

Vilma Heino

# **”MAAILMA ON RAKENTUNUT KERTAKÄYTTÖISYYDEN PÄÄLLE”**

Kestotuotteiden käyttämiseen yhteydessä olevat tekijät

Yhteiskuntatieteet  
Kandidaatintutkielma  
Tammikuu 2021

# TIIVISTELMÄ

Vilma Heino: Kestotuotteiden käyttämiseen yhteydessä olevat tekijät  
Kandidaatintutkielma  
Tampereen yliopisto  
Yhteiskuntatutkimus  
Tammikuu 2021

Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää, millaisia asioita kesto- ja kertakäyttötutuotteisiin liitetään. Kestotuotteita ei heitetä roskeen ensimmäisen käyttökerran jälkeen, vaan ne huolletaan, jonka jälkeen niitä voi käyttää uudestaan. Esimerkiksi kertakäyttöiseksi tarkoitettu kasvomaski voidaan määritellä kestopuotteeksi, mikäli käytön jälkeen se pestään ja käytetään uudelleen. Kestotuotteiden käyttämisellä pyritään lisäämään materiaalin käyttöikä ja vähentämään roskaamista.

Tutkielman teoriapohja koostuu yhdysvaltalaisesta ja suomalaisesta tutkimuksesta vihreän kulutuksen kentällä. Teoriaosuudessa käsitellään rationaalisuutta ja valinnan tekemistä Max Weberin työhön pohjaavien tutkijoiden Risto Heiskalan ja Tapani Hietaniemen työn kautta. Esittelen Susan Strasserin ja Lucas Gavin avulla kertakäyttökulutuksen historiaa ja tuon tutkielman paikalliseen kontekstiin viittaamalla Minna Aution tarkastelulla Suomen kulutuksen historiasta.

Tutkielman aineisto kerättiin sähköisellä kyselylomakkeella syksyllä 2020, joka jaettiin suljetussa Facebook-keskusteluryhmässä Kestävä Arki. Kyselyyn vastasi yhteensä 43 henkilöä. Ryhmän tarkoituksena on toimia alustana yhteisölle, jotka ovat kiinnostuneita keskustelemaan arjen kestävästä vaihtoehdoista. Oletettavasti ryhmän jäsenet ovat tietoisia valintojen vaikutuksesta ympäristölle ja pyrkivät tekemään ympäristöystävällisiä valintoja. Tutkielman aineisto on analysoitu laadullisella sisällönanalyysillä ja aineisto on järjestelty eri kategorioihin.

Tuloksissa ilmenee, miten arjessa tehtävissä valinnoissa esiintyy tiedottomuutta siitä, mikä vaihtoehto rasittaa ympäristöä vähiten. Aineistoanalyysin päätulokset muodostuvat kolmesta luokasta eli kesto- ja kertakäyttötutuotteiden käyttö, tuotteiden ominaisuudet sekä ilmastoahdistuksen hallitseminen. Näiden kolmen pääluokan sisällä korostuvat pohdinta hygieenisyydestä, kestopuotteiden käytön aiheuttama lisätyö sekä hankaluus vältellä kertakäyttöisiä tuotteita. Selkeä yhteneväisyys kaikkien vastauksien välillä on ilmastoahdistus ja ahdistun roskan tuottamisesta. Kestotuotteiden käyttämisessä korostettiin niiden tuomaa mahdollisuutta vähentää itse tuotetun roskan määrää. Valinnan tekeminen kesto- ja kertakäyttötutuotteiden välillä on hyvin moniulotteinen ja siihen vaikuttavat sekä yksilön päämäärä että ympäröivä maailma.

Avainsanat: Ilmastoahdistus, kertakäyttöisyys, vihreä kulutus, rationaalisuus

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

## Sisällysluettelo

<b>1. Johdanto</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Kertakäyttöisyys</b> .....	<b>5</b>
2.2. Kertakäyttökulutuksen historiaa maailmalla .....	5
2.3. Kulutuksen kehittyminen Suomessa.....	6
2.4. Kertakäyttö nykypäivänä .....	7
<b>3. Kertakäyttöisyydestä kestotuotteisiin</b> .....	<b>9</b>
3.1. Vihreä kuluttaminen.....	9
3.2. Ilmastoahdistus .....	10
3.3. Valinta kesto- ja kertakäyttötuoiteiden välillä.....	11
<b>4. Metodi</b> .....	<b>12</b>
4.1. Tutkimuksen menetelmä ja tavoite .....	12
4.2. Sisällönanalyysi .....	13
4.3. Eettinen pohdinta.....	14
4.4. Aineiston keräys ja esittely .....	14
<b>5. Kesto- ja kertakäyttötuoiteiden käyttäminen vastaajien keskuudessa</b> .....	<b>16</b>
5.1. Tuotteen ominaisuus.....	18
5.2. Tuotteen käyttäminen .....	20
5.3. Ilmastoahdistuksen hallitseminen .....	22
<b>Lähdeluettelo:</b> .....	<b>27</b>
Painetut lähteet.....	27
Digitaaliset lähteet .....	28
<b>Liitteet</b> .....	<b>29</b>
Liite 1. Aineiston analyysin alaluokat.....	29
Liite 2. Aineistokyselyn kysymykset .....	30

# 1. Johdanto

Koen usein syyllisyyttä käyttäessäni kertakäyttöt tuotteita ja olen pyrkinyt vähentämään tuottamani jätteen määrää. Havaitseen itse sukupolvien välisen eron poisheittäminen ja säästämisen välillä vertailllessani isoäitini ja minun tottumuksiani esimerkiksi keittiössä. Hän tapasi pestä ja uusiokäyttää suodatinpussit ainakin kertaalleen ennen niiden päätymistä hänen pihansa kompostiin. Itse olen pohtinut kestosuodatinpussin ostamista vähentääkseni tuottamaani jätettä. Vaikka lopputulema roskaamisen vähentämisessä ja uusiokäyttämässä oli meidän toiminnassamme sama, olivat tarkoitusperät hyvin erilaiset. Minua motivoi roskan vähentäminen ja sen vaikutukset ilmastonmuutokseen, kun isoäitiäni motivoi säästäminen ja tavaran hyödyntäminen loppuun asti. Helsingin yliopiston ympäristötutkija Panu Pihkala (2018, 32–33) kuvailee ympäristöahdistuksen koostuvan sekä fyysisistä, että psyykkisistä oireista mutta hän korostaa välillisen altistumisen merkittävyyttä. Välillinen altistuminen ympäristötuhoille aiheutuu tiedon saannin kautta esimerkiksi uutisoinnista. (Em. 2018.) Jatkuvasti kasvava ahdistus ilmastonmuutoksesta herättää minut ajattelemaan kertakäyttöisyyden ongelmallisuutta lähes päivittäin. Huomasin yliopistolla siellä myytävänä olevat kestonukit ja päädyin ostamaan sellaisen itselleni. Minun ei jostain syystä tule käytettyä kestonukia, vaikka pyrinkin vähentämään itse tuotettua roskaa. Tämä herätti minussa mielenkiinnon siitä, miksi kestonukkeiden käyttäminen on niin hankalaa ja millaisia vaikeuksia muut ihmiset kokevat kestonukkeiden käyttämisessä?

Kertakäyttöisyys on hiipinyt elämäämme kuin huomaamatta. Asioidessa kahvilassa matkalla kouluun kahvi pakataan kertakäyttöiseen mukaan otettavaan pahviseen mukiin ja juoman läikyttämisen ja jäähtymiseksi välttämiseksi mukin päälle asetetaan vielä muovinen kansi. Suomessa kestonukkeja ja kestonukkeja pystyy ostamaan jo useista kaupoista mutta kestonukkeiden käyttöä on tutkittu hyvin vähän kuluttajien näkökulmasta ja sitä millaisia asioita kestonukkeiden käyttämiseen liitetään.

Tässä tutkielmassa tulenkin tarkastelemaan **mitkä tekijät ovat yhteydessä kestonukkeiden käyttöön, sekä miten kestonukkeiden käyttö näkyy ihmisten arjessa**. Teoriaosuuden alussa käyn läpi kertakäyttöisyyden historiaa yhdysvaltalaisen tutkimuksen näkökulmasta, josta siirryn kertakäyttöisyyden ja kulutuksen historiaan Suomessa. Pohdin Max Weberin työhön pohjaavien tutkijoiden avulla rationaalista toimintaa. Tarkastelen arjessa tehtyjä valintoja rationaalisen toiminnan kautta eli sitä, miten ihmiset tekevät arjessaan valintoja ja mitkä asiat näihin vaikuttavat. Weber on käsitellyt rationaalisuuden termiä laajasti ja tutkijat hänen jälkeensä ovat jatkaneet hänen kirjoitustensa työstämistä. Rationaalista toimintaa on tarkasteltu runsaasti eri tieteenaloilla ja tässä tutkielmassa nojaan sivilisaatiohistoriaa tutkineeseen, Tapani Hietaniemen ja sosiologi Risto

Heiskalan tekemiin tulkintoihin Weberin rationaalisuuden käsitteestä. Valintojen tekemisen lisäksi käyn teoriaosuudessa läpi ilmastoahdistusta ja ekosyällisyyttä sekä pohdin niiden yhteyttä kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttöön. Tutkielmani aineisto koostuu henkilöistä, jotka ovat kiinnostuneita kestävästä valinnoista. Aineisto on analysoitu laadullisella sisällönanalyysillä ja tulokset esittelen viidennessä luvussa, jossa avaan kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttämistä vastaajien keskuudessa. Loppupohdinnassa yhdistän tutkielmassa esiteltyä teoriaa aineistosta esiin nouseviin luokkiin.

## 2. Kertakäyttöisyys

Kertakäyttöisyyden määritelmä ei ole täysin muuttumaton. John McCollough (2007, 214) määrittelee poisheitettävyyden- ja uusiokäyttöisyyden sen mukaan mitä tuotteelle tehdään sen käyttämisen jälkeen. Tätä määritelmää voidaan soveltaa esimerkiksi myös sähkölaitteisiin. Mikäli televisio hajoaa ja se heitetään pois, on tuote poisheitettävä mutta mikäli se korjataan, on tuote uusiokäyttöinen. (Em. 2014.) Suomen kielessä käytetään sanaa kertakäyttöinen, joka ei täysin käänny englannin kieleen. Englannin kielessä vastaava termi on *disposable* eli poisheitettävä. Käytän tässä tutkielmassa suomen kielen vastinetta kertakäyttöinen. Tiedostan kuitenkin, että kertakäyttöistä tuotettakin voidaan käyttää uudestaan sen huoltamisen jälkeen, jolloin tuote määritellään kestotuotteeksi. Tuotteen määrittelyminen kesto- tai kertakäyttötuotteeksi on riippuvainen kuluttajan toiminnasta. Kuluttajan huoltaessa kertakäyttöisen maskin uusiokäyttöä varten tuote määritellään kestotuotteeksi, mutta kuluttajan heittäessä tuotteen yhden käyttökerran jälkeen roskeen määritellään maski kertakäyttöiseksi.

### 2.2. Kertakäyttökulutuksen historiaa maailmalla

Yhdysvaltalainen arkeologian professori Lucas Gavin (2002, 11) on tutkinut kertakäyttöisyyden historiaa ja siirtymävaihetta uusiokäyttöisistä tuotteista poisheitettäviin tuotteisiin. Hänen mukaansa ruuan pakkaamisen kehitys on toiminut alkusysäyksenä kertakäyttöisyyden yleistymiselle. Yksi osa ruuanpakkauksen muutosvaiheista oli nesteiden pakkaaminen kertakäyttöisiin pulloihin lasisten uusiokäyttöisten pullojen sijaan. Yrityksille oli yksinkertaisesti käytännöllisempää ja kustannustehokkaampaa luoda pakkaukset, jotka asiakas heitti pois käytön jälkeen, kuin kerätä tyhjät pakkaukset uusiokäyttöön. Poisheitettävät pakkaukset ovat myös huomattavasti kevyempiä kuljettaa kuin keraamiset tai lasiset pakkaukset. (Em. 11.) Kertakäyttöisyys niin ruokatuotteiden pakkauksissa kuin hygieniatuotteissa ei kuitenkaan ole aina ollut mahdollista eikä oleellistakaan. Ruokatuotteiden päätyminen kaupanhyllylle on monimutkaisempi prosessi tänä päivänä kuin Lucasin (2002) kuvaileman muutoksen ajankohtana. Pakkausmateriaalit ovat historiallisesti kehitetty

poisheitettäväksi, joten nykypäivänä kertakäyttöisyys on monille itsestäänselvyys ja kyseenalaistamaton asia. Itsestäänselvyydeltä tuntuvan kertakäyttöisyyden kyseenalaistaminen on mahdollista mutta sen välttely näyttäytyy erittäin haastavana.

Susan Strasser (2000) on tunnettu tutkimuksistaan Yhdysvaltojen kulutuskulttuurista. Hän ja Lucas Gavin (2002) kumpikin ovat pohtineet siirtymää säästeleväisyydestä ja tavaroiden uusiokäytöstä poisheittämissä ja massakulutuksen kulttuuriin. Strasser (2000, 151) erittelee yhdysvaltalaisille suunnattujen kotitalousoppaiden sisältäviä poisheittämissä diskursseja. Hänen mukaansa kirjallisuudessa korostetaan hygienian ja rationaalisuuden tärkeyttä uusiokäyttämisen sijasta. Strasserin (em. 247) mukaan teknologian kehittyminen johti siihen, että osa tavaroista muuttui hyödyttömiksi. Tämä taas vaikutti tee-se-itse kulttuuriin ja tavaroiden uusiokäyttöön eikä nämä tavat enää määritelleetkään sitä, miten tavaroihin suhtauduttiin. Mahdollisuus uusiokäyttää tuotetta ei ollutkaan enää tärkein myyntivaltti vaan mainonnassa korostettiin tyyliä, käytännöllisyyttä ja puhtautta. (Em. 247.) Muutos suhtautumisessa tuotteiden pakkauksiin on havaittavissa nykypäivänäkin, eikä tuotteiden mainostuksessa korosteta pakkauksen uusiokäyttömahdollisuuksia

Kertakäyttötuotetta voidaankin kuvailla tuotteeksi, joka valmistetaan poisheitettäväksi yhden käytön jälkeen. Dixie Cup oli ensimmäisiä kertakäyttökuppeja, ja niiden suunnittelu alkoi 1907-luvulla. Tarkoituksena oli luoda sellainen kuppi vesijuoma-automaatin yhteyteen, joka olisi uusi ja poisheitettävä eli toisin sanoen hygieeninen (Dixie Cup Company Collection 2008). Kertakäyttökupin luonnehtimisessa on havaittavissa samoja diskursseja kuin aikaisemmin mainituissa Strasserin (2000) korostamissa poisheittämissä diskursseissa.

### 2.3. Kulutuksen kehittyminen Suomessa

Suomalaisen yhteiskunnan kertakäyttöisyyden ja kulutuksen kehittymisen tarkastelu tuo esille nykyisen yhteiskunnan kulutusmuodon alkuperää. Minna Autio (2019, 207–214) on tutkinut suomalaisen kulutuskulttuurin muutosta ja merkittävät vuosikymmenet kulutuksen kehittymisen kannalta ovat 1960–1980. Merkittävä muutos suomalaiseen kulutukseen oli ylimääräisen varallisuuden kertyminen 1970-luvulla, kun kaikki käytössä ollut raha ei kulunutkaan välttämättömyyksiin vaan rahaa jäi yli. Varallisuuden lisäksi vapaa-aika lisääntyi ja 1970-luvulla tämän myötä ajankäyttö muuttui. Lisäksi samaan aikaan tavarakeskeinen tuotanto muuntui kohti palvelukeskeistä tuotantoa. (Em. 207–214.) Varallisuuden lisääntyminen ja ajankäytön muutokset ovat tarjonneet pohjan kertakäyttöisyydelle sekä vaihtoehtojen välillä pohtimiselle. Rahan käyttäminen ainoastaan välttämättömyyksiin ei ole jättänyt tilaa kuluttajan omalle pohdinnalle.

Kuluttajalla ei ollut varallisuuden tai ajankäytön puitteissa yhtä paljon tilaa pohtia mitkä valinnat ovat ympäristön tai omien resurssien kannalta rationaalisin. 1980-luvulla yleistyivät kotitalouksille ei-välttämättömät kulutushyödykkeet ja Aution (2019, 207–214) mukaan tämä heijastaa yhteiskunnan vaurastumista ja kulutuksen muutosta. Tällä vuosikymmenellä nousi myös kritiikkiä liian runsaasta kuluttamisesta (em. 207–214). Kulutuksen kehittyminen globaalilla sekä kansallisella tasolla ovat oletettavasti olleet osaltaan vaikuttamassa kertakäyttöisyyden yleistymiseen Suomessa.

#### 2.4. Kertakäyttö nykypäivänä

Lisääntyneen vapaa-ajan myötä ihmisillä on ollut mahdollisuus liikkua enemmän. Matkustaminen paikasta toiseen edellyttää oletettavasti syömistä kodin ulkopuolella, jolloin myös todennäköisesti kuluttaa enemmän kertakäyttöisiä ruokailupakkauksia. Esimerkiksi pikaruokaloissa ruuat ovat erillispakattuina kertakäyttöisiin rasioihin. Tilastokeskuksen tekemän ajankäyttötutkimuksen mukaan suomalaiset käyttävät enemmän aikaa välipalojen syömiseen ja kahvitteluun kuin ruuan syömiseen (Ahlqvist & Raijas 2003, 30). Välipalaksi markkinoidut ruokatuotteet ovat yhden annoksen pakkauksissa ja lisäksi ne saattavat sisältää kertakäyttöiset ruokailuvälineet. Yhden annoskoon pakkaukset tuottavat roskaa luonnollisesti enemmän suhteessa ruuan määrään kuin suuremmat pakkaukset, joihin tuotetta on pakattu useampi annos.

Kuten Strasser (2000, 247) ja Lucas (2002, 11) tuovat ilmi, ennen 1900-lukua, jolloin muutos kertakäyttökulttuuriin on havaittavissa, tavarat ja tavaroiden pakkaukset valmistettiin uusiokäytettäväksi. Tänä päivänä ruokatuotteiden ostaminen kaupasta ilman kertakäyttöistä pakkausta on hyvin hankalaa eikä välttämättä kovin taloudellista ajankäytön, eikä varallisuuden suhteen kuluttajan näkökulmasta. Edistääkseen muoviroskan tuottamista EU sääti 2019 uuden lain, jossa kielletään kertakäyttöiset muoviset ruokailuvälineet, pumpulipuikot, pillit ja juomansekoittimet (EU:n lehdistötiedote kiertoalustus 2019). Uusi laki ei välttämättä vaikuta kertakäyttöisyyteen sinällään, sillä laissa ei kielletä itsessään tuotteiden kertakäyttöisyyttä vaan muovin käyttäminen kertakäyttöisissä tuotteissa. Siirtymä kestävämpään kulutukseen vaatiikin poliittisia päätöksiä, sillä tällä hetkellä on miltei mahdotonta ostaa elintarvikkeita ilman kertakäyttöisiä pakkausmateriaaleja niin, että kuluttaja säästäisi rahaa ostamalla tuotteet omiin astioihin. Punnitse & Säästä -kaupassa asiakkaalla on mahdollisuus ostaa tuotteet suoraan omiin astioihin ilman kertakäyttöisiä pakkausmateriaaleja. Ketju meni konkurssiin vuonna 2020, mutta myymälöitä löytyy vielä kaksi kappaletta (Punnitse & Säästä 2019). Syitä ketjun joutumisesta konkurssiin voi olla useita, mutta voidaan pohtia, onko yhtenä syynä vähäinen kysyntä ketjun tuotteille, mikäli kuluttajat saavat

vapaasti valita. Tästä syystä on tärkeää, että EU:n kaltaiset isot toimijat pyrkivät lainsäädännön tasolla ohjaamaan kuluttajia kestävämmän kulutuksen suuntaan.

Asenteita siirtymästä kertakäyttötuotteista kestotuotteisiin on tutkittu jonkin verran. Lissabonissa toteutetussa tutkimuksessa tarkasteltiin kahviloissa asioivien asiakkaiden ja kahviloiden työntekijöiden kokemuksia ja asenteita uusikäytettäviä mukeja ja niiden käyttöä kohtaan. Tuloksissa ilmeni, että isoin ongelma kestromukien käyttämisessä oli lisämaksu, jonka asiakkaat joutuivat mukista maksamaan. Lisämaksu toimii ainoastaan panttina ja asiakas saa maksun takaisin palauttaessaan mukin. Toiseksi isoimmaksi ongelmaksi koettiin lisätyö, joka kestromukien käyttämisestä aiheutuu. Saadessaan tilaamansa kahvin kestromukiin asiakas joutuu joko jonottamaan uudestaan palauttaakseen mukin saadakseen maksamansa pantin takaisin tai hän joutuu ottamaan mukin mukaansa. (Henriques 2019, 3, 61.) Kertakäyttöisten tuotteiden käyttäminen osoittautuu ainakin tässä tutkimuksessa helpommaksi ja nopeammaksi tavaksi juoda kahvinsa kuin kestromukin käyttäminen. Myös tässä tutkimuksessa hygienia nousee esille. Tutkimuksen mukaan osa vastaajista ei ottanut käyttöön maasta löytämäänsä kestromukia sillä he eivät kokeneet sitä hygieenisenä. (em. 39).



### 3. Kertakäyttöisyydestä kestotuotteisiin

Suomalaisen kulutuskulttuurin kehittymisen tarkasteleminen tuo esille ajankuvaa siitä, miten elämäntyylin muutos ja vapaa-ajan lisääntyminen ovat mahdollistaneet erilaista kuluttamista. Kuten Minna Autio (2019) tuo ilmi, heräsi 1980-luvulla kritisointia liian runsaasta kulutuksesta. Seuraavaksi perehdyn nykypäivän kulutuskulttuuriin. Kulutusta tarkasteltaessa nykypäivänä on havaittavissa uudenlaista kuluttamista, joka poikkeaa ja näyttäytyy kertakäyttöisyydelle ikään kuin vastalauseena.

#### 3.1. Vihreä kuluttaminen

Pyrkimys vähentää kertakäyttöisten tuotteiden käyttöä voidaan määritellä vihreäksi kuluttamiseksi, mutta termiä on vaikea rajata. John Elkington ja Julia Hiles (1991, 23) ovat listanneet *Vihreän kuluttajan oppaassa*, että vihreän kuluttajan tulisi vältellä tarpeetonta jätteen tuottamista, kuten esimerkiksi tuotteita, jotka ovat ylipakattu sekä tuotteita, joiden käyttöikä on hyvin lyhyt. Heidän antamansa ohjeistuksen mukaan vihreän kuluttajan tulisi siis pyrkiä välttelemään kertakäyttöisiä tuotteita, sikäli kun niitä käytetään ainoastaan kerran. Kestotuotteiden käyttö voidaan heidän antamansa määritelmän mukaan määritellä vihreäksi kuluttamiseksi, sillä kuluttaja tällöin välttelisi tarpeetonta jätteen tuottamista. Minna Autio ja Terhi-Anna Wilska (2003, 5–6) pohtivat, onko länsimaalaiselle kuluttajalle todellisuudessa mahdollista elää vihreän kulutuksen moraalisääntöjen mukaisesti. Heidän mukaansa vihreäksi kuluttajaksi voidaan määritellä henkilö, joka pyrkii kuluttamaan mahdollisimman vähän ja kierrättämään. Kulutuksen vähentäminen on kuitenkin nykyisessä kulutuskulttuurissa melko haastavaa. Johanna Moisander (2007, 405), vihreää kuluttamista tutkinut tutkija, perustelee vihreän kulutuksen eri tasoja huomioiden termin määrittelymisen hankaluuden. Hänen mukaansa radikaali vihreä kuluttaja ei osta mitään mitä ei voida määritellä täysin välttämättömäksi, mikä on hyvin hankalaa vallitsevassa kulutusyhteiskunnassa. Löyhemmin vihreään kulutukseen suhtautuva kuluttaja valitsee tuotteita ja palveluita, joiden aiheuttama rasite ympäristölle on mahdollisimman pieni kuitenkin liikaa tinkimättä omista tarpeistaan. (Em. 405.) Edellä esitellyillä tutkijoilla on samankaltainen linja vihreästä kuluttamisesta eli oman kulutuksen minimoinnista. Kaikkien kertakäyttötuotteiden käytön määrittelyminen kuluttamiseksi on kuitenkin ongelmallista. Useat kertakäyttöiset tuotteet tulevat kuluttamisessa sivutuotteena kuten esimerkiksi pikaruokalasta ruuan mukana tuleva kertakäyttöinen pakkaus. Vihreän kuluttajan tulisi tietoisesti vältellä myös niitä tuotteita, jotka edellyttävät kertakäyttöisyyttä. Tällaisia tuotteita ovat esimerkiksi pikaruokailu tilanteessa, joka edellyttää kertakäyttöisten ruokailuvälineiden käyttöä.

Kestotuotteiden käyttöön ottamiseen ja päivittäiseen käyttöön liittyy yhteiskunnallisia haasteita. Mikko Lehtonen (2014, 228–229) kuvailee kirjassaan *Maa-ilma* ihmisten rutiinien alkuperää ja syitä, miksi rutiineja on niin vaikea purkaa. Hänen mukaansa haastavuus on siinä, että arjen rutiinit ja rytmi pohjautuvat keskinäisriippuvaisuuksiin. Ihmiset ovat hyvin riippuvaisia toisistaan rahan toimiessa välittäjänä, eikä mitään arkisia itsestään selvyyksiksi käsitettäviä asioita voi tehdä ilman yhteiskunnan jäsenten panosta. Yksilö saattaa kokea olevansa vapaa tekemään omat päätöksensä ja toimimaan itsenäisesti, mutta todellisuudessa kaikki ovat riippuvaisia yhteiskunnasta ja ympäröivästä kulttuurista. Rutiinit määrittelevät ihmisten arkea paljolti ennalta ja niiden tiedostaminen on lopulta yksilölle erittäin haastavaa. Ne helpottavat elämää vähentäessään päivittäin tehtävien päätösten määrää. Rutiineja tarkasteltaessa merkittävää on huomioida, että ne eivät ole yksilöllisiä, vaan kaikkien rutiinit seuraavat yhteiskunnassa hyvin samankaltaista kaavaa. (Em. 228–229.) Kertakäyttötutuotteiden käyttäminen saattaa ensi alkuun tarkasteltuna vaikuttaa vapaalta itsestä riippuvalta valinnalta. Kuitenkin tarkemmin tarkasteltaessa kertakäyttötutuotteiden käyttäminen on kulttuurillisesti jaettua rutiinia. Ilmo Massan ja Risto Haverisen (2001, 25) mukaan ihmiset eivät todellisuudessa tee kaikkia valintojaan täysin tietoisesti vaan tehdyt ratkaisut seuraavat tuttuja kaavoja, joihin on totuttu. Myös he ovat sitä mieltä, että kulttuuri rutiinien taustalla ohjaa valintoja.

### 3.2. Ilmastoahdistus

Helsingin yliopiston ympäristötutkija Panu Pihkala (2019) on kirjoittanut monitieteellisen raportin *Ilmastoahdistus ja sen kanssa eläminen*, joka syventyy ilmastoahdistukseen ja sen kokemuksiin. Ilmastoahdistus on ahdistusta ympäristöongelmien uhasta. Tietyt ihmisryhmät, kuten ilmastotoiminnassa ja – tutkimuksessa mukana olevat henkilöt saattavat kokea ilmastoahdistusta herkemmin. Psykologian näkökulmasta tarkasteltuna voidaan eritellä erilaisia ilmastoahdistuksen oireita. (Em. 4, 11.) Huoli ilmastonmuutoksesta saattaa herättää myös huolta ja masentuneisuuden oireita ja ahdistus saattaa olla lamaanuttavaa. (Levy & Patz 2015, 200.) Sitran (Autere 2019) teettämän tutkimuksen mukaan taas ilmastoahdistuksen herättämistä tunteista lamaanusta koettiin vähiten ja yleisimmin koettu tunne oli kiinnostus. Tutkimukseen vastanneiden mukaan paras keino hillitä ilmastoahdistusta on omien kestävien elämäntapojen harjoittaminen. Muita keinoja hillitä ahdistuksen tunnetta olivat luonnossa liikkuminen, asiasta keskusteleminen, aiheeseen perehtyminen ja tiedonhankinta. Tutkimukseen pyydettiin vastauksia yli 15-vuotiailta Suomen kansalaisilta ja vastauksia tuli 2070. (Em. 2019.) Ilmastoahdistusta on ilmiönä hankala rajata ja siitä on Suomessa tehty tutkimuksia vielä melko vähän, mutta nämä tutkimukset laajentavat ymmärrystä aiheesta erityisesti Suomen kontekstissa.

Robyn Mallet (2012, 223), yhdysvaltalainen ekopsykologi, on tutkimuksessaan tarkastellut ekosyyllisyyttä. Tutkimusten mukaan henkilö, joka on tietoinen ihmisten valintojen vaikutuksesta ympäristöön, kokee ekosyyllisyyttä valitessaan ei-ympäristöystävällisen vaihtoehdon tai tehdessään jotain ympäristölle vahingollista. Syyllisyys nousee siitä, että hän toimii omien uskomustensa vastaisesti. Bissing-Olson, Fielding ja Iyerin (2016, 151) ovat tarkastelleet tutkimuksessaan vuorostaan ylpeyden ja ympäristöystävällisen toiminnan yhteyttä. Heidän tutkimuksensa mukaan, mikäli ympäristötietoinen henkilö tekee omien uskomustensa mukaisesti ympäristöystävällisen teon, herättää tämä hänessä vastavuoroisesti ylpeyttä, joka on häpeän vastakohta. (Em. 151.) Ylpeys vihreistä valinnoista, ilmastoahdistus ja ekosyyllisyys siis ilmiöinä limittyvät ja yksilö saattaa kokea näihin ilmiöihin liittyviä tunteita vuorotellen ja päällekkäin. Ahdistus saattaakin siis osaltaan välillä peitota alleen monet tunteet ja seurauksena tästä saattaa olla lamaantumisen tai vastavuoroisesti voimaantumisen ylpeyttä herättävien vihreiden valintojen avulla.

### 3.3. Valinta kesto- ja kertakäyttötuotteiden välillä

Rationaalisen valinnan teoria on hyvin laaja näkökulma, ja myös rationaalisuus itsessään on käsitteenä moniulotteinen. Rationaalisuutta paljon kirjoituksissaan käsitellyt Max Weber on 1864-vuonna syntynyt saksalainen sosiologi ja taloustutkija. Hän kuoli vuonna 1920, mutta hänen työtään on jatkettu tulkitsemalla ja sovittamalla niitä nykyisiin yhteiskuntateorioihin. Tapani Hietaniemi (1989), filosofian dosentti on suomentanut Weberin teoksia, ja hän on määritellyt Weberin kirjoitusten perusteella rationaalisen toiminnan piirteitä.<sup>1</sup> Rationaalinen toiminta tähtää johonkin eli sillä on päämäärä. Päämääriä sekä keinoja saavuttaa päämäärä vertaillaan keskenään. Hietaniemi (1989, 207) kuvailee tätä päämäärien ja keinojen vertailua kalkyloinniksi. Rationaalinen toiminta on vapaata sekä loogista. Loogisuudella Hietaniemi viittaa siihen, että toiminta on yhtenäistä ja selkeää. Toiminnassa otetaan huomioon saatavilla oleva tieto ja toiminta perustuu tähän tietoon. (Em. 207.) Rationaalinen toiminta soveltuu vihreän kulutuksen tarkasteluun, sillä vihreä kulutus on toimintana moniulotteista ja se läpäisee kaikkia elämän osa-alueita.

Sosiologi Risto Heiskala (2000) tarkastelee Weberin kirjoituksia rationaalisuuden määrittelystä kirjassaan *Toiminta, tapa ja rakenne*. Hänen mukaansa Weber jaotteli rationaalisuuden neljään osaan, joista kaksi, päämäärärationaalisen ja arvorationaalisuuden, hän määrittelee toiminnan muodoiksi.<sup>2</sup> Muut kaksi muotoa, affektuaalinen ja traditionaalinen, Heiskala määrittelee rationaaliseksi

---

<sup>1</sup> Max Weber 1920 Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie

<sup>2</sup> Max Weber 1922 Wirtschaft und Gesellschaft

käytökseksi. Päämäärärationaalisessa toiminnassa päämäärää ja keinoja vertaillaan keskenään ja ne ovat erotettavissa. Rationaaliseksi käytökseksi Weberin määrittelemää affektuaalista käytöstä ohjaavat tunteet ja traditionaalista käytöstä tavat. (Weber 1920; sit. Heiskala 2000, 53–54.) Teorian valossa päämääräksi voidaan laskea halu vähentää omista valinnoista aiheutuvaa räsitusta ympäristölle. Osana tätä päämäärää voidaan tarkastella myös yksilön keinoja päämäärän saavuttamiseksi. Valinta kesto- ja kertakäyttötuotteen välillä voidaan sovittaa arvorationaalisen toiminnan määrittelyn kehykseen sen lähempää tarkastelua varten, sillä Weberin (em. 54) mukaan arvorationaalisessa toiminnassa päämäärä ja sen saavuttamisen keinot määrittelevät toisiaan. Ympäristön huomioiminen omissa valinnoissaan on sekä toiminnan päämäärä, että keino saavuttaa päämäärä, eikä näitä voida mielestäni erottaa.

Ekosyölyllisyys ja ilmastoahdistus (kts. Mallet 2012, 223; Pihkala 2019) ovat mahdollisesti osasyynä toimijan päämäärään vähentää ympäristölle aiheutuvaa räsitusta. Kysymys kuuluukin, onko kestotuotteiden suosiminen päämääränä yksittäiselle toimijalle rationaalista ja mitkä keinot saavuttaa tämä päämäärä, näyttäytyvät parhaimpina?

## 4. Metodi

Metodiluvussa esittelen aineiston keräysprosessin, käyttämäni metodin, analyysin etenemisen ja tutkielman eettiset kysymykset. Kuvailen kyselyn muodostamisen ja esittelen kerätyn aineiston lyhyesti. Aineiston keräysprosessin esittelyn jälkeen avaan tarkemmin, miten analyysini eteni ja mihin ratkaisuihin päädyin.

### 4.1. Tutkimuksen menetelmä ja tavoite

Tulen kandidattutkielmassani tarkastelemaan kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttöön liittyviä tekijöitä. Kertakäyttöisten korvattavissa olevien muovituotteiden käyttö tulee loppumaan kahden vuoden sisään, joten siirtymä kestotuotteisiin on hyvin ajankohtainen. Ihmiset tiedostavat, että eettisten valintojen tekeminen ei ole ainoastaan yritysten vastuulla, vaan myös heidän on otettava eettisyys valinnoissaan huomioon (Fraj & Martinez 2007, 26). Kesto- ja kertakäyttötuote vaihtoehtojen välillä punnitsemista voidaan tarkastella yksilölähtöisesti, mutta yksilöiden valintoja on tarkasteltava myös rakenteellisella tasolla. Tässä tutkielmassa tulen tarkastelemaan kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttöä mikrotasolla eli yksilölähtöisesti, jotta pystyn havainnoimaan tuotteiden käyttöön liittyviä rakenteellisia taustoja makrotasolla.

- *Mitkä tekijät ovat yhteydessä kestopuoteiden käyttöön?*
- *Miten kestopuoteiden käyttö näkyy kuluttajien arjessa?*

Pyrin tarkastelemaan kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttöä yksilötasolla kohdistamalla kyselyni henkilöille, jotka oletettavasti ovat kuulleet kestopuoteista aikaisemmin. Kyselyssä vastaajia pyydetään kuvailemaan, millaisia vaikeuksia tai etuja kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttöön liittyy.

Kertakäyttötuotteiden vältteleminen on melko hankalaa ja niitä välttääkseen on tiedostettava eri tilanteet, joissa kertakäyttötuotteen voisi mahdollisesti korvata jollain uusiokäyttöisellä tuotteella. Kestotuotteiden käyttö tarjoaa mahdollisuuden vähentää tuotetun roskan määrää ja näin vähentää ympäristöön kohdistuvaa rasitetta. Kestotuotteiden käyttöä edistääkseen on tutkittava, millaisia asioita kestopuoteisiin liitetään ja mitkä tekijät vaikuttavat siihen, ketkä kestopuoteita käyttävät.

#### 4.2. Sisällönanalyysi

Tutkielmassani käytän aineistolähtöistä sisällönanalyysia. Sisällönanalyysissa aineistoa puretaan ja järjestellään uudestaan. Sisällönanalyysi on toteutettu käyttäen ohjeistuksena Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven (2018) kirjoittamaa kirjaa *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Viittaukset kirjaan merkitsen kirjan lukujen mukaan sillä e-kirja versiossa ei ollut sivunumeroita esillä. erittelevät sisällönanalyysin kolme eri vaihetta seuraavasti. Aineiston analyysi jakaantuu kolmeen eri vaiheeseen, joista ensimmäinen on aineiston pelkistäminen. Pelkistämässä aineistosta etsitään tutkimuksen kannalta relevantit kohdat ja karsitaan turhat tutkimukselle ei-olennaiset asiat. Toisessa vaiheessa aineiston pelkistämisen jälkeen ilmaisut ryhmitellään niin, että keskenään samankaltaiset ilmaisut muodostavat alaluokkia. Alaluokkia yhdistämällä luodaan yläluokat, joista jatketaan pääluokkien muodostukseen. Aineistoa siis tiivistetään ja siitä karsitaan prosessin edetessä tutkimukselle ei-olennaista tietoa. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 4.4.3.) Aloitin aineistoni purkamisen ensimmäisestä vaiheesta eli yksittäisten vastausten pelkistäminen. Pelkistin vastaukset karsimalla tutkimusongelmani kannalta ei-olennaiset osat pois. Aineisto oli eriteltynä vastaajien mukaan, ja ensimmäisen vaiheen jälkeen irrottauduin yksittäisistä vastaajista ja ryhmittelin vastauksen niissä esiintyvien aiheiden mukaan. Toisessa vaiheessa aineiston ryhmittelyn jälkeen muodostin ryhmitellyistä ilmaisuista alaluokkia. Kuten Tuomi ja Sarajärvi (em. 4.4.3.) kuvailevat ryhmittelyn prosessia, nimesin alaluokat niitä kuvaavien ilmiöiden mukaisesti. Alaluokkien nimeämisen jälkeen jatkoin niiden ryhmittelyä muodostamalla niistä yläluokkia, joista muodostin analyysin lopulliset pääluokat.

Pääluokkien muodostamisen jälkeen siirrytään analyysin kolmanteen vaiheeseen abstrahointiin eli siirrytään aineistosta teoriaan (em. 4.4.3.). Olin tutustunut lähdekirjallisuuteen ennen analyysin aloittamista mutta palasin prosessin tässä vaiheessa uudestaan aiemmin tehtyyn tutkimukseen aineistosta nousseiden tulosten pohjalta ja täydensin teoreettista taustaa.

#### 4.3. Eettinen pohdinta

Kyselytutkimuksessa on tärkeää tutkielman eettisyyden kannalta informoida aineiston vastaajia kyselyn tarkoituksesta ja tutkielman etenemisestä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2014, 25). Aineistokyselyn oheen liitin aineistokyselyn saatekirjeen, jossa kuvailin tutkielman aiheen ja tarkoituksen. Aineistokyselyn saatekirjeestä ilmeni sekä minun että kandidohjaajani yhteystiedot, jotta vastaajat saivat mahdollisuuden saada kyselystä lisätietoa. Liitin aineistokyselyn oheen Tampereen yliopiston luoman tietosuojailmoituksen, jossa vastaajia informoidaan tutkimukseen osallistumisesta, sekä heidän henkilötietojen käsittelystä. Kyselyssä vastaajia pyydetään kertomaan syntymävuotensa, elämäntilanteensa ja sukupuolensa. Kyselyyn vastattiin anonyymisti, jotta annettujen tietojen avulla vastaajaa ei voida tunnistaa. Aineisto on nähtävillä ainoastaan minulle eikä yksittäisen vastaajan vastauksia esitellä samassa yhteydessä, jotta vastaajaa ei ole mahdollista tunnistaa myöskään annettujen vastausten perusteella.

#### 4.4. Aineiston keräys ja esittely

Kyselyn alussa vastaajalla on lyhyesti esitelty mitä kestopuotteet ovat, jotta myös henkilöt, jotka eivät tiedä minkälaiset tuotteet ovat kyseessä pystyvät vastaamaan kyselyyn ja pohtimaan miksi mahdollisesti haluaisivat tai eivät haluaisi käyttää tuotteita. Kuten aiemmin toin esille, eettisen kuluttajan määrittelyssä kiinnitetään huomiota myös sosiodemograafisiin tekijöihin (Adams & Raisborough 2010, 257). Tämän vuoksi kyselyn vastaajilta kysyttiin sukupuoli (nainen, mies, muun sukupuolinen tai en halua kertoa sukupuoltani.), ikä ja elämäntilanne. Kyselyn kysymykset löytyvät kokonaisuudessaan liitteestä kaksi.

Laitoin kyselyn Facebookin Kestävä Arki-ryhmään. Tämä ryhmä valikoitui parhaaksi tutkimukseni kannalta, sillä olen rajannut tutkimusryhmäni niihin henkilöihin, jotka ovat kiinnostuneita ottamaan ympäristön suojelun ja resurssien säästämisen huomioon kulutusvalinnoissaan. Ryhmä on tarkoitettu keskustelualustaksi henkilöille, jotka haluavat lisää tietoa eri vaihtoehtoista, miten esimerkiksi tehdä kestävämpiä valintoja arjessaan. Valitsin tämän ryhmän tutkimukseni kohteeksi sillä kuten aiemmin viittaa, tutkimusten mukaan henkilöt, jotka ovat aktiivisesti ilmastotoimissa ja ilmastotutkimuksessa

mukana saattavat olla herkempiä ilmastoahdistukselle. (vrt. Autere 2019.) Haluan tarkastella, nouseeko vastauksissa kestotuotteiden käytön syyksi juuri esimerkiksi ilmastoahdistusta.

Muodostin aineistokyselyn hyödyntäen Icek Ajzenin (2005, 117) luomaa suunnitellun käyttäytymisen teoriaa. Teoria osoittautui hyväksi pohjaksi muodostaa kysymyksiä eri teemojen mukaisesti. Ydinajatuksena teorian mukaan ihmisen aiottu käytös määrittelee käyttäytymistä. Toiminta voidaan purkaa kolmeen eri tekijään: 1. Asenne aiottua käyttäytymistä kohtaan, 2. Sosiaaliset paineet ja 3. Kyky tai mahdollisuus suorittaa toiminto. (Em. 117.) Teoriaa on hyödynnetty kyselyn luomisessa, mutta aineiston analysointi on tehty aineistolähtöisesti teoriaan nojaamatta, jotta kaikki aineistosta nousevat piirteet tulevat nähdäiksi. Testasin kyselyn toimivuutta muutaman henkilön avulla ennen sen avaamista.

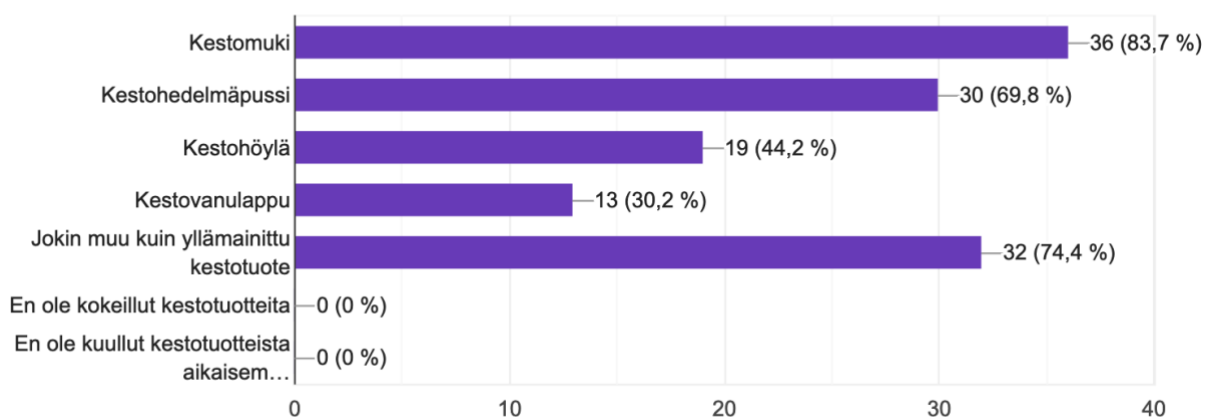
Päädyin keräämään tutkielman aineiston itse, sillä en löytänyt tutkimusongelmaani soveltuvaa valmista aineistoa. Netissä jaettava kysely mahdollistaa osallistumisen ajankohdasta ja paikasta riippumatta ja näin madaltaa kynnystä osallistua tutkimukseen. Kyselyn etuna on lyhyessä ajassa ja pienellä työmäärällä suuren vastaajajoukon tavoittaminen (Hirsjärvi ym. 2014, 195). Tiukan aikataulun johdosta tämä keruumenetelmä soveltui tutkielmaani parhaiten. Yhtenä haittana kyselyä toteutettaessa saattaa olla kysymysten väärinymmärtäminen (em. 195). Jouduin jättämään muutaman vastauksen huomiotta sillä en eritellyt kysymystä yhdeksän ja kymmenen (liite 2.) riittävän tarkasti. Osassa vastauksissa ei tästä johtuen ilmennyt mitä tuotetta vastauksessa tarkoitettiin. Aineiston koko on sen verran pieni, että siitä ei voi tehdä yleistettäviä päätelmiä. Yleistyksien tekeminen ei kuitenkaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa ole tavoitteenakaan (Hirsjärvi ym. 2014, 182). Tutkielmassa esitetyt nostot aineistosta ovat alkuperäisessä muodossaan mutta olen korjannut niissä esiintyneet kirjoitusvirheet kuten esimerkiksi väärinpäin olevat kirjaimet.

## 5. Kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttäminen vastaajien keskuudessa

Lopullisia vastauksia kyselyyn tuli 43. Vastaajien ikäjakauma oli 1963–1998, vastaajista 40 identifioituvat naisiksi ja loput kolme miehiksi. Vastaajista 32 opiskelee, 23 on työelämässä ja kaksi henkilöä työttömänä. Lisäksi yksi vastaajista on sivutoiminen yrittäjä. Kysely oli avoinna 5.10–11.10 välisen ajan, jonka aikana vastauksia kerääntyi 43. Kaikki vastaajat ovat aikaisemmin kuulleet kestotuotteista.

### Käyttämäsi tai kokeilemasi kestotuote/kestotuotteet.

43 vastausta



Kuvio 1.

Vastaajista kaikki olivat kokeilleet tai käyttäneet jotain kyselyssä kuvailtua kestotuotetta. (Katso kuvio 1.) Kyselyssä kysyttiin seuraavien kestotuotteiden käytöstä: Kestomuki, kestohedelmäpussi, kestohöylä ja kestonanulappu. Muita käyttäjien kokeilemia kestotuotteita olivat muun muassa: Kuukuppi, kestokassi, kasvomaski, kestonanupuikko, kestorätti, kestopilli, kestoaiippa vauvalle, mehiläisvahakääre folion sijaan, kestoileivinpaperi, puiset kestonruokailuvälineet ja kestonaluspaperi. Kyselyn saatekirjeessä kuvaillaan kyselyn tarkoituksen olevan kesto- ja kertakäyttötuoiteiden käyttöön liittyvän pohdinnan analysointia. Kyselyn vastaamiseen ei siis edellytetty kestotuotteiden käyttämistä, mutta mahdollisesti henkilöt, jotka eivät ole kuulleet kestotuotteista jättivät kyselyyn vastaamatta tästä johtuen. Osa vastauksista on neljä–viisi lausetta pitkiä ja lyhyimmät vastauksista sisältävät yksi tai kaksi sanaa. Lyhyemmät vastaukset olen jättänyt lopullisesta analyysistä pois, sillä niistä ei ilmene tarpeeksi analyysini kannalta olennaista pohdintaa.

Tuloksissa esiintyi huomattavasti enemmän kesto- kuin kertakäyttötuoiteisiin liittyvää pohdintaa. Miltei kaikki analyysin luokat ovat kestotuotteiden käyttämiseen liittyviä eikä kertakäyttötuoiteista



muodostunut kuin muutama alaluokka. Lisäksi kaikki kertakäyttötuotteisiin liittyvä pohdinta heijasteli kestotuotteiden käyttöön liittyvää arvottamista. Vastauksissa tuodaan aina esille syy, miksi kertakäyttötuotteeseen on päädytty missäkin tilanteessa. Vastauksista tulee selkeästi esille, että vastaajat arvottavat kestotuotteen paremmaksi vaihtoehdoksi kertakäyttöiseen tuotteeseen verrattuna. Kyselyn kysymykset ovat pyritty muodostamaan mahdollisimman neutraalisti niin, että niissä ei arvotettaisi kumpaakaan, kesto- tai kertakäyttötuotetta paremmaksi. Oletettavasti kyselyn julkaisualusta, Facebook-ryhmä Kestävä Arki, on luonut jo alkujaan tietyn ennakko-oletuksen vastaajille siitä, kumpi tuote nähdään parempana. Lisäksi kuvailen aineistokyselyn saatekirjeessä haluani tutkia miten ihmiset, jotka ovat kiinnostuneita ympäristöä säästävästä kuluttamisesta, pohtivat kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttöä. Omalta osaltaan nämä lähtöasetelmat ovat saattaneet vaikuttaa vastauksiin.

Tuloksissa esittelen aineiston pohjalta muodostuneet ylä- ja pääluokat, joista olen muodostanut kuvion tulosten selkeyttämiseksi (kuvio 2.). Kestotuotteiden käyttämiseen liittyvät syyt muodostavat kahdeksan yläluokkaa. Yläluokat muodostin aineiston alaluokkien perusteella, jotka löytyvät tutkimuksen liitteistä (liite 1.). Yläluokista muodostuvat pääluokat ovat: tuotteen ominaisuus, tuotteen käyttäminen ja ilmastoahdistuksen hallitseminen. Aineistokyselyn kysymykset löytyvät tarkemmin liitteistä. Tuloksissa esittelen luokat siinä järjestyksessä, miten ne on taulukkoon merkittynä. Tuloksissa on esiteltynä myös suoraan aineistosta poimittuja yksittäisiä nostoja, joista kukin luokka on muodostettu.



Kuvio 2.

## 5.1. Tuotteen ominaisuus

Tuotteen ominaisuuden pääluokassa vastaajat tuovat esille eri kerta- ja kestopuotteiden ominaisuuksiin liitettäviä tekijöitä, jotka eivät liity niiden käyttämiseen vaan niiden ominaisuuksiin. Tässä pääluokassa merkittäviä tekijöitä ovat laatu, pitkäikäisyys ja hygienia.

### 5.1.1. Tuotteen laatu

Tuotteen laatu muodostuu tuotteen ulkonäöstä, toimivuudesta ja käyttömahdollisuuksista. Kesto- ja kertakäyttötuotteen käyttöön liittyy tuotteen ominaisuus siltä osin, onko kertakäyttöiseksi tuotteeksi tarkoitettu tuote mahdollista käyttää uudestaan. Kertakäyttöisiä kasvomaskeja on mahdollista pestä kuten kestopuvomaskeja. Teknologian tutkimuskeskus (2020) osoittaa tutkimuksissaan kertakäyttöisten kirurgisten kasvomaskeiden olevan kymmenenkin puhdistuskerran jälkeen tehokkaampia kuin kankaasta valmistetut maskit. Myös kirurginen kertakäyttömaski voidaan McCollough'in (2007, 214.) mukaan määritellä kestopuotteeksi, mikäli sitä käytetään uudestaan huoltamisen jälkeen. Monissa vastauksissa tuodaan esille, miten osa kestopuotteista ei toimi samalla

tavalla kuin tuotteen kertakäyttöinen versio, kuten esimerkiksi kestovanulappu. Puolestaan kertakäyttöistä versiota paremmin toimivia kestotuotteita ovat muun muassa kestohöylät.

*”Joskus vanulaput tuntuvat toimivan paremmin kuin kestovanulaput, jotka tuntuvat imaisevat kasvoveden itseensä”*

Suurin osa kestovanulappuihin liittyvistä vastauksista vertailevat kesto- ja kertakäyttöversioita niiden toimivuuden perusteella. Kestotuotteet koetaan hyvänä vaihtoehtona kertakäyttöisille tuotteille siinä tapauksessa, kun kesto-versio tuotteesta on laadukkaampi. Näitä tuotteita ovat muun muassa kestohöylä ja kuukuppi.

### 5.1.2. Tuotteen pitkäikäisyys

Tuotteen ominaisuus pääluokassa merkittävä kestotuotteiden käyttämiseen vaikuttava tekijä on tuotteen pitkäikäisyys. Tähän luokkaan liittyvät tuotteet, joita tarvitsee arkisiin usein toistuviin asioihin. Selkeä etu on juuri se, että kestotuotteet eivät kulu loppuun. Kestovanulappuja tai kuukautistutuotevarastoja ei tarvitse käydä täydentämässä kaupassa ja näin säästyy myös rahaa. Päivittäin tai usein käytettävien tuotteiden ostaminen koetaan hankalana ja kestotuotteet helpottavat tätä asiaa.

*”Se, että ne voi pestä ja käyttää sitten uudestaan, ei tarvitse mennä kaupasta ostamaan lisää.”*

*”Voi unohtaa ostoslistalta esimerkiksi höylät eikä niihin tarvitse käyttää rahaa.”*

Mahdollisuus käyttää tuotetta uudelleen ei riipu siitä, onko tuote tarkoitettu käytettäväksi uudelleen eli myös kertakäyttöinen tuote voi olla pitkäikäinen, jos sitä voi käyttää toistuvasti.

### 5.1.3. Hygienian puute kestotuotteissa

Tuotteen ominaisuuden pääluokassa mielenkiintoinen alaluokka on hygienia. Kestotuote koetaan joko hygieenisemmäksi tai epähygieenisemmäksi kuin. Hygienian puute epäilyttää vastaajia kuukautistutuotteissa, kestovanulapuissa ja kasvomaskeissa. Susan Strasserin (2000, 308–309) mukaan ensimmäisiä kertakäyttöisiä kuukautistutuotteita on ollut markkinoilla jo vuonna 1895, mutta ne eivät olleet yhtä käytännöllisiä kuin nykypäivänä markkinoilla tarjolla olevat kuukautistutuotteet. Kertakäyttöiset kuukautistutuotteet koettiin hygieenisemmäksi kuin uusiokäytettävät liinat. Nämä uudet poisheitettävät tuotteet olivat huomattavasti kätevämpiä kuin uusiokäytettävät. (Em. 308–309.) Kehityksessä on kuitenkin menty jo eteenpäin, ja moni vastaajista kuvailikin kokevansa kuukupin eli

uusiokäytettävän tuotteen jopa hygieenisemmäksi kuin kertakäyttöiset kuukautist tuotteet. Tähän vaikuttaa kuitenkin tilanteet, joissa tuotteita käytetään. Niistä lisää tuotteen käyttämisen pääluokassa.

*”Kestovanulappujen hygieenisuus mietityttää.”*

Kuten Lissabonissa toteutetussa kahvilan asiakkaiden ja henkilökunnan asenteisiin keskittyvässä tutkimuksessa nousi esille, osa vastaajista ei epäilyttävän hygienian vuoksi käyttänyt maasta löytämäänsä kestopukia (Henriques 2019, 39). Tämä tapaus koski kuitenkin tilanteita, joissa ihminen tiedosti toisen henkilön käyttäneen tuotetta aiemmin. Tässä aineistossa vastaajia arveluttaa hygieenisuus ollessaan tuotteen ainoa käyttäjä. Hygieenisuus oli alun alkaen ensimmäisen kertakäyttöisen mukin kehittämisen syynä, kun ymmärrettiin, että taudit pääsevät leviämään yhteisellä juomakupilla (kts. Dixie Cup 2008). Lisäksi hygienian merkitys on tämän päiväisessä pandemiatilanteessa hyvin vallitseva diskurssi ja miltei kaikkia asioita tarkastellaan hygieenisyyden näkökulmasta. Hygieenisuus menee tällä hetkellä uusiokäyttämisen ohi esimerkiksi kertakäyttöisten maskien käyttämisessä. Kuten edellä mainitsin, kertakäyttöiset maskit ovat tutkimusten mukaan tehokkaampia kuin kankaiset kestopmaskit (kts. Teknologian tutkimuskeskus 2020). Hygieenisyyden arveluttavuus ei liity sinällään itse kestopuutteeseen vaan tapaan käyttää kestopuutteita. Kertakäyttöisen tuotteesta tekee se, että se käytetään kerran ja heitetään sen jälkeen pois. Kestotuotteeksi voidaan määritellä myös kertakäyttöinen tuote, mikäli sitä käytetään useamman kerran. (McCollough 2007, 214.) Vastaajat liittävät jo kerran käytettyyn tuotteeseen epähygieenisyyden ja käyttämättömään hygieenisyyden ja puhtauden.

*”Korona-aika on tuonut elämäni kertakäytönäliinat, -maskit...”*

## 5.2. Tuotteen käyttäminen

Tuotteen käyttämisen pääluokka muodostuu alaluokista, jotka liittyvät kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttöön. Luokka eroaa ensimmäisestä pääluokasta eli tuotteen ominaisuus-luokasta sillä, että tässä luokassa ei käsitellä kerta- tai kestopuotteiden ominaisuuksia vaan niiden käyttöä. Tätä luokkaa luonnehtii kestopuotteita määrittelevä uudelleen käyttö, joka edellyttää erilaisia toimia kuin tuotteiden käyttäminen vain kertaalleen. Tässä pääluokassa tuotteiden käyttöön liittyvät toimet koetaan niin negatiivisina kuin positiivisina riippuen tilannetekijöistä, rutiineista ja tuotteen huoltamisesta.

### 5.2.1. Tuotteen käyttöön liittyvät rutiinit

Rutiinien puuttuminen nousi erittäin oleelliseksi osaksi kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttämiseen liittyviä syitä. Suurimmassa osassa vastauksia tuli ilmi, kuinka kestotuotteita arvotetaan kertakäyttötuotteita paremmaksi, mutta kestotuotteiden käyttäminen ei ole vielä rutinoitunutta toimintaa. Useassa vastauksessa kuvailtiin kuinka usein syy siinä, että käyttää kertakäyttöistä tuotetta johtuu siitä, että kestooversio on unohtunut kotiin. Tämä on selkeä vaikuttava syy sellaisten tuotteiden käytölle, joita käytetään kodin ulkopuolella, eikä tämä koske esimerkiksi kestoanulappuja. Valinta käyttää kestotuotteita ei todellisuudessa ole täysin omasta tahdosta johtuvaa valinnan vapautta, vaan toiminta on pitkälti määritelty ennalta (vrt. Lehtonen 2014).

Tuotteita, joita vastaajat kertoivat käyttävänsä kodin ulkopuolella, olivat kestromukit, kestopussit ja kestopussit. He kuvailivat käyttävänsä kertakäyttötuotteita kesto- ja kestopussien sijaan yllättävissä tilanteissa, joihin he eivät ole varautuneet kuten esimerkiksi juhlat tai kauppaan meneminen suoraan töistä. Myös tässä luokassa tilannetekijät ovat olennaisesti vaikuttava syy siihen, valitseeko kesto- vai kertakäyttötuotteen. Kestomukin kotiin unohtuminen kuvastaa kertakäyttökulttuuria ja tätä aikaa. Kertakäyttöiseen take-away -kahvikuppiin juoman ottaminen johtuu siitä, että kahvia ei ehdi juoda aamulla tai päivän aikana ei ole aikaa istuutua kahvilaan juomaan kahvi paikan päällä posliinisesta mukista. Ennen kertakäyttöisiä poisheitettäviä tuotteita kahvin ottaminen mukaan ei ollut mahdollista (kts. Dixie Cup Company Collection 2008).

*”Jos oma esimerkiksi take away -kuppi unohtuu kotiin, ostan sellaisen.”*

*”Joskus kertakäyttötuotteiden ostaminen on kätevää ja tulee halvemmaksi.”*

### 5.2.2. Tuotteen huoltaminen

Kestotuotteiden huoltamisen helppous tuli aineistossa useampaan kertaan esille. Tässäkin on kuitenkin hahmotettava tietty ennako-oletus, joka vastaajilla on. Mikäli kestotuotteiden vaatimaa huoltamista ei nähtäisi ylimääräisenä lisätyönä, ei sen helppoutta tarvitsisi erikseen korostaa. On mahdollista, että vastaajat vertailivat kesto- ja kertakäyttötuotteiden vaatimaa huoltamista uusien kertakäyttötuotteiden ostamiseen ja kierrättämiseen. Aineistossa korostuu kesto- ja kertakäyttötuotteiden käyttämisen edellyttämän huoltamisen hankaluus. Vastauksissa eivät korostu mitkään tietyt kesto- ja kertakäyttötuotteet, vaan ylipäättään huoltaminen koetaan hankalana. Käytetty kesto- ja kertakäyttötuote ei ole heti valmiina käyttöön, vaan se pitää puhdistaa ennen uusiokäyttöä. Tämän rinnalla kertakäyttötuote on helpompi, sillä sen voi käytön jälkeen heittää roskiin ja uusi tuote on heti käyttövalmiina. Huoltamisen tuoma vaikeus käyttää kesto- ja kertakäyttötuotteita on sellainen piirre, mitä ei voi kokonaan poistaa kesto- ja kertakäyttötuotteita kehittämälläkään. Kestotuotteita voidaan kehittää helpommin puhdistettaviksi, mutta siitä huolimatta ne vaativat

puhdistamisen. Puhdistamista ei ennen nähty ongelmana, koska mahdollisuutta heittää käytetty tuote roskiin ja ottaa uusi käyttämätön ei ollut (kts. Strasser 2000, 247). Puhdistamisen ja huoltamisen kokeminen hankaluutena tuo esille tiettyä kuvaa nykyajasta ja kertakäyttökulttuurista.

*”Pienien lappujen pyykkääminen on aikaa vievää ja työlästä, ja sillä vanulappuja käyttää joka päivä, niitä pitäisi olla todella paljon”*

### 5.2.3. Tilannetekijät

Huoltamisen helppous riippuu olennaisesti tilannetekijöistä. Tilannetekijä on muissakin kuin vain tuotteen käyttämisen pääluokassa olennainen vaikuttava tekijä. Tilanteet, joissa tuotteiden huoltaminen ei onnistu yhtä helposti, vaikuttavat selkeästi tuotteiden käyttöön. Mökillä astioiden tiskaaminen puutteellisen tilan tai juoksevan veden vuoksi koetaan sen verran hankalaksi, että kertakäyttötuotteet ovat helpompia. Vastauksissa tuotiin esille myös seikka kestotuotteiden huonosta saatavuudesta. Mikäli voimavaroja ja varallisuutta on riittävästi, ei kuluttajaa palkita lisävaivannäöstä millään muulla paitsi ehkä pienellä helpotuksella ilmastoahdistukseen. Kestotuotteita ei tarvitse samalla tavalla täydentää jatkuvasti kuin elintarvikkeita mutta niiden kokeilemisen kynnys kasvaa huomattavasti, mikäli niiden saatavuus on hankalampaa kuin kertakäyttöisten versioiden. Kestotuotteiden käyttämiseen vaikuttavat paljolti kuluttajan omat voimavarat etsiä tietoa tuotteista, etsiä tuotteita kaupoista, varallisuus ja halu pyrkiä muuttamaan omia rutiineja. Kuluttajat, joilla ei ole motivaatiota etsiä vaihtoehtoja kertakäyttötuotteille, eivät todennäköisesti päädy kokeilemaan kestotuotteita, sikäli kun niiden käyttämisen edellyttämä tiedonhaku, rahallinen ja ajallinen panostus on paljolti kuluttajan vastuulla ja riippuvainen kuluttajasta. Kestohöylien teriä ei ole tarjolla päivittäistavarakaupoissa samalla tavalla kuin kertakäyttöisiä versioita.

*”Kestosheiverin teriä myydään vain tietyissä liikkeissä”*

### 5.3. Ilmastoahdistuksen hallitseminen

Ilmastoahdistuksen hallitseminen on aineiston perusteella sateenvarjomainen pääluokka, joka vaikuttaa kaikkiin muihin pääluokkiin, eli tuotteen käyttämiseen ja pohdintaan tuotteen ominaisuuksista. Ilmastoahdistus ei itsessään vaikuta käyttäjien tarpeisiin tai rutiineihin, mutta pohtiessaan kesto- ja kertakäyttötuotteiden hyviä ja huonoja ominaisuuksia vastaajat tuovat esille, miten kesto- ja kertakäyttötuotteiden välillä kytkeytyy johonkin laajempaan päämäärään. Sille on luultavasti jokin toinen syy, miksi vastaajat pyrkivät löytämään toimivia kesto- ja kertakäyttötuotteita ja

muuttamaan omia rutiinejaan. Ympäristö- ja ilmastoahdistuksen määrittelemisen ei ole yksiselitteistä ja sitä on Suomessa tutkittu kohtalaisen vähän (Pihkala 2019, 2). Sitran tekemän tutkimuksen mukaan vastaajat kokivat kestävien elämäntapojen harjoittamisen olevan paras keino hallita ilmastoahdistusta (Autere 2020). Tähän pääluokkaan on poimittu kohtia, joissa vastaajat erittelevät keinojaan elää mahdollisimman ympäristöystävällisesti.

### 5.3.1. Ympäristönäkökulman huomioiminen

Tässä yläluokassa on eriteltyä eri keinoja, joita vastaajat kuvailevat kestotuotteisiin liittyviksi. Vastaajat haluavat valinnoissaan huomioida niiden vaikutuksen ympäristölle. Kuten Weber (1922; Heiskala 2000, 54) toteaa, ovat keinot ja päämäärä arvorationaalisessa toiminnassa sitoutuneet toisiinsa. Vastaajien päämäärä on tehdä ympäristöystävällisiä valintoja, ja tämän saavuttaakseen on keinojen oltava linjassa päämäärän kanssa. Vastaajat ovat yhtä mieltä siitä, että kestotuotteet ovat joissain tilanteissa kertakäyttöisiä tuotteita ympäristöystävällisempiä. Kuten Sitran teettämässä tutkimuksessa ilmastoahdistuksesta tulee ilmi, kestävien elämäntapojen harjoittaminen koettiin vastaajien keskuudessa tehokkaimmaksi keinoksi hillitä ilmastoahdistusta (kts. Autere 2020).

*”Ympäristöahdistus ja halu toimia paremmin ympäristön kannalta ovat valintojen takana.”*

### 5.3.2. Huoli ympäristön tilasta

Tämä yläluokka muodostuu niistä vastauksista, joissa vastaajat kuvailevat huoltaan ympäristön tilasta, tekojensa seurauksia ympäristölle ja tekojensa aiheuttamia tuntemuksia. Vastauksissa on havaittavissa Roby Malletin (2012, 223) kuvailemaa ekosyällisyyttä. Vastaajat ovat selkeästi tietoisia omien valintojensa vaikutuksesta ympäristölle kuten tuloksissa tulee ilmi ja Malletin (2012) mukaan tämän tiedostavat henkilöt kokevat syyllisyyttään tehdessään valinnan, jonka he tietävät olevan ympäristölle vahingollinen. Vastaajien kokemaan ekosyällisyyteen viittaavat heidän kuvailema ahdistus, mikäli he käyttävät tuotetta vain kerran.

*”Tuntuu pahalta käyttää kertaluontoisesti asioita.”*

*”Tekee paha tuottaa niin paljon roskaa”*

*”Tarpeettomien kertakäyttötuotteiden käytöstä tulee turhamainen olo”*

Kestotuotteiden käyttämisen vaikutukset ympäristölle mietityttää hyvin montaa vastaajaa. Selkeäksi syyksi käyttää mieluummin kestotuotteita ilmenee niiden pienempi rasitus ympäristölle syntyvän roskan muodossa.

## 6. Johtopäätökset

Tutkielmani tarkoituksena on tarkastella, mitkä tekijät ovat yhteydessä kestotuotteiden käyttöön ja miten niiden käyttäminen näkyy kuluttajien arjessa. Kuten teoriaosuudessa käyn läpi, Max Weberin tarkastelema arvorationaalisuus on mielenkiintoinen lähtökohta tarkastella, miten aineistokyselyn vastaaja ottaa huomioon valinnoissaan ympäristöystävällisyyden ja ympäristön kannalta kestävät valinnat. Vastaajat pohtivat läpi aineiston, missä tilanteessa mikäkin tuote on parempi minkäkin tilanteen kannalta. Vastaajien päämäärät ja arvot ovat kuitenkin usein ristiriidassa arjessa tehtyjen valintojen kanssa. Selkeitä yhteneväisyyksiä vastaajien keskuudessa ristiriitaisuuden kokemisesta on nähtävissä ja nämä syyt heijastelevat myös historiallista kontekstia. Vastaajien toimintaa tarkastellaan rutiinien ja arjen toiminnan kautta, ja kuten teoriaosuudessa tuon esille, eivät rutiinit todellisuudessa ole yksilöllisiä vaan ne seuraavat yhteiskunnan muiden jäsenten kanssa hyvin samanlaista kaavaa ja rytmiä. (kts. Lehtonen 2014, 228–229.) Ilmastoahdistus ja ekosyyllisyys tulevat monessa vastauksessa esille.

Vastaajat kertovatkin, miten roskaaminen ahdistaa heitä ja kestotuotteet tarjoavat tähän ratkaisun. Kestotuotteiden valitseminen on mahdollisesti keino pyrkiä hallitsemaan ilmastoahdistusta. On myös mahdollista, että kestotuotteiden käyttäminen aiheuttaa ilmastoahdistusta, mutta tätä ei ole aineiston perusteella mahdollista selvittää.

Mielenkiintoisia löydöksiä ovat kestotuotteisiin liitettävä hygieenisyyden puute. Hygieenisuus on ollut ensimmäisen kertakäyttöisen juomamukin kehittämisen syynä, ja aineistosta pystyy havaitsemaan, miten vastauksissa esiintyy samoja syitä, mitkä kertakäyttöisten kehittämisen taustalla on alun perin ollut. Hygieenisuus epäilytti vastaajia myös kestovanulapuissa. On mielenkiintoista huomioda se, miten esimerkiksi meikin levityksessä käytettävät siveltimet määritellään kestotuotteiksi, mikäli käyttäjä pesee siveltimet ohjeistuksen mukaisesti (kts. McCollough 2007, 214). Olisi mielenkiintoista tehdä jatkotutkimuksia siitä, koetaanko uudelleen käytettävät meikkisiveltimet epähygieenisiksi vai koskeeko tämä oletamus vain kestovanulappuja. On mahdollista, että niiden kohdalla hygienian puute ei mietitytä samalla tavalla kuin vanulapuissa, vaikka nekin koskettavat kasvoja. Mahdollisesti meikkisiveltimien kohdalla hygieenisyyttä ei oteta huomioon samalla tavalla kuin kestovanulappujen käytössä, koska meikkisiveltimille ei ole kertakäyttöistä vaihtoehtoa. Toisaalta kestovanulappujen hygieenisyyden pohdintaan voi osaltaan vaikuttaa kestovanulappujen käyttötarkoitus. Puhdistukseen tarkoitettujen tuotteiden on oltava puhtaita.



Kestotuotteiden käyttöön liitetään kuvailuja siitä, miten tuotteiden käyttäminen on joissain tilanteissa hankalaa. Näitä huomioita voidaan peilata kertakäyttöisten kuukautustuotteiden kehittämisen historialliseen kontekstiin ja niiden vaikutuksiin naisille. Niiden tuoma helpotus arkeen heijastelee sitä, mitä koettuja vaikeuksia kestotuotteiden käyttämiseen liittyy nykypäivänä. Lisääntyneen vapaa-ajan myötä ihmiset liikkuvat enemmän ja kestotuotteet eivät tuo samanlaista helpotusta kuin kertakäyttötuotteet. Kertakäyttötuotteiden tuoma helpotus arkeen perustuu siihen, että ne voidaan heittää yhden käytön jälkeen pois eikä niitä tarvitse huoltaa analyysin tulosten mukaan. Kestotuotteiden vaatima huolto on tietystä näkökulmasta tarkasteltuna sitä, mihin kertakäyttöisten tuotteiden kehittäminen alun perin toivat helpotuksen poistamalla tarpeen huoltaa tuotteita.

Mikäli kertakäyttöisyyttä pyritään vähentämään, ei muutos ole mahdollinen vain yksilöä vastuuttamalla ja yksilön valinnoilla. Kuten yksi vastaajista toteaa: ”Maailma on rakentunut kertakäyttöisyyden päälle”. Vastaajat pyrkivät ottamaan valinnoissaan ympäristön huomioon, mutta mikäli kertakäyttöisyyttä pyritään yleistämään, ei kestotuotteiden suosiminen voi perustua vain yksilön valintoihin. Kestotuotteiden käyttämiseksi tehtävät muutokset tulisi toteuttaa yhteiskunnallisella ja poliittisella tasolla.

Tutkielman johdannossa pohdin sitä, miksi kestotuotteita ei käytetä tai mainosteta enemmän. Ne tarjoavat keinon vähentää roskaamista korvaamalla kertakäyttöiset tuotteet, jotka päätyvät roskiin yhden käyttökerran jälkeen. Tiedostin aloittaessani tutkielmaani myös itse kokemani vaikeudet käyttää kestotuotteita. Minulla sekä aineistoni vastaajilla on vaikeuksia ottaa kestotuotteet osaksi arkea, ja tuotteiden käyttäminen vain kerran on helpompaa kuin niiden uusiokäyttäminen. Tarkastellessani aineiston vastaajien erittelemiä vaikeuksia ottaa kestotuotteet osaksi arkea, nousee esille selkeitä samankaltaisuuksia kaikkien vastaajien kesken, joihin myös itse samaistun. Kestotuotteiden käyttäminen ei ole yksilötasolla rationaalista. Kestotuotteiden käyttäminen vie enemmän aikaa ja vaivaa, ja yksilökohtaiset resurssit eivät ole aina riittäviä kestotuotteiden käyttöön tarjolla ollessa vaihtoehto käyttää tuotteita vain kertaluontoisesti. Valintaan kesto- ja kertakäyttötuotteen välillä ei ole vain arvorationaalinen kysymys vaan siinä tulee vastaan myös ajankäyttöön ja varallisuuteen liittyvät resurssit.

Jari Aro ja Pertti Jokivuori (2014, luku 7) pohtivat *Klassisen sosiologian maailmassa* Weberin tapaa tarkastella yhteiskuntaa ja toimintaa metodologisen individualismin mukaisesti eli sitä, miten ilmiöiden tarkastelun lähtökohtana tulisi olla yksilöiden ja ryhmien toiminta. Yksilön toimintaa tulisi Weberin mukaan tarkastella aina intentionaalisena. (Em. luku 7.) Minusta kestotuotteiden käyttämistä ja ylipäättään vihreää kulutusta tulisi kuitenkin tarkastella myös holistisesti eli yhteiskunnan

rakenteiden kautta. Aineistossani nousee esille se, miten vastaajat pyrkivät suosimaan kestotuotteita, mutta se ei kaikissa tilanteissa ole mahdollista ja kertakäyttötuoiteiden käyttäminen on helpompaa. Yksilöiden toiminta ei ole riippumatonta yhteiskunnallisista rakenteista ja aineistoni vastaukset heijastavat sitä, miten vallitsevat rakenteet ohjaavat heidän käytöstään rutiinien kautta.

Päämäärärationaaliseen toimintaan kuuluu Weberin (kts. 1922; Heiskala 2000, 54) mukaan laskelmointi siitä, mikä päämäärä johtaa tehokkaimpaan tulokseen. Vihreää kuluttamista tai valinnan tekemistä kesto- ja kertakäyttötuoiteiden välillä ei tehdä laskelmoiden. Kuluttaja tiedostaa, että kestotuotteiden käyttäminen on hankalampaa kuin kertakäyttötuoiteiden käyttö, joten toiminta heijastelee enemmän arvorationaalista toimintaa. Arvorationaalisuuden näkökulmasta tarkasteltaessa kestotuotteet ovat toimiva ratkaisu esimerkiksi ilmastoahdistuksen vähentämiseen tai hallintaan. Kuitenkin henkilöille, jotka eivät koe ilmastoahdistusta siinä määrin, että he kokisivat tarvetta vähentää sitä, kestotuotteet saattavat näyttäytyä vain aikaa ja rahaa vaativina tuotteina, eikä niiden käyttäminen ole rationaalista yksittäiselle toimijalle. Yksilöiden välillä ilmeneviä eroavaisuuksia toiminnassa voidaan tarkastella Weberin rationaalisuuden jaottelun avulla. Kuten Weber korostaa (em. 54), toiminta voidaan jakaa päämäärärationaaliseen ja arvorationaaliseen. Päämäärärationaalista toimintaa voidaan tutkimusten valossa pitää toimintana, joka ei ota ympäristön kannalta parhaita valintoja huomioon sikäli, kun ne eivät ole yksilön kannalta parhaan lopputuleman tuottavia. Ympäristönäkökulman huomioon ottaminen taas näyttäytyy tällä hetkellä arvorationaalisenä niille, joille ympäristön ajattelemisen on arvoina tärkeä. Mikäli tuotteiden käyttöä toivotaan lisäävän, on muutoksen tapahduttava yhteiskunnallisella ja poliittisella tasolla niin, että kestotuotteiden käyttö olisi rationaalista myös niille toimijoille, joiden valintoja huoli ympäristöstä ei ohjaa yhtä vahvasti. Lisäksi kuten aineistossa nousee esille, eivät myöskään toimijoiden, jotka pyrkivät ottamaan ympäristön huomioon valinnoissaan, ole aina mahdollista valita kestotuotteita niiden aiheuttaman lisätyön takia.

Aineistoni antaa rajalliset mahdollisuudet tarkastella kesto- ja kertakäyttötuoiteisiin liittyvää pohdintaa laajemmin. Vihreä kulutus vaikuttaa olevan vastauksissa hyvin vallitseva piirre. Aineiston vastaajat ovat kaikki samasta Kestävä Arki Facebook-ryhmästä, ja jatkotutkimuksessa olisi mielenkiintoista tarkastella miten henkilöt tämän ryhmän ulkopuolella kuvailevat valintojaan ja tuotteiden käyttämiseen liitettäviä asioita. Olisi myös mielenkiintoista tutkia tarkemmin, koetaanko kestotuotteiden käyttämisen toimivan keinona hillitä ilmastoahdistusta.

## Lähdeluettelo:

Painetut lähteet

- Adams, Matthew & Raisborough, Jayne (2010) Making a difference: ethical consumption and the everyday. *The British journal of sociology*, 61:2, 256-274.
- Ahlqvist, Kirsti & Raijas, Anu (2003) *Ihanne ja todellisuus: näkökulmia kulutuksen muutokseen*. Helsinki: Tilastokeskus, 2004.
- Aro, Jari & Jokivuori, Pertti (2014) *Klassinen sosiologia ja moderni maailma*. Jyväskylä: Docendo.
- Autio, Minna & Wilska, Terhi-Anna (2003) *Vihertävät tytöt, vastuuttomat pojat—nuorten kuluttajien ympäristöasenteet*. Nuorisotutkimus.
- Autio, Minna (2019) *Muuttuva kulutusyhteiskunta ja sen symbolit*. Teoksessa Jaana Laine, Susanna Fellmann, Matti Hannikainen, Jari Ojala & Minna Autio (toim.) *Vaurastumisen vuodet: Suomen taloushistoria teollistumisen jälkeen*. Helsinki: Gaudeamus, 2020
- Ajzen, Icek (2005) *Attitudes, Personality, and Behavior*. Yhdistyneet Kuningaskunnat: McGraw-Hill Education
- Bissing-Olson, Megan J. & Fielding, Kelly S. & Iyer, Aarti (2016) Experiences of pride, not guilt, predict pro-environmental behavior when pro-environmental descriptive norms are more positive. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 145-153.
- Elkington, John & Julia, Hailes (1991) *Vihreän kuluttajan opas: valitse ja vaikuta*. Porvoo: WSOY
- Fraj, Elena & Martinez, Eva (2007) *Ecological consumer behaviour: an empirical analysis*. *International journal of consumer studies*, 31(1), 26-33.
- Heiskala, Risto (2000) *Toiminta, tapa ja rakenne. Kohti konstruktionistista synteesiä yhteiskuntateoriassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula (1997) *Tutki ja kirjoita 1–2.p* Helsinki: Kirjayhtymä
- Levy, Barry & Jonathan, Patz (2015) *Climate Change and Public Health*. Oxford University Press.
- Gavin, Lucas (2002) *Disposability and dispossession in the twentieth century*. *Journal of material culture*, 7(1), 5-22.
- Mallett, Robyn (2012) *Eco-guilt motivates eco-friendly behavior*. *Ecopsychology*, 4(3), 223-231.
- Massa, Ilmo & Risto, Haverinen (2001) *Arkielämän ympäristöpolitiikka: esitutkimus*. Helsinki: Ympäristöministeriö
- McCullough, John (2007) *The effect of income growth on the mix of purchases between disposable goods and reusable goods*. *International Journal of Consumer Studies*, 31(3), 213-219.

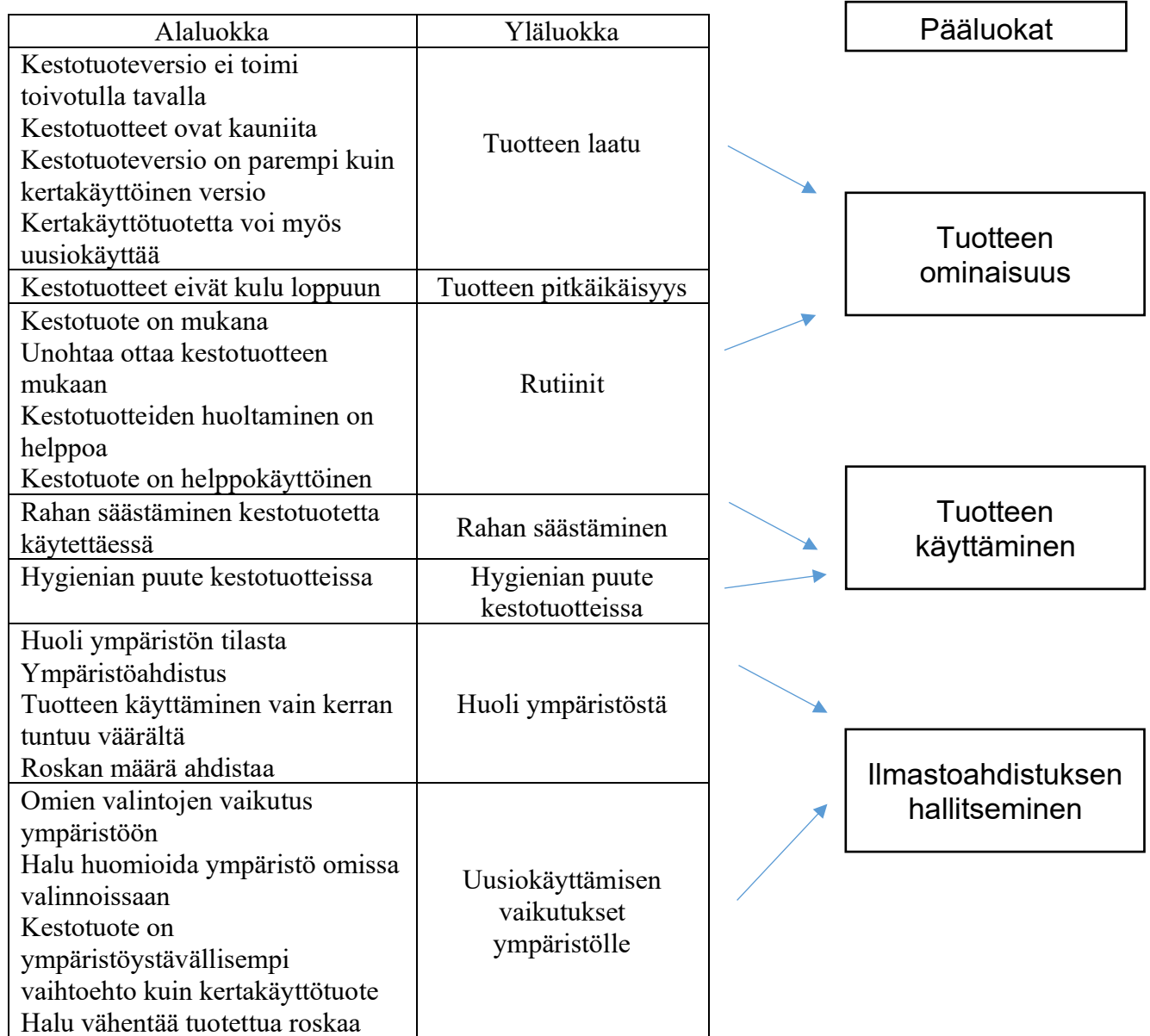
- Moisander, Johanna (2007) Motivational complexity of green consumerism. *International journal of consumer studies*, 31(4), 404-409.
- Pihkala, Panu (2019) *Ilmastoahdistus ja sen kanssa eläminen*. Helsinki: Suomen mielenterveysseura 26 p.
- Pihkala, Panu (2018) *Johdatus ympäristöahdistukseen*. Tieteessä tapahtuu 36(6).
- Sousa Henriques, Ana Louisa (2019) The Social, environmental and economic impact of using reusable plastic cups in Lisbon (Doctoral dissertation). Portugal: Universitario de Lisboa
- Strasser, Susan (2000) *Waste and Want: A Social History of Trash*. Yhdysvallat: Holt McDougal
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (Uudistettu laitos.). Tammi.
- Weber, Max (1989) *Maailmanuskonnot ja moderni länsimainen rationaalisuus*. Suomentanut Tapani Hietaniemi. Tampere: Vastapaino. Saksankielinen alkuteos 1920.

#### Digitaaliset lähteet

- Euroopan parlamentti (2020) Parlamentti sinetöi kertakäyttömuovin kiellon vuoteen 2021 mennessä. <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/press-room/20190321IPR32111/parlamentti-sinetoi-kertakayttomuovin-kiellon-vuoteen-2021-menessa> viitattu 20.09.2020
- Autere (2020) Kestävät elämäntavat auttavat ilmastoahdistukseen. <https://www.sitra.fi/uutiset/kestavat-elamantavat-auttavat-ilmastoahdistukseen/> Viitattu 22.11.2020
- Teknologian tutkimuskeskus (2020) VTT selvitti, ovatko kertakäyttöiset suojaimet ja kangasmaskit puhdistettavissa kotikonstein <https://www.vttresearch.com/fi/uutiset-ja-tarinat/vtt-selvitti-ovatko-kertakayttoiset-suojaimet-ja-kangasmaskit-puhdistettavissa> viitattu 23.11.2020
- Punnitse & Säästä (2020) Tietoa meistä. <https://punnitse.fi/tietoa-meista/> viitattu 17.11.2020

# Liitteet

## Liite 1. Aineiston analyysin alaluokat



## Liite 2. Aineistokyselyn kysymykset

1. Syntymävuosi
2. Olen tällä hetkellä:
  - Työtön
  - Opiskelija
  - Työssä käyvä
3. Sukupuoli
  - Nainen
  - Mies
  - Muunsukupuolinen
  - En halua kertoa

Kestotuote on jokin uusiokäytettävä tuote mitä voit käyttää vaihtoehtona kertakäyttöiselle tuotteelle.

4. Voit valita tästä useamman käyttämäsi tuotteen. Voit valita tuotteen, vaikka et omistaisi tuotetta ja olisit kokeillut tuotetta vain kerran. (Tähän kysymykseen ei avointa vastausta vaan vastaaja valitsee luettelosta tuotteet, joita käyttää tai on kokeillut)
  - Kestomuki – voit käyttää tätä vaihtoehtona kertakäyttöiselle take-away-mukille
  - Kestohedelmäpussi – voit käyttää tätä vaihtoehtona kaupan hedelmille ja vihanneksille tarkoitetulle muovipussille
  - Kestohöylä – voit käyttää tätä vaihtoehtona kertakäyttöiselle ihokarvojen ajeluun tarkoitetulle höylälle
  - Kestovanulappu – voit käyttää tätä vaihtoehtona kertakäyttöiselle vanulapulle
  - En ole kokeillut mitään kestotuotteita
  - En ole kuullut kestotuotteista aiemmin
5. Jokin muu kuin yllä mainittu kestotuote mikä?

Näihin kysymyksiin vastaajaa vastaa avoimella tekstillä

6. Mitä asioita otat huomioon kuluttamisessasi ja löytyykö sinulta jotain asenteita kuluttamista kohtaan, jotka vaikuttavat ostopäätöksiisi?
7. Mikäli käytät kestotuotteita voitko kuvailla tarkemmin syitäsi käyttää niitä
8. Mikäli käytät kertakäyttötuotteita voitko kuvailla tarkemmin syitäsi käyttää niitä
9. Mitä lähipiirissäsi ajatellaan kestotuotteiden tai kertakäyttötuotteiden käyttämisestä?
10. Vaikuttavatko lähipiirisi asenteet omiin asenteisiisi kesto- tai kertakäyttötuotteiden käyttämisestä. Mikäli koet, että asenteet vaikuttavat niin kuvaile tarkemmin miten?
11. Kuvaile mikä kestotuotteiden käyttämisessä on mahdollisesti helppoa

12. Kuvaile mikä kestotuotteiden käyttämisessä on mahdollisesti hankalaa?