluihin ja tuotteisiin ja heillä on myös enemmän halua panostaa oman itsensä hemmotteluun. Tarjonta on samalla kasvanut ja erilaisia erottautumisen välineitä on yhä enemmän, kuten tuoteidea, brändi, hinta, (materiaalien) laatu tai design. Samoin tuoteperheen monipuolisuus, vaihtoehtojen lukumäärä ja personoitavuus tarjoavat mahdollisuuden erottautumiselle. Kilpailu on siis koventunut erottelun alueella. (Leskinen & Soronen, 2-3)

Usein jonkin uuden keksinnön tai tuotteen ilmestyttyä markkinoille, sen ottaa ensimmäisenä käyttöönsä nimenomaan kulttuurieliitti eli edelläkävijät. Pian kuitenkin alkaa niin sanottu keskiluokkakin havitella ja haluta samaa, ja näin tämä tuote tai keksintö ei enää määritäkään eliittiä, he eivät erotu. Tämän seurauksena eliitti alkaa määritellä tarkempia ehtoja omalle käytölleen ja

luoda hienostuneita ja tarkkoja koodeja, joilla viestitään kuulumista ”ylempään luokkaan”. Osa kuluttajista on hyvinkin tietoinen muille viestittävistä kulutuksen sosiaalisista signaaleista ja merkityksistä. (Emt., 2-3.)

4 KOULU TYTTÖJEN TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ

Tutkimukseni sijoittuu koulumaailmaan. Koulu ympäristönä on moniulotteinen ja kiinnostava, sillä siellä viralliset puitteet kohtaavat itsenäiset nuorison kulttuurit ja toiminnat. Nuorisolle syntyy omia tapojaan, ryhmiään ja arvostuksiaan, joita ulkopuolisen voi olla hankala ymmärtää. Myös kilpailua syntyy, sillä vallan jakautuminen ei aina ole tasapuolista. Esittelen kolmessa ensimmäisessä alaluvussa koulua ja sen eri kerroksia, siirtymistä yläkouluun ja hierarkioita sekä kilpailua koulussa. Tutkimukseni kohteeksi olen valinnut varhaisnuoret tytöt, ja aioinkin neljännessä alaluvussa selventää, mitä erityistä on tytöissä sekä tyttöjen välisissä suhteissa ja toiminnassa.

4.1 Koulumaailma ja koulun kerrokset

Gordon ja Lahelma (2003, 9-10) ovat kehittäneet tutkimukseensa koulun tarkastelemista varten kolme eri tarkasteluserrosta, jotka ovat virallinen koulu, informaali koulu sekä fyysinen koulu. Nämä eri kerrostumat kietoutuvat toisiinsa koulun arjessa, mutta ne pystytään silti myös erottamaan toisistaan. Virallisella koululla tarkoitetaan koulujen opetussuunnitelmia ja muita virallisia asiakirjoja. Tämä näkyy arjessa muun muassa opetusmenetelminä, opetusmateriaaleina, luokkahuonevuorovaikutuksena ja oppikirjoina. Virallinen koulu koskee myös opettajien ja oppilaiden välistä hierarkiaa sekä koulun sääntöjä. Informaalilla koululla taas tarkoitetaan opettajien ja oppilaiden epävirallista vuorovaikutusta oppitunneilla sekä niiden ulkopuolella. Koulussa rakentuu myös informaaleja hierarkioita oppilaiden välille. Fyysinen koulu tarkoittaa koulua fyysisenä tilana ja liikkeen, äänen, ruumiillisuuden ja ajan säätelyä koulussa. (Emt., 10.)

Koulu on omanlaisensa tila, joka määrittelee siellä tapahtuvaa toimintaa. Tilassa myös ystävyys-suhteet näkyvät, sillä luokassa istutaan yhdessä ja suositut istumapaikat ikkunoiden vierestä varataan nopeimmin. Tutkimuksen mukaan äänen käyttö jakautui tyttöjen ja poikien välillä niin, että pojat olivat enemmän äänessä kuin tytöt. Asian voi nähdä myös niin, että tytöille opetetaan koulussa hiljaisuutta erilaisilla kuin pojille, ja poikien metelöintiä pidetään luonnollisempana kuin tyttöjen. (Gordon 2003, 59–69.)

Kiinnostavaa koulumaailmassa on erityisesti virallisen ja informaalin koulukerroksen yhteensopivuus ja toimivuus. Kuulostaa ristiriitaiselta, että oppilaiden on totuttava koulussa toimimaan ryhmässä, mutta samalla suorituksia arvioidaan yksilöllisesti. Koulussa on monia erilaisia yhteisöjä, joiden sisällä on erotteluja, hierarkioita ja sosiaalisia suhteita. Tasavertaisuuden periaatteen mukaisesti erilaisuuksien ja erojen hyväksyminen olisi tavoiteltavaa, mutta todellinen

toiminta koulun sisällä ei aina vapaiden sosiaalisten suhteiden maailmassa mene niin. Vaikka koulu onkin työyhteisö, on se nuorille myös paljon muuta. (Gordon & Lahelma 2003, 42.).

Tärkein informaalin koulun elementti oppilaiden näkökulmasta on kuitenkin kaverisuhteet. Voidaan nähdä, että seurustelusuhteet eivät ole 7-luokkalaisille vielä yhtä tärkeitä kuin kaverisuhteet, vaikka niitäkin toki on. Ilman kavereita koulussa on hankalaa ja yksinäistä, ja sama pätee myös vapaa-ajalla, ja siis myös nimittely ja kiusaaminen ovat valitettavasti osa informaalia vuorovaikutusta. Kaverisuhteiden syntyyn vaikuttaa myös se, että peruskoulussa on kiinteät luokat. Tämä tarkoittaa sitä, että nuoret ovat lähes kaikki oppitunnit yhdessä. Näin muodostuu helposti erilaisia ryhmittymiä ja kaverisuhteita oman luokan sisällä, mikä puolestaan saattaa edistää kilpailua. Oma luokka saattaa pysyä samana jopa yhdeksän vuotta, jos ala- ja yläkoulu käydään samassa koulussa. Lukiossa tilanne muuttuu, kun kurseilla käydään oman valinnan mukaan, eikä tiiviitä yhtenäisiä luokkia enää ole.

Nuorisokulttuurit koulussa muodostuvat sukupuolisuuden, etnisyyden, sosiaaliluokkien, habitusten, kansallisuuden ja paikallisuuden rajoissa. Tolonen (2001a, 256) väittääkin, että koulu merkityksellistyy nuorille juuri oppilaskulttuurien kautta, ja virallinen koulu koetaan siinä sivussa. Koulussa on paljon sääntöjä, sekä virallisia että oppilaiden omia. Kysymykset siitä, kannellaanko opettajalle, mistä asioista kerrotaan kenellekin kaverille ja keitä puolustetaan kiusaamistilanteessa, ovat oppilaiden välisiä kirjoittamattomia sääntöjä. Koulu ei ole erillinen tyhjiö, joka jää kaiken muun, kuten vapaa-ajan, ulkopuolelle. On myös oletuksia ja käytänteitä siitä, ketkä sietävät nimittelyä ja vitsailua. Eri ryhmillä on eri säännöt siitä, minkälaiset ”läpät” ovat sallittuja. (Kiilakoski 2012, 45–47.)

Samanlaisuus ja erilaisuus nuorten kesken näyttäytyvät Hyvärisen, Riitaojan ja Särkelän (2014, 65) tutkimuksessa hiljaisuuden ja äänekkyyden kautta. Koulu onkin nuorille kuin näyttämö (Kiilakoski 2012, 16). Hiljaisuus ja rauhallisuus liitetään opiskeluyönteiseen ja hyvään oppilaaseen, kun taas äänekkyyys liitetään huonoon ja opiskelua vastustavaan oppilaaseen. Äänekkyyys voidaan nähdä myös aktiivisen oppilaan merkinä tunnilla. Informaalin koulun puolella äänekkyyden ja hiljaisuuden määritykset ovat erilaiset, sillä äänekkyyys merkitsi silloin itsensä esille tuomista ja puolustamista. Sillä näytetään oma asema hierarkiassa. Hiljaisuus saattaa puolestaan tarkoittaa informaalin koulun puolella alempaa statusta ja toiseutta. Menestymistä koulussa arvostetaan, eikä se enää tuo niin sanottua ”hiken” leimaa.

Koulu on julkinen tila ja kaikki ovat siellä jatkuvien katseiden alla. Esimerkiksi tyyli muutosten perusteella tehdään päätelmiä henkilön persoonallisuudesta tai elämäntavan muutoksista. Halu näkyä ja piiloutua vaihtelee. Näkymiseen liittyy esimerkiksi persoonallinen tyyli, mikä vaatii rohkeutta. Yleisesti pyritään tavallisuuteen, mikä liittyy osin piiloutumiseen. Tavallinen nuori ei saa tahtomattaan liikaa huomiota. (Tolonen 2001a, 170–171.) Tähän liittyy vahvasti myös se ajatus, että erilaisuus saattaa johtaa kiusaamiseen.

4.2 Yläkouluun siirtyminen

”Yläkouluun siirtyminen ja seitsemännän kouluvuoden alku on oppilaalle iso asia. Omasta tutusta ja turvallisesta kouluyksiköstä siirrytään toiseen, opettajat ovat uusia ja luokkatoveritkin usein vaihtuvat. Koulussa oppilaalta aletaan vaatia uudella tavalla itsenäisyyttä ja vastuunottoa.” (Opetushallitus, Uutiskirje Spektri.) Yläkouluun siirtyminen voidaan nähdä myös askeleena lapsuudesta nuoruuteen. Siirtymä voi joillekin olla todella iso ja mullistava, ja Uusitalo-Malmivaara (2012, 17–19) onkin saanut tutkimuksessaan tuloksiksi, että tytöillä kouluonnellisuus yläkoulussa on vähäisempää kuin pojilla. Yleinen onnellisuus oli kuitenkin keskiarvon tasoa. Molempien sukupuolten onnellisuus on silti vähentynyt kuudennesta luokasta, eli yläkouluun siirtymisen jälkeen. Yleisin syy onnellisuuden vähentymiseen oli kaverisuhteissa. Onnellisuuden ajateltiin lisääntyvän koulumenestyksen, rahan ja vapaa-ajan avulla, ja tytöt korostivat vielä erityisesti parempaa ulkonäköä, tasa-arvoa sekä tulevaisuuden suunnitelmien selkiytymistä.

Oppilaille on yläkoulun suhteen erilaisia odotuksia. Yläkoululta odotetaan uusia ystäviä ja opettajia, uutta kouluympäristöä ja uusia sääntöjä. Jännitys ja pelko liittyivät enimmäkseen sosiaalisiin tilanteisiin, kuten kiusaamiseen, uusiin luokkatovereihin ja opettajiin sekä vanhempiin oppilaisiin. Vaikka luokka ja koulu vaihtuvat, oli toiveissa vanhojen kavereiden säilyminen. (Savolainen 2011, 49–55.)

Galton (2009, 7-8) puhuu statusliikkuvuudesta yläkouluun siirtymisen yhteydessä. Hän tarkoittaa sillä sitä, että siirtymävaihe tuo mukanaan eräänlaisen statuksen muutoksen. Ihmisen status muuttuu moneen kertaan elämän aikana, ja tähän muutokseen liittyy yleensä rituaaleja, jotka auttavat muutoksen hyväksymisessä sekä uuden statuksen saavuttamisessa. Yläkouluun siirtyminen ajoittuu juuri siihen aikaan, kun lapsesta tulee nuori, ja samalla status muuttuu uudessa ympäristössä taas koulun nuorimmaksi.

4.3 Hierarkiat ja kilpailu koulussa

Kilpailun kulttuuri koulussa on kiinnostava, sillä koulussa on tarkoitus menestyä eri oppiaineissa koulun virallisella tasolla, mutta samalla olisi menestyttävä suuressa oppilaiden joukossa, esimerkiksi sosiaalisessa kilpailussa koulun informaalisella tasolla (Tolonen 2002, 105). Koulussa nuoren paikka rakentuu suhteessa toisiin nuoriin. Koulussa on hankala olla yksin, ja nuori saavuttaakin asemansa muiden nuorten keskellä osana hierarkioita ja jäsenyyskamppailuja. Näin vakiintuu käsitys siitä millainen tyyppi on, ja se taas vaikuttaa siihen, millaisia kaverisuhteita hän luo. Asema pysyy Kiilakosken (2012, 17) mukaan suhteellisen vakaana ja tunnettuna lukukaudesta toiseen, ja suosituimmilla nuorilla on enemmän toimintamahdollisuuksia kuin muilla.

Oppilaita jaotellaan ja oppilaat jaottelevat itseään koulussa. Esimerkiksi ikä, sukupuoli, seksuaalinen suuntautuminen, varallisuus, tyyli, ulkonäkö, kiinnostuksen kohteet, sosiaalisuus, seurustelu, vapaa-ajan viettotavat ja koulussa menestyminen ovat erottavia ja jaottelevia tekijöitä. Hierarkioita syntyy, sillä valtaa ja vallankäyttöä on aina mukana ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Myös erotteluissa ja hierarkioissa syntyvä koulukiusaaminen on yleistä nykyaikana. Monet nuoret haluavat enemmänkin kuulua joukkoon kuin erottautua, ja erottautuminen voi tapahtua pienimmänkin eroavaisuuden kautta (esim. Wilska 2005). Kenellä on valtaa, millainen on suosittu tai epäsuosittu ja kiusattu tai ulossuljettu, vaihtelevat kouluittain, oppiasteittain ja luokittain. Tavallista onkin pyrkiä olemaan ja näyttämään tavalliselta, vaikka se ei aina olekaan mahdollista. Kaikilla on myös erilainen käsitys siitä, mikä on tavallista. (Käyhkö 2011, 108 -110.)

Erityisen kiinnostavaa on nimenomaan tyttöjen väliset hierarkiat ja kilpailu. Esimerkiksi kilpailu ulkonäöstä ja tarkat määritelmät siitä, mikä on tavoiteltavaa, on tyttöjen kesken näkyvää. Tolonen (2001b, 85) on kirjoittanut tyttöjen käsityksiä ihannenaiveudesta, ja ihanne määrittyi liiallisuuden ja puutteen kautta. Pitää olla laiha, hyvässä kunnossa, luonnollinen, huoliteltu ja pieni ja sievä. Pitää myös olla persoonallinen ja sosiaalinen, mutta ei liian puhelias eikä kovaääninen. Ei saa olla liian naisellinen, mutta ei myöskään miehekäs, ei liian meikattu eikä liian äänekäs, mutta silti persoonallinen ja sievä.

Kouluissa hierarkiat syntyvät myös niin, että ylempien luokkien oppilaat ovat arvostetumpia. Lehtonen (2003) kuvasi tutkimuksessaan luokkahierarkioita, joissa käytettiin muun muassa termejä ravintoketjun ylä- ja alapää, kastijärjestys, pyramidi, pinta ja pohja, arvojärjestys sekä hierarkia. Nämä siis edustivat parhaimmista ja haluttua sekä halveksittua ja epätoivottavaa ryhmää. Myös

koulun ulkopuolinen elämä heijastuu hierarkioihin, esimerkiksi se kenen kanssa viettää vapaa-aikaa, mitä harrastaa tai järjestääkö tapahtumia. Lehtosen haastattelemat vanhemmat nuoret (15-20v) kertoivat myös juhlimisen, tupakoinnin ja alkoholin käytön vaikuttavan ryhmien muodostumiseen ja hierarkioiden rakentumiseen. Jotkut saattavat tietoisesti kieltäytyä tarjotuista asemista ja kyseenalaistaa ryhmittelyt. Tämä voi silti kääntyä myös itseä vastaan, vaikka tarkoituksena olisi osoittaa erottautumista luokan arvojärjestelmästä. (Lehtonen 2003, 135 -137.)

4.4 Tytöt tutkimuksen kohteena

Tytöiltä odotetaan usein hillitympää käyttäytymistä kuin pojilta. Liian rajoja rikkova tyttö saa helposti vertaisryhmässä huonon maineen ja viranomaisten huolen niskaansa, toisin kuin samoin käyttäytyvä poika. Tytöt vapautuvat ja irrottelevat helpommin tyttöporukassa, sekaporukoissa pojat ottavat usein näyttävämmän roolin. (Lähteenmaa 1992, 158–161.) Tolonen (2001a, 97) esittää, että opettajat odottavat tytöiltä erilaista käytöstä kuin pojilta, ja että stereotyyppiset ”hiljainen tyttö” ja ”äänekäs poika” ovat monien opettajien ajattelun taustalla edelleen. Toisaalta tyttöjä on kaikenlaisia ja kaikkia ei voi laittaa samaan muottiin. Terhi Ekolan (1992) tutkimuksen tytöt olivat nimenomaan ei-kuuliaisia pahiksia, jotka lintsasivat koulusta ja näpistelivät.

Gordon ja Lahelma (1992, 321) toteavat, että tyttöjen saattaa olla helpompi toteuttaa maskuliinisia toimintatapoja, sillä feminiinisyyteen ei liitetä samalla tavalla valtaa kuin maskuliinisuuteen. Näin ollen esimerkiksi ”poikatyttyö” on vaihtoehtona tytöille, kun taas pojille tyttömäinen poika -vaihtoehto ei ole niin suosittu. Tyttöjen maailmankuvan sanotaan myös olevan avarampi kuin poikien, sillä tytöt ovat usein kiinnostuneempia ja suvaitsevampia uusia ja erilaisia ihmisiä ja kulttuureja kohtaan. (Näre & Lähteenmaa 1992, 331–332.)

Tytöille itsenäistyminen näkyy uusien ihmissuhteiden muodostamisessa, joiden kautta he voivat heijastella omaa identiteettiään. Tytöt arvostavat läheisiä ystävyysuhteita, ja he saavat niistä valmiuksia matkalla kohti naiseutta. (Aapola 1992, 83–84.) Aapolan (1992) tutkimuksessa tyttöjen ystävyysuhteet näyttäytyivät monimuotoisina ja vaihtelevina, ja ne liittyivät tiiviisti kaikkeen mitä tytöt tekivät, kuten harrastuksiin, koulunkäyntiin ja naapuruston toimintaan. Olennaista näissä suhteissa oli, ettei jäänyt niiden ulkopuolelle. Pojat liittyivät näihin suhteisiin yleensä vain romantiikan ja jännityksen kautta, ei niinkään todellisina ystävinä.

Mielenkiintoinen seikka Aapolan (1992) tutkimuksessa oli, että demokratia oli tärkeä kysymys tyttöjen välisissä ystävyysuhteissa, sillä vertaisina tytöt ovat tasa-arvoisia. Määräilijöistä ja

leuhkijoista ei pidetty, mutta tasa-arvo ei silti aina toteudu, vaan toisia kohdellaan välillä halveksivasti ja alentavasti. Jo aikaisemmin mainittu asia tuli tässäkin esille, eli suosituimmilla tytöillä oli enemmän päätösvaltaa ristiriitatilanteissa. Hierarkiat esiintyivät siten, että yhteen liittyneet tytöt olivat voimakkaita yksittäisiin tyttöihin verrattuna. Tolonen (2001a) toteaa tutkimuksessaan, etteivät tyttöjen ryhmittymät tarkoita sitä, että he kaikki ovat samantyyliisiä. Samaan ystävyysryhmään voi kuulua hiljaisia, äänekkäitä, hyvin tai huonosti koulussa menestyneitä ja eri tavoin toimivia ja pukeutuvia tyttöjä. Yhteistä usein on yhteisesti jaetut arvostukset.

Tolonen (2001a, 30–31) on tutkinut suomalaista peruskoulua nuorten näkökulmasta ja keskittynyt tiloihin, ääniin ja sukupuoliseen järjestykseen. Hän mainitsee käsitteen ”uudet tytöt”, jolla kuvataan jonkinlaista uutta kulttuurista tyttöyden mallia. Myös Paumo (2012, 85) puhuu ”uusista tytöistä”, jotka ovat kovaäänisiä, julkisen tilan haltuun ottavia ja itsevarmoja. Viettelevä ja avoin media ja kulttuurinen ilmasto on ollut nuorten saatavilla heidän koko ikänsä. Tyttöjen toimiminen julkisessa tilassa on muuttunut luonnikkaammaksi ja hallitsevammaksi, kun aikaisemmin julkiset tilat on nähty näkyvämmiin poikien alueena. Uuteen tyttöyteen suhtaudutaan ihailen, mutta myös pelokkaasti. On otettava huomioon, että vaikka tällaisia uusia käsitteitä ja tyttöyden (ja poikienkin) malleja tulee, ei kaikkia voi laittaa samaan luokkaan vaan erilaisia tyttöjä on silti. Vaatimusten koveneminen ja se, että uudennlaisesta olemisesta tulee normi, on ongelmallista ja luo paineita. (Tolonen 2001a, 30–31.)

Näkyminen ja kuuluminen koulussa ovat osa sukupuolen esittämistä. Tolosen (2001b) tutkimuksessa tytöt peilasivat ruumiillisuuspuheen avulla itseään ja muita koulussa, sekä tekivät luokitteluja ja asettivat sosiaalisia rajoja. Yleistä oli puhe tyylien yksityiskohdista sekä ruumiillisuuksista, ja tytöt ajattelivat olevansa jatkuvan tarkkailun alaisina. Tytöille on siis ominaista vertailla itseään toisiin nuoriin, ja sitä tapahtuukin helposti nimenomaan koulussa, jossa on paljon muitakin nuoria.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tässä luvussa esittelen tutkimusasetelmani. Aloitan tutkimuskysymyksen täsmentämisellä ja jatkan siitä kuvailemalla sitä, minkälaista oli olla tutkijana koulussa. Käsittelen toisessa alaluvussa myös tutkimuseettisiä haasteita. Seuraavaksi selvennän laadullisen tutkimuksen tarkoitusta sekä kerron aineistonkeruustani eli teemahaastatteluista. Tämän jälkeen esittelen aineistoni ja analyysini etenemisen. Analyysini toteutan teoriaohjaavan sisällönanalyysin ja teemoittelun keinoin.

5.1 Tutkimusongelman ja tutkimuskysymyksen täsmentäminen

Nuoria ja koulua on tutkittu paljon eri tieteenaloilla, ja tämän tutkimuksen tarkoituksena onkin tuoda jotain uutta tähän keskusteluun. Tutkimuksessani haluan selvittää nuorten tyttöjen statussymboleita. Kontekstiksi olen valinnut kouluympäristön, sillä nuoret viettävät suuren osan päivästänsä koulussa (Tolonen 2001a, 256), ja siellä nuoret ovat tekemisissä keskenään erilaisissa kaveriporukoissa ja ryhmissä. Kilpailu ja erilaisilla kentillä resurssien kerääminen kuvaavat mielestäni hyvin nykyaikaa.

En aio keskittyä pelkästään ulkoisiin seikkoihin, kuten vaatteisiin ja asusteisiin, vaan myös siihen, mikä muu on varhaisnuorten kesken kadehdittavaa tai tavoittelemisen arvoista, statuksen ilmaisua. Näitä olettaisin olevan esimerkiksi laaja kaveripiiri tai erityinen harrastus. Tutkimuksen taustana on Pierre Bourdieun ajatukset pääomista ja kentistä. Näitä pääomia ovat sosiaalinen, taloudellinen ja kulttuurinen pääoma. Eri pääomia kerätään erilaisilla kentillä, ja eri pääomat voivat hyödyttää toinen toisiaan. (Saaristo & Jokinen 2004, 174–176.) Kiinnostavaa on myös näiden pääomien symbolinen merkitys, ja sitäkin statussymbolit nimenomaan ovat: symboli jostain, jonka ympärillä olevat tunnistavat ja tunnustavat. Uskoisin, että nuoretkin ovat mukana tässä kasvavassa kilpailun kulttuurissa ja heillä on omat statussymbolinsa keskinäisissä suhteissaan. Yhä nuoremmat kuluttavat ja näin ollen yhä nuoremmat tietävät ja osaavat tulkita sitä, mikä on tavoiteltavaa.

Tutkimuskysymyksiksi muodostuivat:

- Mitä ovat varhaisnuorten tyttöjen sosiaaliset, taloudelliset ja kulttuuriset statussymbolit nykypäivänä?
- Mitkä näistä statussymboleista ovat erityisen tärkeitä varhaisnuorille tytöille?
- Mistä tai keneltä otetaan mallia eli miten jostain asiasta tai esineestä tulee varhaisnuorten tyttöjen statussymboli?

5.2 Tutkijana koulussa ja tutkimuseettiset asiat

Tutkimuksen tekeminen kouluympäristössä oli mielenkiintoista ja antoisaa, sillä sain nähdä haastateltavieni toimintaa heidän omassa ympäristössään. Uskon koulun maaperän antaneen myös hieman erilaisen sävöyksen tutkimukselleni, sillä olin itse vierailijana nuorten oppitunneilla, ja alussa he kyseenalaistivat rooliani reippaasti. Nuoret kyselivät muun muassa, että olenko opettaja ja miksi ylipäättään olen heidän koulullaan.

Aloitin tutkimusprosessin ottamalla yhteyttä yläkoulun rehtoriin, jolta pyysin tutkimuslupaa hänen kouluunsa. Lähetin tutkimuslupapyyntöni myös kaupungin kasvatus- ja opetusviraston sivistysjohtajalle. Yläkoulun rehtori oli välittänyt viestin eteenpäin opettajille, ja kaksi aiheesta kiinnostunutta opettajaa otti minuun yhteyttä. Tapasimme koululla ja keskustelimme tutkimuksestani ja sen tavoitteista. Sovimme myös käytännön järjestelyistä. Aihe tuntui olevan kiinnostava ja ajankohtainen myös opettajien näkökulmasta. He antoivat hyviä vinkkejä nuorten kanssa toimimiseen ja ehdottivat, että pitäisin oppilaille alustavat orientointitunnit aiheestani. Tuntien tarkoituksena oli saada oppilaat pohtimaan aihettani jo hieman etukäteen ennen haastatteluja sekä se, että pääsen esittämään luokille. Pidin oppitunnit tarkoituksella ennen virallisen haastatteluluvan kysymistä oppilaiden vanhemmilta, sillä näin oppilaat tietävät jo hieman tutkimuksen tarkoituksesta vanhempien siitä kysyessä. Opettajat auttoivat minua lupien pyytämisessä oppilaiden vanhemmilta, mikä hoitui Wilma -järjestelmän avulla. Lähes kaikki oppilaat saivatkin luvan.

Tutkimukseni kohteena ovat tytöt, mutta orientoivat tunnit pidin myös pojille, jotta opettajien on helpompi mahdollisesti jatkaa kyseisestä aiheesta, kun koko luokalle on pidetty samat oppitunnit. Pidin oppitunteja yhteensä neljä, sillä tutkimuskohteeksi valikoitui kaksi 7-luokkaa ja pidin molemmilla luokilla tytöille ja pojille tunnit erikseen. Tunnit etenivät hyvin, sillä sain esitykseni pidettyä, oppilaat kuuntelivat minua ja hieman keskusteluakin syntyi. Oppituntien keskustelut etenivät vaihtelevasti sekavasta mölinästä hiljaisuuteen ja muutaman rohkeamman oppilaan kommentteihin sekä ryhmissä supisemiseen. Näytin ryhmälle orientointituntien aikana erilaisia kuvia, muun muassa oman seitsemännen luokan koulukuvani, ja keskustelimme niistä syntyneistä ajatuksista.

Jaoin oppilaille tunnin aikana lomakkeen (liite 3), jossa oli aiheeseen liittyviä kysymyksiä. Oppilaat täyttivät sitä tunnin aikana, ja lopuksi oli vielä varattu aikaa lomakkeen täydentämistä varten. Lomakkeiden tarkoituksena oli saada oppilaat pohtimaan aihetta sekä se, että saan itse niistä

ideoita ja tietoa haastattelupohjan tekemiseen. Lomakkeen avulla sain oppilaat myös hieman tarkemmin pohtimaan tutkimusaiheeni, mikä puolestaan helpotti oppilaita haastattelutilanteessa. Vastauksia tuli hyvin, ja ne olivat erittäin tuottoisia ja osin yllättäviäkin. Sosiaalisen median rooli suosituimmuuden synnyssä sekä merkkituotteiden suosio nuorten kesken kävivät ilmi vastauksissa kysymyksiin ”miten suosio näkyy” ja ”miten voi saada hyvän maineen”. Tämänäyttävyyttä vastauksia oli monessa lomakkeessa, mitä en osannut lainkaan odottaa. Vastauksien yhteneväisyys oli myös yllättävää, sillä moni oli vastannut erittäin samansuuntaisesti moneen kysymykseen. Yllättävää oli lisäksi se, että suuri osa tytöistä vastasi lomakkeen kysymyksiin kunnolla ja ajatuksella. Siitä oli minulle paljon hyötyä. ”Miten voi saada hyvän maineen” –kysymykseen tuli muutamia vastauksia siitä näkökulmasta, miten maineen voi menettää. Vastauksista kävi esimerkiksi ilmi, että itsensä nolaaminen voi johtaa huonoon maineeseen. Lomakkeiden vastaukset auttoivat minua haastattelurungon täydentämisessä, ja esimerkiksi lisäsin siihen kysymyksiä sosiaalisesta mediasta sekä merkkituotteista.

Oppitunnit olivat antoisia myös siitä näkökulmasta, että sain seurata oppilaiden käytöstä ja huomasin nopeasti eri oppilaiden roolit ryhmässä. Ryhmittymät ja kaverukset istuivat vierekkäin, tietty ryhmä istui eturivissä, tietyt henkilöt olivat enemmän äänessä ja toiset eivät juurikaan sanoneet mitään. Huomasin myös, että jotkut istuivat yksin ja joillekin piikiteltiin oppituntien aikana. Tolosen (2001a, 88) mukaan luokkahuoneen istumajärjestyksen voidaankin nähdä olevan fyysinen ilmentymä ryhmän sosiaalisesta järjestyksestä. Nämä asiat tulivat esiin myös haastatteluissa, ja oli helpompaa päästä mukaan haastateltavien kertomuksiin, kun olin itse jo nähnyt oppilaat ja osasin aavistaa yhteenliittymiä ja erilaisia mahdollisia ristiriitoja.

Oli erittäin hienoa, että yläkoulussa oli kaksi aiheesta kiinnostunutta opettajaa. Tämä auttoi minua pääsemään kouluun sisään ja luomaan etukäteen luottamusta oppilaisiin. Minusta oli tärkeää tehdä haastattelut nimenomaan koulussa, sillä tutkimukseni kontekstina toimii koulu ja haastattelut on helpompi järjestää, kun kaikki haastateltavat ovat heti samassa paikassa. Uskon silti, että kouluympäristö vaikutti nuorten vastauksiin jonkin verran, sillä koulussa on tarve ”vastata oikein”, eivätkä kaikki uskaltaneet puhua täysin avoimesti ja omien mielipiteidensä mukaan. Hirsjärvi ja Hurme (2000) kommentoivatkin osuvasti, että haastateltava saattaa joskus ymmärtää väärin mielipiteen ja tiedon käsitteet, ja tästä syntyy tarve tietää ja vastata ”oikein”. Samalla syntyy helposti ”en osaa sanoa” –vastauksia. Pyrin itse tarkasti kertomaan tutkimuksen luottamuksellisuudesta ja anonymiteetin säilymisestä sekä siitä, että haastateltava saa vapaasti kertoa mielipiteensä.

Tutkimusta tehtäessä on koko ajan pidettävä mielessä tutkimuksen eettiset periaatteet, sillä ne eivät määräydy kaikissa tutkimuksissa samalla tavalla. Jokaisessa tutkimuksessa on omat eettiset ongelmansa (Tuomi & Sarajärvi 2013, 67). Lasten ja nuorten tutkimisessa on omat haasteensa, ja vapaaehtoisuutta ja luottamuksellisuutta tulee painottaa yhtäläillä kuin muussakin tutkimuksessa. Erityisesti lupien saaminen sekä nuorilta että heidän vanhemmiltaan oli tärkeää tehdä huolellisesti, jotta vapaaehtoisuuden kriteeri tulee täytettyä. Lupien saaminen sujui jouhevasti, mutta sitä ennen minun oli tutkijana pohdittava kysymyksiä siitä, kuinka annan vanhemmille kattavan tiedon tutkimuksestani heidän lupaansa vastaan, ja kuinka informoin nuoria siitä, että tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista ja vastaukset säilyvät anonyymeina. Vanhempien tiedottaminen aiheesta järjestyi infokirjeen ja lupakyselyn muodossa (liite 1) Wilma-järjestelmän kautta, ja pyrinkin korostamaan sitä, että lisätietoja tutkimuksesta saa kysyttäessä. Vapaaehtoisuuden ongelma oli taas siinä, että kouluympäristössä suoritettu tutkimus saattaa nuorista tuntua pakolta. Näin parhaaksi etukäteen informoinnin lisäksi vielä painottaa jokaisen haastattelun alussa sitä, että vastaaminen on luottamuksellista ja jokaisen haastateltavan anonymiteetti säilyy. Tulokset ja tutkimusaihe sinänsä eivät ole eettisesti ongelmallisia tässä tutkimuksessa, sillä tutkittavia ei voida tunnistaa tai jäljittää, eikä tutkimuksen aihe muutenkaan ole arkaluontoinen. (Vrt. Tutkimuseettinen neuvottelukunta.)

Pohdin myös omaa profiiliani varhaisnuorten tutkijana koulussa. Haluavatko nuoret puhua minulla avoimemmin, koska olen nuori, vai onko iästäni pikemminkin haittaa? Oppituntien aikana huomasin, että olemukseni toi ehkä jonkinlaista rentoutta luokassa, sillä toin esille omia koulukuviani ja kertomuksiani sekä pyrin näyttämään, että olen itsekin hetki sitten ollut 13-vuotias. Toisaalta pohdin uskottavuuskysymystä ikäni puolesta, sillä nuorten oli hankala aluksi ymmärtää tutkimuksen tarkoitusta, ja auktoriteettini ei ehkä ollut vahvimmillaan ensimmäisellä oppitunnilla. Näin kuitenkin oman ikäni hyvänä asiana tutkimusta tehdessä ja uskon, että pystyin ymmärtämään ja osin jopa samaistumaan nuorten kertomuksiin juuri sen vuoksi, ettei omasta yläkoulu ajastani ole liian kauan.

5.3 Laadullinen tutkimus

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on tieteellinen tutkimussuuntaus, jossa tutkija pyrkii ymmärtämään tutkittavaa kohdetta kokonaisvaltaisesti. Tämä käsittää kohteen laadun, ominaisuuksien ja merkityksen ymmärtämisen. Alasuutarin (1994) sanoin laadullinen analyysi koostuu kahdesta vaiheesta, jotka ovat havaintojen pelkistäminen ja arvoituksen ratkaiseminen.

Laadulliselle tutkimukselle on tyypillistä, että siinä pyritään kokoamaan aineisto luonnollisissa tilanteissa ja suositaan ihmistä tiedon keruun perustana. Tässä tutkimuksessa tutkimusympäristönä toimii koulu, jonka voidaan nähdä olevan nuorille luonnollinen ympäristö. Aineisto on kerätty nuoria tiedonlähteinä käyttäen. Tutkittavien oman äänen ja näkökulmien esiin tuominen on olennaista, ja teemahaastattelu onkin yksi yleinen tapa kerätä tietoa laadullisessa tutkimuksessa. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2009, 164.) Laadullisessa tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita muun muassa säännönmukaisuuksien keksimisestä tutkittavasta aiheesta sekä toiminnan merkityksen ymmärtämisestä (emt., 165), ja ne ovat olleet tämänkin tutkimuksen tarkoituksena. Tutkimusongelman mukaisesti olen siis pyrkinyt saamaan selville niitä säännönmukaisuuksia, joilla nuoret merkityksellistävät statussymboleita. Lisäksi tavoitteenani on ollut nimenomaan ymmärtää nuorten omia tulkintoja ja heidän toimiensa merkitystä.

Päädyin tutkimaan varhaisnuorten statussymboleita laadullisen tutkimuksen keinoin, sillä tarkoituksena oli todellinen elämän kuvaaminen sekä kokonaiskuvan saaminen ilmiöstä (Hirsjärvi ym. 2009, 161). Kiinnostuksen kohteena oli alusta asti se, että nuoret pääsevät itse vapaasti puhumaan ja kuvaamaan aihetta omasta näkökulmastaan. Nuorten kokemukset ovat heille todellisuutta, ja olikin kiinnostava saada seurata sitä, kuinka nuoret itse kuvasivat teemahaastattelun aiheita. Tutkijana minun oli pohdittava sitä, miten minä voin ymmärtää toista ihmistä (Tuomi & Sarajärvi 2013, 68) ja pyrinkin avoimesti lähestymään nuorten omia kokemuksia ja tulkintoja. Kokonaiskuva tutkimusongelmasta alkoi hahmottua, kun erilaiset, mutta kuitenkin jossain määrin yhtenevät tulkinnat kietoutuivat yhteen.

Laadullista tutkimusta voidaan tehdä monella eri tavalla, ja laadullisen tutkimuksen laji valitaan tutkimusongelman perusteella. Yhteistä laadullisen tutkimuksen eri tyypeille voidaan nähdä olevan se, että ”ne korostavat sosiaalisten ilmiöiden merkityksellistä luonnetta ja tarvetta ottaa tämä huomioon kuvattaessa, tulkittaessa tai selitettäessä kommunikaatiota, kulttuuria tai sosiaalista toimintaa.” (Tesch 1991, 1992; Hirsjärvi ym. 2009, 163.) Nuoria ja heidän maailmaansa tutkittaessani olen pyrkinyt nimenomaan näkemään tutkittavan ilmiön sosiaalisesti merkittävänä ja pitämään tutkittavia oman elämänsä asiantuntijoina. Toki on muistettava se, että nuorten kokemukset ja merkitykset esiintyvät tässä tutkimuksessa tutkijan omien tulkintojen ja valintojen kautta ja fokuoituvat tutkimusongelmasta käsin.

5.4 Aineistonkeruu teemahaastatteluin

Valitsin tähän tutkimukseen pääasialliseksi aineistonkeruumenetelmäksi teemahaastattelun, sillä se antaa tutkijalle paljon vapauksia. Se ei sido mihinkään tiettyyn kysymystyyppiin, haastattelujen määrään tai siihen, miten syvällisesti asioita käsitellään. Olennaista on keskustella tietyistä keskeisistä teemoista, joihin tutkimus kohdistuu. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47–48.) Teemahaastattelussakaan ei silti voi kysyä mitä tahansa, vaan teemat rakentuvat tutkimusongelman ympärille ja perustuvat tutkimuksen viitekehykseen (Tuomi & Sarajärvi 2013, 75). Teemahaastattelun keinoin voidaan tutkia kaikkea yksilön kokemuksia, ajatuksia ja tunteita. Tällä menetelmällä saadaan tutkittavien ääni kuuluviin, (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47–48.) ja halusinkin nimenomaan kuulla nuorten omia kokemuksia ja näkemyksiä tutkimusaiheestani. Päädyin alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen haastattelemaan nuoria yksi kerrallaan. Alkuperäinen suunnitelma oli tehdä parihaastatteluja, sillä ajattelin nuorten näin uskaltavan rennommin keskustella haastattelutilanteessa. Keskusteltuani koulun opettajien kanssa päädyin kuitenkin yksilöhaastatteluihin. Parihaastattelussa vaarana olisi ollut se, että kaikki eivät uskalla sanoa omaa mielipidettään, vaan parin mielipide olisi niin sanottu yhteinen ryhmämielipide.

Teemahaastattelu valikoitui haastattelutyypiksi siitä syystä, että nuorten kanssa keskustelulle täytyy antaa vapaata tilaa ja aikaa. Jokainen kertoo kokemuksistaan omasta näkökulmastaan ja saattaa tulkita kysymyksen tai teeman hieman eri tavoin. Teemahaastattelussa onkin olennaista korostaa ihmisten omia tulkintoja sekä merkityksenantoja tutkittaville teemoille (Tuomi & Sarajärvi 2013, 75). Näin teemahaastattelun hyvänä menetelmänä tähän tutkimukseen, sillä haastattelut ja haastateltavat olivat erilaisia ja jokainen haastattelu lähti hieman eri suuntiin haastateltavan näkemyksistä ja kokemuksista johtuen. Haastattelu aineistonkeruumenetelmänä sopi tähän tutkimukseen myös siksi, että oli mahdollista esittää haastateltaville nuorille lisäkysymyksiä ja tarkennuksia aiheesta.

Valmistelin teemahaastattelun rungon (liite 2) eli tutkimuksen aihepiirit ennen varsinaisia haastatteluja. Haastattelurungon teemat muodostuivat perehdyttyäni tarkasti ja kattavasti tutkimuksen aihepiirin aiempaan kirjallisuuteen sekä valitsemaani teoriaan. Teemojen syntyä ohjasivat osaksi myös nuorille jakamani lomakkeiden vastaukset. Näin ollen teemat liittyivät tutkimukseni viitekehykseen, ja niillä on mahdollista saada merkityksellisiä vastauksia tutkimuskysymykseeni. Pyrin jo etukäteen pohtimaan myös tarkentavia kysymyksiä teemojeni tueksi, sillä teemahaastattelun luonteen mukaisesti tutkittavilta on mahdollista pyytää tarkentavia vastauksia haastattelun aikana. Tutkimushaastatteluni teemat liittyivät yksilöllisyyteen, ryhmässä

toimimiseen, suosituimmuuteen ja maineeseen, kuluttamiseen, kouluympäristöön sekä vapaa-aikaan ja tulevaisuuteen. Jokaisen teeman alla on lisäksi alateemoja sekä tarkentavia kysymyksiä. Haastattelun loppuun olin lisännyt provosoivia väitteitä, joiden tarkoituksena oli saada nuoret joko korjaamaan väitteen tai perustelemaan sen puolesta.

Tutkimukseni teemahaastattelut järjestettiin siis koulun tiloissa oppituntien aikana. Minulle oli varattu rauhallinen tila, jonne oppilaat tulivat yksitellen aina kun edellinen oli valmis. Mitään tarkkaa aikarajaa en haastatteluille asettanut, sillä haastattelut etenivät omalla painollaan eikä teemahaastattelun kulkua voida aina etukäteen ennustaa. Pidin tätä hyvänä ratkaisuna, sillä haastattelut olivat lopulta kestoltaan hyvin eripituisia. Viimeisissä haastatteluissa näkyi jo selkeästi, että samat teemat alkavat toistua eli aineisto alkoi saturoitua (Hirsjärvi & Hurme 2000, 60). Uutta olennaista tietoa ei enää tullut, joten en nähnyt tarpeelliseksi odottaa loppujen oppilaiden lupia tai saapumista kouluun. Toki jokaisen kokemuksissa oli aina jotain uniikkia, mutta uskon aineistoni määrän olevan nyt riittävä.

Haastattelut sujuivat mutkattomasti, ja nuoret uskalsivat vaihtelevasti kertoa mielipiteitään ja kokemuksiaan. Näin tärkeäksi huomioida sen, miten keskustelen nuorten kanssa. Pysin jo etukäteen muotoilemaan haastatteluteemani nuorille sopivaan muotoon sekä siten, että niistä ei voi syntyä suuria väärinkäsityksiä. Kielen ja kommunikaation ymmärtäminen vaihtelevat eri ihmisryhmien kesken, ja tutkijan onkin tärkeä huomioida se, ketä on haastattelemassa ja miten löytää yhteinen kieli haastateltavan kanssa (Hirsjärvi & Hurme 2000, 53). Nuoret puhuivat toisista haastattelun teemoista luontevasti ja runsaasti, kun taas toisista aiheista oli hankalampi saada keskustelua aikaiseksi. Luontevia aiheita olivat omasta kaveripiiristä sekä merkkituotteista puhuminen. Myös sosiaalinen media herätti paljon keskustelua. Hankalampia olivat kysymykset kilpailemisesta sekä siitä, minkälainen nuoren kuuluisi nykyaikana olla. Uskon tiettyjen teemojen ja tarkentavien kysymysten olleen hankalampia, sillä ne ovat asioita, joita nuorten ei välttämättä tule tietoisesti pohdittua. Kavereista, merkkituotteista sekä sosiaalisesta mediasta nuorten oli puolestaan helpompi puhua, sillä ne ovat heille arkea ja jokapäiväisiä puheenaiheita.

Nuoria haastateltaessa oli tärkeää ensin saada heidät motivoituneiksi vastaamaan, sillä nuoret saattavat helposti ärsyntyä siitä, että heidän asioitaan udellaan. Lisähaastetta toi vielä virallisessa instituutiossa haastatteleminen, sillä jotkut saattavat tulla haastatteluun vain siksi, että pääsevät pois oppitunnilta. (Emt., 132.) Pysin haastattelutilanteissa korostamaan sitä, että heidän mielipiteensä

ovat tärkeitä ja kiitin jokaista nuorta haastattelun jälkeen. Koin myös eduksi sen, että olen oppilaitoksen ulkopuolinen henkilö, koska se loi hieman rentoutta haastattelutilanteisiin.

Haastatteluaineisto koostuu 14 haastattelusta, jotka on toteutettu keväällä 2014. Haastateltavat ovat 13–14-vuotiaita tyttöjä kahdelta eri seitsemänneltä luokalta samasta yläkoulusta. Oppilaat olivat siirtyneet kyseiseen yläkouluun eri alakouluista, joten kaikki eivät tunteneet toisiaan seitsemännen luokan alkaessa. Litteroitua haastatteluaineistoa syntyi yhteensä 115 sivua. Nimesin litterointivaiheessa haastateltavat merkein H1-H14, ja omat osuuteni kirjaimella T. Suoritin litteroinnin sanatarkasti, mutta taukoja ja äänenpainoja en ottanut huomioon. Haastattelujen kestot vaihtelivat 16,45 minuutista 48,41 minuuttiin. Litteroitua haastatteluaineistoa olen käyttänyt pääasiallisena aineistonani tutkimuksessani.

Haastateltavat valikoituivat tutkimukseen siten, että näiltä kahdelta opettajien valitsemalta erilaiselta luokalta valittiin kaikki tytöt haastatteluihin. Lopullisesti haastateltavat valikoituivat sen mukaan, ketkä saivat vanhemmiltaan luvan osallistua haastatteluihin ja ketkä olivat näinä haastattelupäivinä koulussa paikalla. Näen hyvänä sen, että tytöt olivat samoilla luokilla ja näin ollen tekemisissä keskenään joka päivä. Tätä kautta sain hyviä kuvauksia ja kokemuksia siitä, miten tyttöjen väliset suhteet ja statussymbolit tyttöjen kesken koulussa määrittyvät.

Kaksi eri luokkaa valikoituivat sen perusteella, että ne olivat hyvin erilaisia ja siten sain kiinnostavan kuvan seitsemäsluokkalaisista tytöistä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa onkin otoksen sijaan sopivampaa puhua harkinnanvaraisesta näytteestä, sillä siinä ei pyritä kattavaan tilastolliseen yleistettävyyteen vaan ymmärtämään jotain ilmiötä syvällisemmin ja löytämään siitä uusia näkökulmia (Hirsjärvi & Hurme 2000, 58–59). Päädyin tekemään tutkimukseni vain yhdessä yläkoulussa siitä syystä, että pääsen hyvin sisälle juuri näiden nuorten kokemuksiin ja pystyn hahmottamaan kilpailua ja statussymboleita tiettyjen nuorten keskuudessa.

5.5 Sisällönanalyysi ja analyysin eteneminen

Tämän tutkimuksen analyysimenetelmäksi valikoitui teoriaohjaava sisällönanalyysi, joka on yksi tavallisimmista laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmistä (Hirsjärvi ym. 2009, 224). Sisällönanalyysi sopii hyvin teemahaastattelun eli strukturoimattoman aineiston analyysiin, kun tavoitteena on saada tutkittavasta ilmiöstä yleinen ja tiivis kuvaus. Laadullinen sisällönanalyysi etenee yleisesti ottaen siten, että ensin pitää tehdä päätös siitä, mitä aineistosta tutkitaan. Sen jälkeen tulee merkitä ja erottaa aineistosta ne asiat, jotka liittyvät tutkittavaan kiinnostuksen

kohteeseen ja teemoitella, luokitella tai tyypitellä ne. Lopuksi on kirjoitettava vielä yhteenveto. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 92.) Tärkeää on keskittyä juuri siihen asiaan, joka on tutkimuksen kohteena, sillä aineistosta löytyy varmasti paljon muutakin kiinnostavaa.

On huomioitava, että aineiston järjestelyn ja tiivistämisen jälkeen on vielä johtopäätösten teon vuoro. Tuomi ja Sarajärvi (2013, 103) huomauttavatkin, että useita sisällönanalyyysillä tehtyjä tutkimuksia on moitittu siitä, että analyysi jää havaintojen asteelle eikä aina etene johtopäätöksiin ja pohdintoihin saakka. Sisällönanalyyysillä tuotetaan sanallinen ja selkeä kuvaus tutkittavasta ilmiöstä, ja tarkoituksena on informaation lisääminen. Aineistoa tiivistettäessä ei siis tule hukata tärkeää tietoa. Kyse on lopulta loogisesta päättelystä ja tulkinnasta. (Emt., 108.)

Lähdin operationalisoimaan ja tulkitsemaan varhaisnuorten statussymboleita arvostamisen, kilpailun, kadehtimisen ja huomion kiinnittymisen kautta. Myös kunnioittaminen ja jonkin asian haluaminen ohjasivat tulkintaani siitä, mitkä asiat ja esineet katson varhaisnuorten statussymboleiksi. Kiinnitin statussymboleita tutkiessani huomiota siihen, mistä tytöt puhuivat paljon ja mitkä asiat näyttäytyivät merkityksellisinä heille.

Kiinnostavien ja tutkimuksen kannalta olennaisten asioiden merkitsemistä ja erottamista aineistosta kutsutaan koodaamiseksi. Sen jälkeen voidaan aloittaa itse analyysi, joka usein on tyypittelyä, luokittelua ja teemoittelua. Tässä tutkimuksessa käytetään teemoittelua, ja se tarkoittaa aineiston pilkkomista ja ryhmittelyä eri aihepiirien eli teemojen mukaan. Kunkin teeman alle kerätään siihen liittyviä kommentteja. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 93). Aloitin analyysini lukemalla haastatteluaineistoni läpi avoimin mielin useampaan kertaan, jotta kokonaiskuva hahmottui. Aloin nopeasti huomata toistuvia teemoja aineistossani, ja merkitsin eli koodasin niitä eri värein. Listasin kunkin teeman eli havaintoluokan alle siihen liittyviä suoria lainauksia. Alustavat havaintoluokat olivat 1) kaverit, ystävät (määrä, laatu), 2) sosiaalinen media, 3) erilaisuus/samanlaisuus, massaan sulautuminen, 4) merkkituotteet, 5) kauneus, rikkaus, tavarat, vaatteet, 6) olla oma itsensä, olla mielipide, 7) suosio, huomio (poikien), näkyminen (jos ei näy niin ei suosittu eikä epäsuosittu), 8) koulumenestys, menestys harrastuksessa, saavutukset, luovuus, 9) sosiaalisuus, olla äänessä, saada äänensä kuuluviin, tuntee paljon ihmisiä ja 10) sekalaiset.

Alustavien teemojen hahmottamisen jälkeen olinkin saanut jo suhteellisen hyvän kokonaiskuvan ilmiöstä, mutta vasta teoriaan peilaten ja aineistoa tarkemmin tutkien päädyin lopullisiin tuloksiini. Aineistosta esiin nousseita havaintoja tarkastelin siis viitekehystäni käsin, ja tarkoitukseni oli

luoda ymmärrys ja lisäinformaatiota tutkittavasta aiheesta. Käytin analyysissäni teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä, sillä päädyin yhdessä ohjaajani kanssa jaottelemaan alustavat teemat Pierre Bourdieun sosiaalisen, kulttuurisen ja taloudellisen pääoman käsitteiden mukaisesti. Teoriaohjaavuudella tarkoitetaan sitä, että teoria voi toimia apuna analyysin toteuttamisessa, mutta analyysi ei täysin pohjautu siihen. Aloitin analyysini siis alkuperäisistä ja alustavista teemoista, jotka olin aineistosta havainnut. Vasta analyysin edetessä otin käyttöön teorian aineksia ja hyödynsin niitä analyysissä. Aikaisempi tieto toimi analyysissäni siis ajatuksia ohjaavana ja jäsentävänä tekijänä, ei määrittävänä elementtinä. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 97.)

Teoriaohjaavan analyysin päättelyssä on usein kyse abduktiivisesta päättelystä, ja sitä on sovellettu myös tässä tutkimuksessa. Kyse on päättelyn logiikasta, eli joko yleisestä yksittäiseen tai yksittäisestä yleiseen etenevästä päättelystä. Abduktiivinen päättely sijoittuu tässä janassa välimaastoon, induktiivisen ja deduktiivisen väliin. Sen mukaan ”teorianmuodostus on mahdollista silloin, kun havaintojen tekoon liittyy jokin johtoajatus tai johtolanka”. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 95.) Abduktiivisen päättelyn seurauksena lopulliset teemani jakautuivat teoriaohjaavasti seuraavasti: 1) sosiaalinen pääoma: kaverien ja ystävien määrä ja laatu; sosiaalisuus, äänekkyyys ja näkyvyys; erilaisuus ja samanlaisuus; sosiaalinen media, 2) taloudellinen pääoma: merkkituotteet; tavarat, vaatteet ja raha; ulkonäkö, 3) kulttuurinen pääoma: koulumenestys, harrastuksissa menestyminen, luovuus. Teoriaohjaavuus näkyy erityisesti siten, että pääteemat ovat teoriaan pohjautuvia, mutta alaluokat ovat aineistosta lähtöisin. Tällä menetelmällä uskon saaneeni paljon irti aineistostani poissulkematta aineistosta nousseita uusia teemoja ja näkemyksiä.

SOSIAALINEN PÄÄOMA	TALOUDELLINEN PÄÄOMA	KULTTUURINEN PÄÄOMA
<ul style="list-style-type: none"> • kaverien ja ystävien määrä ja laatu • sosiaalisuus, äänekkyyys ja näkyvyys • erilaisuus ja samanlaisuus • sosiaalinen media 	<ul style="list-style-type: none"> • merkkituotteet • tavarat, vaatteet ja raha • ulkonäkö 	<ul style="list-style-type: none"> • koulumenestys • harrastuksissa menestyminen • luovuus

Taulukko 1 Varhaisnuorten statussymbolit jaoteltuna Bourdieun pääomien mukaan

6 VARHAISNUORTEN STATUSSYMBOLIT

Esittelen tässä luvussa tutkimukseni tulokset, jotka ovat jakautuneet kolmeen eri pääteemaan analysoinnin ja abduktiivisen päättelyn tuloksena. Teemat ovat yhteneväisiä Bourdieun pääomien kanssa, ja olikin kiinnostava huomata, kuinka jokainen pääoman laji on merkityksellinen nuorten statuskamppailuissa. Symbolisuus näkyy selkeästi läpäisevänä pääoman muotona nuorten tulkinnoissa. Olen jakanut pääteemat vielä pienempiin alalukuihin tarkentaakseni eri osa-alueita nuorten puheesta. Tässä tutkimuksessa on ollut tarkoituksena tuoda esiin nuorten kokemuksia ja näkemyksiä, ja pyrin tuomaan tutkittavien ääntä esiin suorien lainausta avulla. Tulokset ovat osin yhteneväisiä aikaisempien tutkimustulosten kanssa, mitä tuon myös esiin analyysin edetessä.

Aloitan tulosten esittelyn sosiaalisen pääoman teemasta, joka selkeästi tuo esiin nuorten statussymboleita ja statuskamppailua. Seuraavaksi esittelen taloudellisen pääoman merkityksen nuorten statussymbolina, ja lopuksi käsittelen kulttuurista pääomaa. Tuloksista voi hyvin huomata sen, että pääomat ja näin ollen statussymbolit kietoutuvat monin tavoin yhteen ja niitä on paikoin hankala erottaa toisistaan.

6.1 Sosiaalinen pääoma

Aineistosta nousi hyvin selkeästi esiin sosiaalisen pääoman merkitys nuorten statussymbolina. Sosiaalinen pääoma näyttyy bourdieulaisittain erontekojen ja sosiaalisen kamppailun kautta, mutta väittäisin, että nuoret pitävät sosiaalista pääomaa myös resurssina ja painottavat sosiaalisen pääoman linkittävää ja normeja korostavaa vaikutusta. Suuri osa sosiaalisuudesta ja kaveriryhmittymistä käytävästä keskustelusta painottui kuitenkin kilpailun, mukaanottamisen ja poissulkemisen näkökulmista ja erityisesti siten, kuinka tämä pääoma nähtiin suosituimmuuden lähteenä.

6.1.1 Kaverien määrä ja laatu

Haastatteluissa nuoret puhuivat ystäväistä, kavereista ja kaveriryhmistä paljon, ja tässä luvussa esittelen erityisesti kaverien määrän ja laadun merkitystä nuorten statussymbolina. Nuoret osasivat usein nimetä parhaat kaverinsa kuvata sitä, minkälaisia ”me” olemme ja mitä ”teemme” yhdessä. Ystävien laatu erottui selkeästi keskusteluissa, ja aidot ja oikeat ystävät erotettiin muista. Eräs tyttö esimerkiksi huomautti siitä, että olennaista on se, että on pari tärkeää ystävää, jotka ovat tukena ”jos jotain sattuu ja tapahtuu” (H5). Sosiaalinen pääoma näyttyy aitojen ja hyvien ystävien osalta siis erityisesti voimavarana ja hyvinvoinnin lähteenä. Lisäksi kävi ilmi, että tärkeää aidoissa ystäväissä on vain se, että ne ovat omasta mielestä mukavia ja hyviä ystäviä. On siis eri asia, ovatko ystävät

aitoja vai onko ympärillä vain parveilemassa iso kaveriporukka. Tämä näkökulma tuli esiin useissa haastatteluissa.

H4: ”Suosittu on semmonen millä on hirveesti kaikkii kavereita paitsi et sil ei välttämättä oo oikeesti niinku oikeita kavereita, sil on niinku kavereita et se on suosittu et mustaki voi tulla suotittu, epäsuosittu on sellanen jol ei oo tai no epäsuosittu on sellanen jolla voi olla ystäviä mut sil ei oo välttämättä sellasta isoo kaveriporukkaa”

Kaverien määrästä ja laadusta puhuttaessa nuorille tuntui itselleenkin olevan välillä epäselvää, että miten tämä kuvio oikein menee. Kaverien määrästä ja epäaitojen kaverien parveilemisesta ympärillä ei ikinä puhuttu omalla kohdalla, vaan aina yleistettiin johonkin toiseen, ”niihin suosittuihin”. Vaikka tunnistin ne, keistä puhuttiin suosittuina, he eivät itse tuoneet esiin parveilua ympärillään.

Nuoret puhuivat yllättävän vähän erilaisista kaveriryhmistä ja ryhmittymistä tietyillä nimillä. Muutama kertoi selkeästi erityylisten ihmisten ryhmittymien nimiä, kuten pissikset ja gootit, mutta näistä ei puhuttu sen enempää. Kysyessäni erilaisista ryhmittymistä muutama haastateltava puolestaan kertoi sujuvasti, että koulussa on suosittuja ja epäsuosittuja. Jokainen tietää, mihin ryhmään kuuluu ja mikä on oma asema ryhmässä (Kiilakoski 2012), mutta haastateltavat harvoin kertoivat tässäkin asiassa itse kuuluvansa mihinkään. Monessa haastattelussa kävi ilmi, että nuoret pitivät haastavana valmiisiin ryhmittymiin pääsemistä ja tällä tavalla uusien kavereiden saamista. On helpompaa saada uusia kavereita, kun valmiita kaveriryhmiä ei vielä ole syntynyt. Olennaista on, hyväksyvätkö ryhmän jäsenet uusia jäseniä joukkoonsa. Haastatteluista läpi käydessäni huomasin kyllä nuorten puhuvan epäsuorasti erilaisista ryhmittymistä, vaikka eivät enempää niitä aina analysoineetkaan. Näitä olivat muun muassa merkkituotteista pitävät, luovat, hiljaiset, äänekkäät, kaverukset, samaa harrastusta harrastavat, tytöt, pojat, sekaryhmä, suositut ja epäsuositut. Toiset ryhmät näyttivät myös olevan tavoiteltavampia kuin toiset.

Kaverien määrä oli siis selkeä suosituimmuuden merkki, ja suosittuja olivat ne, joiden ympärillä parveili paljon ihmisiä. Usein tärkeäksi muodostui myös asema ryhmässä. Kaverien määrä myös sosiaalisessa mediassa oli selkeä suosituimmuuden merkki ja statuksen ilmaisu, mutta siitä kirjoitan enemmän neljännessä alaluvussa.

T: ”Onks sulla mitään esimerkkiä täältä koulusta että ketä on suosittu ja mitä piirteitä sillä on?”

H10: ”No yleensä sillä on aika paljon kavereita sillai ympärillä ja sit se on vähä niinku pomo siel kaveripiiris”

Nuoret korostivat ystävien laatua muutamissa haastatteluissa, ja esimerkiksi kuuluisa ja tunnettu ystävä tai kaveri oli kehumisen aihe ja näyttäytyi statussymbolina. Esimerkiksi eräs kuuluisa blogikirjoittaja oli yhden haastateltavan tuttu ja hän oli saanut tältä vaatteen lahjaksi, ja se ”oli vaa iha pakko sanoo, et ei sillee mä sanoin sen noille kavereille vaan.. ”(H1). Nuorille kaverien laatu ei siis aina merkinnyt samaa asiaa, vaan toisinaan se merkitsi kuuluisaa kaveria, toisinaan vanhempaa kaveria tai coolia tyyppiä. Vanhemmat kaverit olivat siis merkinä korkeammasta stauksesta, ja yksi haastateltava mainitsi myös nuorempien kaverien vaikutuksen.

H3: ”No jos on niinku vanhempii kavereita ni kyl se sit niinku näkyy ja sit et jos leikkii tai no leikkii ja leikkii alakoululaisten kans ni kyl sen sit niinku tietää kaikki”

H4: ”No joo kyl voi olla nii et kyl mäki haluun ton mun kaverikseni”

Haastateltavat nuoret kuvasivat suosituiksi sellaisia henkilöitä, jotka ovat ”kaikkien kavereita” ja mukavia muille. Näin ollen nuoret arvostivat muiden ystävällisyyttä ja avoimuutta, ja se mainittiinkin useaan otteeseen haastatteluissa. Toisaalta kaikkien kaveri –tyypit saattoivat usein olla juuri niitä, joiden ympärillä parveilee paljon väkeä. Uskoisinkin, että kaikki kuvasivat oikeastaan samaa ilmiötä, mutta eri näkökulmista ja eri sanoin, eli että isosta määrästä kavereita voi päätellä henkilön statuksen ja ne toimivat statussymbolina. Nuoret kuvasivat ilmiötä myös siten, että henkilö joka kulkee ruokalassa tai jossain missä on paljon ihmisiä, voi moikkaila kaikille ja kaikki tuntevat hänet.

Ystävien ja kaverien maine voidaan nähdä olevan tärkeä myös sen vuoksi, että maine tarttuu, ja näin ollen hakeudutaan hyvämaineisiin ryhmiin oman maineen säilymisen tai korottamisen toivossa. Ilmiö toimii myös toisin päin, eli nuoret välttelevät huonomaineisia henkilöitä huonon maineen tarttumisen pelossa. Useimmat nuoret tunnistivat ”ne suositut” ja totesivat, että suosituksi voi tulla esimerkiksi siten, että menee tai ennemminkin pääsee mukaan siihen ryhmään. Seuraavat kaksi suoraa lainausta ilmentävät sitä, kuinka maine voi tarttua kahdella eri tavalla.

T: ”Miten sun mielestä voi saada hyvän maineen?”

H11: ”Olemal niitte (suosittujen) kaveri”

T: ”Maine ei ole tärkeä” (väite)

H9: ” No on se varmaa aika monel ihmiselle tai et jotku voi sit ajatella sillee et ei voi olla ton kans ku sil ei oo hyvää suosioo ”

Yhteenvetona voisi sanoa, että sosiaalinen pääoma kaverien määrän ja laadun näkökulmasta käsin merkityksellistyy resurssina ja hyvinvoinnin lähteenä. Colemanin ja Putnamin näkemys sosiaalisesta pääomasta verkostoina, sosiaalisina normeina ja luottamuksena näkyy nuorten puheessa hyvien ystävien kanssa olemisen ilosta ja siitä, kuinka he arvostavat ystäviään ja miten oman ryhmän kesken ei puhuta toisista pahaa eikä kiusata. Epäaitoja ystäviä keräilevät nuoret pitävät ympärillä olevaa ryhmää siis ennemminkin Bourdieun sosiaalisen pääoman kaltaisena kerättävänä pääomana, joka tuo valtaa ja suosiota, ja vie hierarkiassa ylöspäin. Statussymbolina toimivat siis sellaiset asiat, jotka toiset voivat nähdä, eli suuri määrä tai jokin erityinen ja tunnistettava. Erityisesti suosittujen eli ”eliitin” kaveriksi pääseminen nostaa myös omaa statusta.

6.1.2 Sosiaalisuus, äänekkyyys ja näkyvyys

Nuoret kuvasivat suosittuja ja korkean statuksen omaavia henkilöitä monissa haastatteluissa sosiaalisiksi. Sosiaalisuutta kuvattiin haastatteluissa hyväksi ja tavoiteltavaksi ominaisuudeksi. Yksi haastateltava mainitsi erityisesti sen, että arvostaa sellaisia ihmisiä, jotka uskaltavat mennä juttelemaan kaikille ihmisille. Arvostus saattaa liittyä myös sujuvaan toimimiseen erilaisissa ryhmissä, ja että jollakin ”on lupa” mennä juttelemaan kaikille ja olla jollain tavalla keskipisteenä. Sosiaalisuutta usein seuraa edellisen luvun kaverien paljous. Sosiaalisuutta pidettiin tavoittelemisen arvoisena ominaisuutena, johon tulee pyrkiä. Sosiaalisuuden korostaminen suosituimmuuden merkinä näkyy esimerkiksi seuraavan haastateltavan kuvauksessa.

HI: ”Suositettu on semmonen sosiaalinen ja et oikeesti saa äänes kuuluviin”

Nuoret eivät pitäneet sellaisia henkilöitä erityisen suosittuina, jotka ”eivät sano mitään” ja jotka ”ei saa ääntänsä kuuluviin”. Osassa haastatteluista hiljaiset miellettiin jopa epäsuosituiksi.

HI: ”.ja sit semmonen ei-suositettu on et ei saa ääntäs kuuluviin vaan on ihan hiljaa”

”Hiljaisia” henkilöitä ei toisin sanoen huomioitu oikein millään tavalla. Tätä ilmiötä Salmivalli (2005) on kutsunut nimellä sosiometrinen status, sillä status ja toverisuosio eivät siis määräydy suoraviivaisesti, vaan jaottelu menee ennemminkin seuraavasti: suositut, torjutut, keskimääräinen asema, ristiriitaiset ja huomiotta jätetyt. Tässäkin tutkimuksessa tämä jaottelu näkyi selkeästi ja kävi ilmi, että status ei ole mustavalkoisesti vain kaksijakoinen. ”Hiljainen” epäsuositettu nuori määrittyy siis kategoriaan huomiotta jätetyt.

H1: ”Emmä oikee tiiä, no musta ainaki sillai epäsuosittu tai ei oikeestaa epäsuosittu vaan ei suosittukaan vaan jos on iha sellanen normaali ja hiljanen ni ei se kyllä sit teekkää mitää, tai sillai, mut jos on sosiaalinen ni ei siit oikee tuu epäsuosittuu, tai emmä tiiä”

H3: ”No en mä oikee ei sitä varmaa sit oikee tiedä jos tääl kouluski on sillee omis porukois iha hiljaa ni ei kukaa varmaa sillee tunnista sitä”

Suosion ja epäsuosion linkittyminen sosiaalisuuteen näyttäytyi myös ristiriitaisena ja hankalasti määriteltävänä asiana, kuten ensimmäisestä sitaatista käy ilmi. Haastateltavalla tuntuu aluksi olevan selkeä näkemys asiasta, mutta kun hän alkaa pyöritellä kuviota mielessään, tuloksena on epäselvä kommentti ”tai emmä tiiä”. Erilaiset tilanteet hiljaisuuteen ja sosiaalisuuteen liittyen eivät ole yksiselitteisiä ja kaikkiin tilanteisiin samalla tavalla päteviä ominaisuuksia. Uskon nuortenkin osaksi yleistävän näitä piirteitä suosittuihin ja epäsuosittuihin, mutta asiaa kunnolla pohtiessa käy selväksi, että jaottelu ei pädekään kaikkiin tapauksiin. Tätä todistaa myös se, että suuri osa haastateltavista mainitsi olevansa oma itsensä tai puhelias tutussa seurassa, mutta ujo ja hiljainen oudossa seurassa.

Kuulumisen lisäksi nuoret näkivät näkymisen ja huomion saamisen yleisesti tavoiteltavana asiana tai ainakin sellaisena, mikä kertoo suosituimmuudesta. Kun näkyy ja erottuu joukosta, on suositumpi. Ristiriita ilmenee taas sitä kautta, että toisinaan liika erottuminen nähtiin pahana, toisinaan taas hyvänä ja tavoiteltana asiana. Tässä yhteydessä näkyminen ja huomion saaminen olivat suosituimmuuden merkkejä ja suuri osa haastateltavista mainisti tämän ilmiön olemassaolon.

T: ”Millainen on sitten se suosittu, mitä piirteitä sillä on tai miten kaikki tietää että se on suosittu?”

H2: ”Se on vaa sillee että kyl sen huomaa että sil on tosi iso kaveriporukka ja et se hengaa tosi monen ihmisen kans ja et se näkyy sillai kaikist eniten”

Ilmiön kiteytti eräs haastateltava myös toista kautta puhuen siitä, kuinka näkyminen ja kuuluminen ovat kilpailun kohteina. Usein kyseessä oli vielä erityisesti poikien huomion saaminen.

T: ”Mistä kilpaillaan?”

H12: ”Huomiosta.”

Nuorten keskinäiset säännöt sekä omat ja yleinen mielipide ovat raakoja sen suhteen, miten pitäisi käyttäytyä ja mikä on toivottava olemisen tapa. Nuoret puhuivat myös perässä seuraajista negatiiviseen sävyyn ja siten, että sellainen piirre ei ole tavoiteltavaa. Huonona nuoret pitivät myös sitä, jos ei ole omaa mielipidettä mistään ja on vain hiljaa.

H1: "...en tykkää sellasista kenellä ei oo omia mielipiteitä mistään asiasta et tulee vaan muitten mukana, se niinku ärsyttää semmonen, sillai et jos puhutaan jostain ja sit ei niinku sano mitään, et se on vähä sellasta et jos ei oo ikinä mitää mielipidettä..."

Jos on vain hiljaa, niin jää nuorten mukaan helposti yksin. Monissa haastatteluissa korostuikin juuri oma vastuu kavereiden saannista, eli jos ei itse tee mitään eikä mene tutustumaan uusiin ihmisiin, on jopa hieman oma syy, jos ei ole kavereita.

H1: "No just sillai et jos heti menee tutustuu itte et tekee itse sellasen aloitteen eikä vaan sillai seiso ja oo hiljaa et siin jää helposti yksin kyllä, niin tai ainakin mä olettaisin sillai"

Näin ollen oma mielipide, kovaäänisyys ja näkyvyys viestivät korkeasta statuksesta. Kovaäänisyys liittyi lisäksi siihen, että on valtaa ja erityisesti sananvaltaa. Samoin kuin Hyvärisen ym. (2014) tutkimuksessa kävi kiinnostavasti ilmi, äänekkyyys ja hiljaisuus merkityksellistyvät eri tavoin virallisen ja informaalin koulun tasoilla. Nuorten omissa piireissä hiljaisuus tulkittiin tarkoittamaan alemmaa statusta ja toiseutta. Äänekkyyys merkitsi puolestaan itsensä esille tuomista ja puolustamista ja sillä näytetään oma asema hierarkiassa. Virallisen koulun puolella äänekkyyden ja hiljaisuuden merkitykset menivät päinvastoin. Onkin kiinnostava asia, miten äänekkyyttä ja hiljaisuutta käytetään tasapainoisesti informaalin ja virallisen koulun tasoilla, kun tavoitteet ja käytänteet ovat näiden välillä erilaiset.

H7: "En mä huomaa muuta ku et jos on jotenki kovaäänisempi ja tulee enemmän esiin ni sillee sitte huomaa et se on niinku jotenki vähä niinku muiden suosikki"

H13: "No ne (suositut) on tosi varmaa äänekkäitä ja semmosii uskaltaa niinku sanoo mielipiteensä ja voi sanoo joskus ehkä tylystikki tai sillai en mä oikee osaa sanoo"

6.1.3 Erilaisuus ja samanlaisuus

Erilaisuudesta ja samanlaisuudesta nuorten vertaissuhteissa ja käyttäytymisessä on kirjoitettu paljon, ja tässäkin tutkimuksessa voidaan selvästi nähdä puheen erilaisuudesta ja samanlaisuudesta merkityksellistyvän voimakkaasti hierarkioiden synnyssä ja statuksen ilmaisuna. Jako on haastava ja sitä tulkitaan usein ristiriitaisesti. Nuorten haastatteluissa erilaisuus ja samanlaisuus ja niiden tavoittelemisen sekoittuivat, ja usein näytti käyvän siten, että he "puhuvat itsensä pussiin" mielipiteidensä kanssa. Silti sekä erilaisuus että samanlaisuus näyttäytyivät tavoittelemisen ja "keräämisen" arvoisina asioina. Esimerkiksi Wilska (2005) on kirjoittanut runsaasti aiheesta, ja hänen mukaansa nuoret pyrkivät nimenomaan samanlaisuuteen ja siihen, että kuuluvat joukkoon.

Erottautumiseen ei niinkään pyritty. Tässä tutkimuksessa tavoitteet eivät ole yhtä suoraviivaisia ja yksiselitteisiä.

Haastattelemiini nuoret puhuivat paljon erilaisuuden, erottautumisen, omanlaisuuden, samanlaisuuden, massaan sulautumisen ja normaaliuden teemoista. Erilaisuus näyttäytyy kahdella tavalla: erilaisuus nähdään hyvällä tavalla erottautumisena, uskaltamisena ja omalaisuutena, uskaltaa olla oma itsensä; erilaisuus voi myös olla huono asia siten, että erottautuu massasta huonossa mielessä eikä kuulu joukkoon. Huonolla tavalla erottautuminen ja erilaisuus voi usein myös johtaa kiusaamiseen ja ryhmistä poissulkemiseen.

H2: ”No mä pyrin pukeutumaa ainaki mahdollisimman persoonallisesti just sillee et se on hirveen paha sanoo en mä tiää et pyrin sillee ainaki vähä omalaatusesti et mä en iha totaalisesti kulje massan mukana et se on niinku se tavote”

H4: ” No ei saa näyttää erilaiselta ainakaa kovin erilaiselta tai ei ainakaa pitäis näyttää”

T: ”Mistä ne säännöt sitten tulee?”

H4: ”Ihmisiltä kaikilta ympärillä et jos ois vaikka kui hassu asu ni jos kaikki ympärillä pitää sitä nii st se ei oo enää erilainen”

Tässä edellisessä kommentissa kiteytyy erinomaisesti se ilmiö, miten normaalius ja erilaisuus usein määrittyvät. Ympärillä olevat ihmiset ja yhteiskunta määrittävät normaaliuden rajat, ja jos ei poikkea suuresti, niin ei määritellä erilaiseksi. Nämä ympäröivät ihmiset voivat vaihdella tilanteesta riippuen koko yhteiskunnasta omaan kaveripiiriin. Näkisinkin asian siten, että jos oma kaveripiiri hyväksyy erilaisuuden tai kaikki ovat jollain tavalla omalaisiaan, niin ”hassun asun” käyttämisen voi tulkita olevan hyväksyttävää.

Poissulkeminen ryhmistä oli nuorille keino tehdä eroa toisiin ja tehdä omaa ryhmää näkyvämmäksi ja tiiviimmäksi. Sosiaalinen pääoma voikin merkityksellistyä nuorille vaihtuvina jäsenyyden ja kuulumisen positioina (Korkiamäki 2014). Poissulkemisiä ei silti omalta kohdalta niin sanotusti myönnetty, vaan puhuttiin lähinnä, että jossain tehdään niin tai että niin voi jossain tapahtua. Bourdieu on käyttänyt termiä symbolinen väkivalta kuvaamaan vallan muotoa, jossa sosiaalinen toimija on sekä tekijänä että uhrina. Siinä dominoivan ryhmän ideat ja ajatukset ovat ”yleisiä totuuksia”, joita uusinnetaan ja jotka hyväksytään. (ks. Bourdieu & Passeron 1997.) Ajatusta voi mielestäni soveltaa nuorten kohdalla valtaa pitävien ryhmän ja siihen ryhmään tavoittelevien välisessä tilanteessa, ja kaverisuosio onkin Kulmalaisen (2014) tulkinnan mukaan jo itsessään erontekojärjestelmä. Ryhmistä poissulkeminen ja mukaanottaminen on todellisuutta nuorten

keskuudessa, ja toimijoina ovat nuoret itse. Kuka tahansa voi periaatteessa joutua poissuljetuksi, mutta vallalla olevat ajatukset tulevat yleensä niiltä, joilla on eniten valtaa eli korkea status.

Nuoret liittivät erilaisuuden ja samanlaisuuden epäsuosioon ja suosioon hieman ristiriitaisin perusteluin. Nuorilla oli tarkkaa siis se, mikä määritellään hyvällä tavalla erilaiseksi tai samanlaiseksi. Tämä näyttäytyi ristiriitaiselta ja hankalasti selitettävältä asialta lähes kaikissa haastatteluissa. Suosituimmuuden ja epäsuosituimmuuden määritelmät näkyvät myös tämän teeman kautta. Ensimmäinen allaoleva sitaatti on haastateltavan vastaus esittämäni väitteeseen, jonka mukaan suositut pukeutuvat ja kuulostavat aina samanlaisilta.

H13: ”No on se aika usein sellasia samantyyliisiä mut on sit monet suositut voi olla erilaisiiki niinku tai ei sillai erilaisii mut niinku omantyyliisii niinku”

T: ”Entä mitkä asiat tekee epäsuosituksi?”

H4: ”Semmonen et tykkää olla vähä erilaisempi ja tykkää eri asioista ku muut”

Samanlaisuus puolestaan yhdistyi nuorten määritelmissä perinteisen samanlaisuuden lisäksi siihen, että ei ole outo tai erottaudu huonolla tavalla joukosta. Se viestii myös normaaliudesta ja joukkoon kuulumisesta. Huomasin haastatteluissa selkeästi ne ryhmittymät, jotka pyrkivät samanlaisuuteen ja normaaliuteen, ja toisaalta ne, jotka nimenomaan pyrkivät olemaan omanlaisiaan ja erityisiä. Usein vastaukset koostuivat siitä, että nuori määritteli olemisensa siten, että ei halua erottautua, mutta ei myöskään halua olla ihan samanlainen kuin muut.

H3: ”Mä oon aika ilonen ja sit mä nauran tosi paljon, no emmä oikee tiä, semmonen normaali, en mä mitenkää sillee poikkee, sillee kyl mä tunnen oloni sillee niinku muittenkin kaa sillee”

H7: ”No joskus kyl mä yleensä oon aika samanlainen kun muut mut on sit jotai niinku hetkii ku mä oon tosi erilainen mut sit taas jollai tavalla”

Yllä olevissa sitaateissa näyttäytyy erityisesti nuorten tekemä identiteettityö ja se, että identiteettiä rakennetaan jatkuvasti itseä toisiin peilaten. Omaa itseä ja olemista pohditaan, ja mietitään kysymystä: Minkälainen minä olen? Erottautumisen pelko ja tahto erottautua vaihtelevat jopa saman nuoren yhdessä lauseessa, joten on selvää, että itseä vielä etsitään ja omaa identiteettiä työstetään. Nuorten mieleen nousee helposti kysymyksiä erityisesti omasta roolista erilaisissa ryhmissä ja siitä, millainen hän on suhteessa muihin. Tulkitsen asian myös niin, että nuoret eivät vielä ole täysin tehneet sitä valintaa, minkälaisia he haluavat olla, vaan vertaisten vaikutus on niin

vahvaa, että usein mennään muiden mukana. Toisaalta saattaa olla, että ei uskalleta vielä täysin olla oma itsensä, vaikka sitä monissa kommentteissa korostetaankin.

Nuoret mielsivät massaan sulautumisen usein oman itsen hävittämisenä ja huononlaisena samanlaisuutena. Se rinnastettiin persoonattomuuteen ja siihen, että ei ole oma itsensä.

H2: ".ja sillee et mä en haluu hukkuu massaan et mä haluun erottuu porukasta, mä en lähe tekee jotai sen takii et muutki"

T: "No miten sä sitte erottaudut joukosta?"

H9: "No olemal oma itteni, mä en tykkää olla massas"

Myös oma tyyli määrittyi nuorten mukaan siten, että jos ei sulaudu massaan, niin sitten on oma tyyli. Oman tyylin määrittely lähti siis sitä kautta, että erilaisuutta ja omia mielipiteitä arvostetaan. Itse näkisin asian kuitenkin jossain määrin jo siten, että omanlainen tyyli on nyky-yhteiskunnassa hankala saavuttaa, kun kaikki on jo keksitty ja kertaalleen kokeiltu. Tässä tyyli silti määrittyi omana, jos se ei ole massan mukana kulkemista, mikä taas määrittyi useimmissa kommentteissa merkkivaatteiden käyttämisenä.

H3: "Emmä tiää ku jotku on sit et ne ei käytä samaa et niil on oma tyyli"

Lähes kaikki haastateltavat vastasivat kysymykseen "Millainen haluaisit olla?" kommentilla "mä oon ihan hyvä nyt" tai "oma itteni". Nuoret arvostivat omana itsenä olemista sekä sitä, että muutkin ovat omia itsejään. Myös oman itsen erityisyyden korostamista esiintyi kaikilla, kaikenlaista erilaisuutta ja samanlaisuutta korostavien kesken: korostettiin joitain omia piirteitä, jotka tekivät oman itsen. Näitä olivat toistuvasti kovaan ääneen nauraminen, oma outous, oman ryhmän outous ja että kaikki ovat "samalla tavalla outoja" ja erikoisten äänien pitäminen. Erikoista oli, että jopa kolme haastateltavaa mainitsi oman naurunsa olevan se luokan kovin ja erikoisin, ja että siitä hänet tunnetaan.

H14: "Mä oon sellanen möhkäle joka pitää erikoisii ääniä"

H6: "...oudoks mua sanotaan ja se on ihan kohteliaisuus mulle, en mä haluu olla mikää tavis"

6.1.4 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media oli yhtenä teemana haastattelurungossa, mutta en silti osannut odottaa sen olevan näin suuresti statukseen liittyvä tekijä. Haastatteluissa keskustelimme sosiaalisesta mediasta paljon ja nuorilla tuntui olevan selkeät käsitykset ja tarkat normit sosiaalisen median käytöstä ja siitä, että mitä se merkitsee. Erilaisia sosiaalisen median kanavia on paljon, ja kaikista en itsekään ollut aikaisemmin tietoinen. Eri sosiaalisen median kanavilla on myös hieman erilainen funktio. Seuraavien neljän lisäksi nuoret mainitsivat myös ask.fm palvelun käytön.

T: ”Mitä kaikkea sosiaalista mediaa käytät?”

H11: ”Instaa, facee, whatsappii, kikkii”

Nuoret käyttävät erilaisia sosiaalisen median kanavia paljon ja näyttää siltä, että niiden oikeanlaiselle käytölle on syntynyt nuorten kesken tietynlaisia sääntöjä. Toisten sosiaalisen median käyttöä seurataan, ja tietynlainen käyttäytyminen ei ole hyväksyttävää tai toivottavaa. Esimerkiksi monen haastateltavan mielestä facebook on jo mennyt pois muodista ja he pohtivat profiilin poistamista. Instagramia käytetään enemmän, ja nyt ask.fm ja kikkimessenger ovat tulleet nuorten tietoisuuteen. Esimerkiksi ask.fm:ssä on tarkkaa, että kysyykö kysymyksiä nimellä vai anonyymisti, ja se, että keneltä kysytään paljon kysymyksiä. Kysymysten suuri määrä kertoo suosituimmuudesta. Yksi haastateltava mainitsi erityisesti sen, että hän ei harrasta kiusaamista ask.fm:ssä, joten tulkitsin, että sitä siis tapahtuu. Myös esimerkiksi liika kuvien jakaminen ja päivittäminen on pahasta, ja olennaista on, että minkälaisia päivityksiä tekee.

H1: ”...no sit ihmiset et jotku laittaa sinne joka päivä et lähtee koululle ja nyt on kuva siel ja sit mä seurasin jotain sellasta ihmistä et mä vaan tiesin sen ja ärsytti se niin paljon ku se laitto joka päivä joku kolme kuvaa ja poisti niitä, etä sil oli oikeesti ehkä yks kuva profiilis näkyvillä ni sit mä unfallsin sen...”

Itse sosiaalisten medioiden käyttö ei näytä olevan statuksen ilmaisina, sillä kaikki käyttävät niitä. Nuori saattaa olla ehkä ennemminkin erityisen ”outo”, jos hän ei ole missään sosiaalisessa mediassa. Kun kysyin, onko sosiaalisessa mediassa samat vai eri kaverit kuin normaalielämässä, eräs haastateltava vastasikin hieman ihmetellen: ”no kaikki on siel” (H1). Sosiaalinen media näyttää nuorten mielestä liittyvän erityisesti nuoruuteen, ja he ajattelevat, että he eivät halua luopua sosiaalisen median käytöstä aikuistuttuaan, vaikka nykyään aikuiset eivät heidän mielestään käytä lainkaan sosiaalista mediaa. Se näyttää olevan nuorten mielestä yksi nimenomaan nuoruuteen liittyvä kenttä, jossa vain nuoret osaavat toimia oikein. Kysymykseni seuraavassa sitaatissa koski

yleisesti suosituimmuutta aikuisena, ja haastateltava alkoi automaattisesti puhua sosiaalisesta mediasta.

H1: ”No en mä oikee tiä, koska meidän äitikää ei se edes tiedä mikä on instagram, et en mä oikee osaa sillai aikuisista ajatella... mut sit kun mä oon aikuinen ja jos mul on lapsii ni kyl mä silti haluun et mul on instagram, et sillo varmaa kaikil on kyl, koska nyt vaa sillai nuorilla”

Kaikkein selkeimmin sosiaalinen media toimii nuorten statussymbolina seuraajien ja tykkäysten kautta, mistä lähes jokainen haastateltava mainisti. Tämä tukee mielestäni käsitystä siitä, että internet on oma maailmansa ja kenttänsä, joka on alkanut erittäin selkeästi linkittyä normaalielämän suhteisiin. Kentällä on omat säännöt, ja siellä pelataan peliä seuraajista ja tykkäyksissä. Yllätyksenä minulle tuli se, että tykkäyksien ja seuraajien määrä oli todellinen suosituimmuuden merkki ja statuksen ilmaisin, ja kaikki tiesivät sen. Mielestäni esimerkiksi juuri seuraajien määrä toimii statussymbolina malliesimerkkinä, sillä sen voivat kaikki nähdä, kaikki tietävät sen merkityksen ja lopulta se on vain nimenomaan symbolinen osoitus korkeasta statuksesta. Symbolisuus onkin koko aineiston kantava teema.

T: ”Ketkä esimerkiksi täällä teidän koulussa on suosittuja ja ei-suosittuja?”

H3: ”No sit sen näkee ainaki siitä et jos instagramis ta facebookis on keränny paljon tykkäysii ja seuraajii ni sit kaikki niinku tietää sen henkilön et sillee”

T: ”Onko tyttöjen välillä keskinäistä kilpailua ja mistä sitten kilpaillaan?”

H6: ”No on varmaa, no esim vaatteet, instagram seuraajat ja no niinku suosio ja muut vastaavaa”

Tästä viimeisestä sitaatista käy ilmi, että instagram seuraajat ovat yhtä näkyvä ja selkeä statussymboli ja kilpailun kohde kuin esimerkiksi vaatteetkin. Se on osa nuorten elämää, ja se on heille todellista. Nuoret tunnistivat, että tykkäyksillä ja seuraajilla kerätään suosiota myös tietoisesti. Kukaan ei silti sanonut itse tekevänsä näin. Kaikki ”muut” ja ”ne toiset” tekevät sitä.

T: ”No osaatko sanoa mitä ihmiset kertoo itsestään siellä (sosiaalisessa mediassa)?”

H3: ”No ne varmaa haluu hyvän suosion ku laittaa kuvia sinne ja sit kerää niitä tykkäysii et tosi paljon.”

Kuten Saari (2010) hyvin toteaa, itsensä esittäminen sosiaalisen median kentillä on tätä päivää, ja tottakai kaikki haluavat painottaa hyviä puoliaan. Se toimii kommunikoinnin välineenä, ja päivityksiä, kuvia sekä seuraajien määrää tulkitaan osana käyttäjän persoonaa ja identiteettiä. Näin

tehdään myös päätelmiä muun muassa hänen statuksestaan. Tavoitteena on ihanneminän luominen, ja totta kai tällaista ihanneminää ihannoidaan ja häntä pidetään suosittuna. On silti kummallista, että niinkin pienimuotoinen ja epäaito asia kuin yksi klikkaus tekee jostain suosittun ja tunnetun. Uskon sosiaalisen median olevan erityisesti nuorille helppo identiteetin työstämisen väline, sillä sinne on helppo luoda kuvaa itsestä ja kokeilla erilaisia rooleja, varsinkin kun nykynuoret ovat niin taitavia käyttämään ja lukemaan sosiaalista mediaa.

6.2 Taloudellinen pääoma

Taloudellinen pääoma on helppo ymmärtää näkyvänä omaisuutena ja varakkuutena, ja myös nuoret tunnistivat tämän pääoman keräämisen merkityksen statussymbolina ja statuksen kohottamisen välineenä. Kiinnostavaa oli huomata, että vaikka kaikki eivät selvästi ja suoraan tavoitelleet suurta maallista omaisuutta ja arvostaneet ulkoisia statuksen merkkejä, kaikki silti tunnistivat ja tunnustivat esimerkiksi merkkituotteiden merkityksen. Nuoret tytöt jakautuivat selkeästi ulkoisia seikkoja ja varakkuutta arvostaviksi ja niitä väheksyviksi.

6.2.1 Merkkituotteet

Aloin hieman epätietoisena keskustelemaan haastatteluissa merkkituotteista, sillä en ollut varma merkkituotteiden suosioista ja määrästä 13-14-vuotiaiden keskuudessa. Merkkituotteet osoittautuivat kuitenkin yleisiksi ja paljon käytetyiksi nuorten keskuudessa. Monet osasivat nimetä useita eri merkkejä, joita koulussa käytetään, mutta erityisesti korostui vaatemerkki Hollister, joka oli todella suosittu nuorten kesken. Merkkituotteet toimivat selkeinä ja tunnettuina statussymboleina, ja niiden statussymbolina toimimisen perusteena toimii erityisesti kalleus ja osin myös harvinaisuus. Goffmanin (1951) mukaan kulutusobjekteista tulee statussymboleja, kun niiden hankkiminen kertoo kuulumisesta johonkin erityisen tavoiteltavaan ryhmään. Tulkitsen nuorten kohdalla merkkituotteiden omistamisen ja käyttämisen kertovan kuulumisesta suosittujen ryhmään. Siihen ryhmään tavoittelevat pääsyä lähes kaikki, tai kaikki ainakin tunnistivat ne, jotka siihen kuuluivat. Moni asia, merkkituotteet mukaan lukien, linkittyy nimenomaan suosituimmuuden ja ryhmäsidosten ympärille.

Innostus ja ihailu merkkituotteita kohtaan jakautuivat selkeästi kahtia, eli osa oppilaista avoimesti ihaili ja käytti merkkivaatteita, osa taas suoraan kertoi, kuinka pitää niitä turhina eikä edes kovin hienoina. Huomasin silti, että kaikki jollain tavalla kuitenkin tunnistivat niiden arvon ja merkityksen ja sen, kuinka ne toimivat statussymboleina. Eräs haastateltavista sanoikin, että ”jos ostaa jotku merkkivaatteet ni kyllä se on sitte kaikkien mielestä sillai hieno” (H1). Jako meni tulkintani

mukaan melko linjassa sen kanssa, kuinka arvioin vanhempien ammattien perusteella perheellä olevan varakkuutta. Tulkinta on melko löyhä, mutta haastattelujen perusteella linja oli kuitenkin melko yhteneväinen.

Tietyt kaveriporukat selkeästi suosivat merkkituotteita, toiset taas eivät lainkaan. Merkit yhdistävät ihmisiä, kuten Mattilakin (2002) on tutkimuksessaan osuvasti kiteyttänyt, ja tietyn tyttöporukan jäsenet säännönmukaisesti mainitsivat, että heidän porukkansa ihailee ja käyttää merkkituotteita. Merkkituotteet ja -vaatteet olivat siis yksi heitä yhdistävä tekijä. Mattilan (2002) mukaan merkkien avulla voi lisäksi näyttää omaa asemaansa ja staustaan muille, ja niiden avulla voi helposti tunnistaa ryhmän ulkopuoliset jäsenet. Myös nämä ilmiöt olivat tunnistettavissa aineistosta. Ollikaisen (2011) tulokset tukevat myös tätä ilmiötä, sillä hänen mukaansa suosittuun ryhmään kuuluvat erottuivat muista ulkoisin seikoin, ja he tekivät sitä tietoisesti.

T: ”Onko mitään tuotetta minkä kaikki haluaa?”

H7: ”No meidän porukas on just kauheesti näitä merkkivaatteita esimerkiksi se Hollister on sellanen mitä melkei kaikki haluaa ja sit on ollut paljo just tos meidän porukas noit uusii puhelimii just niit kalliimpii.”

T: ”Mitä merkkejä käytetään?”

H8: ”No kaikkee Hollisterii ja mitä näitä ny sit onkaa iha turhii merkkei mist mä en edes mä en varmaa ikinä käyttäis niitä... Puma ja sit on se ihme kettumerkki mikä kaikil on nykyää se laukku”

Tästä viimeisestä sitaatista korostuu ärsyyntyminen merkkejä kohtaan ja se, kuinka hän ei edes haluaisi käyttää niitä. Keskustelun perusteella hänellä ei ollut muita merkkivaatteita kuin Conversen kengät, mutta niitä hän ei pitänyt tyhjänä ja turhana merkinä. Jotkut toivat myös esiin sitä, että merkkituotteista täytyisi jotenkin pitää, ja että he ovat itse erehdyksissään sanoneet jotain vaatetta rumaksi, vaikka se olikin sitten osoittautunut merkkivaatteeksi. Heille merkkiä tärkeämpää oli usein se, että itse pitää vaatteesta. Toiset ilmaisivat asian niin, että ei ole väliä onko vaate merkkiä vai ei, kunhan siitä itse pitää. Monet myös mainitsivat siitä, että merkkituotteet maksavat aivan liikaa, eikä itsellä joko ole varaa niihin tai ei halua tuhjata rahojansa merkkituotteisiin. Näissä kommentteissa korostui säästäväisyyden eetos, ja kuten Wilska (2005) on tuonut esiin, iso osa suomalaisista nuorista on keskimäärin melko tavallisia ja säästäväisiäkin kuluttajia.

Esineestä tai asiasta voi tulla statussymboli eri tavoin (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981), ja merkkituotteiden kohdalla korostuu erityisesti kalleus, sekä osin harvinaisuus. Nuoret mainitsivat useaan otteeseen, että merkkituotteet ovat kalliita ja niitä ostavat usein rikkaat ja varakkaat ihmiset.

Hollister-merkin kohdalla korostui hinnan lisäksi myös harvinaisuus, sillä sitä ei saa ostettua Suomesta. Lähin Hollister-tuotteita myyvä liike on Ruotsissa, mutta osa mainitsi ostavansa niitä myös pidemmiltä ulkomaanmatkoiltaan. Näin ollen harvinaisuus näkyi siinä, että sitä ei saa Suomesta, ja osa nuorista kadehti nimenomaan sellaisia vaatteita, joita ei saa Suomesta ostettua. Nettikauppa Suomessa kuitenkin on, mutta siihen kommentoitiin samantien, että ne eivät välttämättä ole aitoja, eikä niitä sen vuoksi ole hyvä ostaa. Mattilan (2002) mukaan merkkituotteen tunnistaakin nimenomaan hinnasta, tunnistettavast logosta sekä aitoudesta ja alkuperäisyydestä.

Merkkien käyttö kertoo aineiston mukaan suosiosta, ja että ”ne suosituimmat” käyttävät merkkituotteita. Toisaalta nuoret mainitsivat, että merkkituotteista on alkanut tulla yhä tavallisempia, ja iso osa sekä niin sanotuista suosituista että epäsuosituista käyttävät niitä. Merkkituotteita käyttäviä kuvailtiin suositun lisäksi sosiaalisiksi, rikkaiksi, mukaviksi ja varakkaita, ylimielisiksi ja itsekkäiksi. Lisäksi haastateltavat tunnistivat, että merkkituotteita käyttävät myös ne, jotka ”on varmaa tosi rikkaita et sit vaik ne ei välttämättä oliskaa” (H3). Yleinen kommentti kuitenkin oli, että merkkituotteiden käyttäjät ovat varakkaita.

T: ”No ketkä niitä merkkejä sitten käyttää?”

H7: ”No varmaa aika sellanen niinku rikas tai sellanen niinku hyvävaranen”

T: ”Ketkä niitä sitten käyttää, että onko sulla esimerkkiä siitä?”

H9: ”No just ne kaikkein suosituimmat käyttää.”

Yllättävää oli, miten yksi haastateltava kiteytti merkkivaatteita käyttävän ominaisuudeksi sosiaalisuuden ja jotenkin niputti sen, kuinka suosituimmuus kiteytyy sosiaalisuutena ja merkkituotteiden käyttämisenä. Hänellä itsellään oli myös suuri määrä merkkivaatteita. Hän myös mainisti, että hänellä on kaveri jolla ei ole merkkivaatteita, ja tämä on silti tosi sosiaalinen ja kiva. Hän voi siis olla tytön kaveri, vaikka tällä ei olekaan merkkivaatteita.

T: ”Ketkä niitä yleensä sitten käyttää?”

H1: ”No en mä nimeltä haluu kuvailla mut toi ei oo mitää erityistä mut ne kenellä on ni on yleensä aika sosiaalisia tai ne mitä mä tunnen, mut sit ne kenel ei oo jotku on sosiaalisii ja jotku sillai hiljasii”

Osa nuorista liitti merkkituotteita käyttäviin henkilöihin myös massaan sulautumisen ja sen, että silloin ei ole omaa tyylää. Tätä korostivat erityisesti ne, joilla ei itsellään ollut paljon merkkivaatteita ja jotka eivät niistä muutenkaan välittäneet, jopa haukkuivat tyhmiksi ja turhiksi. Massaan sulautuminen tarkoitti siis monen puheessa merkkivaatteiden käyttöä ja aloinkin pohtia, että onko

niiden käyttö nuorten kesken jo niin yleistä, että niiden käyttö lasketaan massan mukana kulkemiseksi. Persoonalliset vaatteet erotettiin merkkivaatteista.

T: ”Minkälainen henkilö käyttää niitä (merkkivaatteita)?”

H4: ”No semmonen joka halua sulautuu massaan ja ettei ees halua olla erilainen”

T: ”Voiko sitä henkilöä kuvailla jotenkin muuten?”

H4: ”No ne on just et ne halua niitä kavereita ja ne halua hyväksyntää sulautumal sinne massaan tai sit ne oikeesti tykkää niistä vaatteista, no en mä ny usko et kaikki oikeesti tykkää niistä vaatteista ja sit et ne halua maksaa niistä nii paljon”

Nuorille oli itselleenkin osin epäselvää, miten jostain tulee suosittu ja haluttu esine tai vaate. He ilmaisivat asian usein niin, että nyt tietyt merkit ovat pinnalla ja niistä tykkäävät lähes kaikki. Yleensä tilanne menee siten, että joku tuo kouluun tai alkaa käyttää jotain tuotetta tai vaatetta, ja sitten huomataan, että kaikilla on kyseinen tuote ja siitä on niin sanotusti tullut hieno. Merkkituotteiden haluttavuus on haastateltavien mukaan tullut pinnalle juuri yläkouluun siirtymisen yhteydessä, eikä alakoulun puolella niitä vielä kaivattu.

Merkkituotteet siis viestivät käyttäjästään suosituimmuutta ja rikkautta. Nuoret tunnistivat merkit, ja yksi haastateltava mainitsikin, että kyllä sen näkee kun siinä on se merkki. Merkkivaatteiden käyttö on symbolista, sillä vaateen kantajasta voi päätellä jotain jo pelkän merkin eli symbolin perusteella. Täysin selvää ei vielä ole, mitä merkkivaatteita käyttävät nuoret haluavat tarkalleen ottaen viestittää, vai liittyykö niiden käyttö perinteisesti rikkauden ja suosituimmuuden näyttämiseen. Uskon, että tässä on osin kyse ryhmään kuulumisesta ja tiettyihin piireihin pääsemisestä. Aineistosta kävi ilmi, että merkkituotteista on tullut yhä yleisempiä ja normaalimpia nuorten keskuudessa, ja kaikki haluavat kuitenkin aina kuulua johonkin ryhmään. Tiettyihin ryhmiin pääseminen on hankalampaa kuin toisiin. Osa haastateltavista kuitenkin mainitsi myös, että edelleen iso osa nuorista käy ihan tavallisissakin kaupoissa: ”...et kyl sit on iha H&M:ltä et tosi monet ostaa et mäki ihan ostan” (H3).

Aineistossa esiintyi myös paljon ristiriitaisia kommentteja merkkituotteista. Nuoret mainitsivat, että tietynlaiset henkilöt käyttävät merkkituotteita ja merkkivaatteita, ja niihin liitetyt piirteet eivät aina olleet kovin positiivisia. Kuitenkin he sanoivat lopuksi, että heille itselleen merkkituotteet ovat tärkeitä ja he haluavat saada niitä lisää. Uskon, että nuoren ajatuksissa omat mielipiteet sekä ehkä oman ryhmän yleinen mielipide sekoittuivat, ja tuloksena on epämääräinen vastaus.

T: "Ketkä niitä käyttää?"

H10: "No semmosseet vähä niinku rikkaammat kenel on varaa niit ostaa"

T: "Yhdistääkö niitä mikään muu tekijä?"

H10: "En mä tiä"

T: "Onks ne sun mielestä tärkeitä?"

H10: "No ei mun mielest ainakaa oo ku kyl ne halvemmatki vaattet tai sellasseet ni on iha hienoja"

T: "Kulutatko tai shoppailetko paljon?"

H10: "Joo aika paljon"

T: "Mitä kaikkee yleensä ostat?"

H10: "No just niit merkivaatteit tai meikkei tai semmossii"

6.2.2 Tavarat, vaatteet ja raha

Muutkin tavarat ja omaisuus kuin merkkituotteet nousivat aineistosta esiin kertomaan nuorten statussymboleista. Myös rikkaus ja raha mainittiin useampaan otteeseen, ja raha onkin kaikkein abstraktein statussymbolien muoto (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981). Sillä on nimenomaan symbolista merkitystä, koska raha sinänsä ei ole mitään, vaan rahan voi muuttaa joksikin mitä haluaa. Raha toimiikin Ilmosen (2007) sanoin yleisenä arvon symbolina, ja olen huomannut, että nuoret tunnistavat rahan symbolisen arvon kiitettävästi.

Haastateltavat tytöt kadehtivat ylipäättään vaatteita ja tavaroita. Useissa haastatteluissa nuoret sanoivat, että he kadehtivat sitä, jos toisella on paljon uutta tavaraa ja vaatetta. Näin ollen pääteltiin, että heillä on myös paljon rahaa. Myös kilpailusta keskusteltaessa nuoret mainitsivat, että juuri tavaroista, niiden määrästä ja laadusta kilpailtiin. Uskon kilpailun olevan helppoa tällaisilla ulkoisilla seikoilla, sillä ne voi selkeästi nähdä ja sitä kautta päätellä toisen aseman.

T: "Esiintyykö kateutta oman ikäisten kesken?"

H2: "Kyllä oikeestaan et sekin vähän riippuu et et toiset on niinku kateellisii siit et jos toinen saa kokoajan kaikkee uutta ja et jos tol on noi hyvä puhelin ja kaikkee esim et siin sen just näkee et toiset voi olla tosi kateellisii"

T: "Osaatko sanoa että kuka sen kilpailun yleensä voittaa?"

H4: "No se kenel on kaikkei eniten sitä tavaraa ja joka on paras niil muil asioil ni"

Nuoret mainitsivat erityisesti uudet puhelimet ja nimenomaan sen, että puhelin on kallis ja tietynlainen. Puhelin on myös näkyvä statussymboli, sillä sen arvon voi helposti tarkistaa, ja nuoret usein tietävätkin, että paljonko tietty puhelin maksaa. Lisäksi se, että nuoret käyttävät puhelimia jatkuvasti ja niillä päivitetään sosiaalista mediaa ja otetaan kuvia, edistää puhelimen asemaa hyvänä statussymbolina.

H1: "Iphone ja sit just se joku uusin et ei se 4s enää oikee oo, ei kukaa sitä enää sillai haluis moni on sillai et on se iha hyvä mut, no nyt myydää vissii 4s, 5, 5c ja 5s, et 5s ja 5c on ne uusimmat mut se 5c on sataasen halvempi"

T: "Onko mitää muuta mistä kilpaillaan kun nämä vaatteet?"

H10: "No yleensä puhelimista tai sillai et jos jollaki on vähä parempi puhelin ni sit joku on taas kateellinen ni sit sanoo et se on iha huono ja"

Kaikki puhelimet, vaatteet ja tavarat liittyvät kuitenkin rahaan, jota nuoret myös erityisesti korostivat kilpailun kohteena ja kateuden aiheuttajana. Nämä nuoret tytöt selkeästi tunnistivat rahan arvon ja sen, miten rikkaus näkyy toisissa ihmisissä, vaikka he tuskin itse vielä ansaitsevat rahaa. Kyse onkin siis vanhempien varakkuudesta ja siitä, kuinka paljon näille nuorille annetaan rahaa omaan käyttöön. Tähän liittyy osin myös aikaisemmin mainittu habituksen käsite, ja tässä se näkyy tapojen ja arvojen periytymisenä ja sisäistettyinä tapoina käyttää ja arvostaa nimenomaan rahaa. Voidaan nähdä, että kierrättäminen ja säästäminen myös peritytyvät kotoa jollain tavalla sisäistettyinä tapoina, ja se ilmenee esimerkiksi kirpputoreilla käymisenä sekä säästäväisyytenä.

Nuoret kadehtivat rahan määrää ja siitä jollain muotoa kilpailtiin. Kilpailu ilmenee ehkä pikemminkin oletettuna rikkautena, mikä päätellään kalliista vaatteista ja puhelimista. Rahaa onkin helppo kadehtia, sillä omista arvostuksen kohteista huolimatta rahan arvo on helppo tunnistaa. Sen voi vaihtaa juuri siihen asiaan, jota itse arvostaa ja kadehtii.

T: "Mitkä on ne asiat mitä kadehditaan?"

H4: "Ulkonäkö, rahaa ja kavereita"

T: "Onko täällä koulussa kateutta ja mitä ihmiset kadehtii?"

H13: "No varmaa sitä sitä suosioo ja sit niinku jos joku on rikkaampi tai joku ei sit oo nii sillee rikas, varmaa niitä"

Myös tavarat, vaatteet ja varakkuus kertovat haastateltavien nuorten mielestä suosituimmuudesta. Niiden avulla voi myös tulla suosituksi eli ne tavallaan tekevät ihmisestä suosittun. Ne näkyvät ja niiden kautta voi päätellä nuorten mukaan henkilön aseman ja suosituimmuuden.

T: "Minkälainen on suosittu tyttö?"

H3: "No se just käyttää sellasii kivannäkösii vaatteita ja sit se on se niinku tavallaan vaan näkyy et en mä tiedä et millee se sit näkyy"

6.2.3 Ulkonäkö

Kauneus liitetään aineistoni mukaan suosituimmuuteen. Nuoret puhuivat kauneudesta myös siinä yhteydessä, että kenestä otetaan mallia ja ketä niin sanotusti matkitaan. Kauneutta kadehdittiin ja se

antoi tietynlaista valtaa. Pohdin silti hieman sen merkitystä statussymbolina, sillä kauneutta sinänsä ei voi kerätä; ulkonäölleen ei voi juuri mitään. Aion kuitenkin muutamalla sanalla analysoida kauneuden merkitystä nuorten välisessä statuskampailussa, vaikka tarkoituksena onkin ehkä pikemminkin käsitellä ulkonäköön panostamista vaattein ja asustein.

Tytöt kilpailevat keskenään ja tyttöjen kesken on olemassa erilaisia hierarkioita. Esimerkiksi ulkonäkö on Tolosen (2001b) mukaan yksi näkyvä asia, josta tytöt kilpailevat. Siihen liittyy tarkkoja määritelmiä, mitkä kulminoituvat liiallisuuden ja puutteen kautta. Suosituimmuus ja kauneus kietoutuivat yhteen tiiviisti, ja yksi haastateltava jopa mainisti, että syy siihen miksi joku on suosittu on ”no ku ne on nätteji” (H11). Haastattelemani tytöt korostivat kauneuden ja hyvän ulkonäön olevan suosituimmuuden merkki ja ne, jotka eivät ole kauniita heidän mielestään, eivät voi olla kovin suosittuja.

T: ”Miten sitten voi tulla suosituksi?”

H10: ”No just kauneudella mun mielestä ja sit niinku ettei oo ujo et niinku uskaltaa puhuu toisten ihmisten kanssa.”

T: ”Entä minkälainen on ei-suosittu tyttö?”

H10: ”No sellasii ketkä ei oo yleensä niinku kovinkaa nätteji”

Pyrin haastatteluissa saamaan esiin, millä perusteella jostakin ihmisestä otetaan mallia. Monet eivät osanneet sanoa tähän mitään, mutta muutamat haastateltavat tunnistivat sen, että kauniita ihmisiä matkitaan. Tässäkin sitaatissa näkyy ajatus siitä, että maine ja suosituimmuus tarttuvat, ja nimenomaan siten, että jos pyrkii näyttämään samalta kuin suosittu tyttö, tulee itsestään suosittu.

T: ”Tiedätkö miksi jostain sitten otetaan mallia?”

H7: ”No just sillee et jos on esimerkiks tosi kaunis ja sil sopii ne vaatteet ja sit jos kaikki ajattelee ja sit se on tosi suosittu ja sit ajattelee et jos se pukeutuu kans sen tyylisesti ni ehkä siitähän sit tulee”

Kukaan tytöistä ei silti tarkasti määritellyt yleisiä kauneuden ja nättiyyden kriteerejä, ja uskonkin, että ne eivät ole kaikille täysin samat. Monet silti painottivat sitä, että pitää olla ”laiha ja nätti”, mutta tämäkään ei mielestäni ole täysin kattava määritelmä. Yleisesti vain mainittiin, että kauneudesta kilpaillaan ja sitä kadehditaan. Tämäkin ilmiö ei näyttäytynyt ihan jokaisessa haastattelussa, ja jotkut eivät sanoneet sanaakaan kauneudesta. Suuressa osassa haastatteluja silti kauneus mainittiin, ja tulkitsen sen olevan osa nuorten tyttöjen hierarkioita ja statuskampailuja.

T: ”Onko tyttöjen välillä keskinäistä kilpailua ja mistä tytöt kilpailee?”

H10: ”No en mä tiedä et onks meidän luokkal mitää mut yleensä semmosist vaatteista ja niinku sillee kauneudesta et jotku on kateellisii vähä”

6.3 Kulttuurinen pääoma

Kulttuurinen pääoma näyttäytyi aineistossa nuorten statussymbolina arvokkaiden taitojen kautta. Kulttuurista pääomaa Bourdieun näkemyksen mukaisina oppiarvoina ja tutkintoina ei vielä ole näillä nuorilla, sillä he ovat vasta yläkoulussa, mutta koulumenestyksen arvostaminen ja siinä menestyminen tässä hetkessä näkyi kyllä. Olennaista kulttuurisen pääoman tunnustamisena statuskilpailussa on tunnistaa juuri ne nuorten mielestä arvokkaat kulttuurisen pääoman lajit, jotka tulkintani mukaan ovat nuorilla omanlaisensa ja painottuvat heidän elämänpiiriinsä. Kulttuurista pääomaa esimerkiksi taideteosten ja kirjojen muodossa ei ole nähtävissä nuorten statuskamppailuissa. On muutenkin tärkeää painottaa sitä, että jokaiselle ikäryhmälle on ominaista arvostaa oman elämänpiiriinsä ja oman näkökulmansa kautta tiettyjä asioita.

6.3.1 Koulumenestys

Koulumenestys ilmeni kadehdittavana asiana ja nuorten statussymbolina aineistossani. Koulumenestys on tietoa ja taitoa sekä panostamista, mutta myös sen arvostaminen voi näyttäytyä kulttuurisena pääomana. Arvot ovat usein peräisin kasvatuksesta ja elinympäristöstä yleisemminkin, joten karkeasti voidaan sanoa, että koulumenestyksen arvostaminen periytyy kotoa käsin. Nuori on voinut saada jo kotikasvatuksen kautta sellaisia tietoja, taitoja ja arvomaailman, jotka auttavat koulussa menestymisessä ja joiden avulla hänen on helpompaa sopeutua koulun kenttään. Bourdieun (1986) mukaan kulttuurinen pääoma selittääkin koulumenestyksen eroja.

Koulumenestys näyttäytyi aineistossa muutamalla eri tavalla. Moni haastateltava mainitsi, että on kateellinen toisten hyvistä arvosanoista, ja ymmärtää hyvien arvosanojen avulla pääsevänsä elämässä pitkälle ja hyvään ammattiin. Odotusteni vastaisesti tytöt eivät puhuneet ”hikeistä” tai nörteistä viitatessaan koulumenestyjiin, vaan sitä pidettiin osin jopa suosituimmuuden merkinä. Myös Hyvärisen, Riitaajan ja Särkelän (2014) mukaan nuoret arvostavat koulumenestystä eikä se tuo enää niin sanottua ”hiken” leimaa. Kouluun panostaminen on pikemminkin hyvä kuin huono asia. Saattaa olla, että poikien kesken esiintyy enemmän sellaista ilmiötä, että on jopa toivottavaa, että kotitehtävät on tekemättä ja saa jälki-istuntoa, eli että uskaltaa tehdä näin.

Hyvien kouluarvosanojen eteen on tehtävä töitä ja käytettävä aikaansa. Onkin siis osin kyse siitä, kuinka paljon arvostaa koulumenestystä, sillä toki omaa aikaa käytetään omien kiinnostuksen

kohteiden ja päämäärien saavuttamiseen. Seuraavassa sitaatissa haastateltava arvostaa ja kadehtii hyviä arvosanoja, mutta ei kuitenkaan itse aina niitä saa. Keskustelu jatkui muun muassa siitä aiheesta, kuinka hän tiesi, että jos itsekin panostaisi tarpeeksi niin hän saisi hyviä arvosanoja.

T: "No mitä sä itse kadehdit?"

H4: "Kouluarvosanoja"

T: "No onko ketään henkilöä, jota kadehdit?"

H4: "No sillee yleisesti et jos joku kertoo et mä sain kympin ni sit mä oon et ööö mä sain seiskapuokin"

Koulumenestyksen kautta voi haastateltavien mukaan saada hyvän kuvan toisesta ihmisestä, eli se nähtiin hyvänä asiana. Nuoret kommentoivat myös erikseen, että ”jos ei opiskele kunnolla ni saatetaa sanoo sillai vähä ilkeesti” (H10). Hyvien arvosanojen kautta nähtiin voivan saada myös mainetta, kuten eräs haastatelta kertoi: ”... jos koulus on nii hyvä et kaikki haluu olla heti sen kans” (H14). Pari haastateltavaa jopa mainitsi, että heidän iässään on toivottavaa ja kuulukin panostaa kouluun.

T: "Minkälainen seiskaluokkalaisen pitäisi olla?"

H5: "Sellanen niinku et osallistuu kaikkeen ja yrittää parhaansa ja panostaa kouluun niin paljon kun pystyy"

Arvosanojen vertailusta puhuttiin muutaman kerran, ja yhden tyttöporukan keskuudessa oli melkeimpä sääntö, että he menestyvät koulussa ja arvostavat koulumenestystä. Sen voidaan nähdä olevan jopa yksi heitä yhdistävä tekijä. Eräs tähän samaan ryhmään kuuluva tyttö kertoi, kuinka he olivat selkeästi erottuneet alakoulussa sillä, että he olivat muita parempia koulussa. Nyt yläkouluun siirryttäessä hänen mielestään on ollut mukavaa se, että kaikki muutkin ovat hyviä koulussa.

T: "Onko tyttöjen välillä paljon keskinäistä kilpailua ja mistä kilpaillaan?"

H7: "No meidän porukas ei oo muuta ku sillee et arvosanoist et sillee yritetään aina saada mahdollisimman hyvä numero kokeesta ja sillee"

Kilpailun aspekti näkyy siis myös koulumenestyksestä puhuttaessa, ja se näkyy konkreettisesti arvosanojen vertailuna ja siinä, keille näitä arvosanoja näytellään ja kenelle ei. Muu luokka tuntuu aina silti suurinpiirtein tietävän, kuinka hyviä toiset ovat koulussa. Kilpailusta ei sinänsä puhuta aina ääneen eikä se selkeästi näy tai kuulu, mutta sen voi haastateltavien mukaan tuntea.

T: "Onko koulussa jotain että mistä kilpaillaan?"

H13: "No joskus voidaan numeroista tai siis ei se oo sillee niinku näkyvää mut sen voi niinku tuntee tai sillai niinku et jostai numeroista"

Koulumenestyksestä ja arvosanoista kilpaileminen koulussa ei ole mitenkään erikoista, sillä virallisen koulun tasolla on nimenomaan tarkoitus oppia uusia asioita ja saada hyviä arvosanoja. Tämä kilpailu ei sinänsä koske nuorten välisiä suhteita eikä informaalia tasoa, mutta sen voidaan nähdä kuitenkin linkittyvän tyttöjen väliseen muuhun kilpailuun. Kyse on menestymisestä koulun virallisella kentällä, tietyn pääoman eli tiedon keräämisestä, mahdollisesta tulevaisuudessa menestymisestä sekä siitä, että joku on aina parempi ja joku huonompi numeroiden perusteella. Tulkitseen koulussa menestymisen olevan nuorten statussymboli. Se linkittyy suosituimmuuteen ja siihen, että henkilö tunnustetaan ja tiedetään sen vuoksi, että hän saa hyviä numeroita. Näen erittäin hyvänä sen, että vaikka nuoret elävät materian ja kulutuksen maailmassa, he silti arvostavat saavutuksia ja koulussa menestymistä, vaikkakin näiden saavutusten voidaan nähdä hyödyttävän heitä konkreettisesti vasta tulevaisuudessa.

6.3.2 Harrastuksissa menestyminen ja saavutukset

Aineistosta kävi ilmi, että nuoret arvostavat ja kadehtivat harrastuksissa menestymistä. Sitä pidetään statussymbolina, mutta vain siinä tapauksessa, että itsekin arvostaa ja ymmärtää menestymisen arvon.

T: "No onko mitään muuta mitä kadehdit?"

H6: "Varmaa niis saavutuksis, kaikki koulunumerot, niinku kaikki mitä harrastuksis saavuttaa, kaikki et jos pääsee esim johonki näytelmään ja ei sit varmaa hirveesti mitää muuta oo"

Haastateltavat puhuivat harrastuksistaan usein jo haastattelun alussa kuvatessaan sitä, minkälaisia he itse ovat. Lähes kaikki mainitsivat harrastavansa jotain, ja moni mainitsi myös sen, että harrastuksissa menestymisestä kilpaillaan ja sitä arvostetaan. Erilaisia harrastuksia oli esimerkiksi tanssimisesta ratsastukseen ja piirtämiseen sekä vapaapalokuntaan. Kun harrastukseen liittyy yhdessä tekeminen ja tietty yhteisö, voidaan harrastuspiiriin nähdä olevan yksi kenttä, jossa kilpaillaan sille kentälle ominaisista pääomista. Nuoret puhuivat enimmäkseen juuri omassa harrastuksessaan menestymisestä. Näin harrastuksella pyritään keräämään ja kohottamaan statusta lähinnä juuri omassa harrastuspiirissä, ei esimerkiksi koko koulussa. Tämä kävi ilmi muun muassa siitä, että kaikki puhuivat nimenomaan omasta harrastuksestaan ja osa jopa erityisen tarkasti siitä, miten juuri siinä lajissa menestyään ja ollaan hyviä.

H7: "No ehkä just jos pääsee jossai lajis tosi pitkälle sillee tai just johonki tosi isoih kilpailuihin ni ehkä sellasii sitte"

Yhdessä haastattelussa tuotiin kiinnostavasti esille arvostus ja osin kateus tiettyä omassa harrastuksessa menestynyttä tyttöä kohtaan. Tässä menestyminen harrastuksessa näkyi selkeänä statussymbolina, joka toi valtaa ja arvostusta sekä suosituimmuutta. Oli kiinnostava huomata, miten suosituimmuus kietoutuu myös menestymisen ympärille, sillä tässä haastattelussa tämä harrastuksessa menestynyt tyttö oli nimenomaan erityisen suosittu siksi, että hän oli menestynyt lajissa. Toki on huomattava, että hän on todennäköisesti suosittu vain nimenomaan tämän harrastuksen piirissä.

H1: "...se on sellanen et kaikki tietää sen jotka harrastaa se on semmonen niinku tosi suosittu sit se tiedetään just instagramis sillä on hirveesti seuraajii ja se on sellanen tosi hyvä ja sit ku mä olin sellasella leirillä ni se oli siellä ni sit kaikki oli heti et nyt toi – on tossa et se tiedetään tosi hyvin"

Haastatteluissa tuli esille myös kalliiden ja vaikeiden harrastusten kadehtiminen. On ymmärrettävää, että kaikki eivät voi harrastaa kaikkia lajeja, sillä välineet, jäsenmaksut ja muut kustannukset ovat todella suuret. Tässä korostuu myös se, miten kalleus voi tehdä jostain statussymbolin.

H4: "No jos on joku sellanen tosi cool tai tosi kallis harrastus ni mihi ei itse pysty ni kyl sit voi olla vähä sillee kateellinen mut ei mitää isompaa oikeestaan"

Esine tai asia voi tulla statussymboli Csikszentmihalyi ja Rochberg-Halton (1981) mukaan iän, harvinaisuuden tai kalleuden kautta, ja harrastusten osalta voidaan tulkita olevan kyse enimmäkseen harvinaisuudesta. Menestyminen ei ole itsestäänselvyys ja on tietyllä tavalla harvinaista ja erityistä olla menestynyt jollain alalla. Sitä arvostetaan, sillä kaikki eivät ole menestyneitä juuri siinä asiassa. Tässä on toki huomattava, että "arvostuspiiri" rajoittuu usein lajin harrastajiin. Kuitenkin myös ne, jotka ylipäättään ymmärtävät saavutusten arvon, voivat pitää harrastuksessa tai jossain muussa asiassa menestymistä statussymbolina.

6.3.3 Luovuus

Viimeinen kulttuurista pääomaa ilmentävä teema oli aineiston mukaan luovuus ja oman luovuuden ja sitä kautta ehkä oman erityisyyden korostaminen. Oli yllättävää, kuinka osa nuorista korosti erityisesti olevansa luovia ja luovuuden olevan heidän statussymbolinsa ja ominaisuutensa. Bourdieu (1985) näkeekin pääomat usein ihmisten ominaisuuksina, ja tämän vuoksi niiden keräämistä ei aina myönnetä tai tiedosteta. Nuoret näkivät luovuuden hyvänä ja tavoiteltavana

asiana, ja sillä jopa ylpeiltiin. Luovuus ei ole ostettavissa eikä sinänsä kerättävissä, vaan ihminen joko on luova tai ei, ja hän joko korostaa sitä ominaisuuttaan tai ei. Bourdieun mukaan kulttuurinen pääoma koostuu koulutuksesta, taiteellisuudesta ja hyvästä mausta, ja se näyttäytyy ruumiillistuneena eli ihmisen habitukseen sisäistyneinä taitoina, kuten tapana puhua ja toimia.

Uskon luovuuden tavallaan periytyneen kasvatuksen, oman yhteisön ja kaveripiirin kautta, ja se on iso osa ihmisen identiteettiä. On silti olennaista huomata, että tämäkin erityinen pääoman muoto ja statussymboli ei näyttäydy kaikille yhtä arvokkaana, vaan sitä arvostetaan nimenomaan tietyissä piireissä ja ryhmissä. Tämä vahvistaa taas sitä näkemystä, että tärkeää ei ole se, että kuuluu mahdollisimman moniin ryhmittymiin ja statussymboleita arvostetaan universaalisti, vaan että jokin esine tai asia voi olla arvostettu ja tavoittelemisen arvoinen pääoma erityisesti tietyllä kentällä.

Luovuus merkityksellistyi nuorille omana ominaisuutena ja osana identiteettiä, sillä muutama nuori kuvasi omaa itseään sellaiseksi, joka tekee mielellään luovia asioita. Nuoret eivät tarkasti määritelleet luovuutta eivätkä sitä, minkälainen on luova ihminen. Yksi haastateltava kuitenkin mainitsi, että heidän kaveriporukassaan kaikki ovat luovia ja erilaisia ihmisiä, ja he osaavat heittäytyä jonkin verran. Omaa ryhmää siis kuvattiin myös luovaksi. Kuten sosiologinen identiteetikäsitys korostaa, itseä rakennetaan erilaisiin ryhmiin kuulumisen kautta. Se on yksilöllinen kokemus, ja nuoretkin korostavat omaa luovuuttaan ja määrittävät itsensä sen kautta, mutta sosiaalinen ympäristö vaikuttaa siihen.

T: ”Onko ryhmillä sitten jotain tiettyjä piirteitä tai ajatuksia mitkä yhdistää?”

H6: ”No siis kaikki meidän ryhmäs on sellasii erilaisii ihmisii et meidän ryhmäs on tosi paljon sellasii luovii ihmisii”

Tässä alaluvussa identiteetti näyttäytyy muuttuvana ja työstämisen kohteena. Voisiko jopa sanoa, että omaa identiteettiä työstetään tekemällä näitä luovia asioita ja korostamalla sitä, että on luova. Oli mielenkiintoista ja yllättävää huomata, että tällainen ominaisuus ja luonteenpiirre oli arvostuksen ja kadehtimisen kohteena, ja sitä arvostavat halusivat kuulua kyseiseen luovien ryhmään. Myös oma tulevaisuus nähtiin luovuuden alalla, joten kyse ei ole mistään pienestä innostuksen aiheesta.

H2: ”Oon nyt 13 ja täytän 14, no jos mä itteeni kuvaisin ni mä oon sellanen tosi että mä tykkään tehdä kaikkea luovaa, mä tykkään piirtää, mä tykkään kirjottaa, mä rakastan rock musiikkii”

H2: "... mä haluun tehdä jotain luovaa jotain kivaa en mä tiedä ja sit mä haluun asuu Helsingis, sen mä oon päättäny, Helsingis tai Tampereella"

7 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ JA POHDINTAA

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, mitkä ovat nykyajan varhaisnuorten tyttöjen statussymbolit koulun kentällä ja mitkä niistä ovat erityisen tärkeitä. Lisäksi tarkoituksena oli selvittää sitä, mistä tai keneltä varhaisnuoret tytöt ottavat mallia, eli miten jostain tulee statussymboli. Tutkimuksessa painotetaan ja keskitytään enimmäkseen koulun informaaliin tasoon eli nuorten epävirallisiin keskinäisiin suhteisiin, mutta kentäksi tässä tutkimuksessa lasketaan kuitenkin koko koulun kenttä ja siihen liittyvät ja siellä ilmenevät statussymbolit. Statussymboleita hahmotetaan Pierre Bourdieun pääomien ja kentän käsitteiden avulla. Ne kuvastavat hyvin kilpailun kulttuuria ja sitä, kuinka eri kentillä kerätään erilaisia pääomia ja arvostetaan eri asioita.

Tutkimuksen perusteella selvisi, että nuorilla on omia ikävaiheeseensa ja elämäntilanteeseensa liittyviä statussymboleita, jotka mukailevat selkeästi Pierre Bourdieun sosiaalisen, kulttuurisen ja taloudellisen pääoman muotoja. Kaikki statussymbolit toimivat koulun informaalilla tasolla varhaisnuorten vertaissuhteita jäsentämässä, mutta esimerkiksi sosiaalisuuden sekä koulumenestyksen voidaan nähdä liittyvän suoraan myös koulun virallisella tasolla menestymiseen. Symbolisuus läpäisee lähes kaikkia pääoman muotoja, ja se onkin kantava teema läpi tutkimuksen. Olennaista on tunnistaa ja tunnustaa asian tai esineen statusarvo, oli kyseessä sitten mikä tahansa. Niistä tulee nuorille tavoittelemisen arvoisia ja ihailun kohteita, kun niihin liittyy jokin symbolinen merkitys, jonka nimenomaan toiset nuoret tietävät.

Sosiaalinen pääoma näyttäytyi nuorille selkeästi suurimpana ja eniten mainittuna pääoman muotona eli varhaisnuorten statussymbolina. Voidaan siis sanoa, että nuorille tärkeimpiä olivat sosiaalisen pääoman teeman alle sijoittuvat statussymbolit. Näkyminen ja kuuluminen olivat merkkeinä korkeasta statuksesta, ja näkisin sen sitä kautta uskalluksena ja varmuutena omasta asemasta saada ”olla äänessä tai näkyvillä”. Silti opettajilla tuntuu edelleen olevan stereotyyppiset käsitykset tyttöjen ja poikien äänekkyydestä, ja virallisen koulun tasolla tytöiltä odotetaankin rauhallisempaa käyttäytymistä (Tolonen 2001b). Kaikki haastateltavat puhuivat paljon kavereista ja ystäväistä, ja ne ovatkin iso osa nuoren arkea. Vertaissuhteet ovat siis erittäin tärkeitä nuorille, ja niitä arvostetaan ja jopa kerätään. Vertaissuhteet tuovat paljon nuoren elämään, sillä vertaisten kanssa omaksutaan tietoja, taitoja ja asenteita sekä heidän kanssaan koetaan erilaisia asioita. Vertaisten kanssa rakennetaan omaa identiteettiä ja kasvetaan nuorista aikuisiksi.

Yllättävää oli se, kuinka iso merkitys sosiaalisella medially oli nuorten statuksen luomisessa sosiaalisen pääoman näkökulmasta. Sosiaalisessa mediassa kerätyt tykkäykset ja seuraajat olivat nuorille todellinen suosituimmuuden ja korkean statuksen merkki. Sosiaalista mediaa ei sinänsä voi rajata koulun ulkopuoliseksi tai sisäpuoliseksi kentäksi, sillä se on läsnä aina. Toki se liittyy selvästi nuorten informaalin tason toimintaan ja keskinäisiin suhteisiin, mutta kehityksen suunta on selvästi se, että sosiaalisen median kautta yhä enemmän tehdään itsestä suosittu ja iän myötä luodaan jopa uraa. Tässä tapauksessa klikkaus näyttäytyy statussymbolina, ja paljon klikkauksia tarkoittaa näkyvämpää ja merkityksellisempää statussymbolia. Onko tämä vain todettava nykyajan normaaliksi ilmiöksi vai onko aiheesta huolestuttava: ovatko statussymbolit ja kadepittavat asiat yhä epäaidompia ja kauempana todellisesta elämästä?

Erilaisuuden ja samanlaisuuden teemat olivat myös merkittävästi esillä kuvaamassa sitä, miten statusta rakennetaan ja mikä kertoo korkeasta statuksesta. Normaalin ja hyväksyttävän määrittely näytti olevan nuorten mielestä hankalaa, eikä siitä aina ollut selkeää kuvaa. Joskus erilaisuus tuo statusta, joskus taas samanlaisuus. Kaikki riippuu aina siitä, mihin ryhmään nuori haluaa kuulua ja mihin hän kuuluu, ja mitä juuri ne ympärillä olevat ihmiset arvostavat. ”Arvostuspiirejä” voi olla erikokoisia, kuten kaupunki, koulu, luokka, harrastusporukka, pieni kaveriporukka tai parhaat kaverukset. Näyttää siltä, että nuorten on itsekin usein hankala määritellä sitä, miksi joku jää ulkopuolelle, miten ryhmät muodostuvat, miten jostain asiasta tulee suosittu, miten ollaan erilaisia ja erottaudutaan ja millaista on olla oma itsensä. Kiinnostavaa onkin kysyä, että mikä erottaa hyvällä tavalla ja huonolla tavalla erilaisen. Selittäväenä tekijänä voi olla muun muassa oma asenne, kaverit tai oma maine. Tärkeimpänä selittäväenä tekijänä toimii silti mielestäni valta ja jonkinlainen valta-asema, joka antaa käyttäjälleen luvan ja rohkeuden olla erilainen.

Taloudellinen pääoma nuorten statussymbolina näyttäytyi varakkuuden, tavaroiden, ulkonäön ja erityisesti merkkituotteiden kautta. Taloudellista pääomaa on yksinkertaista kerätä ja näyttää, sillä se tarkoittaa nimenomaan ulkoisia asioita ja näkyviä symboleja. Erilaiset kulutustyyli ja ulkoiset piirteet kertovat myös elämäntyylistä, ja sitä kautta nuorten on helppo rakentaa identiteettiään ja ilmaista statustaan sekä omia arvostuksiaan. Yllättävää oli se, kuinka suuressa osassa merkkituotteet ja merkkivaatteet olivat nuorten puheessa ja arjessa. Onkin hyvä kysyä, miksi niitä arvostetaan niin paljon ja miten niistä on tullut nuorten statussymboli. Ne eivät sinänsä kerro suoraan nuoresta paljoakaan, vaan ne kertovat lähinnä vanhempien varakkuudesta ja arvostuksista. Legitiimin maun käsite nousee tässä esiin, sillä on kiinnostava pohtia, mistä tämä merkkivaatteita korostava maku on

saanut alkunsa. Voidaanko tässä puhua varhaisnuorten eliitistä? Oli selvää, että yhä useammat varhaisnuorista käyttävät jo merkkipaateita ja niiden avulla osallistutaan statuskampailuun.

Nuoret tunnistivat myös kulttuurisen pääoman statussymboliksi, ja he puhuivatkin aiheesta selkeästi oman elämänpiirinsä kautta. Koulumenestys, harrastuksissa menestyminen ja luovuus nousivat aineistosta esiin kuvastamaan kulttuurisen pääoman arvostuksen kohteita. Tämä pääoman muoto ei näillä nuorilla ollut vielä erityisen isossa osassa, mutta se tunnistettiin silti. Uskon, että iän kertyessä kulttuurisen pääoman arvostus lisääntyy entisestään. Nyky-yhteiskunnassa on hankala olla yksilöllinen ja erityinen ulkoisten seikkojen ja tavaroiden avulla, sillä luksuksestakin on jo tullut lähes arkea. Uskon kulttuurisen pääoman olevan tulevaisuudessa se pääoman muoto ja statuksen ilmaisin, johon panostetaan ja jota halutaan kerätä enenevässä määrin.

Vaikka harrastuksessa menestyminen ja vapaa-ajalla kavereiden kanssa oleminen eivät sinänsä tapahdu koulun sisällä, koskettaa nuorten toiminta muissa yhteyksissä myös koulussa tapahtuvien statussymboleiden syntyjä sekä erontekoja. Kaikki vaikuttaa siihen, minkälainen asema nuorella on koulussa tai miten hän kokee koulussa olemisen. Koulu on se paikka, jossa muutkin nuoret kuin vain omat kaverit ovat, ja siellä valtapeli koostuu myös koulun ulkopuolella kerätystä pääomasta. Se hyödyttää aseman kohottamista vertaisryhmissä myös koulun kentällä.

Korkea status tarkoittaa tämän tutkimuksen mukaan useimmiten hyvää suosiota ja mainetta, eli suosituilla on korkea status. Maine vaikuttaa siihen, miten tulee kohdelluksi ja millaiseksi oma asema ryhmissä muodostuu. Toisin sanoen lähes kaikkien näiden eri statussymboleiden kerääminen ja omistaminen johtaa suosituimmuuteen joko koko koulussa, omassa kaveripiirissä, harrastuspiirin tasolla tai muualla. Suosituimmuuden voidaan näin ollen nähdä lopulta olevan itsessäänkin statussymboli ja kiteyttävän sen, että sosiaalinen pääoma näyttää olevan nuorille erityisen tärkeä statussymboli. Nuoret eivät aina edes erottaneet tai osanneet mieltää sitä, miksi joku on tai ei ole suosittu, mutta tämän tutkimuksen tuloksiksi saadut erilaiset statussymbolit näyttävät johtavan usein suosituimmuuteen. Tätä todistavat monet nuorten kommentit, joissa kiteytyy suosittuna olemisen moninaisuus.

H1: ”suosittu on semmone sosiaalinen ja et oikeesti saa äänes kuuluviin jos haluu ja sit semmonen just et jos on jotai hienoo tavaraa tai semmost, jotai merkkii, ni semmonen, ja sit semmonen et on ihan hyvä koulussaki, en mä ny tarkota et sais aina kympepi mut ettei mitää kutost ja seiskaa aina saa, ja sit semmonen ei-suosittu on et ei saa ääntäs kuuluviin vaan on ihan hiljaa ja sit sillai ettei oikeestaa ikinä mitää uutta vaatetta, tai sillai vaik ei sil tietty mitää voi jos on sillai, mut nii sit se vaa on sillai”

Selvää on silti se, että suosio tuo valtaa. Tätä ajatusta esitteli myös Bourdieu, jonka mukaan kentillä pelataan peliä pääomista, ja eniten kullakin kentällä arvostettavaa pääomaa kerännyt voittaa. Yhteiskunnan valtarakenteita uusinnetaan Bourdieun (1986) mukaan juuri symbolisen pääoman avulla, koska sen määrittämää valtaa ei kyseenalaisteta. Myös Mihaly Csikszentmihalyi ja Eugene Rochberg-Halton (1981) määrittelevät statuksen olevan vallan muoto, joka koostuu muiden ihmisten kunnioituksesta, huomioimisesta sekä kateellisuudesta. Ne, joilla on korkea status, määrittävät tavoiteltavat asiat. Asia ei silti ole suoraan mustavalkoisesti näin, sillä kaikki arvostavat erilaisia asioita. Tästä tutkimuksesta kävi kuitenkin ilmi, että suosituilla nuorilla on selkeästi enemmän valtaa määritellä asioita ja toimia tietyllä tavalla. Ilmiö näkyy myös siten, että nuoret matkivat erilaisia ja mahdollisimman monia statussymboleita omaavia henkilöitä, ja pyrkivät näin siihen, että itsestään tulee samanlainen ja suosittu. Kiinnostavaa oli kuitenkin se, että nuoret tiesivät ne henkilöt, jotka olivat suosittuja ja tunnettuja, mutta eivät osanneet aina selittää sitä, miksi jotkut olivat suosittuja. Tätä kuvasi eräs haastateltava hyvin kuvatessaan suosituimpien pääseen jotenkin sinne ”pyramidin huipulle”, mutta ei tiennyt tarkalleen, että miten he ovat sinne päässeet. Maineen ja ominaisuuksien tarttumisen oli yleinen ajatus nuorilla, ja uskon tämän kumpuavan osaksi siitä, että nuoren identiteetti on vasta kehittymässä ja hän haluaa luoda siitä arvostettavan ja hyväksyttävän matkimalla toisia.

Nuorille ei siis ollut itselleenkään aina selvää, miten jostain asiasta tai esineestä tulee statussymboli eli mistä he ottavat mallia. He puhuivat lähinnä siitä, kuinka kaikki yksinkertaisesti pitävät jotain asiaa hienona tai tavoittelemisen arvoisena, tai joku vain tuo uuden esineen tai asian esille, ja sitten kaikki alkavat matkia sitä. Statussymbolin syntyminen näyttää haastattelujen perusteella tapahtuvan kuitenkin pääsääntöisesti harvinaisuuden, iän tai kalleuden mukaan, kuten Csikszentmihalyi ja Rochberg-Halton määrittelevät. Jo suosittuun asemaan saavuttaneella nuorella on enemmän valtaa, ja hänellä on valtaa määritellä myös statussymbolit. On eri asia, uskaltaako kukaan aktiivisesti vastustaa tätä valtaa. Nuoret pitivät statussymbolien arvoa faktana, vaikka itse eivät juuri kyseistä statussymbolia tavoitelleetkaan.

Statussymboliksi tuleminen ja se, että mistä otetaan mallia, näyttää myös liittyvän tiiviisti suosittuna olemiseen. Suosittuja matkitaan, koska heillä on valtaa. Matkimisen toivotaan usein johtavan siihen, että itsestään tulee suosittu. Moni haastateltava esimerkiksi tunnisti, että koulussa on henkilöitä, joita matkitaan. He eivät kuitenkaan aina osanneet määritellä, että miksi tiettyjä henkilöitä matkitaan. Uskon, että ei ole yhdentekevää, kuka koulun oppilaista tuo jonkin uuden asian kouluun ja että sitä aletaan matkia. Kyse on nimenomaan siitä, että ”niistä kauniista ja suosituista” otetaan

mallia. On luonnollista matkia omaa ihailun kohdetta, kuka se sitten onkaan. Nuorten kohdalla korostui kuitenkin ajatus siitä, että juuri suosittuja ihailtaan. Ilmiö on kuitenkin osin ristiriidassa omana itsenä olemisen -korostamisen kanssa.

Tämän tutkimuksen tulokset olivat yhteneviä Salmivallin (2005) tutkimuksen sosiometrisen statuksen osalta. Nuorten status ei ole kaksijakoinen, vaan suosio ja epäsuosio vaativat aina jonkinasteista huomiointia. Tämän tutkimuksen nuoret kuvasivat sujuvasti sitä, kuinka jollain ei ole suosiota lainkaan. Ei siis voi olla epäsuosittukaan, jos henkilöä ei tunnisteta tai noteerata lainkaan. Tunnistin selvästi ne nuoret, joita pidettiin suosittuina, mutta kuvaukset eivät aina olleet silti kovin positiivisia. Ilmiötä voidaan kuvata myös negatiiviseksi suosioksi. Salmivallin määrittelemä keskimääräinen asema ei erityisesti näkynyt tässä tutkimuksessa, mutta uskon sen johtuneen siitä, että niin sanotuista tavallisista henkilöistä ei niin helposti edes puhuta. Jatkuvasti tehtävä statustyö osoittautui siis merkittäväksi nuorten toiminnassa ja vertaissuhteissa. Huukin (2010) tulokset osuvasti kiteyttävät, että statusta on pidettävä kokoajan yllä statustyötä tekemällä. Tämän tutkimuksen tytöt kertoivat paljon siitä, kuinka maineesta on pidettävä kiinni, ettei sitä menetä. Oma statusasema voi myös laskea itsensä nolaamisen kautta. Käyttäytymisnormit ovat tarkkoja sen suhteen, kuinka statusta ylläpidetään ja miten sen voi vääränlaisella käyttäytymisellä menettää.

Nuoret tiesivät suosiopelin säännöt, jotka ovat koulumaailmassa hieman omanlaisensa. On noudatettava koulun virallisia sääntöjä menestyäkseen koulun virallisella tasolla, mutta ehkä vielä tärkeämpää on tuntea informaalin tason sosiaaliset säännöt. Niiden tunteminen auttaa menestymään ja tulemaan suosituksi. Vain tiedon avulla voi tietoisesti kerätä niitä pääomia, jotka tekevät suosituksi ja nostavat statusta. Kiinnostavaa olikin, että kaikki nuoret tuntuivat tietävän pelin säännöt ja sen, minkälaisia suositut ovat, mutta eivät itse aktiivisesti hakeutuneet suosituksi. Habitus ja kotoa perityt ja saadut pääomat luultavasti määrittävät sen, ketkä haluavat tai pikemminkin uskaltavat lähteä suosituimmuspeliin mukaan. Tutkimus osoittaa hyvin, että nuorten tyttöjen välillä on kilpailua monista eri asioista. Kilpailemisen aiheet ja kohteet tulevat kuitenkin varmasti muuttumaan jonkin verran aikuistuttaessa.

Siisiäisen (2005) mukaan sosiaalinen pääoma tehostaa kulttuurisen ja taloudellisen pääoman vaikutusta. Sosiaalisen pääoman hallinta voi siis selittää sen, miksi samanarvoisen kulttuurisen tai taloudellisen pääoman omistuksella voi olla hyvin erilaisia vaikutuksia eri ihmisten kesken. Tässä tutkimuksessa tuli kiinnostavasti esille, että pääomat kerryttävät toisiaan ja että pääomat näin ollen kasaantuvat tietyille henkilöille. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että suosituilla nuorella on rahaa, sitä

kautta merkkivaatteita ja myös kavereita. Hänellä saattaa lisäksi olla matkusteleva perhe, tavoite menestyä sekä sosiaalinen luonne. Kysymys kuuluukin, määrittelevätkö nämä ”pyramidin huipulla” olevat nuoret suosituimmuuden rajat. Mistä valta lopulta tulee? Harrastuksen kentällä puolestaan tärkeämpää on lajin tai taidon osaaminen ja siihen kohdistuva kiinnostus. Siellä kerätään kulttuurista pääomaa eli tietoa ja taitoa harrastuksesta. Samalla sosiaalinen pääoma usein lisääntyy.

Nuoret rakentavat identiteettiään vertailun ja sosiaalisten suhteiden kautta. Perheellä ja taustalla on suuri merkitys nuoren identiteetin muodostuksessa ja siinä, minkälaista pääomaa nuori lähtee keräämään ja tavoittelemaan. Kotoa saadut arvostukset ja pääomat määrittävät sen, minkälaiset lähtökohdat nuorella on lähteä pelaamaan suosipeliä kentällä, ja minne kentille hän ylipäätään hakeutuu. Nuorten kotoa saatujen pääomien vaikutus erilaisissa kilpailuissa menestymiseen syntyi arviointina nuorten kertoessa vanhempiensa ammateista ja jonkin verran siitä, mitä perheen kesken tehdään. Vaikka nuori ei ole menestynyt koulun kentällä eli ei ole suosittu tai erityisen loistava koulussa, niin hän voi olla menestynyt ja tyytyväinen jollain toisella kentällä, kuten harrastuksessa tai toisten kaverien kanssa vapaa-ajalla. Ulkopuolisuuden ja sisäpuolisuuden positiot vaihtelevat tilanteesta ja kentästä riippuen, ja nuori voi olla samaan aikaan ulkopuolinen tietyssä ryhmässä ja sisäpuolinen toisessa (Korkiamäki 2014). Koulun kenttä on iso ja tärkeä osa nuoren arkea, mutta näyttää siltä, että se ei kokonaan määrittele sitä, minkälainen status nuorella on muussa elämässään. Kaikki eivät hakeneet arvostusta ja suosiota koko koulun kentällä, vaan oli olennaisempaa, että oli hyvä asema omassa piirissä, oli se sitten iso tai pieni.

Kuten analyysistä käy ilmi, nuorten mielipiteet ja ajatukset ovat monessa asiassa ristiriitaisia, ja he ikään kuin ”puhuvat itsensä pussiin”. Monessa asiassa nuoret jättivät itsensä asian ulkopuolelle, ja puhuivat aina ”niistä toisista”. Nuoret eivät joko tunnistanee omia tekemisiään asian suhteen, tai sitten eivät halunneet myöntää toimivansa samalla tavalla. Vaikutti myös siltä, että yleinen mielipide ja oma mielipide menevät helposti sekaisin, ja nuorille on itselleenkin epäselvää, miten heidän kuuluu ajatella ja toimia. Haastatteluissa yleinen tilanne oli sellainen, että nuori saattoi sanoa ajattelevansa tietyllä tavalla, minkä tulkitsin usein yleiseksi mielipiteeksi, ja sitten heti seuraavassa lauseessa he kertovat toimivansa kuitenkin toisella tavalla. Tämän toimintatavan tulkitsin omaksi mielipiteeksi. Ristiriitaisia vastauksia tuli muissakin asiayhteyksissä, ja ne voivat johtua monesta asiasta. Saattaa olla, että nuoret eivät yksinkertaisesti tiedä asiaan vastausta tai heillä ei ole siitä kokemusta. Toinen vaihtoehto on, että heillä ei ole asiasta muodostettuna loogista mielipidettä. Nuori voi myös olla epävarma mielipiteestään, ja näin ollen puhuu ristiriitaisesti. Kolmas vaihtoehto on, että kysymys tai asia itsessään on luonteeltaan monimerkityksinen, joten siihen on

hankala antaa selkeää vastausta. Mielestäni todennäköisin syy useisiin ristiriitaisiin vastauksiin on kuitenkin se, että oma mielipide ja yleinen ryhmämielipide menevät sekaisin, eikä nuori ole vielä itsekään päättänyt, mitä mieltä hän oikeastaan on.

Varhaisnuoret osoittautuivat tutkijan näkökulmasta erittäin kiinnostavaksi ikäryhmäksi, sillä heidän elämänsä murrosvaihe oli hyvin havaittavissa muun muassa yläkouluun siirtymisen ja aikuistumisen kynnykselle siirtymisen näkökulmista. Yläkouluun siirtyminen näytti olevan nuorille pikemminkin hyvä kuin huono asia, sillä moni mainitsi uusien kavereiden ja opettajien olevan positiivinen muutos alakouluun verrattuna. Osa nuorista myös kertoi oman maineensa parantuneen yläkouluun siirryttäessä, ja että he ovat saaneet paljon uusia kavereita. Yläkouluun siirtyminen siis muuttaa nuoren statusta. Myös vapaampi opiskelu nähtiin hyvänä asiana. Toki muutama oli myös sitä mieltä, että yläkoulussa on hankalampaa vaikeampien oppiainesisältöjen vuoksi, ja että koulumatkat ovat pitkiä. Silti lähes kaikki mainitsivat, että on ollut mukavaa siirtyä yläkouluun ja että moni asia on nyt paremmin. Vaikka uskon kilpailua olevan iän karttuessa usein yhä enemmän, ei tämä näyttäytynyt analyysini pohjalta negatiivisena asiana yläkouluun siirtymisen yhteydessä.

Tutkimuksen pohjalta aloin pohtia, kuinka nykynuorten statussymbolit ja kadehdittavat asiat heijastelevat nyky-yhteiskunnan arvostuksia ja ilmiöitä. Kaikki ovat aikansa lapsia ja elävät sitä aikaa, joka on käsillä. Aloin silti pohtia, että eroavatko nykynuoren ajatukset pohjimmiltaan omista yläkouluajoistani merkittävästi? Eroavatko ne vanhempieni yläkouluajoista? Maailman muuttuessa statuksen näyttämisen konkreettiset välineet ja kanavat ovat vaihtuneet, mutta statuksen ydin pysyy kuitenkin lähes samana. Pystyin siis samaistumaan moniin nykynuorten kertomiin tilanteisiin ja muistamaan sen, mitä itse arvostin ja kadehdin nuorena. Erot eivät pohjimmiltaan ole kovinkaan suuret. Ennakko-oletuksena oli, että nykyään on paljon kilpailua jokaisella elämän osa-alueille. Kenties on liioiteltua väittää, että kilpailua on nyt enemmän kuin kymmenen tai kaksikymmentä vuotta sitten. Kuitenkin yhteiskunta on muuttunut niin, että yhä nuoremmille markkinoidaan erilaisia kulutustuotteita ja pelkkä koulussa menestyminen ja korkea tutkinto eivät takaa vakaata tulevaisuutta. Kilpailemisen välineet ovat lisääntyneet eli tarjonta on kasvanut, ja erilaisia erottautumisen välineitä on yhä enemmän. Nuorten elämään liittyy lähes aina ajasta riippumatta samoja piirteitä, mutta uskon, että nuoret ovat nykyään joutuneet yhä enemmän osallitumaan kilpailun kulttuuriin.

Uskon juuri tämän yläkoulun kulttuurin vaikuttaneen nuorten vastauksiin ja siihen, mikä juuri näissä vertaisryhmissä nähdään statussymboleiksi. Tulokset luultavasti vaihtelevat osin koulusta ja haastateltavista riippuen, sillä kaikki eivät arvosta ja tavoittele samoja asioita. Selvää on kuitenkin se, että varhaisnuorten statussymbolit ovat moninaisia ja suurelta osin kaikki nuoret painottivat samantyyllisiä asioita. Yhteenvetona voisi todeta, että erilaisten statussymbolien keräämisellä nuoret pyrkivät usein saavuttamaan hyvän suosion. Olennaista ei ole suosio mahdollisimman monissa ryhmissä ja koko koulun kentällä, vaan usein riittää, että nuorella on hyvä suosio ja hän tulee hyväksytyksi omassa kaveripiirissä. Tärkein statussymbolien teema nuorille oli sosiaalinen pääoma, jota kulttuurinen- ja taloudellinen pääoma suureksi osaksi kerryttivät.

7.1 Jatkotutkimuskysymyksiä

Tämän tutkimuksen pohjalta syntyi muutamia ideoita siitä, miten ja mistä näkökulmista aihetta voisi tutkia lisää. Tämä tutkimus keskittyi nimenomaan tyttöjen statussymbolien tutkimiseen, joten olisi kiinnostavaa tehdä samantyylinen tutkimus poikien statussymboleista, ja mahdollisesti jopa verrata näitä kahta keskenään. Lisäksi statussymboleita voisi tutkia rajatusti muualla kuin koulun kentällä, esimerkiksi tietyn harrastuksen piirissä. Siinä voisi erityisesti keskittyä vielä Bourdieun habituksen käsitteeseen ja siihen, onko habitus ohjannut tietyn harrastuksen pariin ja onko harrastajien habituksissa jotain yhteneviä piirteitä. Statussymbolien ja habituksen yhteyttä tulisi myös tutkia tarkemmin. Onko ihmisillä lopulta omaa tahtoa vai ovatko kaikki ajatukset ja mielipiteet habitukseen sisäistyneitä ”luokkamielipiteitä”. Mistä tämä yleinen tahto oikeastaan tulee?

Kilpailun kannalta jatkotutkimusta voisi tehdä siitä, miten koulu on osaltaan mukana luomassa kilpailua ja eroja nuorten elämän eri osa-alueilla. Menestyminen on laaja-alainen tavoite koulun virallisen kentän piirissä, ja osa-alueita on monia liikunnasta ryhmätöihin ja matematiikkaan. Menestymisen ja tavallaan sosiaalisuuden paine liittyvät yleiseen koulumenestykseen, mutta nämä vaatimukset voivat vaikuttaa laajemminkin siihen, mitä nuorilta odotetaan ja minkä oletetaan olevan tavoiteltavaa. Bourdieun teoriaa voi hyvin hyödyntää laajemminkin nuorten tutkimisessa.

Tyttöjen toimimista koulun kentällä voisi tutkia Erving Goffmanin (1959) itsensä esittämisen ja näyttämön käsitteiden keinoin. Näin voidaan saada lisää tietoa siitä, miten tytöt tarkalleen ottaen rakentavat omaa statustaan ja ylipäätään näyttävät sen, minkälaisia ovat tai haluaisivat olla. Koulu on omanlaisensa näyttämö, joka toimii hyvänä toimintaympäristönä nuorten tutkimisessa. Olisi myös kiinnostavaa ja antoisaa kerätä aineistoa tarinoiden ja kirjoitusten muodossa, ja analysoida näitä tekstejä narratiivisin ottein.

8 LÄHTEET

Aapola, S. & Kaarninen, M. (toim.) (2003) Nuoruuden vuosisata. Suomalaisen nuorison historia. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura.

Aapola, S. (2003a) Murrosiän lyhyt historia Suomessa. Teoksessa Aapola, S. & Kaarninen, M. (toim.) (2003) Nuoruuden vuosisata. Suomalaisen nuorison historia. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura, 87–105.

Aapola, S. (1992) Helsinkiläistyttöjen ystävyysuhteet. Ihanteina itsenäisyys, läheisyys ja monipuolisuus. Teoksessa Näre, A. & Lähteenmaa, J. (toim.) (1992) Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura, 83–102.

Aapola, S. (2003b) Peruskoulun ikäjärjestyksistä: esimerkkinä murrosikä. Teoksessa Lahelma, E. & Gordon, T. (toim.) (2003) Koulun arkea tutkimassa. Yläasteen erot ja erilaisuudet. Helsinki: Helsingin kaupungin opetusviraston julkaisusarja A1:2002, 108–114.

Alanen, L. (2007) Lasten ja aikuisten kentät. Teoksessa Alanen, L. & Salminen, V-M. & Siisiäinen, M. (toim.) (2007) Sosiaalinen pääoma ja paikalliset kentät. Koulutuksen tutkimuslaitos, Jyväskylän yliopisto, 103–123.

Alasuutari, P. (1994) Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Autio, M. (2004) Pimulook tyttöjen pukeutumisessa. Teoksessa Anttila, A. (toim.) (2004) Lapsuuden muuttuva maisema. Puheenvuoroja kulutuskulttuurin seksuaalisoinnin vaikutuksista. Helsinki: STAKES, Raportteja 284, 32–39.

Autio, M. (2006a) Kuluttajuuden rakentuminen nuorten kertomuksissa. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Autio, M. (2006b) Legoista Leviksiin – kuluttajaksi kasvun aakkoset. Teoksessa Lehtimäki, H. & Suoranta, J. (toim.) (2006) Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Finn Lectura, 13–26.

Bar-Tal, D. (1998) Group Beliefs as an Expression of Social Identity. Teoksessa S. Worchel, D. Paez & J-C. Deschamps (toim.) Social identity. International perspectives. London: SAGE Publications, 93-113

Bourdieu, P. (1985) Sosiologian kysymyksiä. Tampere: Vastapaino.

Bourdieu, P. (1986) The forms of capital. Teoksessa Richardson, John G. (ed.): Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Greenwood Press, New York, s. 241-258

Bourdieu, P. & Passeron, J-C. (1997) Reproduction in education, society and culture. Lontoo: Sage.

- Bourdieu, P. & Wacquant, L. J.D. (1995) *Refleksiiviseen sosiologiaan*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Csikszentmihalyi, M & Rochbetg-Halton, E. (1981) *The meaning of things. Domestic symbols and the self*. Cambridge University Press.
- Ekola, T. (1992) *Kleptomania – tyttöjen kapinaa*. Teoksessa Näre, A. & Lähteenmaa, J. (toim.) (1992) *Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa*. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura, 171–182.
- Ernamo, L. (2013) *Brändien merkitykset lapsille. Pro gradu –tutkielma, Maatalous- metsätieteellinen tiedekunta, Taloustieteen laitos, Helsingin yliopisto*.
- Förnäs, J. (1998) *Kulttuuriteoria*. Tampere: Vastapaino.
- Galton, M. (2009) *Moving to secondary school: initial encounters and their effects*. *Perspectives on Education* 2. Primary-secondary Transfer in Science, 2009:5–21.
- Gordon, T. & Lahelma, E. (1992) *Tyttöjen toiseus opetuksessa ja koulutuksessa*. Teoksessa Näre, A. & Lähteenmaa, J. (toim.) (1992) *Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa*. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura, 314–327.
- Gordon, T. (2003) *Aika-tila-polut fyysisessä koulussa*. Teoksessa Lahelma, E. & Gordon, T. (toim.) (2003) *Koulun arkea tutkimassa. Yläasteen erot ja erilaisuudet*. Helsinki: Helsingin kaupungin opetusviraston julkaisusarja A1:2002, 59–73.
- Gordon, T. & Lahelma, E. (2003) *Vuorovaikutus ja ihmissuhteet informaalisissa koulussa*. Teoksessa Lahelma, E. & Gordon, T. (toim.) (2003) *Koulun arkea tutkimassa. Yläasteen erot ja erilaisuudet*. Helsinki: Helsingin kaupungin opetusviraston julkaisusarja A1:2002, 42–58.
- Goffman, E. (1951) *Symbols of class status*. *The British Journal of Sociology*. Vol. 2 No. 4, 294–304.
- Goffman, E. (1959) *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. (2009) *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2000) *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hoikkala, T. & Paju, P. (2013) *Apina pulpetissa. Ysiluokan yhteisöllisyys*. Helsinki: Gaudeamus.
- Huuki, T. (2010) *Koulupoikien statustyö väkivallan ja välittämisen valokiilassa*. Väitöskirja, kasvatustiede, Oulun yliopisto.

Hyvärinen, R. & Riitaoja, A-L. Särkelä, E. (2014) Peruskoulu samuuden, erilaisuuden ja toiseuden kokemuksen tilana. Teoksessa Gissler, M. & Kekkonen, M. & Känkänen, P. & Muranen, P. & Wrede-Jäntti, M. (toim.) (2014) Nuoruus toisin sanoen. Nuorten elinolot vuosikirja 2014. THL, 63–72.

Hyvönen, K. & Junto, A. & Laaksonen, P. & Timonen, P. (toim.) (2000) Hyvää elämää. 90 vuotta suomalaista kuluttajatutkimusta. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

Ilmonen, K. (2007) Johan on markkinat. Tampere: Vastapaino.

Joas, H. & Knöbl, W. (2013) Social Theory. Twenty introductory lectures. Cambridge University press.

Kangas, S. (2002) Tytöt bittien ja pikselien maailmassa. Teoksessa Aaltonen, S. & Honkatukia, P. (toim.) (2002) Tulkintoja tytöistä. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 21–41.

Ketokivi, K. (2004) Pidentynyt nuoruus ja perheen perustaminen. Individualistisen elämänorientaation jäljillä. Sosiologia 2/2004, 94–107.

Kiilakoski, T. (2012) Koulu nuorten näkemänä ja kokemana. Tilannekatsaus – Marraskuu 2012. Opetushallitus.

Kivitalo, M. (2007) Habitus muuttoliikkeessä. Teoksessa Alanen, L. & Salminen, V-M. & Siisiäinen, M. (toim.) (2007) Sosiaalinen pääoma ja paikalliset kentät. Koulutuksen tutkimuslaitos, Jyväskylän yliopisto, 181–209.

Korkiamäki, R. (2014) ”Jos mä nyt voisin saada ystäviä” –Ulkopuolisuus vertaissuhteissa nuorten kokemana. Teoksessa Gissler, M. & Kekkonen, M. & Känkänen, P. & Muranen, P. & Wrede-Jäntti, M. (toim.) (2014) Nuoruus toisin sanoen. Nuorten elinolot vuosikirja 2014. THL, 38–50.

Korkiamäki, R. (2013) Kaveria ei jätetä! Sosiaalinen pääoma nuorten vertaissuhteissa. Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, julkaisuja 137.

Kulmalainen, T. (2014) Symbolinen väkivalta virallisen ja epävirallisen koulun rakenteissa. Etnografinen analyysi sosiaalisesta kiusaamisesta ja tyttöjen kaverisuosiosta yläkoulussa. Sosiologia 51(3), 225–241.

Kuusela, U. (2013) Merkillisiä merkityksiä. Brändit sosiaalisen todellisuuden rakentajina seitsemäsluokkalaisten teksteissä. Pro gradu – tutkielma, kasvatustiede, Lapin yliopisto.

Käyhkö, M. (2011) Koulu tyttö tutkimuksen näyttämönä. Teoksessa Ojanen, K. & Mulari, H. & Aaltonen, S. (toim.) (2011) Entäs tytöt. Johdatus tyttö tutkimukseen. Tampere: Vastapaino, 89–134.

Lahelma, E. & Gordon, T. (toim.) (2003) Koulun arkea tutkimassa. Yläasteen erot ja erilaisuudet. Helsinki: Helsingin kaupungin opetusviraston julkaisusarja A1:2002.

Lehtimäki, H. & Suoranta, J. (2006a) Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Oy Finn Lectura ab.

Lehtimäki, H. & Suoranta, J. (2006b) Lapset ja nuoret – kuluttamisen erityisasiantuntijat? Kasvatus 37(5), 491–495.

Lehtinen, A-R. & Vuorisalo, M. (2007) Lasten sosiaalinen pääoma – mittaamisen kokemuksia ja haasteita. Teoksessa Alanen, L. & Salminen, V-M. & Siisiäinen, M. (toim.) (2007) Sosiaalinen pääoma ja paikalliset kentät. Koulutuksen tutkimuslaitos, Jyväskylän yliopisto, 211–247.

Lehtonen, H. (1990) Yhteisö. Tampere: Vastapaino.

Lehtonen, J. (2003) Seksuaalisuus ja sukupuoli koulussa. Helsinki: Nuorisotutkimusseura.

Leskinen, H. & Soronen, H. Sosiaaliset distinktiot – Bourdieun makuteoria. http://www.cs.tut.fi/~ihtesem/s2006/teoriat/esitykset/Raportti_Leskinen_Soronen_141106.pdf. Artikkel. Luettu 17.2.2014.

Loikkanen, K. & Tiira, A-M. (2006) Valintalandidian lapset. Pro gradu –tutkielma, kasvatustiede, Tampereen yliopisto.

Lähteenmaa, J. (1992) Tytöt jännitystä etsimässä. Sukkulointia ja irrotteltua. Teoksessa Näre, A. & Lähteenmaa, J. (toim.) (1992) Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura, 155-170.

Mattila, P. (2002) Elämän merkit. Tutkielma merkkituotteiden sosiaalisista tehtävistä. Pro gradu – tutkielma, sosiologia, Helsingin yliopisto.

Mattila, P. (2006) Ero ja liitto – brändien yhteisölliset tehtävät. Teoksessa Lehtimäki, H. & Suoranta, J. (toim.) (2006) Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Finn Lectura, 44–60.

Mustonen, A. & Rönkä A. & Uotinen, V. (1992) Elämisen malleja, rakkautta ja ihanteita. Lukeminen tyttöjen minäkuvan jäsentäjänä. Teoksessa Näre, A. & Lähteenmaa, J. (toim.) (1992) Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura, 236–245.

Mäkelä, J. (2000) Pierre Bourdieu –erottautumisen teoreetikko. Teoksessa Heiskala, R. (toim.) (2000) Sosiologisen teorian nykysuuntauksia. Helsinki: Gaudeamus, 243–269.

Mäki-Kulmala, A. (1994) Aikuistumisen vaikeus. Teoksessa Voudinmäki, K. (toim.) (1994) Tulla joksikin. Helsinki: WSOY, 119–142.

Nurmi, J-E. (1995) Nuoruusiän kehitys: etsintää, valintoja ja noidankehiä. Teoksessa Lyytinen, P. & Korkiakangas, M. & Lyytinen, H. (toim.) (1995) Näkökulmia kehityspsykologiaan. Kehitys kontekstissaan. Helsinki: WSOY, 256–274.

Näre, S. & Lähteenmaa, J. (toim.) (1992) Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura.

Näre, S. & Lähteenmaa, J. (1992) Yhteenveto. Moderni suomalainen tyttöys: altruismista individualismia. Näre, S. & Lähteenmaa, J. (toim.) (1992) Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura.

Ollikainen, T. (2011) Suosiopelejä yläkoulun informaalin kulttuurin kentällä – tyttöjen kamppailua mukaanpääsystä. Kasvatus 42(5), 468–479.

Opetushallituksen [www-sivut.](http://www.oph.fi/ajankohtaista/spektrilehti/2012_2/102/0/tukea_ylakouluun_siirtyville_seiskoille) Luettu 19.3.2014.
http://www.oph.fi/ajankohtaista/spektrilehti/2012_2/102/0/tukea_ylakouluun_siirtyville_seiskoille

Paumo, M. (2012) Paljon puhetta pissiksistä – tyttöys määrittelykysymyksenä. Teoksessa Salasuo, M. & Poikolainen, J. & Komonen, P. (toim.) (2012) Katukulttuuri. Nuorisoesiintymiä 2000-luvun Suomessa. Nuorisotutkimusverkosto. Nuorisotutkimusseura Julkaisuja 124, Helsinki.

Partanen, J. & Lahikainen, A. (2008) Lasten markkinat. Teoksessa Lahikainen, A. & Punamäki, R-L. & Tamminen, T. (2008) Kulttuuri lapsen kasvattajana. Helsinki: WSOY, 60–79.

Purhonen, S. & Gronow, J. & Heikkilä, R. & Kahma, N. & Rahkonen, K. & Toikka, A. (2014) Suomalainen maku. Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen. Helsinki: WSOY.

Puuronen, V. (2006) Nuorisotutkimus. Tampere: Vastapaino.

Raitanen, M. (2001) Aikuistuminen. Uusi vaihe elämässä vai elämä vaiheessa? Teoksessa Sankari, A. & Jyrkämä, J. (toim.) (2001) Lapsuudesta vanhuuteen. Iän sosiologiaa. Tampere: Vastapaino, 187–224.

Rautio, P. (2006) Historiallista johdattelua minä- ja identiteettitutkimukseen. Teoksessa Rautio, P. & Saastamoinen, M. (toim.) (2006) Minuus ja identiteetti. Tampere: Vastapaino, 11–22.

Roos, J-P. Taistelusta yhteistoimintaan. Pierre Bourdieu hyvinvointivaltion puolustajana. <http://www.mv.helsinki.fi/home/jproos/Bourdieuin%20sosiaalipolitiikka.pdf>. Artikkelit. Luettu 17.2.2014

Ruckenstein, M. & Kallinen, T. (2009) Rahan kulttuuri. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Ruohonen, S. (2001) Nuorten pukeutuminen: erottautumista, elämyksiä, harkintaa. Joensuu: Joensuu University Press.

Ruuskanen, P. (2007) Sosiaalisella pääomalla selittäminen. Teoksessa Alanen, L. & Salminen, V-M. & Siisiäinen, M. (toim.) (2007) Sosiaalinen pääoma ja paikalliset kentät. Koulutuksen tutkimuslaitos, Jyväskylän yliopisto, 11–38.

Räsänen, P. (2000) Kulutus, postmodernismi ja elämäntapa. Teoksessa Hyvönen, K. & Juntto, A. & Laaksonen, P. & Timonen, P. (toim.) (2000) Hyvää elämää. 90 vuotta suomalaista kuluttajatutkimusta. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus, 82–92.

Saarinen, H. (2001) Nuoruus ja hulluus, vanhuus ja viisaus? Tutkimus nuorten kulutuskäyttäytymisestä ja velkaantumisesta. Helsinki: Stakes.

Saari, H. (2010) Itsensä esittäminen Facebookissa: eri-ikäisten käyttäjien käsitykset ja kokemukset verkostopalvelussa esiintymisestä. Pro gradu –tutkielma, Tampereen yliopisto, informaatiotutkimuksen ja interaktiivisen median laitos.

Saaristo, K. & Jokinen, K. (2004) Sosiologia. Helsinki: WSOY.

Saastamoinen, M. (2006) Minuus ja identiteetti tutkimuksen haasteina. Teoksessa Rautio, P. & Saastamoinen, S. (toim.) (2006) Minuus ja identiteetti. Tampere: Vastapaino, 170–180.

Salmivalli, C. (2005) Kaverien kanssa. Vertaissuhteet ja sosiaalinen kehitys. Jyväskylä: PS-Kustannus, Opetus 2000.

Savolainen, H-K. (2011) Kuudennelle luokalle yläkouluun - oppilaiden ennakkokäsityksiä ja kokemuksia. Pro gradu –tutkielma, Jyväskylän yliopisto.

Siisiäinen, M. (2005) Pääoman lajien muuntumissäännöt. Teoksessa Jokivuori, P. (toim.) (2005) Sosiaalisen pääoman kentät. Jyväskylä: Minerva Kustannus Oy, 89–102.

Tarmo, M. (1992) ”Työt ne mutisee mekkoonsa” Opettajien käsityksiä tytöistä. Teoksessa Näre, A. & Lähteenmaa, J. (toim.) (1992) Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura, 284–300.

Toivonen, T. & Räsänen, P. (2004) Kulutus ja elämäntapa. Teoksessa Kantola, I. & Koskinen, K. & Räsänen, P. (toim.) (2004) Sosiologisia karttalehtiä. Tampere: Vastapaino, 233–248

Tolonen, T. (2001a) Nuorten kulttuurit koulussa. Ääni, tila ja sukupuolten arkiset järjestykset. Helsinki: Gaudeamus.

Tolonen, T. (2001b) Tyttöjen käsityksiä ihannenaiveudesta. Teoksessa Puuronen, A. & Välimaa, R. (toim.) (2001) Nuori ruumis. Helsinki: Gaudeamus, 73–88.

Tolonen, T. (2002) Poikien nahistelut ja sosiaaliset järjestykset. Teoksessa Lahelma, E. & Gordon, T. (toim.) (2002) Koulun arkea tutkimassa. Yläasteen erot ja erilaisuudet. Helsinki: Helsingin kaupungin opetusviraston julkaisusarja A1:2002, 98–107.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009) Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta. <http://www.tenk.fi>

Uusitalo-Malmivaara, L. (2012) Porin yhdeksäsluokkalaisten onnellisuus 2012. Tutkimus.

Wexler, P. (1992) Becoming somebody. Toward a social psychology of school. London and New York: Routledge Falmer, Taylor & Francis group.

Wilska, T-A. (2004) Lapset kuluttajina ja markkinoinnin kohderyhmänä. Teoksessa Anttila, A. (2004) Lapsuuden muuttuva maisema. Puheenvuoroja kulutuskulttuurin seksuaalisoinnin vaikutuksista. STAKES, 17–31.

Wilska, T-A. (2005) Nuoret kuluttajat – samanlaisia vai erilaisia? Teoksessa Wilska, T-A. (toim.) Erilaiset ja samanlaiset. Nuorisobarometri 2005. Helsinki: Nuorisotutkimusseura, 66–81.

Wilska, T-A. (2006) Teknopoijat ja tyylitytöt. Sukupuoli lasten ja nuorten kulutuksen määrittäjänä. Teoksessa Lehtimäki, H. & Suoranta, J. (toim.) (2006) Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Finn Lectura, 27–43.

Worchel, S. (1998) A developmental view of the search for group identity. Teoksessa Worchel, S. & Morales, J. F. & Páez, D. & Deschamps, J-D. (toim.) (1998) Social identity. International perspectives. London: SAGE Publications, 53–74.

LIITTEET

Liite 1. Tutkimuslupa-anomus vanhemmille

██████████

Hyvät vanhemmat!

Opiskelen Tampereen yliopiston Porin yksikössä sosiaalitieteitä neljättä vuotta. Pääaineeni on sosiologia, ja olen tekemässä pro gradu –tutkimustani aiheesta nuorten tyttöjen statussymbolit. Tutkimukseni keskittyy koulumaailmaan ja käsittelee kilpailun kulttuuria ja sitä, mitä tytöt ajattelevat olevan kadehdittavaa ja statuksen ilmaisua. Tarkoitukseni on haastatella 7-luokkalaisia tyttöjä koulussa. Toteutan haastattelut kevään 2014 aikana ja tutkimuksen on tarkoitus valmistua viimeistään kevään 2015 aikana.

Tutkijana sitoudun noudattamaan voimassaolevia tutkimusaineiston säilyttämiseen ja tietosuojalainsäädäntöön (mm. salassapitosäännökset) liittyviä ohjeita. Tutkimukseni ohjaajana toimii sosiologian yliassistentti Jukka Niemelä. Annan tarvittaessa tutkimuksesta lisätietoja, yhteystiedot alla. Olen saanut tutkimusluvut sekä ██████████ koulun rehtorilta sekä sivistystoimenjohtajalta kasvatus- ja opetusvirastosta.

Tutkimukseni toteuttamiseksi pyytäisinkin Teiltä oppilaiden vanhemmilta lupaa haastatella nuoria. Voisitteko ystävällisesti vastata Wilma -viestiin, saako vai eikö lapsenne saa osallistua haastatteluun. Tutkimukseni ei pidä sisällään arkaluontoisten tietojen keräämistä.

Kiitos!

Ystävällisin terveisin,

Noora Elonen
noora.elonen@uta.fi

██████████

Liite 2. Pro gradu –tutkielman haastattelurunko

TAUSTATIEDOT

- ikä
- lyhyt kuvailu itsestä, (minkälainen on ryhmässä, miten ilmaiset itseäsi, mitä kautta kerrot itsestäsi, minkälainen olet, roolisi)
- vanhempien ammatit
- vanhempien koulutus

YKSILÖLLISYYS

- Minkälainen pitäisi olla? Minkälaiselta kuuluu/ei kuulu näyttää?
- Minkälainen haluaisit olla? Minkälainen pitäisi olla?
- Mistä paineet/vaatimukset mielestäsi tulevat?
- Onko teidän luokallanne tai koulussa muuten sellaisia ihmisiä, minkälainen pitäisi olla?
- Kerro esimerkki siitä, minkälainen ihminen/kuka pitäisi olla?
- Saatko olla oma itsesi?
- Onko sääntöjä siitä, minkälainen pitäisi olla?
- Tiedättekö nämä säännöt?
- Mistä ne tulevat?
- Miten osoitat yksilöllisyyttäsi?
- Miten erottaudut?

RYHMÄSSÄ TOIMIMINEN

Kaverit

- Ketkä ovat parhaat kaverisi luokassa/koulussa?
- Mikä teitä yhdistää?
- Mitä teette yhdessä?
- Liikutko paljon ryhmissä?
- Onko sinulla poikia kavereina?
- Onko ryhmän sisällä jotain sääntöjä?
- Näyttävätkö ryhmän jäsenet samoilta, ajattelevatko samoin, tykkäävät samoista asioista?
- Miten eriarvoisuus näkyy?
- Eri ryhmien hyväksyntä
- Yksinäisyys
- Miten nimeäisit eri porukoita?
- Mitä teette keskenänne
- Minkä ikäinen haluaisit olla
- Ero alakouluun

Kilpailu

- Mitä mieltä olet kilpailemisesta? Mitä tykkäät siitä?
- Onko tyttöjen välillä keskinäistä kilpailua? Mistä? Miksi? Osallistuttko siihen?

- Mistä koulussa kilpaillaan?
- Miksi?
- Kuka sen yleensä voittaa?
- Miten sen voi voittaa?
- Missä eri paikoissa kilpaillaan?
- Mistä kilpaillaan?

Keneltä mallia?

- Miten se määräytyy?
- Miksi otetaan joltain mallia?

SUOSITUIMMUUS JA MAINE

Minkälainen on suosittu/ei suosittu (tyttö)?

- Onko luokallasi/koulussasi suosittuja ja ei-suosittuja?
- Ketkä ovat luokallasi/koulussasi suosittuja? Miksi he? Minkälaisia piirteitä heillä on?
- Ketkä eivät ole suosittuja? Miksi he? Minkälaisia piirteitä heillä on?
- Mitkä asiat tekee suosituksi? Mitkä eivät?
- Esimerkki?
- Miten näkyy?
- Miten tulee suosituksi?
- Minkälainen on ei-suosittu?
- Miten tulee ei-suosituksi?
- Miten voi saada hyvän maineen, miten maine syntyy? Minkälainen on hyvä maine?
- Tiedättekö, ketkä koulussanne ovat suosittuja ja ketkä eivät, miten?
- Miten arvoasema/suosituimmuus näkyy?
- Onko sinulla erilainen maine tai asema yläkoulussa kuin alakoulussa?
- Minkälainen maine sinulla on?
- Ketä arvostat ja miksi, arvostaavatko muut sinua?
- Mikä on sun asemasi ryhmässä tai koulussa?
- Mitä pitää tehdä että saa arvostusta?

Mikä on kadehdittavaa ikäistenne kesken? Mikä ei?

- Esiintyykö luokallasi/koulussasi kateutta? Mistä asioista?
- Mitä sinä kadehdit? Miksi?
- Ketä sinä kadehdit? Miksi?
- Kuka päättää, mikä on kadehdittavaa?
- Mistä sen tietää, mikä on kadehdittavaa tai suosittua?

Merkituotteet, kuluttaminen, mielipiteitä, mitkä in?

- Käytetäänkö luokallasi/koulussasi merkkivaatteita/tuotteita?
- Ketkä käyttävät? Esimerkkejä siitä, minkälainen henkilö käyttää merkkivaatteita?
- Ovatko tärkeitä? Miksi? Mitkä merkit? Mitä ne kertovat?
- Vaikuttavatko mainonta valintoihisi?
- Kulutatko paljon? Mihin?

- Minkälainen on oma tyylisi?

KOULUYMPÄRISTÖ

- Mitä teette koulussa välitunneilla?
- Onko koulussa kilpailua? Mistä?
- Miten koulussa saa helpoimmin kavereita?
- Oletko erilainen koulussa kuin vapaa-ajalla?
- Tykkäätkö olla koulussa?
- Kohdellaanko koulussa kaikkia samalla tavalla?
- Mitkä asiat, esineet, ajatukset ovat tällä hetkellä pinnalla? Mistä tytöt puhuvat (koulussa)?
- Mistä te kavereiden kesken puhutte koulussa?

VAPAA-AIKA JA TULEVAISUUS

Sosiaalinen media

- Käytäkö somea? Mitä niistä?
- Onko sinulla paljon kavereita siellä? Samoja/eriä kuin koulussa?
- Tykkäykset
- Kommentointi
- Kaverit
- Ryhmät
- Mitä itsestä kertoo?
- Samat/eri kaverit?

Tulevaisuuden näkymät

- Mitä suunnitelmia sinulla on tulevaisuudelle?
- Mitä ajattelet haluavasi aikuisena?
- Millainen olisit?
- Mitä tekisit ja mitä omistaisit?
- Mitä aikuisena kadehtisit?
- Miten aikuisena olisit suosittu?
- Miten saisit hyvän maineen?
- Eroaako aikuisen maine ja nuoren maine? Miten?

Provosoivat väitteet:

- Tatuoinnit ja lävistyksen tekevät tytöstä suosittu!
- Koulumenestys estää suosituksi tulemisen!
- Vaatteet ja ulkoiset seikat kertovat, millainen ihminen on!
- Facebookista voi nähdä tai sen perusteella voi määritellä, minkälainen ihminen on!
- Kaveriporukassa kaikki näyttävät samalta ja ajattelevat samalla tavalla!
- Suositut pukeutuvat ja kuulostavat aina samanlaisilta!
- Poikia kohdellaan eri tavalla kuin tyttöjä!

- Kaikki esittävät aina jotain roolia!
- Maine ei ole tärkeä!
- Kaikki käyttävät kannabista!

Liite 3. Lomake

KESKUSTELUTUNNIN LOMAKE

12.3.2014

Nimi: _____

Luokka: _____

1. Mielipiteitä kuvista, esimerkiksi onko kaunis ja miksi/miksi ei. (merkkää aina kuvan numero)

a. _____

b. _____

c. _____

d. _____

e. _____

2. Jatka lauseita.

a. Ryhmässä olen... _____

b. Tytöt puhuvat aina... _____

c. Kuluttajana olen... _____

d. Ikäisilleni on tyypillistä... _____

3. Kerro esimerkki siitä, miten voi saada hyvän maineen. _____

4. Kerro esimerkki siitä, miten suosio näkyy. _____

Palauta lopuksi lomake!

Kiitos vastauksistasi! ☺