

Laura Pojanluoma

**NUORTEN
ARVOPAPERISIJOITTAMINEN
KÄYTÄNTÖTEOREETTISESTA
NÄKÖKULMASTA**

Johtamisen ja talouden tiedekunta

Pro gradu –tutkielma

Toukokuu 2022

Ohjaajat: Hannu Kuusela ja Elina Närvänen

TIIVISTELMÄ

Pojanluoma, Laura: Nuorten arvopaperisijoittaminen käytäntöteoreettisesta näkökulmasta
Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Kauppatieteiden tutkinto-ohjelma
Toukokuu 2022

Sijoituspalveluiden markkinat ovat kokeneet viimeisen kahden vuosikymmenen aikana merkittävän murroksen. Muutos toimialan palvelurakenteessa ja sääntelyssä on yhdessä kotitalouksien varallisuuden kasvun kanssa mahdollistanut muutokset kuluttajien ostokäyttäytymisessä ja asettanut uudenlaisia odotuksia ja vaatimuksia palveluntarjoajille. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on käytäntöteoreettisella lähestymistavalla kuvata ja eritellä arvopaperisijoittamisen ympärille muodostuneita käytäntöjä, sekä analysoida kyseisten käytäntöjen rakentumista. Tutkimuksen tavoitteena on saavuttaa syvempi ymmärrys siitä, millä tavoin Y-sukupolvea edustavat nuoret aikuiset kuluttavat arvopaperimarkkinoita.

Tutkimuksen teoreettis-metodologisena viitekehyksenä hyödynnetään käytäntöteoreettista ajattelua, joka on kvalitatiivinen lähestymistapa ilmiöiden tarkasteluun kokemusten ja merkityksenantojen näkökulmasta. Käytäntöteoria poikkeaa selkeästi aihepiirin tutkimuksessa suosituista taloustieteellisistä ja kuluttajatutkimuksellisista suuntauksista, joissa korostuvat yksilölliset kuluttajavalinnat ja toiminnan rationaalisuus. Käytäntöteoreettisessa näkökulmassa toiminnan subjekti on käytännöissä, eikä yksittäisten kuluttajien henkilökohtaisissa näkemyksissä ja lähtökohdissa. Tämä mahdollistaa havaintojen tekemisen siitä, miten erilaiset toimintatavat edustavat itseasiassa samankaltaisia, rutinoituneita toimintoja ja merkityksiä, jotka vain näyttäytyvät erilaisina tullessaan toteutetuksi eri henkilöiden suorittamina.

Tämän tutkimuksen metodologisena lähtökohtana on sosiaalinen konstruktionismi. Tutkimusaineisto on luotu monimenetelmäisesti: se koostuu seitsemästä puolistrukturoidusta haastattelusta sekä niistä täydentävästä havainnointimateriaalista. Haastateltavat ovat kaikki Suomen Osakesäästäjien nuorisosaaston, Nuorten Osakesäästäjien jäseniä. Myös havainnointi toteutettiin kyseisen yhteisön tapahtumissa. Tutkimuksen kohderyhmänä edustaa Y-sukupolvea. Aineisto analysoitiin teorianohjaavan sisällönanalyysin keinoin, jossa aikaisempi teoria ohjaa aineiston keruuta ja sen analyysia.

Analyysin avulla tunnistettiin, että arvopaperisijoittaminen ei edusta harrastajalleen pelkkää instrumentaalista tuoton tavoittelua tai pyrkimystä varallisuuden kasvattamiseen, vaan se ilmentää kaikkia kulutuskäytäntöjen metaforia, joskin elementtien painotukset saattavat vaihdella käytäntöjen välillä. Se on kantajalleen aktiivinen kulutuskokemus, joka tarjoaa viihdyttävää ajanvietettä, mahdollisuuden kehittää itseään sekä olla vuorovaikutuksessa toisten kanssa, yhteisen kiinnostuksen kohteen ympärillä. Sijoittaminen toimii myös väylänä tavoitella jotain houkuttelevaa ja palkitsevaa. Tuloksista voidaan myös päätellä, että arvopaperisijoittamisen käytännöt eivät toteudu pelkän vaihdannan kautta, vaan niiden voidaan katsoa rakentuvan kulutuskohteeseen liittyvien toimintatapojen, ymmärrysten, sitoumusten sekä kuluttajien välisen vuorovaikutuksen kautta, jossa yhteisöllisyys, huumori ja pelillisuus ovat oleellisissa roolissa. Käytäntöjen rakentuminen on luonteeltaan jatkuvaa ja yksilöllistä. Tutkimuksessa ilmeni, että arvopaperisijoittamisen käytännöt muovautuivat ajan kuluessa sekä kompetenssin kasvun myötä.

Avainsanat: käytäntöteoria, kulutuskäytännöt, metaforat, arvopaperisijoittaminen

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
1.1 Arvopaperisijoittaminen elämäntapavalintana	1
1.2 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset	4
1.3 Tutkimuksen rajaukset.....	5
1.4 Tutkimuksen rakenne	6
2 SIJOITTAMINEN KULUTUSTUTKIMUKSEN KONTEKSTISSA	9
2.1 Sijoittaminen ja kulutustutkimus	9
2.1.1 Mitä sijoittaminen on?	9
2.1.2 Sijoittamisen suhde kulutukseen	11
2.2 Kulttuurinen kulutustutkimus	13
2.3 Käytäntöteoreettinen lähestymistapa kulutustutkimukseen.....	14
2.3.1 Käytäntöteoreettinen lähestymistapa.....	14
2.3.2 Käytäntöjen anatomia.....	16
2.3.3 Käytännöt ja kulutus	20
2.4 Kulutuskäytäntöjen metaforat.....	21
2.4.1 Kuluttaminen kokemuksena.....	23
2.4.2 Kuluttaminen integraationa	24
2.4.3 Kuluttaminen luokitteluna.....	24
2.4.4 Kuluttaminen leikkinä ja ajanvietteenä	25
2.5 Teoreettisen viitekehyksen synteesi.....	26
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	29
3.1 Tieteenfilosofiset lähtökohdat.....	29
3.2 Kvalitatiivinen tutkimus	32
3.3 Aineiston generointi	35
3.3.1 Puolistrukturoitu haastattelu.....	36
3.3.2 Havainnointi.....	39
3.4 Aineiston analysointi ja tulkinta	41
4 ARVOPAPERISIJOITTAMISEN KÄYTÄNNÖT	45
4.1 Sijoittaminen kokemuksena.....	46
4.1.1 Oman talouden ja arvopaperimarkkinoiden jäsentäminen.....	46
4.1.2 Kokemuksen ja sijoituskohteiden arviointi.....	50
4.1.3 Kokemuksen arvostaminen.....	54
4.2 Sijoittaminen integraationa.....	56
4.2.1 Yhteisesti jaettujen merkitysten omaksuminen	56
4.2.2 Sijoituskokemuksen tuottamiseen osallistuminen.....	59
4.2.3 Henkilökohtaisen kulutuskokemuksen luominen	61
4.3 Sijoittaminen luokitteluna	63
4.3.1 Luokittelu kulutuskohteiden kautta.....	63
4.3.2 Luokittelu toiminnan kautta	66
4.3.3 Luokittelu arvojen kautta	67
4.4 Sijoittaminen leikkinä ja ajanvietteenä	68
4.4.1 Sijoittamisen yhteisöllisyys.....	68
4.4.2 Muiden viihdyttäminen.....	70

4.4.3 Kilpailu osana kanssakäymistä	71
4.5 Tutkimuksen tulosten yhteenveto	73
5 PÄÄTELMÄT	84
5.1 Tutkimuksen yhteenveto ja johtopäätökset	84
5.2 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi ja kritiikki	86
5.3 Tutkimuksen kontribuutio	89
5.3.1 Tieteellinen kontribuutio	89
5.3.2 Liiketoiminnallinen relevanssi	91
5.4 Jatkotutkimusmahdollisuudet	93
LÄHTEET.....	95
LIITTEET.....	103
LIITE 1: haastattelurunko	103
KUVIOT	
Kuvio 1. Tutkimuksen rakenne	7
Kuvio 2. Käytäntöjen elementit mukailen Warde (2005)	19
Kuvio 3. Kulutuskäytäntöjen typologia mukailen Holt (1995)	22
Kuvio 4. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys.....	29
Kuvio 5. Tutkimusprosessin vaiheet	34
TAULUKOT	
Taulukko 1. Käytäntöjen anatomia eri tutkijoiden mukaan	18
Taulukko 2. Haastateltavien tiedot	38
Taulukko 3. Kulutuskäytäntöjen metaforat arvopaperisijoittamisessa	74
Taulukko 4. Arvopaperisijoittamisen käytäntöjen rakentuminen.....	77

1 JOHDANTO

1.1 Arvopaperisijoittaminen elämäntapavalintana

Suomen Pankin mukaan suomalaiset kotitaloudet omistivat vuoden 2021 lopussa pörssiosakkeita reilulla 55 miljardilla ja rahasto-osuuksia reilulla 40 miljardilla. Tämä merkitsee sitä, että kotitalouksien rahoitusvarat ovat yli kaksinkertaistuneet viimeisten kahden vuosikymmenen aikana (Pörssisäätiö, 2022). Tähän on osaltaan vaikuttanut finanssialalla samanaikaisesti tapahtunut murros: sääntelyn vapautumisesta sekä digitalisaatiosta johtuva räjähdysmäinen kasvu, niin uusien palveluiden kuin palveluntarjoajien lukumääränkin osalta, on mahdollistanut arvopaperikaupan näkökulmasta kiinnostavat ja kasvavat markkinat, joilla kuluttajilla on yhä suurempi päätäntävalta. Muutos toimialan sääntelyssä on lisännyt myös sijoituspalveluiden tarjoajien ja erilaisten sijoitusinstrumenttien määrää, mistä johtuen finanssialalla toimii nykyään hyvin monen tyyppisiä yrityksiä kuten pankkeja, vakuutusyhtiöitä, joukkorahoitusyrityksiä, investointipankkeja, eläkerahoitusyhtiöitä sekä näiden lisäksi suuri määrä erilaisia arvopaperivälittäjiä, jotka ovat saaneet merkittävää kilpailuetua keskittymällä verkkopohjaisiin sijoitusratkaisuihin (Puustinen, 2012, 8). Pellisen, Törmäkankaan, Uusitalon ja Raijaksen (2011, 108) mukaan palvelurakenteen muutos on yhdessä kotitalouksien varallisuuden kasvun kanssa mahdollistanut muutokset kuluttajien sijoitusinstrumenttien ostokäyttäytymisessä siten, että yhä useampi kuluttaja kykenee sijoittamaan varallisuuttaan erilaisiin sijoituskohteisiin. Edes vuonna 2020 osakemarkkinoita hetkellisesti romahduttanut koronapandemian puhkeaminen ei vähentänyt suomalaisten kasvanutta innostusta sijoittamiseen (Danske Bank, 2020a).

Kehitys on tarjonnut sijoituspalveluntarjoajille uusia mahdollisuuksia liiketoimintastrategiansa kehittämisen osalta, mutta samaan aikaan tuonut myös uudenlaisia haasteita. Vaihtoehtojen kasvaessa myös kuluttajien odotukset ja vaatimukset palvelun laadusta ovat kasvaneet. Euroopan komission kuluttajamarkkinoiden tulostaulun mukaan sijoituspalveluiden markkinat olivat vielä vuonna 2018 kuluttajien näkökulmasta EU-alueen kolmen heikoimmin toimivan palvelukategorian joukossa,

yhdessä asuntolainojen ja kiinteistövälityspalveluiden kanssa, tehden pankkialasta kokonaisuudessaan heikoimmin toimivan palveluklusterin. Tämän ei todeta johtuvan niinkään kilpailun puutteesta vaan siitä, että kuluttajat kokevat alan yritysten tarjoaman liian monimutkaiseksi ja sopimusehdot vaikeaselkoisiksi (Euroopan komissio, 2018). Kuluttajien kokemukselliset, tunteelliset ja sosiaaliset näkökulmat on huomioitu muilla palvelusektoreilla, mutta finanssialalla yleinen näkemys on edelleen se, että kuluttajat kokevat merkityksellisyyttä vain vaihdannan kautta tulevilla hyödyillä (Puustinen, 2012). Fisher ja Statman (1997, 48) väittävät, ettei ole järkevää olettaa yksilöiden olevan kiinnostuneita ainoastaan riskeistä ja voitoista, se olisi sama kuin olettaa, että yksilöt valitsisivat ruokansa pelkästään hintaan ja ravintoarvoon perustuen.

Useat tutkijat ovatkin sitä mieltä, että sijoittamisen ja säästämisen teemoja ei ole kulutustutkimuksen alalla tutkittu tarpeeksi. Kulutus vaatii rahaa ja raha on kuluttamista varten. Siitä syystä on yllättävää, että kulutustutkimuksessa on kiinnitetty niin vähän huomiota kuluttajien säästämiseen ja sijoittamiseen (Zhou & Pham, 2004, 125). Sijoitusinstrumenttien sivuuttamiseen kulutustutkimuksessa voidaan kuitenkin arvioida olevan useampiakin syitä. Cook, Smith ja Searle (2009, 149) väittävät, että sijoitusinstrumentit olisi jätetty huomiotta kulutustuotteina luultavasti siksi, että talouden kenttä on useille alan tutkijoille tuntematon tai jopa pelottava. Tämä on heidän mukaansa sääli, sillä näiden tutkimusten yhdistämisellä voitaisiin saavuttaa erinomaisia synergioita. Toisaalta kulutus ja sijoittaminen on nähty myös toistensa vastakohtina, mikä osaltaan selittää aikaisemman tutkimuksen vähäisyyttä. Kotitalouden käytettävissä olevat varat ovat näin ajateltuna mahdollista joko kuluttaa tai säästää, mutta ei molempia samanaikaisesti (Allen & McGoun, 2001, 389). Tässä tutkimuksessa kuluttaminen kuitenkin ymmärretään laaja-alaisena toimintana ja tutkimuksen perusoletuksena onkin, että lähes kaikkea voidaan tarkastella kuluttamisena. Tämä oletus nojaa Arnouldin, Pricen ja Zinkhanin (2002, 9) määritelmään, jonka mukaan kuluttamisen katsotaan olevan yksilöiden ja yhteisöjen suorittamana palveluiden, kokemusten ja tuotteiden hankintaa, käyttöä sekä lopulta niiden hävittämistä. Kulutus ei siis toteudu pelkästään vaihdannan kautta, vaan sen piiriin voidaan lukea myös muut kuluttamisen toimet.

Sijoituspalveluiden tarjoajien tulisi jatkuvasti pyrkiä syventämään ymmärrystään kuluttajien käyttäytymisestä, sekä näiden toiminnasta arvopaperimarkkinoilla, jotta ne

pystyisivät vastaamaan paremmin kuluttajien nykyisiin ja nouseviin tarpeisiin, sekä palvelemaan entistä heterogeenisempää asiakaskuntaa. Parempi asiakasymmärrys tarjoaa myös uudenlaisia mahdollisuuksia saavuttaa kilpailuetua ja erottua markkinalla, jolla kilpaillaan toistaiseksi hyvin yhtenevin tuottein ja palveluformaatein. Tarve saavuttaa syvempää ymmärrystä markkinoista ei ole oleellista ainoastaan palveluntarjoajien näkökulmasta, vaan palvelee myös kuluttajia (Herrmann, Huber & Braunstein, 2000, 93). Dholakian, Tamin, Yoonin ja Youngin (2016, 153) mukaan olisikin syytä keskittyä nimenomaan säästämisen ja sijoittamisen tavanomaisiin ja elämäntapalähtöisiin aspekteihin, jotta kestäviä kulutusmalleja ja käytäntöjä voidaan tällä saralla luoda. Heidän mukaansa sijoittaminen ja säästäminen tulisi konseptoida vastaaviksi elämäntapavalinnoiksi kuin ruokavalio ja liikunnan harrastaminen. Palveluntarjoajien tulisi pyrkiä kehittämään säästämistapoja ja -ohjelmia, jotka ovat kestäviä ja onnistuvat houkuttelemaan niiden suorittajia ylläpitämään ja vahvistamaan niitä jatkuvalla toiminnallaan.

Tämä tutkimus pyrkii vastaamaan edellä mainittuun tarpeeseen lähestymällä arvopaperisijoittamista käytäntöjen näkökulmasta. Käytäntöteoreettisella otteella paneudutaan arvopaperisijoittamisen käytäntöjen muodostumiseen: mitä ja miten asioita tehdään, mitä ja miten resursseja on hyödynnetty, sekä miten toiminta on alkanut ja miten se on ajan myötä muuttunut. Käytäntöteorian (Practice Theory) juuret ovat sosiaalitieteissä ja se pohjautuu kulttuuriteorioihin. Käytäntönäkökulman vahvuus piilee siinä, että se huomioi ja kuvaa kokonaisvaltaisesti niin toiminnan kontekstin kuin toimintaympäristönkin, ja mahdollistaa näin rikkaamman ymmärryksen tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä, kuin mitä pelkkä käyttäytymisen tai toiminnan tarkastelu yksinään tuottaisi (Närvänen, Saarijärvi & Simanainen, 2013, 570). Käytäntöteoriassa jätetään huomiotta kuluttajien henkilökohtaiset motivaatiot, asenteet ja muut yksilölliset toimintaa ohjaavat tekijät, tästä huolimatta se ei kuitenkaan ole luonteeltaan täysin holistinen (Schatzki, Knorr-Cetina, & von Savigny, 2001, 50–53), vaan yksilöt nähdään käytäntöjen kantajina: keskenään erilaisina ihmisinä, jotka voivat osallistua käytäntöihin eri aikaan ja eri paikoissa. Käytäntöteoriassa korostuvat yksittäisten tekojen sijaan rutiinit ja toistuvuus, sekä päätösten ja harkinnan sijaan taipumukset ja käytännöllinen tietoisuus (Warde, 2014, 286–287). Reckwitzin (2002) mukaan yksilöiden jakama ymmärrys ja

osaaminen, sekä rutiininomainen sitoutuminen käytäntöihin, luo yhtenäisen käsityksen ja maailmankuvan kulttuurisessa kontekstissa.

Tutkimustulosten luokitteluun on sovellettu käytäntöteoreettisesta ajattelusta johdettua kulutuskäytäntöjen typologiaa, joka koostuu neljästä kulutuskäytäntöjen metaforasta. Metaforalla tarkoitetaan kielikuvaa, jossa sanoilla tai lauseilla viitataan johonkin muuhun kuin niiden tavanomaiseen ja ilmeiseen merkitykseen. Metaforat kuvastavat sitä, miten havainnoimme, ajattelemme ja toimimme. Ne ovat oleellinen osa päivittäistä ihmisten välistä kommunikointia ja ilmentävät tapoja havainnoida, toimia ja ajatella (Lakoff & Johnson, 1980). Blackin (1993, 24–25) mukaan metaforien saama merkitys riippuu niiden sekä niiden käyttäjistä ja tulkitsijasta että ajasta, paikasta sekä kulttuurista. Näin ollen metaforien voidaan todeta olevan kulttuurisidonnaisia.

1.2 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on käytäntöteoreettisella lähestymistavalla kuvata ja eritellä arvopaperisijoittamisen ympärille muodostuneita käytäntöjä, sekä analysoida kyseisten käytäntöjen rakentumista. Tutkimuksen asemoinnilla tavoitellaan valtavirrasta poikkeavaa lähestymistapaa, jonka tavoitteena on saavuttaa syvempi ymmärrys siitä, miten Y-sukupolvea edustavat nuoret aikuiset kuluttavat arvopaperimarkkinoita. Tämä toteutetaan soveltamalla arvopaperisijoittamisen käytäntöjen kuvaamiseen ja luokitteluun Douglas B. Holtin (1995) kulutuskäytäntöjen metaforia, sekä analysoimalla käytäntöjen rakentumista käytäntöteorian keinoin. Tämä tutkimus haastaa aiempaa tutkimusta sijoittamisen tarkoituksesta sekä yksilön roolista rationaalisena sekä kontekstista riippumattomana päätöksentekijänä ja tuo esiin arvopaperisijoittamisen sosiaaliset ja arkipäiväiset piirteet, jotka sisältävät erilaisia sosiaalisia ja kulttuurisidonnaisia toimintatapoja, merkityksiä ja sitoumuksia. Varsinaista case-yritystä ei tutkimuksessa ole, mutta tutkimukseen osallistujat on rekrytoitu yhteistyössä Suomen Osakesäästäjien Keskusliiton Nuorten Osakesäästäjien kanssa ja kaikki tutkimukseen osallistujat ovat kyseisen verkoston jäseniä. Suurin osa tutkittavista edusti tutkimuksen toteutushetkellä Y-sukupolvea, eli olivat syntyneet vuosina 1981–1999 (Bolton, Parasuraman, Hoefnagels, Migchels, Kabadayi, Gruber, Loureiro & Solnet, 2013, 246). Liikkeenharjoittajien näkökulmasta Y-sukupolven merkitys on globaalilla mittakaavalla

valtava, niin kokonsa kuin kasvavan päätöksentekovallan ja ostovoimansakin puolesta (Braunstein & Zhang, 2005). Kimin ja Ammeterin (2008) mukaan Y-sukupolven teknologiaan nojautuvat kulutustottumukset ovat aikaansaaneet murroksia kokonaisilla toimialoilla.

Käytäntöteoreettinen näkökulma, yhtenä kulutuskulttuurin tutkimuksellisenä suuntauksena, kiinnittää huomiota kuluttajien arkisiin sanomisiin ja tekemisiin, sekä erilaisiin automatisoituneisiin ajattelu- ja toimintatapoihin (Reckwitz 2002, 249). Tämä tutkimus on luonteeltaan tulkitseva. Tulkitsevat tutkimukset ovat erityisen käytettyjä silloin kun tutkimuskohteesta ei ole tehty laajasti aiempaa tutkimusta ja se keskittyy esittämään tarkkoja kuvauksia henkilöistä, tapahtumista, tilanteista ja prosesseista. Siihen liittyy yleensä sellaiset tutkimuskysymykset kuin ”Miten?” ja ”Millä tavoin?” (Eriksson & Kovalainen, 2008, 39; Gray, 2009, 35–36).

Tutkimuksen tarkoitus saavutetaan seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

- 1) Millä tavoin kulutuskäytäntöjen metaforat ilmenevät arvopaperisijoittamisessa?
- 2) Miten arvopaperisijoittamisen käytännöt rakentuvat?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla selvitetään, mitä kuluttamiseen tyypillisesti liitettyjä metaforia arvopaperisijoittamisen käytännöt toteuttavat soveltamalla sijoituskäytäntöjen analysointiin Holtin (1995) kulutuskäytäntöjen typologiaa, jonka hän jäsentää toiminnan rakenteen sekä sen tarkoituksen suhteen neljään metaforaan. Toisen tutkimuskysymyksen avulla muodostetaan käsitys siitä, mitä kuluttajat tarkallaan ottaen tekevät kun he sijoittavat ja minkälaisia merkityksiä ja sitoumuksia sijoittaminen heidän keskuudessaan saa, eli miten arvopaperisijoittamisen käytännöt rakentuvat.

1.3 Tutkimuksen rajaukset

Yksi tutkimuksen keskeisimpiä rajauksia on paneutua nimenomaan ei-ammattimaiseen, yksityishenkilöiden suorittamaan arvopaperisijoittamiseen ja rajata muut sijoitustavat ja -tavat tutkimuksen ulkopuolelle. Tutkimukseen sisältyy teoriakatsauksen lisäksi empiirinen osuus, jossa suoritetaan kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Tutkimuksen

osallistujat kuuluivat kaikki Nuoret Osakesäästäjät -verkostoon ja edustivat syntymävuosiltaan Y-sukupolvea. Tutkimus rajataan näin koskemaan ainoastaan Nuoria Osakesäästäjiä eli verkostoon kuuluvia Y-sukupolven edustajia, joilla viitataan vuosina 1981–1999 syntyneisiin henkilöihin. Nämä vuosiluvut ovat kuitenkin vain suuntaa antavia, koska sukupolvea on haastavaa määritellä pelkän syntymävuoden mukaan. Tämän tutkimuksen osallistujat ovat kaikki syntyneet vuosien 1988–1995 välisenä aikana ja ovat tutkimuksen toteutuksen aikaan 24–31 vuotiaita nuoria aikuisia. Vaikka käytäntöteoriat eivät lähtökohtaisesti olekaan kiinnostuneet kohorteista, todettiin tutkimusryhmän ikään kohdistuvan rajauksen helpottavan tutkimuksen rajaamista.

Käytäntöteorian perusoletusten mukaisesti käytännöt nähdään ajallisesti ja tilallisesti paikantuneena kulttuurisidonnaisena toimintana, joten kolmas rajausta tehdään koskien tutkimukseen osallistujien asuinmaata ja kansalaisuutta, joka on tässä tutkimuksessa suomi. Näin ollen tutkimuksen konteksti nivoutuu omaan kulttuuriimme, sekä sen sisältämiin tapoihin ja käsityksiin. Tutkimusmetodina on käytetty puolistrukturoituja haastatteluja, joita on täydennetty hyödyntämällä osallistuvaa havainnointia kahdessa Nuorten Osakesäästäjien järjestämässä vapaamuotoisessa Afterpörssi-tapahtumassa. Tutkimuksen tulkintaprosessi noudattaa abduktiivista logiikkaa, jossa tulkinta muodostuu aineiston analyysin ja teorian vuoropuhelun kautta. Aineiston tulkinnassa on hyödynnetty teoriaohjaavaa sisällönanalyysia eli analyysi on toteutettu tarkastelemalla aineistoa teemoittain teoreettista viitekehystä tukena käyttäen.

1.4 Tutkimuksen rakenne

Tämä tutkimus koostuu viidestä pääluvusta sekä niiden alaluvuista. Rakenne on esitelty kuviossa 1. Ensimmäisessä luvussa on esitelty tutkimuksen kohteena oleva ilmiö ja sen merkitys markkinointitutkimuksen näkökulmasta. Luvussa käydään läpi myös teoreettista taustaa sekä nimetään tutkimukselle asetetut tavoitteet, tutkimusmenetelmät sekä aihealueen rajaukset ja oletukset. Johdantoluvun jälkeinen teorialuku on jaettu kahteen osaan, joissa molemmissa edetään makrotasolta mikrotasolle; ensin esitellään arvopaperisijoittaminen ilmiönä, jonka jälkeen kuvataan sen suhde kulutukseen. Tämän jälkeen käydään läpi tutkimuksen teoriaa ohjaava käytäntöteoria sekä sen taustat. Luvussa perustellaan myös sijoittamisen tutkimista kulutustutkimuksen keinoin: Aluksi esitetään

yleisluontoinen katsaus aiheesta aiemmin tehtyyn tutkimukseen, tutkimussuuntiin ja merkittävimpiin tutkijoihin, jonka jälkeen syvennytään käytäntöjen anatomiaan sekä Holtin (1995) luomaan kulutuskäytäntöjen typologiaan sekä sen sisältämien metaforien soveltamiseen tässä tutkimuksessa.



Kuvio 1. Tutkimuksen rakenne

Kolmas luku käsittelee tutkimuksen toteutusta. Siinä esitellään tutkimuksen tieteenfilosofiset lähtökohdat, tutkimusasetelma ja kuvataan aineiston luontiprosessi

vaiheittain sekä käydään läpi periaatteet, jolla aineistoa on analysoitu. Neljännessä luvussa suoritetaan edellä mainittuja teorioita ja tutkimusmetodeja yhdistelemällä empiirinen tutkimus sekä esitetään aineiston analyysin tulokset sekä empirian ja teorian yhdistelmänä syntynyt malli. Viides luku eli päätelmät sisältää johtopäätökset, tutkimuksen kontribuution, laadun arvioinnin, rajoitukset sekä jatkotutkimusmahdollisuudet.

2 SJOITTAMINEN KULUTUSTUTKIMUKSEN KONTEKSTISSA

Tässä luvussa käsitellään ensin tutkimuksen kohdeilmiötä, arvopaperisijoittamista, sekä sen suhdetta kulutukseen ja varainhallintaan. Yhteyden osoittaminen on oleellista, jotta sijoittamisen tutkiminen kulutuskäyttäytymisen näkökulmasta on perusteltua. Alkuun käydään läpi sijoittamisen teoreettinen määritelmä, jonka jälkeen tarkastellaan sijoittamisen ja kuluttamisen suhdetta. Tämän jälkeen paneudutaan tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen esittelemällä ensin kulttuurisen kulutustutkimuksen (Consumer Culture Theory, CCT) suuntaus, johon tutkimuksen teoreettis-metodologisenä viitekehyksenä toimiva käytäntöteoria (Practice Theory), sekä siitä sovelletut kulutuskäytännöt pohjautuvat. Seuraavaksi käydään läpi käytäntöteoreettista lähestymistapaa ensin tutkimuksellisenä suuntauksena, jonka jälkeen syvennyttään käytäntöjen määrittelyyn sekä esitellään eri tutkijoiden näkemyksiä niiden anatomia. Tämän jälkeen käydään läpi käytäntöteorian roolia kulutustutkimuksessa sekä Holtin (1995) kulutuskäytäntöjen typologia, jota on hyödynnetty tässä tutkimuksessa tehdyn analyysin pohjana. Typologiaa on laajennettu tässä tutkimuksessa Grovesin, Chartersin ja Reynoldsin (2000) sekä Cheethamin ja McEachernin (2013) löydösten pohjalta. Viimeinen alaluku esittelee tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen synteessin.

2.1 Sijoittaminen ja kulutustutkimus

2.1.1 Mitä sijoittaminen on?

Taloustieteen näkökulmasta sijoittaminen on määritelty seuraavasti:

”Sijoittaminen tarkoittaa oman nykyisen ostovoiman siirtämistä muiden käyttöön, sillä oletuksella, että tulevaisuudessa saadaan palautuksena voittoa, joka ylittää määrältään sijoitukseen sidotun rahan arvon, inflaation sekä epävarmuuden.”
(Kathuria & Singhania 2012, 50)

Myös Zhou ja Pham (2004, 126) väittävät, että sijoittaminen on akateemisessa tutkimuksessa tyypillisesti ymmärretty yksilön rationaalisenä päätöksenä kasvattaa

henkilökohtaista varallisuuttaan riskinsietokykynsä mukaisesti. Valtaosa taloustieteen tutkimuksesta perustuukin olettamukselle, että ihmiset ovat rationaalisia toimijoita, jotka pyrkivät maksimoimaan varallisuuttaan ja samalla välttämään riskejä. He arvioivat varovaisesti kaikkia mahdollisia sijoitusmahdollisuuksia tuottojen sekä riskien näkökulmasta ja päätyvät niin ikään luomaan sijoitusportfolion, joka sopii heidän riskinsietokyvylleen (Barber & Odean, 2013, 1; Hirsto, 2011, 59). Tämä on yleisesti tunnettu taloustieteessä tehokkaiden markkinoiden hypoteesina (Fama, 1970). Myös kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksessa on painotettu tiedon prosessointia ja ongelmanratkaisua (Holbrook & Hirschman, 1982, 132). Tämä näkemys sijoittamisesta rationaalisenä päätöksentekoprosessina on linjassa hallitsevan uusklassisen näkökulman kanssa (Hirsto, 2011, 59; Zhou & Pham, 2004, 126). Toisin sanoen sijoittamisen tavoite ja taloudellinen tehokkuus nähdään tällä tavoin selvästi itse aktiviteettia keskeisempänä.

“Sijoituspäätöksiä tehdessään kuluttaja lähtee liikkeelle siitä, mihin arvopapereihin hänen kannattaa sijoittaa, kuinka suuri sijoitus hänen on järkevää tehdä ja lopuksi tekee vielä päätöksen siitä, koska sijoitus olisi järkevintä tehdä” (Kathuria & Singhanian, 2012, 45).

Kuluttajien ostokäyttäytymistä onkin tyypillistä kuvata erilaisten prosessimallien avulla, sillä myös ostokäyttäytyminen nähdään usein tavoitteellisena toimintana, jolloin prosessin alkamis- ja loppumishetki sekä sen eri vaiheet on mahdollista tunnistaa (Kotler & Keller, 2012, 188). Sijoitusinstrumentit eivät tee tässä suhteessa poikkeusta (Grace, Weaven & Ross, 2010, 176). Kyseinen näkökulma on kuitenkin ongelmallinen monella tapaa. Mikäli kuluttajien säästämis- ja sijoituspäätöksiä tarkastellaan puhtaasti taloudellisesta näkökulmasta, näyttää heidän toimintansa irrationalisena (Barber & Odean, 2013; Tversky & Kahneman, 1974). Toisin kuin rationaalisessa päätöksenteossa, todellisten yksityissijoittajien toimintaa ohjaavat usein erilaiset kognitiiviset harhat eli taipumukset tulkita tietoa väärällä tavalla. Tämä johtaa usein virhearviointeihin, kuten optimismiin ja yli-itsevarmuuteen. Sijoittajien saatavilla oleva tieto on harvoin täydellistä, mitä vääristää edelleen se, että sijoittajilla on tapana kerätä informaatiota ja sijoittaa useammin sellaisten yritysten osakkeisiin, jotka he jo entuudestaan tuntevat (Barber & Odean, 2013; Keloharju, Knüpfer & Linnainmaa, 2012). Edellisten ohella sijoittajilla tapana realisoida tuottavat sijoitukset liian aikaisin ja tappiolliset liian myöhään. Tätä ilmiötä kutsutaan *luovutusvaikutukseksi*. (Barber & Odean, 2013, 21). Tuoreemmassa akateemisessa tutkimuksessa onkin huomattu, että kyseiset rationaalisen

kuluttamisen mallit eivät ole riittävän monipuolisia kuvaamaan taloudellista päätöksentekoa. (Dholakia ym., 2016, 133–134; Zhou & Pham, 2004, 126). Ne eivät ota myöskään huomioon, että sijoittajalla voi olla muitakin tavoitteita toiminnalleen kuin pelkästään varallisuuden kasvattaminen. Niissä sivuutetaan täysin sijoittajan sosiaaliset ja elämykselliset päämäärät, joihin liittyy vahvasti hauskanpito ja tunteet. Sijoittamisen kokemuksellisuus ja emotionaalisuus ovat kuitenkin saavuttaneet yhä enemmän huomiota myös tieteellisen tutkimuksen piirissä (Statman, 2019, 14–15). Aspara ja Tikkanen (2010, 194) väittävätkin että suurimmalla osalla sijoittajista on mieltymyksiä, jotka menevät syvemmälle kuin taloudellinen hyöty ja mahdolliset riskit (ks. myös Fisher & Statman, 1997, 48). Heidän mukaansa on olemassa todisteita siitä, että kuluttajat arvioivat sijoituspäätöksiään niin utilitaristisilla kriteereillä kuin myös kokemuksiin ja tunteisiin perustuen (Aspara & Tikkanen, 2010, 214). Tämän ovat tutkimuksessaan todenneet myös Fama ja French (2007) sekä Statman (2019, 17), joka vertaili rinnakkain lottoamista ja päiväkaupan tekemistä pörssissä. Hän esitti näistä löytyvän useita yhtäläisyyksiä, kuten sen, että kuluttajan toimintaa pääasiallisesti lottoamisessa ja päiväkaupassa ohjaavat tunteet, joista merkittävimpinä toivo ja pelko. Edellä mainittujen ohella, on yksilön sosiaalisella viiteryhmällä ja ympäröivällä kulttuurilla vaikutusta sijoittamisen aloittamiseen, sijoitusstrategioiden omaksumiseen sekä sijoitus tavoitteiden asettamiseen. Hong, Kubik ja Stein (2004) esittävät, että yksilöt sijoittavat todennäköisemmin osakkeisiin, mikäli myös heidän ikätoverinsa tekevät niin. Tässä tutkimuksessa sijoittamista ei edelliseen perustuen tutkita yksinomaan tapana tavoitella nopeita tuottoja tai eläköitymissuunnitelmana, vaan huomioidaan sen rooli kokonaisvaltaisena kokemuksena, nautinnon ja elämysten tavoitteluna sekä keinona olla vuorovaikutuksessa toisten kanssa, jokapäiväisen toiminnan kautta.

2.1.2 Sijoittamisen suhde kulutukseen

“Mikään kulutusteoria ei voi olla täydellinen ilman ymmärrystä siitä, miten kuluttajat hallinnoivat varallisuuttaan.” Zhou ja Pham (2004, 125).

Sijoittamisen suhdetta kulutukseen voidaan lähestyä ainakin kahdesta näkökulmasta: Ensimmäisen näkökulman mukaan, perinteisen taloustieteen teoriassa kotitalouden varat, joita ei käytetä kulutukseen, lasketaan säästämiseksi. Tämän ajattelutavan mukaan sijoittaminen on säästämisen muoto, jossa riskillä sekä ajan vaikutuksella rahan arvoon

on keskeinen rooli (Kathuria & Singhanian, 2012, 44). Suomessa osakesijoittamisesta puhutaankin usein osakesäästämisenä (Osakesäästäjien Keskusliitto, 2022). Näin ajateltuna sijoittaminen ja kulutus nähdään toistensa vastakohtina, mikä on mahdollisesti syy sille, että kulutustutkimusta on tehty niin vähän sijoittamisen ja säästämisen teemoista. Toisaalta sijoittaminen ja säästäminen tätä kautta muokkaavat yksilöiden kulutusta, joten ne ovat siis keskeisessä roolissa myös kulutuksessa (Zhou & Pham, 2004, 125). Siitä huolimatta kyseinen näkökulma on jäänyt vähälle huomiolle kulutustutkimuksessa.

Toisen näkökulman mukaan sijoittamisen tutkimusta kuluttajatutkimuksessa perustella siten, että sijoittamisen voidaan katsoa olevan kulutusaktiiviteetti. Mayallin (2008) mukaan sijoituspalvelut voidaan lukea hyödykkeiksi siinä missä muutkin kulutushyödykkeet ja sijoittaminen itsessään voidaan nähdä yhtenä kulutuksen muotona (Hirsto, 2011, 58). Yksittäisen sijoittajan näkökulmasta verkossa toimivat arvopaperivälittäjät voitaisiin määritellä verkkokaupoiksi osakkeille ja muille sijoitusinstrumenteille (Zwick & Dholakia, 2006, 23), sama kaupallinen näkökulma pätee myös kivijalkapankkeihin, jotka tarjoavat kuluttajille eri tyyppisiä sijoitusinstrumentteja. Varsinkin rahastojen osalta investointipankit käyvät kovaa kilpailua asiakkaista ja tarjoavat useita vaihtoehtoja, samalla tavoin kuin muillakin hyödykemarkkinoilla. Joillakin rahastoilla on pienet kulut, toiset taas seuraavat, jotain tiettyä strategiaa, kuten vastuullisuutta. Nämä voidaan kaikki nähdä tuoteominaisuuksina, jolloin sijoittaminen itsessään kilpailee kuluttajan lompakosta ja ajasta. Jännityksenhakuinen sijoittaja voi esimerkiksi pohtia, että laittaako rahansa korkean riskin sijoitusinstrumenttiin vai uhkapeleihin.

Yksityissijoittamista tutkinut Puustinen (2012) väittää, että sijoittamisen tutkimuksen ja yksityisten sijoittajien päätöksenteon ja toiminnan välillä on valtava kuilu. Vasta 2000-luvulla ovat markkinoinnin tutkijat Lovett ja MacDonald (2005), Schoenbachler, Gordon ja Aurand (2004) sekä taloustieteen tutkijat Clark-Murphy ja Soutar (2004), Frieder ja Subrahmanyam (2005) sekä Garmaise (2009) tuoneet esiin, että kuluttajien näkemykset yritysten tuotteista ja brändistä saattavat vaikuttaa heidän päätöksiinsä osakemarkkinalla (ks. Aspara ja Tikkanen 2010, 193). Monet tutkijat, ovat tämän vuoksi kannustaneet käyttämään kulutusteorioita ja markkinointitutkimuksen tekniikoita tutkimaan sijoittajien

mieltymyksiä ja päätöksentekoa (Howcroft, Hewer & Hamilton, 2003, 65). Varsin kiinnostavaksi kulutustutkimuksen näkökulmasta on näyttäytynyt kuluttajien subjektiiviset mieltymykset, jotka vaikuttavat sijoituspäätöksiin yli objektiivisten tavoitteiden kuten taloudellisen hyödyn tai osakkeiden riskin (Frieder & Subrahmanyam, 2005, 65; Statman, 2019, 14). Puustinen (2012) esittelee näkökulman, jossa yksityissijoittajan tavoittelema lopputila on elämys tai kokemus, joka samalla ohjaa sijoittajan käyttäytymistä. Sijoittaminen voidaan näin ollen nähdä jatkuvana toimintana ja aktiivisesti tavoiteltuna kokemuksena, josta voidaan saada nautintoa. Se kattaa esimerkiksi aihepiiriin kuuluvan kirjallisuuden ja lehtien lukemista, tapahtumiin osallistumista sekä mielipiteiden vaihtoa erilaisilla virtuaalisilla keskustelufoorumeilla (Puustinen, 2012, 85–86). On kuitenkin todettava, että pyrkimys varallisuuden kasvattamiseen on poikkeuksetta läsnä sijoittamisen kontekstissa. Olisi kuitenkin kapeakatseista sulkea pois toisenlaiset tavoitteet. Kulutuskäyttäytymisen ja -käytäntöjen ymmärtämisen kautta sijoituspalveluiden tarjoajat kykenevät kehittämään strategiaansa, markkinointiaan, sekä liiketoimintaansa kokonaisuutena ja keskittymään niihin asioihin, jotka helpottavat ja ylläpitävät ihmisten kulutusta ja kulutuskäytäntöjä. Tänä päivänä useiden tutkijoiden mielenkiinto onkin kohdistunut kulutustekojen moninaisuuteen sekä niihin liittyvien erojen ymmärtämiseen, joissa korostuu kuluttajan rooli aktiivisena toimijana sosiaalisessa ja kulttuurisessa ympäristössään.

2.2 Kulttuurinen kulutustutkimus

Kulttuurinen kulutustutkimus (Consumer Culture Theory, CCT), johon tutkimuksen toteutusta ohjaava käytäntöteoria pohjautuu, on joukko epäyhtenäisiä teoreettisia näkökulmia, joiden keskiössä ovat Arnouldin ja Thompsonin (2005, 868) mukaan kulutuskäyttäytymisen, markkinoiden ja kulttuuristen merkitysten väliset dynaamiset suhteet (ks. myös Warde, 2005, 133). Kulutuskulttuuriteoriat nojaavat pääosin fenomenologiaan, hermeneutiikkaan, strukturalismiin sekä semiotiikkaan ja ne perustuvat erilaisiin tapoihin ymmärtää ja selittää toimintaa sosiaalisessa kontekstissa (Reckwitz, 2002, 244). Kulutuskulttuuritutkimuksessa yksilöllinen toiminta sekä merkitysten luonti liittyvät laajempaan sosiaaliseen kontekstiin (Askegaard & Linnet, 2011, 382). Moisanderin ja Valtosen (2006, 8) mukaan kulttuuri on monimutkainen systeemi, jonka kautta ihmiset ymmärtävät jokapäiväistä elämäänsä. Kulttuurisessa

kulutustutkimuksessa korostuu anti-individualistinen näkökulma sekä kulttuurin ja markkinapaikan kulttuurisen kontekstin tärkeys. Kulutuskulttuuriteoreetikot näkevätkin kulttuurin pohjimmiltaan kerättyinä kokemuksina, toimintana sekä merkityksinä, joita kuluttajat käyttävät ymmärtääkseen elämäänsä siinä ympäristössä, jossa he elävät.

Arnould ja Thompson (2005, 869) määrittelevät kulttuurin merkitysten, kokemusten ja toiminnan verkoksi, joka kehystää kuluttajien mahdollisia ajatuksia, tunteita sekä toimintaa ja muodostaa näiden avulla kuvan siitä, minkälaiset tulkinnat ja käytösmallit ovat todennäköisempiä kuin toiset. Heidän mukaansa kulttuuri mahdollistaa kuluttajan identiteetin kehittymisen ja ilmaisun. Markkinoiden kulttuuri, ideologiat ja symboliikka niin ikään vaikuttavat kuluttajien ajatuksiin ja toimintaan. Tätä kautta kulutuskokemukset ovat kuluttajille syitä kehittää ja muokata elämäänsä. Kulttuurin voidaan nähdä myös muuttuvan ja vaihtuvan ajan myötä. Tämän ovat tutkimuksessaan todenneet myös Askegaard ja Linnet (2011).

Omistamisen ja kuluttamisen käytännöt, erityisesti niiden esteettiset, hedonistiset ja rituaaliset ulottuvuudet, ovat yksi tutkituimmista ilmiöistä kulutuskulttuuritutkimuksen tutkimusperinteessä (Arnould & Thompson, 2005, 871). Kulutuskulttuurin tutkijat jakavat uskomuksen siitä, että kuluttajat, tuottajat ja markkinoijat ovat kaikki yhtäläillä osallisilla kulttuuristen merkitysten tuottamisessa. (Moisander & Valtonen, 2006, 9–10). Viimeisten kahdenkymmenen vuoden kulutuskulttuuritutkimus on onnistunut keräämään merkittävästi tietoa erilaisista kulttuurisista näkökohdista kuluttajamarkkinoilla. Tämän tutkimuksen kontekstinakin toimivien arvopaperimarkkinoiden, voidaan nähdä olevan yksi tällainen markkinapaikka (Hirsto, 2011, 58; Zwick & Dholakia, 2006, 36).

2.3 Käytäntöteoreettinen lähestymistapa kulutustutkimukseen

2.1.1 Käytäntöteoreettinen lähestymistapa

Halkierin, Katz-Gerron ja Martensin (2011) mukaan käytäntöteoriat ovat joukko kulttuurisia ja filosofisia selityksiä, jotka keskittyvät tutkimaan käytäntöjä siinä kontekstissa, missä ne tapahtuvat. Siinä missä sosiaalisten teorioiden klassinen käsite

homo economicus esittää kuluttajan rationaalisena päätöksentekijänä ja *homo sociologus* kuluttajan normien noudattajana, on käytäntöteorian yhteydessä käytetty käsitettä *homo practicus*, jossa kuluttaja nähdään käytännön kantajana (Nicolini, 2013, 4; Reckwitz, 2002, 246). Käytäntöteorioita puhutellaan tässä tutkimuksessa yksikkönä huolimatta siitä, että kulutuskulttuuriteorioiden tapaan, ne eivät ole yksi yhtenäinen teoria vaan joukko teoreettisia näkökulmia (Halkier & Jensen, 2011, 103), ja yksi samalla yksi kulutuskulttuurisen tutkimuksen lähestymistavoista (Warde 2014, 294–297; Warde, 2005, 132). Käytäntöteorian erottaa muista kulutuskulttuuriteorioista se, ettei sosiaalisuuden nähdä sijaitsevan diskursseissa, vuorovaikutuksessa eikä myöskään mielen ominaisuutena, vaan sosiaalisissa käytännöissä, jotka ovat samalla sosiaalisen analyysin pienin yksikkö (Reckwitz, 2002, 18). Käytäntöteoria ei näin ollen ole luonteeltaan täysin individualistinen eikä täysin holistinen, sen sijaan se antaa pluralistisen ja joustavan kuvan sosiaalisesta elämästä (Schatzki, 1996, 12; Schatzki ym., 2001, 50–53).

Aiemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että eri tyyppiset käytännöt muodostavat suuren osan päivittäisestä elämästä (Kozinets, Sherry, Storm, Duhachek, Nuttavuthisit & DeBerry Spence, 2004, 658–659). Røpken mukaan käytännöt ovat ihmisille hyvin merkityksellisiä, mikä tulee esiin esimerkiksi silloin kun he kertovat kuulumisiaan, kuvaillen usein sitä, minkälaisiin aktiviteetteihin eli usein myös käytäntöihin, he ovat osallistuneet (Røpke, 2009, 2490). Ontologisesti käytäntöteoriassa todellisuuden ymmärretäänkin muodostuvan käytännöistä, joita yksilö suorittavat ja jotka ottavat huomioon myös ymmärryksen implisiittisen eli tiedostamattoman kerroksen. Käytännöt ovat laadultaan sosiaalisia, koordinoituja kokonaisuuksia, joiden toteutumisen edellytyksenä ovat niitä suorittavat ja ylläpitävät yksilöt (Shove & Panzar, 2005, 49; Warde, 2005, 134). Sosiaalinen elämä muodostuu käytäntöteoreettisen näkemyksen mukaan vakiintuneiden ymmärryksien seurauksena liittyen siihen, mikä on sopivaa käytöstä (Warde, 2005, 140). Useat tutkijat ovat todenneet, että käytäntöjä kykenevät ymmärtämään erityisesti samaan yhteisöön kuuluvat henkilöt, sillä käytännöt muodostuvat sosiaalisen ja historiallisen kontekstien kautta. (Närvänen ym., 2013, 570; Reckwitz, 2002, 250). Halkierin ja Jensenin (2011, 103) mukaan käytäntöteorian taustaoletuksena onkin oletamus siitä, että yksilöiden tavanomaiset toiminnot koostuvat tosiasiaassa kollektiivisesti jaettujen käytäntöjen toteuttamisesta. Niiden oletetaan olevan

myös monella tapaa rutinoituneita (Reckwitz, 2002, 259). Käytäntö ei kuitenkaan ole synonyymi toiminnalle tai käytökselle. Randles ja Warde (2006, 226) kuvaavatkin tavanomaista kulutusta seuraavien termien kautta: ”rutiini, tapa ja pakko.”

2.3.2 Käytäntöjen anatomia

Käytäntöteoreetikot eivät ole yksimielisiä kulutuskäytäntöjen rakentumisesta, ja teorioita käytäntöjen anatomiaa onkin lähes yhtä monta kuin tutkijoitakin (Warde, 2014, 285). Seuraavaksi esitellään muutamana tunnetun tutkijan näkemys käytäntöjen rakentumisesta, joihin pohjautuen tämäkin tutkimus on toteutettu. Andreas Reckwitz (2002) määrittelee käytännön seuraavasti:

”Käytännöt ovat rutiininomaista toimintaa, joka koostuu useista toisiinsa kytkeytyvistä elementeistä: fyysisistä toiminnoista, mentaalista aktiviteeteista, ymmärryksen tasosta, tietotaidosta, tunnetiloista, motivoivasta tiedosta sekä tavaroista ja niiden käytöstä. Kun edellä mainitut elementit linkittyvät toisiinsa käytännöstä muodostuu ”palikka”, jonka osia ei voida eriyttää vain yhdeksi näistä elementeistä.” (Reckwitz, 2002, 249–250)

Reckwitzin näkemys linkittää toisiinsa symboliset merkitykset, teot ja sanomiset. Schatzki (1996) puolestaan väittää kaiken perustuvan siihen, että sosiaalinen järjestys ja yksilöllisyys kumpuavat käytännöistä. Hän määrittelee käytännön seuraavasti:

”Käytännöt ovat jatkuvasti uudistuvia, organisoituja yhteyksiä sanomisten ja toimintojen välillä, jotka linkittyvät toisiinsa 1) käytännön ymmärryksen, 2) sääntöjen, 3) teleoaffektiivisen rakenteen sekä 4) yleisen ymmärryksen kautta.” (Schatzki, 2002, 77)

Käytäntöjen välistä yhteyttä voidaan ymmärtää Schatzkin (2001, 57–61) mukaan seuraavilla lähestymistavoilla: 1) ymmärrysten, 2) periaatteiden, ohjeiden ja sääntöjen sekä 3) projektien, tehtävien, uskomusten, tunteiden ja tunnetilojen rakenteiden kautta. Warde (2005, 133–134) hyödyntää Schatzkin ja Reckwitzin tutkimuksia ja tiivistää ne kolmeen käytäntöjä yhdistävään elementtiin ja tuo ne kulutuskäyttämisen kontekstiin. Näitä ovat 1) ymmärrykset, 2) toimintatavat ja 3) sitoumukset, joilla hän viittaa emotionaalisiin tarkoituksiin. Hyvin samankaltaisen näkemyksen jakavat myös Schau ym. (2009, 30–31). Käytäntöjä voidaan myös kuvailla eräänlaisiksi verkostoiksi, jolloin on oleellista tarkastella millä tavoin eri käytännöt ovat linkittyneet toisiinsa. Røpken

(2009, 2942) mukaan käytäntöverkoston voidaan katsoa koostuvan ruumiillisista ja mentaalisisista toiminnoista, joiden yhdistävänä tekijänä ovat merkitykset, materia ja kompetenssi. Täten käytännöt voidaan ymmärtää heterogeenisten elementtien asetelmana (ks. myös Shove, Pantzar & Jackson, 2012, 14).

Shove ja Pantzar (2005) jakoivat tavat teoretisoida käytäntöjä kolmeen toisistaan erottuvaan ryhmään: 1) Bourdieun, Giddensin ja de Certeau'n malleihin, jotka korostivat rutiineja, tapoja ja kompetensseja, 2) Schatzkin (2001) ja Reckwitzin (2002) malleihin, joissa teoreettinen ajattelu pohjautuu kyllä Bourdieun, Giddensin ja de Certeau'n malleihin, mutta kritisoivat näitä materiaalin merkityksen huomiotta jättämisestä. He esittävät, että materiaaliset artefaktit, infrastruktuurit ja objektit ovat erittäin oleellinen osa käytäntöjen muodostumista. He määrittelevät käytännöt kokoelmina, jotka koostuvat mielikuvista, taidoista ja materiasta, ja joita yksilöt integroivat tavanomaisissa ja toistuvissa toiminnoissaan. Käytännöt sisältävät heidän mukaansa materiaalien, merkitysten ja kompetenssin integraation (Shove & Pantzar, 2005, 44). Käytäntö tällä tavoin määriteltynä integraation prosessi (Hargreaves, 2011, 83). Eri tutkijoiden näkemyksiä käytäntöjen määrittelyyn on koottu yhteen taulukossa 1.

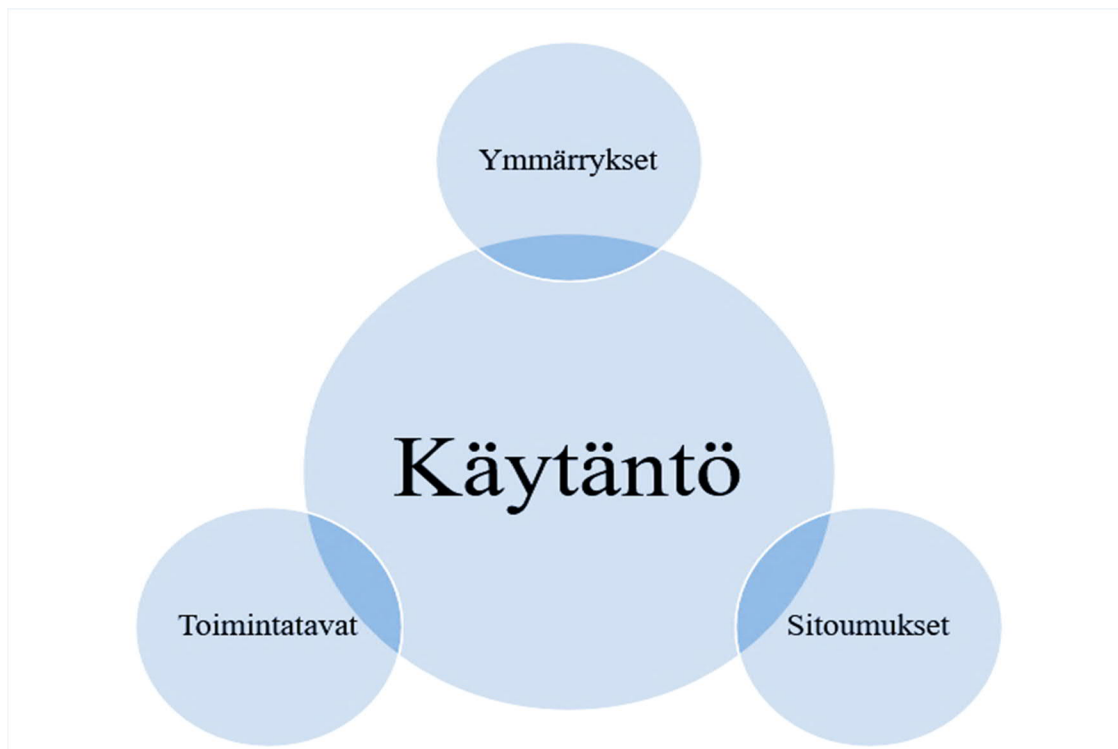
Taulukko 1. Käytäntöjen anatomia eri tutkijoiden mukaan

Tutkijat	Määritelmä
Reckwitz (2002)	”Käytännöt ovat rutiininomaista toimintaa, joka koostuu useista toisiinsa kytkeytyvistä elementeistä: fyysisistä toiminnoista, mentaalisista aktiviteeteista, ymmärryksen tasosta, tietotaidosta, tunnetiloista, motivoivasta tiedosta sekä tavaroista ja niiden käytöstä.”
Schatzki (1996, 2002)	”Käytännöt ovat jatkuvasti uudistuvia, organisoituja yhteyksiä sanomisten ja toimintojen välillä, jotka linkittyvät toisiinsa 1) käytännön ymmärryksen, 2) sääntöjen, 3) teleoaffektiivisen rakenteen (uskomukset, tunteet, mielialat, tavoitteet, projektit) sekä 4) yleisen ymmärryksen kautta.”
Warde (2005)	Esittää Schatzkin ja Reckwitzin tutkimusten pohjalta kolme käytäntöjä yhdistävää elementtiä ja tuo ne kulutuskäyttäytymisen kontekstiin. Elementtejä ovat 1) ymmärrykset, 2) toimintatavat ja 3) sitoumukset.
Shove & Pantzar (2005)	Materiaaliset artefaktit, infrastruktuurit ja objektit oleellinen osa käytäntöjen muodostumisesta. Määrittelevät käytännöt kokoelmina, jotka koostuvat mielikuvista, taidoista ja materiaasta, ja joita yksilöt integroivat tavanomaisissa ja toistuvissa toiminnoissaan. Käytännöt sisältävät merkitysten ja kompetenssin integraation.
Røpke (2009)	Käytäntöverkosto koostuu ruumiillisista ja mentaalisista toiminnoista, joiden yhdistävänä tekijänä ovat merkitykset, materia ja kompetenssi.
Halkier & Jensen (2011)	Lisäävät Reckwitzin (2002), Schatzkin (1996) ja Warden (2005) malleihin sosiaalis-konstruktivisen lähestymistavan analysoimalla tutkimuksessaan kuinka 21 erilaista käytäntöä on luotu ja tuotettu sen jälkeen uudestaan.
Magaudda (2011)	Tutki käytäntöjä aineettomassa kuluttamisessa. Yksinkertaisti sosiaalisten käytäntöjen kuvaamisen merkityksiin ja ilmentymiin, kulutusobjekteihin sekä kuluttajan sisäistettyyn toimintaan.

Myöhemmin oman teoriansa käytäntöjen rakentumiseen ovat esittäneet muun muassa Halkier ja Jensen (2011) sekä Magaudda (2011). Halkier ja Jensen (2011) lisäävät Reckwitzin (2002), Schatzkin (1996) ja Warden (2005) malleihin vielä sosiaalis-konstruktivisen lähestymistavan analysoimalla tutkimuksessaan kuinka 21 erilaista käytäntöä on luotu ja tuotettu sen jälkeen uudestaan (Halkier & Jensen, 2011, 105–107). Magaudda (2011) puolestaan tutki käytäntöjä aineettomassa kuluttamisessa ja yksinkertaisti sosiaalisten käytäntöjen kuvaamisen merkityksiin ja ilmentymiin,

kulutusobjekteihin sekä kuluttajan sisäistettyyn toimintaan (Magaudda, 2011, 20). On hyvä huomioida, että eri elementit saavat hyvin erilaisia painotuksia käytännöstä riippuen, vaikka käytäntöjä voidaankin yleisesti katsoa yhdistävän suhteellisen samankaltainen anatomia.

Koska käytäntöjen anatomiasta on useita näkemyksiä ja tätä kautta myös metodologisia implikaatioita, tulee tutkimuksessa avata lukijalle se, miten tutkija ymmärtää käytännön juuri kyseisessä tutkimuksessa (Halkier & Jensen 2011, 103). Tässä tutkimuksessa käytäntöjen tulkintaan on hyödynnetty Warden (2005) kolmen elementin jaottelua, joka koostuu ymmärryksistä (understandings), toiminnasta (procedures) ja sitoumuksista (engagements). Kyseinen jaottelu koettiin toimivaksi kohdeilmion analysointiin selkeytensä vuoksi, sekä siksi, että sitä oli alun perinkin hyödynnetty nimenomaan kulutustutkimuksessa. Warden malli on kuvattu tarkemmin kuviossa 2.



Kuvio 2. Käytäntöjen elementit mukailen Warde (2005)

Ymmärrykset johtavat toimintaan eli käytäntöjen muodostumiseen, toteuttamiseen tai niiden hylkäämiseen. Ymmärryksillä viitataan käsityksiin siitä, miten asioita tulisi tehdä eli tietoon, tietotaitoon, sekä normien, sääntöjen sekä kulttuuristen merkitysten ymmärtämiseen. Toimintatavat ovat yleensä näkyvin ja helpoiten tunnistettava käytäntöjen osa. Ne ovat konkreettista tekemistä, jota ymmärrys ohjaa. Toisaalta toiminta

taas osoittaa yksilön ymmärryksen tason. Toiminnan näkyvyys tekee siitä keskeisen elementin käytäntöjen leviämisessä. Sitoumukset ovat puolestaan tunnetiloja ja motivationaalista tietoa (Reckwitz, 2002, 249). Niitä voidaan myös kuvata päämääriksi, tunteuksiksi, haluiksi ja mielialoiksi, jotka sitovat toiminnan kontekstiin ja antavat sille merkityksen (Schatzki, 1996, 89; Schau, Muniz ym., 2009). Siitä huolimatta, että käytännöt ovat tyypillisesti rutiininomaista toimintaa, voidaan todeta, että yksilöt tuskin toteuttaisivat niitä ilman emotionaalisia tarkoituksia sekä henkilökohtaisia tavoitteita ja päämääriä. Reckwitzin (2002, 250) mukaan sitoutuminen on kytköksissä nimenomaan käytäntöön, eikä yksilöön. Mitä enemmän yksilö osallistuu käytäntöön, sitä enemmän hänen sitoutumisensa yleensä myös kasvaa. Tämä taas johtaa käytäntöjen kehittymiseen ja muuttumiseen (Schau ym., 2009, 37).

2.3.3 Käytännöt ja kulutus

Käytäntöteoreettinen näkökulma painottaa toiminnan analysoinnin tarvetta, joka on luonnollisesti ollut mukana kuluttajatutkimuksessa aiemminkin. Huomion kohteena tosin on aiemmin ollut lähinnä valinta- ja ostokäyttäytyminen, ei niinkään tuotteen käyttö ja siihen liittyvät toiminta, toisin sanoen itse kuluttaminen. Randlesin ja Warden (2006, 222) mukaan kulutusta ei kuitenkaan nykypäivänä voida enää ajatella pelkkänä perinteisenä vaihdantana tai ostokäyttäytymisenä. Käytäntöteoriat tutkivat kuluttamisen symbolisia, kokemuksellisia ja kontekstuaalisia puolia koko kuluttamisen prosessin osalta. Warde (2005, 137–138) kuitenkin korostaa, että kulutus ei itsessään ole käytäntö, eikä kulutusta tapahdu kulutuksen itsensä vuoksi. Sen sijaan sillä on rooli lähes kaikissa käytännöissä. Näin ollen käytäntöjen voidaan todeta luovan kulutusta. Arkisten käytäntöjen lukumäärä on vuosien saatossa kasvanut niin, että tänä päivänä useimpien ihmisten arki on itseasiassa satojen käytäntöjen summa (Warde, 2005, 145). Käytäntöteoreettista näkökulmaa onkin hyödynnetty laajalti kulutustutkimuksessa (esim. Gram-Hanssen, 2010; Holt, 1995; Magaudda, 2011; Røpke, 2009; Shove & Pantzar, 2005; Warde, 2005). Kulutus rakentuu toiminnoista, joissa ollaan joko vuorovaikutuksessa suoraan kulutuskohteiden kanssa tai niitä hyödynnetään välillisesti mahdollistamaan vuorovaikutus toisten kuluttajien kanssa. Holtin (1995) mukaan kulutuksen tarkoitus voi olla autotelinen eli itsessään merkityksellinen tai kulutusta voidaan hyödyntää välineellisesti, keinona saavuttaa jokin muu kulutuspäämäärä. Hän on luokitellut

tutkimuksessaan käytännöt sen mukaan, minkälainen rooli kulutuskohteilla on käytännöissä. Tässä tutkimuksessa kulutuskäytännöt ymmärretään samalla tavoin, kuin muutkin käytännöt, ottaen kuitenkin huomioon, että ne sisältävät aina vuorovaikutusta jonkin kulutuskohteen kanssa.

Metodologisesti käytäntöteorian etuina perinteiseen kuluttajatutkimukseen verrattuna voidaan katsoa olevan käytäntölähtöisen ajattelun ominainen tapa esittää kuluttaminen osana laajempaa toiminnallista ja sosiaalista suoritusta, rutiininomaisen käyttäytymisen summana (Halkier & Jensen, 2011, 103–104). Käytäntöteoreettisessa tutkimuksessa ei olla kiinnostuneita siitä, millaisia yksilöt ovat tai mitä he ajattelevat, vaan kiinnostuksen kohteena on itse prosessi: mitä tehdään, miten toiminta on muodostunut, mitä ja miten resursseja on hyödynnetty sekä miten toiminta on muuttunut kontekstiin nähden (Närvänen ym., 2013, 570). Echeverrin ja Skälénin (2011, 356) mukaan käytäntöteoriassa subjektiivisuus ei näin ollen ole tilannekohtaista, vaan se on riippuvainen tämän aikaisemmasta tietämyksestä. Käytäntöjen ilmenemismuoto vaihtelee näin ollen kontekstin mukaan (Gherardi, 2012, 202). Käytäntöteoriaa kohtaan on osoitettu myös kritiikkiä muun muassa siitä, että se perustuu määrittelemättömään toistuvuuteen, jolloin tulkinnan varaan jää se, minkälainen toistuvuus voidaan luokitella käytännöksi ja missä kulkevat yksittäisen käytännön rajat, eli milloin se muuttuu toiseksi. Haasteita tuo myös tulokulman ja tarkasteltavan kontekstin, sekä tutkimusmetodien valinta (Warde, 2014, 290–294).

2.4 Kulutuskäytäntöjen metaforat

Tässä tutkimuksessa arvopaperisijoittamisen käytäntöjen luokitteluun sovelletaan Douglas B. Holtin (1995) luomaa kulutuskäytäntöjen typologiaa, jossa käytäntöjen tarkoitusta ja rakentumista analysoidaan neljän metaforan avulla. Typologiaa on sovellettu paljon käytäntöteoreettisessa tutkimuksessa (ks. esim. Allen & McGoun, 2001; Boulaire, Graf & Guelmami, 2008; Cheetham ja McEachern, 2013; Groves ym., 2000; Sharpley, 2006). Typologiassa kulutus on jäsenelty sen rakenteen sekä tarkoituksen suhteen. Tutkimuksessaan Holt (1995) analysoi ammattilaistason baseball-pelin kuluttamista Chicagossa neljän metaforan avulla ja hänen luomansa typologia on kyseisen havaintotutkimuksen tulos. Holt (1995, 2) jäsentää typologiansa kulutuksen

rakenteen sekä sen tarkoituksen suhteen. Kulutuksen rakenne voi muodostua kulutuskohteeseen liittyvien tekojen ja suhteiden kautta (object actions) sekä kuluttajien välisen vuorovaikutuksen (interpersonal actions) kautta. Sen sijaan kulutuksen tarkoitus jakaantuu välineelliseen eli instrumentaaliseen (instrumental consumption) kulutuspäämäärään tai itsessään merkitykselliseen eli autoteliseen kuluttamiseen (autotelic consumption).

Kulutuksen rakenteen ja tarkoituksen ulottuvuuksien tarkastelun Holt (1995, 2) jäsentää nelikenttään, joka koostuu neljästä kulutuskäytäntöjen metaforasta. Nämä metaforat ovat; 1) kuluttaminen henkilökohtaisena kokemuksena (consuming as experience), 2) kuluttaminen integraationa (consuming as integration), 3) kuluttaminen luokitteluna (consumption as classification), sekä 4) kuluttaminen leikkinä ja ajanvietteenä (consuming as play). Kuluttamisen tarkoituksen näkökulmasta kokemuksellinen ja leikinkaltainen kuluttaminen ovat kuluttajalle itsessään merkityksellisiä. Välineellisesti merkityksellisiä, joka edelleen mahdollistaa sosiaalisen ja yksilöllisen identiteetin rakentumisen, tuottavat niin ikään kuluttaminen integraationa sekä kuluttaminen luokitteluna. Huomionarvoista on, että samaa kulutuskohdetta voidaan kuluttaa monilla eri tavoin, eri kuluttajien toimesta (Sharpley, 2006, 19).

		TOIMINNAN TARKOITUS	
		<i>Autotelinen</i>	<i>Instrumentaalinen</i>
TOIMINNAN RAKENNE	<i>Kulutuskohde</i>	Kuluttaminen kokemuksena <ul style="list-style-type: none"> - jäsentäminen - arvioiminen - arvostaminen 	Kuluttaminen integraationa <ul style="list-style-type: none"> - suhteen luominen - tuottaminen - personointi
	<i>Ihmissuhteet</i>	Kuluttaminen leikkinä <ul style="list-style-type: none"> - Yhteisöllisyys - Sosialisointi 	Kuluttaminen luokitteluna <ul style="list-style-type: none"> - luokittelu kulutuskohteiden kautta - luokittelu toiminnan kautta

Kuvio 3. Kulutuskäytäntöjen typologia mukailten Holt (1995)

2.4.1 Kuluttaminen kokemuksena

Kokemuksen metafora (consumption as experience) korostaa kulutuksen esteettisiä, emotionaalisia, hedonistisia ja subjektiivisia piirteitä. Siinä kulutus nähdään psykologisena ilmiönä, jossa korostuvat kulutuksen aikana koetut subjektiiviset tunnereaktiot (Gistri, Romani, Pace, Gabrielli & Grappi, 2009, 366). Erityisesti tunteelliset kokemukset saavat vahvistusta kun kuluttaja oppii ymmärtämään kulutuksen tulkinnan viitekehystä, joka koostuu jaetuista merkityksistä, tavoista ja rutiineista ja yleisistä sopimuksista, joiden kautta kulutusta tarkastellaan (Holt, 1995, 4–5). McCracken (1988) esittää, että tulkinnan viitekehys on kuin linssi, jonka kautta kulutuskohteita tarkastellaan (ks. Groves ym., 2000, 211). Holt (1995, 3–6) tuokin esiin kolme erilaista tapaa, joilla kuluttajat hyödyntävät tätä tulkitsevaa viitekehystä: 1) jäsentämällä (accounting), 2) arvioimalla (evaluating) ja 3) arvostamalla (appreciating).

Jäsentävä näkökulma auttaa ymmärtämään kulutusta paremmin ja lisää näin ollen kokemuksen tunnetta sekä kokemuksen erikoisuutta. Sen toteutuminen vaatii tulkitsevan viitekehysten, jolloin jäsentäminen tapahtuu kun kuluttaja pyrkii ymmärtämään kulutuskohteita tai -aktiviteetteja aihepiirin tuntemuksensa kautta (Groves ym., 2000, 211). Jäsentäminen sisältää Holtin (1995, 5) mukaan tyypillisesti kaksi vaihetta: kuluttaja tunnistaa ja luokittelee toimintaa ja objekteja, liittäen niihin erityisiä merkityksiä, jonka jälkeen kohde sijoitetaan laajempaan kontekstiin yhdistämällä se oleellisiin faktoihin, kattavamman ymmärryksen saavuttamiseksi. Kun jäsentämällä pyritään ymmärtämään asioita ja liitetään niihin merkityksiä, niin arvioiva näkökulma vertaa kulutuskokemusta aikaisempiin kokemuksiin sekä faktoihin ja statistiikkoihin (Allen & McGoun, 2001, 395). Arviointi perustuu institutionaaliseen viitekehukseen, jossa yhteiskuntaan ja sosiaaliseen kanssakäymiseen liittyvät rakenteet toimivat jatkuvasti olemassa olevana pohjana tai sääntöinä. Näistä rakenteista päätetään kollektiivisesti ja ne voivat olla lakeja, normeja tai sisäisiä pelisääntöjä, joiden mukaan yksilöt toimivat. Arviointi sisältää tyypillisesti vertailua kolmeen lähtökohtaan: normeihin, historiaan sekä vakiintuneihin tapoihin (Holt, 1995, 5). Arvostus sen sijaan viittaa holistisiin, lyhytaikaisiin emotionaalisiin tunnereaktioihin, joita koetaan sijoittamisen ympärillä joko objekteihin, toimintaan, henkilöihin tai tilanteisiin liittyen. Tunnereaktiot ovat surun, ilon, jännityksen, nautinnon ja pelon aiheuttamia tuntemuksia, joiden ilmeneminen on

subjektiivista. Ne sisältävät niin positiiviset kuin negatiivisetkin tunnekokemukset henkilöstä ja tilanteesta riippuen sekä erityisen hyvät ja mieleenpainuvat, tavanomaisesta poikkeavat hetket (Holt, 1995, 6).

2.4.2 Kuluttaminen integraationa

Integraation metafora (consuming as integration) kuvaa sitä, miten kuluttajat havaitsevat, luovat ja prosessoivat kulutukseen liittyviä symbolisia merkityksiä. Keskiössä on kuluttajan henkilökohtaisen suhteen muodostuminen kulutuskohteisiin ja -tilanteisiin (Gistri ym., 2009, 367). Kuluttajat siis integroivat kulutusobjekteja omaan identiteettiinsä ja samanaikaisesti muokkaavat omaa identiteettiään kulutusyhteisön identiteettiin sopivaksi. Holtin (1995, 3–6) nelikenttämallissa integraatio toteutuu kolmella eri tavalla: luomalla henkilökohtaisen kulutussuhteen (assimilating), osallistumalla kulutuskokemuksen tuottamiseen (producing) sekä omaksumalla ja personoimalla (personalizing) yhteisesti jaettuja merkityksiä ja symbolisia ominaisuuksia, joita kulutuskohteisiin liittyy. Kuluttajat antavat merkityksiä ja tuottavat kokemuksia sekä toimivat samalla niiden jatkojalostajina. (Gistri ym., 2009, 339; Holt, 1995, 5). Holt (1995, 7–8) kutsui osallistujaa osallistavia kulutuskäytäntöjä tuottamisen käytännöiksi. Tuottamiseen osallistumisen tunnistaminen on helpompaa räätälöityjen palveluiden ja tuotteiden kohdalla, massatuotettujen kulutuskohteiden osalta sen voidaan katsoa vaativan kuluttajalta mielikuvitusta, jotta tämä voisi tuntea osallistuvansa tuottamiskokemukseen tai sen ennustamiseen. Siitä huolimatta, että kulutuskohde ei ole suoranaisesti kuluttajan hallinnassa, voi hän kokea olevansa kokemuksessa aktiivinen toimija ja samaistua kulutuskohteeseen. Holtin (1995, 6–8) mukaan personalisointi eli kulutuskokemuksen yksilöllistäminen kuvaa sitä, miten osallistujat puhuvat, pukeutuvat ja käyttäytyvät.

2.4.3 Kuluttaminen luokitteluna

Kuluttaminen luokitteluna (consuming as classification) kuvastaa sitä, miten kuluttamiseen liittyvät merkitykset ja yhteydet rakentuvat. Kulutuskohteeseen ja -tapoihin liittyviä jaettuja merkityksiä käytetään niin ikään kuluttajien luokittelun ja

erottautumisen välineenä. Näiden merkitysten kautta kuluttajalle rakentuu tunne erilaisuudesta, johon perustuen hän lokeroi itsensä tiettyyn viiteryhmään tai kulutuskategoriaan (Groves ym., 2000, 218–129). Kun luokittelu tapahtuu toiminnan kautta, ratkaisevaa on se, miten ja millaisessa vuorovaikutuksessa kuluttaja on kulutuskohteen kanssa. Kulutuskohteiden kautta tapahtuvassa luokittelussa sen sijaan olennaisia ovat kulutuskohteeseen itseensä liitetyt merkitykset. Holtin (1995, 10–11) esittää, että aiemmassa kulutustutkimuksessa esimerkkeinä on käytetty pääasiassa selkeästi näkyviä fyysisiä objekteja, kuten vaatteita ja tavaroita, mistä johtuen luokittelua on tyypillisesti tarkasteltu yksinkertaisena prosessina, jossa kuluttaja esittelee omistamiaan tuotteita muille. Esittely ei kuitenkaan hänen mukaansa ole tarpeeksi monipuolinen ilmaisu kuvaamaan sitä, miten kuluttajat viestivät kulutusobjektien välityksellä, varsinkaan silloin kun tarkastelun kohteena ovat aineettomat kulutuskohteet, joiden esitleminen on hankalaa. Sen määrittelemiseksi, millainen kuluttajan suhde on kulutuskohteisiin, tarvitaan dokumentaarisia viitteitä yksityiskohtaisempaa tietoa. Tähän vastauksena Holt (1995) esittää yksityiskohtaisempaa informaatiota tarjoavat tekniikat, kuten mentoroinnin tai tarinankerronnan, joissa luokittelu tapahtuu kulutuskohteen sijaan kuluttajan toiminnan kautta. Hän havaitsi tutkimuksessaan kuluttajien välittävän toimintaansa liittyviä merkityksiä toisilleen osallistumalla käytäntöihin ja ilmaisemalla omia mieltymyksiään, sekä harjoittamalla mentoroinnin ja ennustamisen kautta. Cheetham ja McEachern (2013, 106) täydentävät luokittelun metaforaa luokittelulla arvojen kautta väittämällä sen olevan selvää, että kuluttajat käyttävät ja esittelevät luokitteluun kulutuskohteiden ja toiminnan lisäksi myös arvojaan, kuten vastuullisuutta ja eettisyyttä. Kulutuskäytännöt (actions), -kohteet (objects) ja arvot voivat joko yhdistää kuluttajia tai yhtä lailla tehdä eroa heidän välilleen (Holt, 1995, 9–11).

2.4.4 Kuluttaminen leikkinä ja ajanvietteenä

Kulutuskäytäntöjen typologian neljännen metaforan, kuluttamisen leikkinä ja ajanvietteenä (consuming as play), pääasiallisena tarkoituksena on Holtin (1995, 9) mukaan on kulutuskohteen avulla luotu kuluttajien välinen vuorovaikutus, jossa kulutusobjektia käytetään välikappaleena. Holtin (1995, 6–7) nelikenttämallissa kuluttaminen leikkinä toteutuu kahdella eri tavalla: yhteisöllisyyden ja muiden viihdyttämisen kautta. Yhteisöllisyys (communing) viittaa siihen, kun kuluttajat jakavat

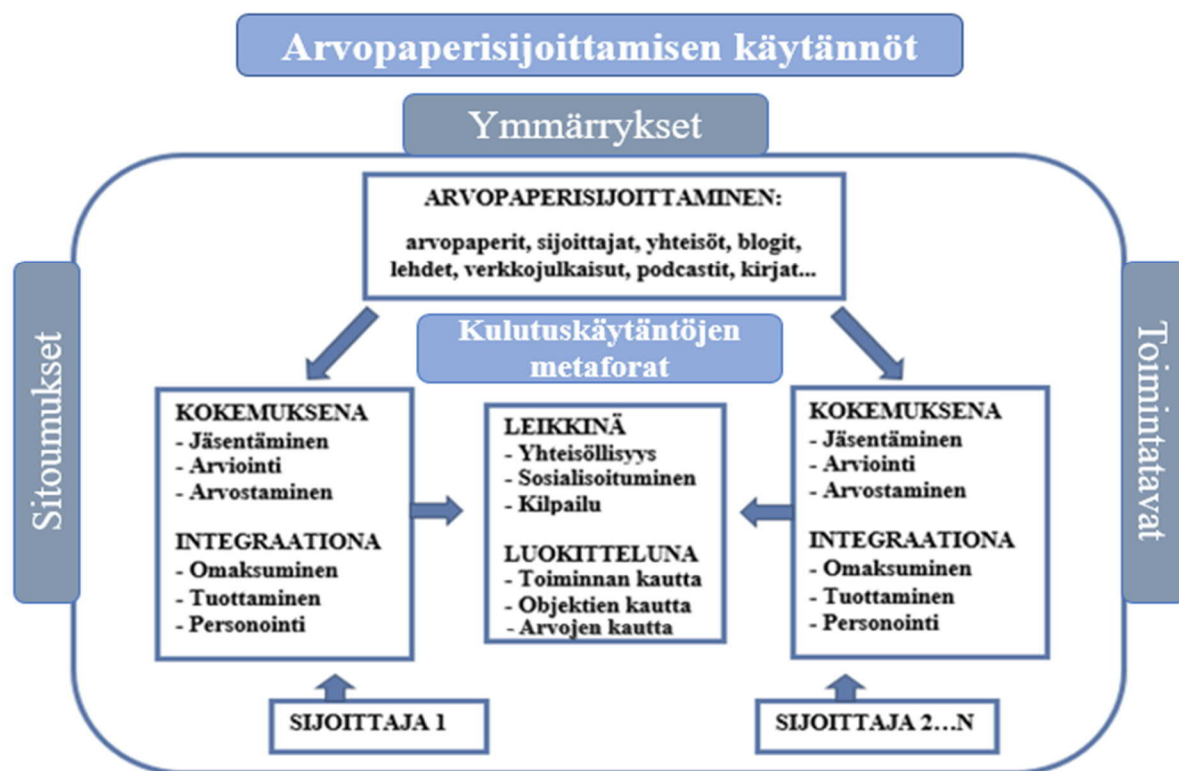
yhdessä koettuja kokemuksia ja pyrkivät olemaan osa laajempaa yhteisöä, sekä yhtäläillä erottua massasta liittymällä jonkin alakulttuurin tai muun sisäisen ryhmän jäseneksi. Tällä tavoin he myös rakentavat identiteettiään. Vuorovaikutus muiden kanssa (socializing) puolestaan sisältää keskustelua sekä ajatustenvaihtoa, ja siinä hyödynnetään omia kokemuksia muiden viihdyttämiseen tarinankerronnan kautta. Groves ym. (2000, 218) lisäävät kategoriaan vielä kuluttamisen kilpailuna, jota ei löydy Holtin alkuperäisestä typologiasta. Kilpailu nähdään tutkijoiden mukaan vuorovaikutuksena osallistujien välillä ja se näyttäytyy esimerkiksi huumorina ja pilailuna. Toisin kuin yhteisöllisyyden ja muiden viihdyttämisen käytännöissä, joissa pyrkimyksenä on jakaa yhdessä koettuja kokemuksia ja lähentyä muiden osallistujien kanssa, on kilpailun osalta kyse interaktiivisesta prosessista, jossa pyrkimyksenä on erottua muusta joukosta.

2.5 Teoreettisen viitekehysten synty

Tämän tutkimuksen teoreettinen viitekehys tarkastelee arvopaperisijoittamista kuluttamisena ja kuvaa sitä miten yksityiset sijoittajat osallistuvat arvopaperimarkkinoille. Viitekehys on jaettu kahteen osa-alueeseen: sijoittamiseen kulutusaktiiviteettina, joka haastaa perinteistä näkökulmaa sijoittajasta rationaalisen päätöksentekijänä ja kulutuksen määrittelyä pelkäksi vaihdannaksi, sekä käytäntöteoreettisen lähestymistavan esittelyyn, jossa perehdytään käytäntöjen rakentamiseen sekä käytäntöihin kulutuksen kontekstissa. Käytäntöteorian valinta tutkimuksen tulkintateoriaksi sijoittaa tämän tutkimuksen kulttuurisen kulutustutkimuksen kenttään. Kulttuurinen kulutustutkimus keskittyy kuluttamisen kontekstuaalisiin ja symbolisiin puoliin. Käytäntöteoria perustuu yleiseen mielenkiintoon koskien ihmisten jokapäiväistä elämää, mikä tekeekin siitä erinomaisen välineen myös arvopaperisijoittamiseen liittyvien käytäntöjen tarkasteluun. Tutkijat eivät ole yhteisymmärryksessä käytäntöjen rakentumisesta, mutta yhteistä käytäntöteoreetikoille on kuitenkin näkemys siitä, että yksilö toimii sekä yksittäisten että samanaikaisesti monien toisiinsa kytkeytymättömien käytäntöjen kantajina. Käytännöt nähdään rutiininomaisina tapoina ymmärtää maailmaa, liikuttaa kehoa sekä kuvailla ja käsitellä esineitä ja asioita. Käytäntö ei siis tarkoita yksinomaan tiettyä toimintaa tai käyttäytymistä, vaan se selittää laaja-alaisesti niitä konteksteja ja niitä tilanteita, joissa toiminnot tapahtuvat (Närvänen ym., 2013, 570).

Varainhallinta ja sitä kautta sijoittaminen voidaan nähdä osana kulutusprossia (Hirsto, 2011, 58), jolloin käytäntöteoria, jonka keskiössä on ihmisten arkinen ja rutiininomainen toiminta, on omiaan myös sijoituskäytäntöjen tutkimiseen. Käytäntöteoria nostaa tutkimuksen keskiöön sen kaltaisia kysymyksiä, kuten millaisiin käytäntöihin ihmiset kiinnittyvät, millaiset käytännöt ovat relevantteja ja miten ne yhdistyvät toisiin käytäntöihin sekä kuinka syvää sitoutumista eri käytäntöihin liittyy. Myös halut ja tunteet voidaan yksilöiden sijaan yhdistää käytänteisiin (Reckwitz, 2002, 254).

Holtin (1995) kulutuskäytäntöjen typologia on ollut merkittävässä roolissa muokkaamassa kulutuskulttuurin tutkijoiden käsityksiä siitä, mitä kuluttaminen käytännössä on. Typologiassa kulutus on jäsenelty sen rakenteen sekä tarkoituksen suhteen neljään eri metaforaan. Kulutuksen rakenne voi muodostua kulutuskohteeseen liittyvien tekojen ja suhteiden sekä kuluttajien välisen vuorovaikutuksen kautta. Sen sijaan kulutuksen tarkoitus jakaantuu välineelliseen kulutuspäämäärän tai itsessään arvokkaaseen kuluttamiseen. Siitä huolimatta, että Holt (1995) on luonut typologian tutkiessaan baseball-otteluiden katsomisen käytännettä, korostaa hän, että typologia on sovellettavissa muuhunkin kulutukseen. Typologian avulla on tutkittu esimerkiksi viinien kulutusta (Groves ym. 2000), väärenettyjen luksustuotteiden kuluttamista (Gistri ym., 2009) sekä hedonistista sijoituskäyttäytymistä (Allen & McGoun, 2001), joka on aihepiiriltään lähimpänä tätä tutkimusta. Sijoittamisen ollessa tutkimuskohteena, on otettu huomioon myös Sharpleyn (2006, 19) esittämä näkemys siitä, että eri kuluttajat voivat kuluttaa samaa kulutuskohdetta monilla eri tavoin.



Kuvio 4. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys on esitelty kuviossa 4. Kuvion ulkokehällä kuvataan arvopaperisijoittamisen käytäntöjen rakentuminen Warden (2005) kolmiulotteisen mallin kautta. Warde esittää Schatzkin ja Reckwitzin tutkimusten pohjalta kolme käytäntöjä yhdistävää elementtiä tuotuna kulutuskäyttäytymisen kontekstiin. Elementtejä ovat 1) ymmärrykset, 2) toiminta ja 3) sitoumukset. Elementtien sijoittelu kuvion ulkokehälle kuvastaa sitä, miten nämä elementit itseasiassa yhdistävät kaikkia kuvion sisällä esitettyjä kulutuskäytäntöjä. Kuvion keskiöön on sijoitettu Holtin (1995) kulutuskäytäntöjen metaforat, joita täydennettiin Grovesin ym. (2001) näkökulmalla kulutuksesta kilpailuna sekä Cheethamin ja McEachernin (2013) löydöksestä, jonka he nimesivät luokitteluksi arvojen kautta. Edellä mainitut alakategoriat lisättiin luokitteluun, koska niiden analysointi erillisinä teemoinaan koettiin olennaiseksi niin tutkijan esiyymmärryksen kuin tutkimusaineistosta nousseiden löydöstenkin pohjalta. Aineistoa lähdettiin analysoimaan yllä kuvatun viitekehysten ohjaamana. Tutkimusprosessi on kuvattu tarkemmin luvussa kolme.

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksessa käytettyä metodologiaa sekä perustellaan tutkimuksen menetelmällisiä painotuksia ja sovelluksia. Saunders, Lewis ja Thornhill (2009, 5) määrittelevät tutkimuksen olevan jotakin, mitä ihmiset tekevät lisätäkseen tietämystään ja saadakseen asioita selville systemaattisesti. Hudson ja Ozanne (1988, 508) määrittelevät metodologian kertovan, miten tutkimuskysymyksiin vastataan (ks. myös Saunders ym., 2009). Kuten aiemmin on tuotu esiin, tämä tutkimus noudattaa kulttuurisen kulutustutkimuksen periaatteita ja on laadultaan kvalitatiivinen. Tutkimusmenetelmät on valittu perustuen niiden soveltuvuuteen kohteena olevan ilmiön tutkimiseen.

Ensimmäinen alaluku esittelee tutkimuksen paradigman, sisältäen tutkimuksen tieteenfilosofiset lähtökohdat, jotka kertovat Huntin ja Hansenin (2010, 11) mukaan tutkijan tavasta katsoa maailmaa (ontologia) sekä tämän oletukset tiedon luonteesta (epistemologia). Tieteenfilosofisten lähtökohtien jälkeen käydään läpi tutkimuksen strategia, aineiston luomiseen valitut menetelmät sekä lähestymistapa aineiston analysointiin.

3.1 Tieteenfilosofiset lähtökohdat

Ennen varsinaisen tutkimusmetodin läpikäyntiä käsitellään tämän tutkimuksen tieteenfilosofiset lähtökohdat, jotka ohjaavat tutkimuksen toteutuksessa tehtyjä valintoja. Erikssonin ja Kovalaisen (2008, 11) mukaan tutkimuksen tieteenfilosofinen asema on oleellista tutkimuksen tavoitteiden täyttymisen sekä yhtenäisyyden näkökulmasta. Tieteenfilosofiassa otetaan kantaa tiedon syntymiseen ja todellisuuden luonteeseen (Hudson & Ozanne, 1988, 508; Hunt & Hansen, 2010, 111; Saunders ym., 2009, 107). Huntin ja Hansenin (2010, 111) mukaan kaikki tutkimus, tieteenalasta tai tutkimuskohteesta riippumatta, perustuu filosofisiin oletuksiin. Tieteenfilosofiset lähtökohdat, toisin sanoen epistemologiset, ontologiset ja metodologiset perusteet, ovat riippuvaisia toisistaan ja luovat yhdessä tulkinnan viitekehyksen, jota kutsutaan myös tutkimuksen paradigmaksi.

Ontologia ja epistemologia ovat olennaisia määrittellä tutkimusta tehtäessä ja ne käsitelläänkin tyypillisesti yhdessä, sillä ne ovat suhteessa toisiinsa. *Ontologia* tuo esiin tutkijan näkemyksen siitä, mitä maailmassa on ja kuvaa yksilön, yhteiskunnan ja muun maailman välisiä suhteita. Ontologinen käsitys maailmasta voidaan ymmärtää joko subjektiiviseksi tai objektiiviseksi. Subjektiivinen näkemys, joka on tyypillinen kvalitatiiviselle tutkimusotteelle, perustuu olettamuksille ja kokemuksille, jotka näyttävät eri tavoin eri ihmisille ja muuttuvat suhteessa aikaan sekä kontekstiin. (mm. Eriksson & Kovalainen, 2008, 13–14; Saunders ym., 2009, 111). Subjektiivisessa näkökulmassa todellisuutta ole olemassa yksilöiden ulkopuolella, vaan se nähdään aina yksilöiden ja ryhmän tulkintana (Eriksson & Kovalainen, 2008, 13–14; Shankar, Elliott & Goulding, 2001, 438).

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa yleisesti hyödynnetyssä objektiivisessä näkemyksessä lähtökohtana on, että maailma on olemassa erillisenä ihmisistä ja heidän toiminnastaan riippumattomina (Eriksson & Kovalainen, 2008, 13). Se, voidaanko käytäntöjä ylipäätään tutkia itsenäisinä kokonaisuuksina, on yhtäläillä ontologinen kysymys (Warde, 2016, 289–291). Tässä tutkimuksessa arvopaperisijoittamisen käytäntöjä tutkitaan kokonaisuuksina, jotka ovat tunnistettavissa haastateltavien ja havainnoinnin kohteena olevan joukon arjessa, näiden tavanomaisessa toiminnassa.

Epistemologia vastaa kysymyksiin mitä tieto on, miten tietoa tuotetaan ja mitkä sen rajoitteet ovat. Epistemologia vastaa myös siihen, miten se voidaan todentaa oikeaksi, mitkä ovat tieteelliset käytännöt ja prosessit (Eriksson & Kovalainen, 2008, 14). Askegaardin ja Linnetin (2011, 397) mukaan epistemologia käsittää tiedon sen teoreettisena mallintamisena, pelkän todellisuuden kuvaamisen sijaan. Saundersin ym. (2009, 112) mukaan epistemologia määrittelee tutkimuksen tekemisen kontekstissa sen, mitä tietoa on saatavilla ja mikä tieto on oleellista tutkimuksen kannalta. Objektiivisessä näkökulmassa maailma on olemassa itsenäisenä ja kontekstista riippumattomana.

Subjektiivisen näkökulman mukaisesti tässä tutkimuksessa oletetaan, että merkitykset eivät ole riippumaton objekteja, jotka voidaan löytää ja erotella. Sen sijaan merkitykset syntyvät havainnoista ja tulkinnoista jatkuvassa vuorovaikutuksessa, eikä sitä tällöin voida tavoittaa tieteellisen tutkimuksen keinoin (Eriksson & Kovalainen, 2008, 14). Tästä

johtuen tutkijan on tiedostettava, että toinen tutkija olisi voinut tulkita tutkimusmateriaalin toisin ja toinen metodi olisi voinut tuoda täysin erilaisia löydöksiä.

Paradigma sisältää tutkimuksen perustavanlaatuiset oletukset sekä ohjeet tutkimuksen toteutukseen (Guba & Lincoln, 1994, 107; Saunders ym., 2009, 118). Paradigma voidaan määritellä toisaalta joukoksi tieteellisen tutkimuksen käytänteitä ja toisaalta taas tutkijan ”maailmankatsomukseksi”, joka niin ikään ohjaa tämän toimintaa (Eriksson & Kovalainen, 2008, 16). Guba ja Lincoln (1994, 109) erottavat neljä tutkimusta ohjaavaa paradigmaa: positivismin, post-positivismin, kriittisen realismin sekä konstruktionismin. Tämä jako on rajoittunut yhteiskuntatieteisiin, ja on avoin keskustelulle määritelmistä, merkityksistä ja sovellustavoista (ks. myös Eriksson & Kovalainen, 2008, 17).

Tämän tutkimuksen toteutus perustuu *sosiaaliseen konstruktionismiin* ja *todellisuuden subjektiivisuuteen*. Paradigman juuret löytyvät fenomenologiasta ja hermeneutiikasta. Konstruktionismi keskittyy siihen, miten ihmiset, yksilöt tai ryhmät, harjoittavat kanssakäymistä ja ymmärtävät sosiaalisia tapahtumia ja tilanteita, joita he kohtaavat. Sosiaalisia konstruktioita ovat esimerkiksi jaetut merkitykset sekä käytetty kieli. (Burr, 2003, 4; Eriksson & Kovalainen, 2008, 19). Sosiaalinen todellisuus tuotetaan ihmisten päivittäisessä vuorovaikutuksessa (Burr, 2015, 4). Konstruktionistinen lähestymistapa onkin perusteltua kun tutkimuksen tulkintateorianä on kulutuskulttuuriteorioihin kuuluva käytäntöteoria, joka on kiinnostunut nimenomaan arjen käytänteistä.

Vivienn Burr (2015, 2–3) nimeää neljä perusoletusta sosiaalisen konstruktionismin pääpiirteistä. Ensimmäiseksi konstruktionismi suhtautuu kriittisesti itsestäänselvyksiä kohtaan ja pyrkii avaamaan niitä keskustelulle. Oletuksena on, ettei maailma näyttäydy ihmisille objektiivisesti, vaan se tunnetaan ihmisten kokemusten kautta, siten, että käytetty kieli on lisännyt siihen vielä oman mausteensa. Toiseksi se ottaa huomioon käsitystemme historiallis-kulttuuriset lähtökohdat ja korostaa niiden relativistisuutta. Kolmannen oletuksen mukaan tieto syntyy sosiaalisissa prosesseissa ja neljäs on, että tieto ja sosiaalinen toiminta kuuluvat yhteen. (ks. Eriksson & Kovalainen, 2008, 20).

Konstruktionismi mahdollistaa sosiaalisesti rakentuvan subjektiivisen analyysin ja sen perustana on oletamus siitä, että kontekstuaalisia todellisuuksia on olemassa useita (Guba & Lincoln, 1994, 110). Tähän perustuen voidaan myös olettaa, että samasta aineistosta on mahdollista tehdä useita eri tulkintoja, jotka voivat kaikki olla merkityksellisiä. Erikssonin ja Kovalaisen (2008, 20) mukaan konstruktionismissa tarkkailun kohteen ovat subjektiiviset ja jaetut merkitykset. Konstruktionistisessa näkökulmassa yksilöt ovat proaktiivisia ja toimivat vapaaehtoisesti (Hudson & Ozanne, 1988, 508–509). Perinteisesti on ajateltu, ainakin implisiittisesti, että tuottaja tuottaa ja kuluttaja kuluttaa. Arnouldin ja Thompsonin (2005, 871) mukaan kulttuurisessa kulutustutkimuksessa kulutus käsitetään kuitenkin kaksisuuntaisena ilmiönä, johon liittyy poikkeuksetta myös tuottamista. Konstruktionistinen lähestymistapa on todettu sopivaksi kun tutkimuksen kohteena on aika- ja kontekstisidonnaiset yksilön tai ryhmän subjektiiviset kokemukset sosiaalisista tilanteista (Eriksson & Kovalainen, 2008, 20).

Hudsonin ja Ozannen (1988, 510) mukaan tutkijan on ensiarvoisen tärkeää olla tietoinen kontekstista, jossa käyttäytyminen tapahtuu, sillä kuluttajat muodostavat todellisuutensa ja antavat sille merkityksiä kontekstiin perustuen. Käytäntöteoreettinen viitekehys ohjaa tutkimuksen kiintopisteen sosiaalisen elämän prosesseihin, joihin lähes poikkeuksetta kuuluu yksilöiden käytäntöjä, kulttuurisen ympäristön vaikutusta sekä erilaisia kuluttamisen aktiviteetteja (Halkier ym., 2011, 10). Konstruktionistinen tutkimusote on erityisen hyödyllinen kun tavoitteena on ymmärtää inhimillistä ilmiötä eikä yleistää löydöksiä tai ennustaa kausaaliuksia.

3.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Tämä tutkimus on toteutettu kvalitatiivisin menetelmin. Kvantitatiivisen tutkimuksen perustuessa mittaamiseen, keskittyy kvalitatiivinen tutkimustapa kokonaisvaltaiseen tiedon hankintaan, jossa aineisto kerätään mahdollisimman luonnollisissa olosuhteissa. Kvalitatiivinen tutkimus ei etsi yhtä totuutta vaan pyrkii tulkitsemaan ja lisäämään syvällistä ymmärrystä tutkimuksen kohteesta toisin kuin kvantitatiivinen tutkimus, jossa keskiössä on selitysten löytäminen ja tutkimussuunnitelmassa määriteltyjen hypoteesien testaaminen. Kvalitatiivisen tutkimuksen määrittely on osoittautunut haastavaksi, usein se onkin määritelty kvantitatiivisen tutkimuksen vastakohdaksi. Kvalitatiivista tutkimusta

voidaan määritellä myös sen kiinnostuksen kohteiden perusteella: kielen, toistuvien mallien ja merkitysten ymmärtämisen. (Eriksson ja Kovalainen, 2008, 4–5).

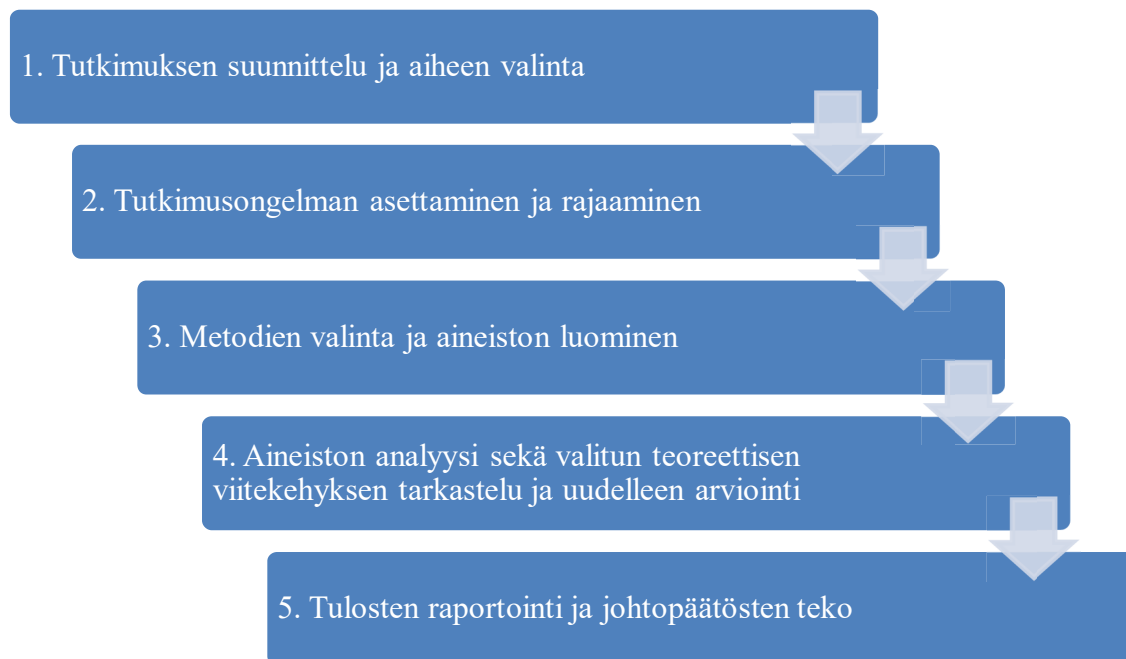
Alasuutarin (2011, 217) mukaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa kerätään ennalta tuntematonta tietoa tutkimuskohteesta ja sitä kautta opitaan aineistosta uusia asioita. Kun aineisto on generoitu, nousee sen pohjalta tyypillisesti esiin kysymyksiä, joita ei osattu edes arvata ennen ilmiöön ja aineistoon perehtymistä. Toisin sanoen kvalitatiivinen tutkimus pyrkii holistiseen ymmärrykseen ja on sensitiivinen tutkimuksen kontekstille (Eriksson & Kovalainen, 2008, 5). Ghaurin ja Grønhaugn (2005, 202) mukaan kvalitatiivinen tutkimustapa on erityisen toimiva silloin, kun tutkimuksen kohteesta ei ole tehty laajasti aiempaa tutkimusta (ks. Eriksson & Kovalainen, 2008, 5). Tutkimusongelmat ovat tällöin vähäisen tiedon takia usein strukturoimattomia, jolloin kvalitatiivinen tutkimus yleensä joustavampaa kuin kvantitatiiviset menetelmät, varsinkin kun pyrkimyksenä on ymmärtää toimintamalleja ja kaavoja siinä korostuu tarve tutkijan ja aineiston vuoropuhelulle (Bryman & Bell, 2003, 342). Eskolan ja Suorannan (2003, 20) mukaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija on keskeisessä asemassa ja hänen tulisi osallistua tutkimukseen.

Sosiaalisen konstruktionismin paradigman tutkimuksissa suositaan kvalitatiivisia menetelmiä, sillä ne irrottavat haastateltavan kokemuksen kontekstistaan epätodennäköisemmin kuin kvantitatiiviset menetelmät (Burr, 2015, 170; Ritchie & Lewis, 2003, 5). Myös Sapsfordin ja Jupp (2006, 342) mukaan vahvasti strukturoitujen menetelmien käyttö asettaa tutkimukselle haasteita kun tarkoituksena on painottaa vastaajien näkemyksiä, sillä se vetää haastateltavat pois niistä toimintamalleista, joiden mukaan he yleensä toimivat.

Yksi kvalitatiivisen tutkimuksen erityispiirteistä on kyky tuottaa tarkkoja kuvauksia, tunnistaa ja luokitella toistuvia malleja, tuottaa typologioita ja selityksiä (Ritchie & Lewis, 2003, 5). Myös Moisanderin ja Valtosen (2006) mukaan kvalitatiivinen tutkimusote on erityisen toimiva kuluttajaymmärryksen kartuttamisessa ja auttaa tutkimaan kulttuurisia ja sosiologisia kategorioita, suhteita sekä identiteettejä, joiden kautta kuluttajat rakentavat identiteettejään ja käsittävät jokapäiväistä elämäänsä. Koska kuluttajakäyttäytymisen kokemukselliset ulottuvuudet ovat kompleksisia ja ne luodaan

kuluttajien mielissä, niin tiedostettuna kuin tiedostamattakin (Joy & Sherry, 2003), on niitä hankala havaita kyselytutkimuksilla tai testaamalla. Schatzkin (2005) mukaan aktiviteettien katsominen, kysymysten esittäminen ja vuorovaikutus osallistujien kanssa sekä heidän käytäntöjensä opettelu ovat ainoat tavat ymmärtää käytäntöjä. Tästä johtuen käytäntöteoreettinen tutkimus on lähes poikkeuksetta luonteeltaan kvalitatiivista. Kuitenkin multimetodinen lähestymistapa, jossa hyödynnettäisiin kvantitatiivisia metodeja yhdessä kvalitatiivisten metodien kanssa, voisi tuoda lisäarvoa tutkimukselle (Arsel & Bean, 2013). Tämän tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää nuorten sijoittajien käytäntöjä, eikä niinkään ennustaa niitä, joten näistä lähtökohdista on ymmärrettävää, ettei tutkimuksen tuloksia voi myöskään yleistää (Patton, 2015, 87).

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija voi yhdistellä useampia tutkimusmetodeja kuten omia havaintojaan sekä haastatteluja (Denzin & Lincoln, 2000, 23). Hirsjärven ym. (2009, 38) mukaan useamman menetelmän käyttö lisää tutkimuksen luotettavuutta ja laatua (ks. myös Eriksson & Kovalainen, 2008, 293; Stake, 2005, 446; Tuomi & Sarajärvi, 2009, 143). Aineiston tai teorioiden yhdistämistä kutsutaan perinteisesti myös triangulaatioksi (Eskola & Suoranta, 1998, 69). Triangulaation kautta tutkimuksen näkökulma laajenee ja tällä tavoin kuvaa paremmin tutkittavaa ilmiötä.



Kuvio 5. Tutkimusprosessin vaiheet

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään aineiston triangulaatiota yhdistämällä puolistrukturoidut haastattelut osallistuvaan havainnointiin. Tutkimusprosessin vaiheet on kuvattu kuviossa 5. Tämän tutkimuksen tekemisessä käytettiin multimetodista lähestymistapaa, sillä tarkoituksena oli saavuttaa holistinen ymmärrys tutkimuksen kohdeilmioista, (Hirsjärvi ym., 2009, 130–131, 157; Saunders ym., 2009, 145; Stake, 2005, 443) arvopaperisijoittamisen käytännöistä. Menetelmällisen triangulaation hyödyntäminen on yleistä käytäntöteoreettisessa tutkimuksessa, jossa pyrkimyksenä on saada mahdollisimman kattava ja syvälinen ymmärrys tutkimuksen kohdeilmioista. Muun muassa Valtonen ym. (2010) hyödynsivät haastatteluja, havainnointia sekä kuvamateriaalia tutkimuksessaan, jonka kohdeilmionä oli urheilukalastamisen käytännöt.

3.3 Aineiston generointi

Gummesonin (2005, 312) mukaan kvalitatiivisen aineiston keräämisestä on asianmukaisempaa käyttää nimitystä aineiston generointi eli luominen, sillä sosiaalisesti konstruktioituneen maailman tietoa on mahdotonta kerätä sellaisenaan, sillä tieto muodostuu esimerkiksi haastattelutilanteessa haastateltavan ja haastattelijan kanssakäymisen mukaisesti.

Tämän tutkimuksen ensisijainen aineisto muodostettiin seitsemästä puolistrukturoidusta haastattelusta, joiden lisäksi kerättiin sekundääristä aineistoa tekemällä osallistuvaa havainnointia kahdessa Afterpörssi-tapahtumassa. Tutkimuksen osallistujat olivat kaikki Osakesäästäjien keskusliiton nuorisosaaston, Nuorten Osakesäästäjien jäseniä. Myös Afterpörssi-tapahtumat ovat kyseisen verkoston järjestämiä. Nuoret Osakesäästäjät on Suomen Osakesäästäjien mukaan verkosto nuorille sijoittajille ja sijoittamisesta kiinnostuneille. Verkoston tavoitteena on innostaa ja opastaa nuoria sijoittamisessa ja säästämässä sekä edistää nuorten edunvalvontaa (Suomen Osakesäästäjät, 2022).

3.3.1 Puolistrukturoitu haastattelu

Haastattelu on hyvin joustava menetelmä, joka sopii monenlaisiin tutkimuksiin. Tämä selittääkin haastattelun aseman käytetyimpien tutkimusmetodien joukossa (Cassell & Symon, 2004, 11; Hirsjärvi & Hurme, 2009, 34). Menetelmän käyttö myös antaa tutkijalle mahdollisuuden ymmärtää yksilön syvällisiä kokemuksia ja selvittää mitä tämä ajattelee olemalla suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa ja niin ikään esittää tarkentavia kysymyksiä eli suunnata tiedonhankintaa itse tilanteessa. (Hirsjärvi & Hurme, 2009, 34). Shankar ym. (2001, 438) painottavat kielen roolia merkitysten muodostumisessa, joten sekin puoltaa haastattelun vahvuutta menetelmänä. Haastattelut edustavat luotua aineistoa, joka sisältää uudelleen luomista, sillä se vaatii käyttäytymisen, uskomusten ja asenteiden uudelleen prosessointia ja uudelleen kertomista. Tätä menetelmää tarvitaan tiettyjen psykologisten ilmiöiden ymmärtämiseen, kuten motivaation ja päätöksentekoprosessin, se myös tarjoaa mahdollisuuden syvempään ymmärrykseen ihmisten omista näkemyksistä ja tulkinnoista. (Ritchie & Lewis 2003, 36).

Tässä tutkimuksessa tutkimusmenetelmänä on käytetty nimenomaan puolistrukturoitua haastattelua. Valintaa on perusteltu sillä, että tarkoituksena on saada syvempi ymmärrys kohdeilmioista ja tutkimuksen aineiston on vastattava suhteellisen tarkkoihin kysymyksiin. Eskolan ja Suorannan (2003, 78) mukaan puolistrukturoidussa haastattelussa teemojen muodostumista ohjaa tutkijan esiymmärrys. Puolistrukturoitu haastattelu etenee tutkijan esiymmärryksen perusteella valittujen teemojen sekä niistä johdettujen tarkentavien kysymysten varassa. Kysymyksille ei kuitenkaan ole määritelty tarkkaa muotoa tai järjestystä, vaan ne elävät aina haastattelutilanteen mukaan (Hirsjärvi ym., 2009, 208). Näin ollen tarkentavien kysymysten muoto ja käyttö vaihtelevat tyypillisesti haastattelusta toiseen (Saunders ym., 2012, 374). Menetelmän joustavuus tulee ilmi nimenomaan vastaamisessa, siihen ei ole annettu valmiita vaihtoehtoja (Eskola & Suoranta, 2003, 85–86; Hirsjärvi ym., 2009, 164). Haastattelu on tällöin kuin keskustelua, jota tutkija johdattelee (Eskola & Suoranta, 2003, 85).

Kyselytutkimukseen verrattuna haastattelu on erityisen toimiva menetelmä kun tutkimuksen kohteena on arkaluontoinen aihe tai vähän tutkittu ilmiö, sillä se tarjoaa mahdollisuuden syventää saatavia tietoja sekä saada selvennyksiä vastauksiin (Bryman

& Bell, 2003, 343; Hirsjärvi ym. 2009, 35; Ritchie & Lewis, 2003, 36–37). Haastattelun eduksi voidaan lukea myös mahdollisuus kohdistaa tutkimus henkilöihin, joilla on kokemusta tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 117). Arselin (2017, 940) mukaan haastattelut voidaan tulkinnallisesti nähdä osana kokonaisuutta, jossa tutkija pääsee liikkumaan joustavasti niin aineiston keräämisen, sen analysoinnin ja käsitteellistämisen kuin teoriankin rakentamisen välillä.

Käytäntöteoreettisessa tutkimuksessa haastattelun käyttöön tutkimusmetodina on suhtauduttu kriittisesti. Kyseenalaistamisen alaiseksi on päätynyt erityisesti kuluttajien kyky reflektoida ja kuvata verbaalisesti toteuttamiaan käytäntöjä. Aihetta on tutkinut muun muassa Browne (2016), jonka mukaan käytännöistä puhuminen on yleisesti ottaen mahdollista, mutta hän toteaa myös olevan aiheita, joiden tutkimiseen toisenlaiset menetelmät voisivat olla osuvampia. Tämän lisäksi haastattelun toteuttaminen vaatii haastattelijalta paljon osaamista sekä valmistautumista. Hirsjärvi & Hurme (2009, 35) ovat sitä mieltä, että haastattelijan rooliin pitäisi aina kouluttautua. Haastattelu vie myös paljon aikaa verrattuna moniin muihin menetelmiin. Tutkijan valmistautumisen lisäksi haastateltavien rekrytoiminen, haastatteluaikojen sopiminen sekä haastattelun toteutus vievät aikaa, puhumattakaan sanatarkasta litteroinnista, jota voi parhaimmillaan kertyä kymmeniä sivuja, vaikka haastatteluja ei määrällisesti montaa kappaletta olisikaan. Haastatteluaineiston analysointi ja tulkinta on usein myös haastavaa, sillä valmiita malleja ei ole tarjolla. (Hirsjärvi & Hurme, 2009, 35). Menetelmän haasteista huolimatta useat tutkijat ovat kokeneet haastattelun toimivana menetelmänä käytäntöjen tutkimiseen (ks. esim. Halkier & Jensen, 2011; Hitchings, 2012; Magaouda, 2011). Käytännöistä keskustelu on mielekästä haastateltaville sekä antaa rikasta informaatiota tutkimuskohteesta (Hitchings, 2012).

Haastateltavat rekrytoitiin sekä vuoden 2018 SijoitusInvest-messujen Nuorten Osakesäästäjien Nuoriso Corner -kohtaamispaikasta että ryhmän Facebook-sivulle kiinnitetyllä ilmoituksella, joka oli näkyvillä aikavälillä joulukuu 2018 – Tammikuun loppu 2019. SijoitusInvest -messut järjestettiin 22.–23.11.2018 Helsingin Messukeskuksessa ja messuille oli vapaa pääsy. Osallistujille tarjottiin palkinnoksi elokuvalippuja, mutta siitä huolimatta osallistujien rekrytoinnin haastavuus oli yllättävää. Tutkimusprosessin alussa tavoitteena oli rajata tutkimus koskemaan ainoastaan

sijoittamista harrastavia nuoria naisia ja toteuttaa yhteensä kymmenen haastattelua, mutta tämä osoittautui erittäin haastavaksi, jopa mahdottomaksi suunnitellulla aikataululla.

Kaikki seitsemän puoli-strukturoitua haastattelua suoritettiin tammi-maaliskuussa 2019. Osallistujat olivat ikähaarukaltaan 22–29 vuotiaita ja asuivat pääasiallisesti pääkaupunkiseudulla. Kaksi haastateltavaa opiskeli muualla Suomessa, joten heidän haastattelunsa toteutettiin videopuhelun välityksellä. Tarkemmat tiedot haastateltavista löytyvät taulukosta 2. Haastattelut tehtiin haastateltavien äidinkielellä, suomeksi, jotta haastateltavat pystyisivät kommunikoimaan mahdollisimman sujuvasti (Bryman & Bell, 2003, 356).

Taulukko 2. Tiedot haastateltavista

Haastateltava	Ikä & sukupuoli	Ammatti	Rekrytoitu	Haastattelun sijainti	Haastattelun kesto
H1	25 v., mies	Tradenomiopiskelija	Nuoriso Corner, SijoitusInvest	Kahvilassa	33 min
H2	24 v., mies	Tradenomiopiskelija	Facebook -ryhmä	Videopuhelu	32 min
H3	27 v., mies	Tietotekniikan opiskelija	Facebook -ryhmä	Videopuhelu	34 min
H4	28 v., mies	Palveluneuvoja	Facebook -ryhmä	Haastateltavan työpaikalla	27 min
H5	24 v., nainen	Kauppätieteiden kandidaattiopiskelija	Afterpörssi - tapahtuma	Kahvilassa	29 min
H6	27 v., nainen	Kauppätieteiden maisteriopiskelija	Nuoriso Corner, SijoitusInvest	Kahvilassa	31 min
H7	31 v.	Ammattiuurheilija	Henkilökohtainen kontakti, verkoston jäsen	Kahvilassa	39 min

Haastatteluteemat pohjautuivat tutkijan esiyymmärrykseen käytäntöteoreettisesta lähestymistavasta ja muodostuivat neljän eri ulottuvuuden ympärille. Nämä ulottuvuudet ovat sijoittaminen kokemuksena, integraationa, luokitteluna ja leikkinä. Teemat perustuvat Holtin (1995) kulutuskäytäntöjen typologiaan, jonka avulla kuluttamisen

tarkoitusta ja sen sisältämää toimintaa pyritään ymmärtämään syvällisemmin. Haastatteluissa käytiin läpi jokainen teema avointen kysymysten kautta, joihin esitettiin sitten tarkentavia, miten ja miksi -lähtöisiä kysymyksiä.

Haastattelut nauhoitettiin Nauhuri-sovelluksella myöhempää kuuntelua varten ja litterointiin sanatarkasti. Analysoitavan aineiston kokonaismäärä oli 42 liuskaa. Haastattelun aikana kirjattiin ylös haastateltavien erilaiset reaktiot ja selkeät tunnetilat, kuten naurun, punastumisen ja kiusaantuneisuuden, jotka haastateltavien kertomuksiin liittyivät. Nämä muistiinpanot yhdistettiin litterointivaiheessa haastateltavien vastauksiin, jotta aineisto olisi mahdollisimman rikas ja kuvaisi haastateltavien kokemusta mahdollisimman todenmukaisesti. Haastateltavien vastauksia ei myöskään korjattu kielipollisesti, vaan ne kirjoitettiin ylös sanatarkasti, jotta ne kuvaisivat mahdollisimman hyvin haastateltavan omaa kokemusta.

3.3.2 Havainnointi

Tämän tutkimuksen sekundäärinen aineisto muodostui osallistuvasta havainnoinnista Nuorten Osakesäästäjien tapahtumissa. Denzinin ja Lincolnin (1994, 377) mukaan havainnointi on vanhimpia tapoja tehdä tutkimusta. Moisanderin ja Valtosen (2006, 52) mukaan havainnointi on ennen kaikkea sosiaalisten ilmiöiden tutkimista niiden luonnollisessa toimintaympäristössä. Siinä ilmiöihin pureudutaan niiden tapahtumahetkellä. Havainnoinnin juuret ovat vieraita kulttuureja tutkivassa antropologiassa. Saundersin ym. (2007, 290) mukaan havainnoinnin tarkoituksena on kuvailla ja selittää sosiaalista maailmaa, jossa tutkimuksen kohteet sijaitsevat siten, kuin he itse sitä kuvailisivat ja selittäisivät. He myös jatkavat, että vaikka havainnointia ei ole laaja-alaisesti hyödynnetty kauppatieteellisissä tutkimuksissa, se voi tarjota tutkimuskontekstista sellaisia oivalluksia ja löydöksiä, jotka voivat korostaa tutkittavien näkemyksiä. Kun tutkimusmenetelmänä käytetään havainnointia, ei ole tarvetta miettiä, onko kyselyyn onnistuttu luomaan oikeita vaihtoehtoja tai keskittykö haastattelut oleellisiin teemoihin. Havainnointi mahdollistaa sellaisten teemojen ja asioiden esiintulon, joita ei mahdollisesti osattu etukäteen ennustaa (MacKellar, 2013, 58–59).

Moisanderin ja Valtosen (2006, 52–53) mukaan kentällä tapahtuva havainnointi voidaan jakaa kahteen toteuttamistapaan: osallistuvaan ja ulkopuoliseen havainnointiin. Kun kyseessä on osallistuva havainnointi esimerkiksi urheilutapahtumassa, tutkija osallistuu itsekin tapahtumaan ja siihen liittyviin aktiviteetteihin. Tämän lisäksi hän on vuorovaikutuksessa ihmisten ja artefaktien kanssa tehdessään havainnointia. Ulkopuolisessa havainnoinnissa tutkija ei osallistu aktiviteettiin tai ole vuorovaikutuksessa osallistujien kanssa, vaan havainnoi ihmisten toimintaa ulkopuolelta.

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään nimenomaan osallistuvaa havainnointia, jossa tutkija on aktiivisena toimijana, vuorovaikutuksessa havainnoinnin kohteena olevien yksilöiden kanssa ja osallistuu näin kokemusten ja merkitysten luomisprosessiin. Havainnoinnin tavoitteena on saada mahdollisimman aito kuva kuluttajan kokemuksesta, ymmärtämällä tämän toimintaa ja ajatuksia. Tutkija osallistuessa tutkimuksen kohteena olevan ryhmän toimintaan ja on osa yhteisöä, on hänen mahdollista pelkän tapahtumien seuraamisen lisäksi myös jakaa ne tuntemukset mitä tutkittavat kokevat (Gill & Johnson, 2002, 144). Osallistuvassa havainnoinnissa pyritään saamaan monipuolisempaa ja syvällisempää dataa siinä kontekstissa missä tutkimuksen kohde sijaitsee. Tämän kaltaiseen tietoon ei perinteisillä kyselytutkimuksilla ole mahdollisuutta päästä käsiksi.

Havainnointitutkimuksen vahvuuksina voidaan nähdä sen avulla saatu kokonaisvaltainen ja realistinen kuvaus, kun tutkimuksen kohteena ovat ihmiset ja heidän toimintansa. Havainnoinnin etuna voidaan nähdä myös sen kyky huomata sellaisia asioita, joita muulla tavoin olisi mahdotonta huomata tai löytää. Tämä on relevanttia muun muassa siitä syystä, että ilman havainnointia monet yksityiskohdat ja aktiviteetit voisivat jäädä huomaamatta, ihmisten tehdessä niitä tiedostamattaan. (Moisander & Valtonen, 2006).

Havainnointi edesauttaa myös tämän tutkimuksen tavoitteen toteutumista, sillä haastateltavat eivät välttämättä ole kykeneviä kuvailemaan tai keskustelemaan niistä perinteisessä haastattelussa. Tämä haaste korostuu erityisesti sosiaalisten käytäntöjen sekä materiaalisten järjestelmien kohdalla, sillä meillä ei ole kielellistä sanastoa kuvaamaan tämänkaltaisia asioita. Ovans (1998) toteaa, etteivät ihmiset kykene kuvaamaan omaa elämäänsä uskottavasti ja siitä syystä vastaukset ovatkin tyypillisesti vääristyneitä. Kyseiseen haasteeseen vastattiin tässä tutkimuksessa yhdistämällä

haastatteluun tutkijan suorittama havainnointi, jonka avulla tutkijan on von Koskullin (2014, 111) mukaan mahdollista ylittää kielen ja yksilöiden subjektiivisuuden asettamat rajoitteet.

Tässä tutkimuksessa havainnointi toteutettiin Nuorten osakesäästäjien Afterpörssi-tapahtumissa Helsingissä 28.2.2019 ja 29.3.2019. Afterpörssi on vapaamuotoinen afterwork-tapahtuma, johon nuoret kokoontuvat keskustelemaan harrastuksestaan toisten yhteisön jäsenten kanssa. Helsingissä Afterpörssi-tapahtumat järjestetään Aikatalon Time Bar -anniskeluravintolassa. Ensimmäisessä tapahtumassa paikalla oli 12 osallistujaa ja toisessa 14. Kentällä vietettynä aikana kerättiin muistiinpanoja niin keskusteluista kuin kehonkieleen liittyvistä havainnoistakin, aineistoa kertyi yhteensä 33 liuskaa.

3.4 Aineiston analysointi ja tulkinta

Perinteisesti on ajateltu, että tieteellisen tutkimuksen tekemiseen on olemassa kaksi lähestymistapaa: deduktiivinen ja induktiivinen. *Deduktiivinen* lähestymistapa perustuu teoriaan ja ennalta muodostettujen hypoteesien testaamiseen kun taas *induktiivisen* tutkimuksen perusta on empiirisen aineiston tulkinnassa, jossa tutkija etenee yksittäisistä havainnoista yleistävimpiin argumentteihin ja pyrkii etsimään yleistettäviä lainalaisuuksia (Alvesson & Sköldberg, 2000, 17; Saunders ym., 2007, 57).

Kulttuurinen tutkimus ei tyypillisesti ole täysin deduktiivinen, eikä myöskään puhtaasti induktiivinen tai aineistolähtöinen. Sen sijaan kulttuurisissa tutkimuksissa, kuten sosiaalisessa konstruktionismissa laajemminkin, hyödynnetään usein *abduktiivista* lähestymistapaa, joka sijoittuu kahden edellä mainitun välimaastoon (Askegaard & Linnet, 2011; Moisander & Valtonen, 2006). Myös tätä tutkimusta ohjaa abduktiivinen logiikka. Näiden kolmen eri analyysimuodon olennainen ero on se, kuinka tiukasti teoria ohjaa havainnointia (Eriksson & Kovalainen, 2008, 21–22).

Alvessonin ja Sköldbergin (2000, 17) mukaan abduktiivisen tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää uusia ilmiöitä, eikä testata hypoteeseja. Siinä siis hyödynnetään aiempaa tutkimusta pyrkimättä kuitenkaan löytämään ilmiölle yhtä selittävää teoriaa tai

todistamaan sitä oikeaksi tai vääräksi. Tavoitteena on pikemminkin olemassa olevan teorian tulkitseminen ja kehittäminen uusien tai tarkistettujen konseptien ja viitekehysten kautta, jotka tuovat merkityksellisiä oivalluksia ilmiöön (Moisander & Valtonen, 2006, 39). Abduktiivisessa tutkimuksessa liikutaan Tuomen ja Sarajärven (2009, 117) mukaan aineiston sekä olemassa olevan teorian välillä, jolloin kumpikin osallistuu toistensa muotoutumiseen. Aineiston luomisen sekä käsittelyn ja tulkinnan prosessit eivät ole erillisiä, eivätkä toisistaan riippumattomia vaan tapahtuvat samanaikaisesti (Bryman & Bell, 2003, 425; Gummesson, 2005; Tuomi & Sarajärvi, 2009, 99, 117). Abduktiivisessa tutkimusprosessissa yhdistyy elementtejä niin deduktiivisen kuin induktiivisenkin päättelyn logiikasta. Abduktiivisesta päättelyä voidaan perustella käytettäväksi jos havaintojen tekoon liittyy jokin johtolanka tai johtoajatus. Näitä johtolankoja voivat olla tutkijan esiymmärrys tutkimuksen kohdeilmiöstä, tutkimuskirjallisuus tai jopa intuitio (Alvesson & Sköldbberg, 2000, 17; Timmermans & Tavory, 2012, 180, 171). Johtoajatuksesta syntynyt *työhypoteesi* voi muuttua tai jopa kumoutua kesken prosessin.

Gummessonin (2005, 316) mukaan tutkimuksen tekeminen vaatii aina tutkijan esiymmärryksen aiheesta. Esiymmärryksellä tarkoitetaan näkemyksiä, tietoa ja kokemuksia, jotka tutkijalla on ennen kuin hän on käsitellyt tutkimusongelmaa. Esiymmärrys niin ikään ohjaa haastattelun teemojen muodostumista sekä haastattelurungon rakentamista (Eskola & Suoranta 2003, 78). Tässä tutkimuksessa esitutkimus toteutettiin tutustumalla aiemmin tehtyihin tutkimuksiin, media-artikkeleihin, blogeihin sekä tekemällä yksi esihaastattelu, joihin pohjautuen muodostettiin osittainen ymmärrys ilmiöstä. Tätä osittaista ymmärrystä hyödynnettiin haastattelurungon ja -teemojen kehittämisessä (Timmermans & Tavory, 2012, 170–171, 180).

Aineiston tulkinta toteutettiin tarkastelemalla aineistoa teemoittain teoreettista viitekehystä tukena käyttäen. Tutkimuksessa hyödynnettiin siis *teoriaohjaavaa sisällönanalyysia*, joka lähtökohdiltaan etenee kuitenkin aineiston ehdoilla samalla tavalla kuin aineistolähtöinen analyysikin (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 117). Sisällönanalyysissa aineiston tarkastelu tapahtuu tiivistäen ja eritellen, eroja ja yhtäläisyyksiä etsien. Analyysilla pyritään muodostamaan tiivistetty kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. Havainnot tehdään aineistosta, mutta ne liitetään olemassa olevaan

tutkimuskirjallisuuteen ja teoreettisiin käsitteisiin. Esiin nousseita teemoja verrataan teoriassa esiintyviin luokkiin ja teemoihin (Eriksson & Kovalainen, 2008, 14; Tuomi & Sarajärvi, 2009, 97–100). Tämän jälkeen nuorten arvopaperisijoittamiseen liittyvä informaatio luokiteltiin Holtin (1995) kulutuksen typologiasta johdetulla luokittelurungolla.

Aineiston tulkinta oli luonteeltaan iteratiivinen prosessi, jossa haastattelu- ja havainnointiaineistoa analysoidaan useaan otteeseen ja lainauksia poimitaan lisää tulkinnan rakentuessa. Spiggle (1994, 492) esittää, että alkuun tekstit tulee lukea kokonaisuudessaan, jotta saadaan yleiskuva aineistosta. Seuraavalla luentakerralla ote on intertekstuaalisempi, jolloin teksteistä etsitään niistä löytyviä eroja ja yhteneväisyyksiä, ja merkitään temaattiset luokat joko koodaamalla tai muulla merkinnällä (Cassell & Symon, 2004, 256).

Analyysin kiintopiste oli tässä tutkimuksessa käytännöissä, joten aineistossa keskityttiin käytäntöjen sosiaalisiin prosesseihin, eikä niinkään yksilöiden käyttäytymiseen (Halkier & Jensen, 2011, 113). Tutkija oli suunnitellut jo etukäteen toteuttavansa tutkimuksen käytäntöteoreettisella otteella. Holtin (1995) kulutuskäytäntöjen typologia valikoitui tutkimusta ohjaavaksi teoriaksi esihaastattelun perusteella, sillä sen avulla oli tutkijan näkemyksen mukaan tunnistaa arvopaperisijoittamiseen sisältyviä yhteneväisiä kulttuurisia ja sosiaalisia merkityksiä ja toimintatapoja, sekä avata monimutkaisia ja vaihtelevia, usein irrationaalisia merkityksiä ja sitoumuksia, joita sijoittamiseen liitetään. Käytäntöteoreettisessa analyysissä huomio keskittyy yksilöiden sijaan heidän toiminnassaan ilmeneviin yleisiin toimintatapoihin, toistuviin rutiineihin ja sekä heidän edustamiinsa rooleihin. Jo tutkimusprosessin alkuvaiheessa pyrittiin kiinnittämään huomiota sellaisiin asioihin, joiden rooli on tutkimuksen analysointivaiheessa kriittinen. Cassellin ja Symonin (2004, 261) mukaan on kuitenkin mahdollista, että aineistoanalyysin lopussa huomataan puutteita alun perin valitun teorian teemoittelussa, kuten tapahtui myös tässä tutkimuksessa; alkuperäistä viitekehystä laajennettiin empiiristen havaintojen johdosta, jotta ilmiö pystyttäisiin kuvaamaan mahdollisimman kattavasti.

Tutkimustulosten analysoinnissa hyödynnettiin metaforia, jotka tarjoavat luovan tavan analysoida ja tehdä päätelmiä aineistosta. Metaforien riskinä on väärin käytettynä sovittaa väkisin tuloksia ennalta mietittyyn muottiin, jolloin niiden vaikutus voikin olla tutkimuksen todenmukaisuuden näkökulmasta harhaanjohtava. Oikein käytettynä ne sen sijaan voivat parhaimmillaan auttaa tuomaan haastateltavien ja havainnoinnin kohteiden kokemuksia näkyvämmäksi (Carpenter, 2008, 359). Tutkijan onkin tärkeää ymmärtää, miten metaforia voidaan hyödyntää aineiston tulkitsemisessä. Metaforilla on kuitenkin mahdollista tuoda näkyväksi näkökulmia, jotka muuten saattaisivat jäädä huomaamatta ja ne lisäävät syvyyttä aineiston ymmärryksessä (Kangas, Warren & Byrne, 1998, 190).

4 ARVOPAPERISIOITTAMISEN KÄYTÄNNÖT

Tutkimuksen empiirisessä osassa käydään läpi tutkimusaineisto ja analysoidaan arvopaperisijoittamisen käytäntöjä. Tutkimuksen tuloksia analysoidaan ja luokitellaan teoriaohjaavasti hyödyntäen Holtin (1995) kulutuskäytäntöjen metaforia ja sen nelikenttämallia, jonka hän jäsentää kulutuksen rakenteen ja tarkoituksen suhteen autoteliseen eli itsessään merkitykselliseen sekä instrumentaaliseen eli välineelliseen kuluttamiseen. Tutkimuksen ensimmäinen tavoite onkin kuvata ja analysoida, miten kulutuskäytäntöjen metaforat ilmenevät arvopaperisijoittamisessa. Vaihdannan kautta syntyvän, instrumentaalisuuden korostuminen on ollut hallitseva teema sijoittamisen tutkimuksessa ja tämän tutkimuksen tarkoituksena onkin kiinnittää huomiota myös arvopaperisijoittamiseen liittyvään arkiseen, rutiininomaiseen toimintaan sekä sen kontekstuaalisiin ja symbolisiin puoliin.

Warde (2005) avaa käytännön käsitettä kahden kysymyksen kautta: 1) Miksi ihmiset tekevät mitä he tekevät? 2) Miksi he tekevät sen juuri tietyllä tavalla? Näihin kahteen kysymykseen voidaan esittää kiteytyvän käytäntöteorian ydin. Ne myös auttavat hahmottamaan valittua tutkimusnäkökulmaa. Miksi sijoittajat tekevät niitä valintoja, joita tekevät? Kokevatko he toimivansa automaattisesti vai tekevätkö he tietoisia valintoja? Ovatko rutiinit niin integroituneita heidän olemiseensa, etteivät he edes itse tunnista niitä? Tutkimuksen toisena tavoitteena on tunnistaa niitä elementtejä, joista arvopaperisijoittamisen käytännöt rakentuvat Warden (2005) malliin perustuen. Mallissa käytännöt rakentuvat ymmärryksistä, toimintatavoista sekä sitoumuksista. Ymmärryksillä viitataan ymmärryksiin siitä, miten käytäntö muodostuu. Toimintatavoilla kuvataan sitä, mitä toimintaa, rutiineja tai sääntöjä käytäntöön liittyy. Sitoumukset ja tavoitteet puolestaan kuvaavat käytäntöön liittyviä odotuksia, tunteita ja tavoitteita. Käytäntöjen elementit risteävät tyypillisesti useissa eri käytännöissä, vaikkakin niiden saamat painotukset saattavat vaihdella käytännöstä riippuen (Halkier & Jensen, 2011, 115).

Tutkimusaineistoa käsiteltäessä on tulkintojen perustelemiseen käytetty suoria lainauksia haastatteluista. Niiden avulla tarjotaan esimerkkejä, jotka toimivat tiivistettyinä

kuvauksina aineistosta. Lainauksissa on käytetty henkilöiden oikeiden nimien sijaan numerointia, sillä kahden haastateltavan toive oli pysyä anonyymina. Haastateltavien tarkemmat tiedot löytyvät taulukosta 2.

4.1 Sijoittaminen kokemuksena

4.1.1 Oman talouden ja arvopaperimarkkinoiden jäsentäminen

Jäsentäminen sisältää Holtin (1995, 5) mukaan tyypillisesti kaksi vaihetta: kuluttaja tunnistaa ja luokittelee toimintaa ja objekteja, liittäen niihin erityisiä merkityksiä, jonka jälkeen kohde sijoitetaan laajempaan kontekstiin yhdistämällä se oleellisiin faktoihin, kattavamman ymmärryksen saavuttamiseksi. Jäsentämisen käytäntö rakentui haastateltavien pohtiessa omia kulutusvalintojaan sekä niiden hyötyjä ja vaikutusta pidemmällä aikavälillä. Haastateltavat kertoivat poikkeuksetta arvopaperisijoittamisen aloittamisen vaikuttaneen heidän rahankäyttöön sekä siihen, miten he ylipäättään suhtautuvat säästämiseen ja kulutukseen. Käytäntöön liittyviä ymmärryksiä kuvastaa oman rahankäytön sekä vaurastumisen kausaalisuhteiden pohtiminen ja aihepiiriin perehtyminen, joissa yksilöt järjestävät ympäristöönsä mielessään ja jotka niin ikään antavat tarkoituksen toiminnassa tapahtuville muutoksille.

”Musta tuntuu et mä olen ruvennut syynään enemmän tätä omaa ostokäyttäytymistä, et välttää jotain turhia ostoksia, et ehkä alkanut säästään enemmän, mä sanoisin. Et nyt oikeasti kiinnittää huomiota et paljon menee rahaa mihinkin. Se on ehkä miten se on muuttunut.” (H3)

”Jos sä ostat sen kahdeksankymppin auton nyt ja ajelet siksi et kiva ajella hienolla autolla tai sijoitat sen 80 tonnia, niin sitten kahden vuoden päästä kun sua ei enää vois vähempää kiinnostaa ajella sillä, kun se on jo vanhakin, ja sitten se onkin se 80 tonnia minkä sä olet sijoittanut mennytkin vähän toiseen suuntaan kuin jos olisit laittanut sen kymppin vaikka Skodaan ja seitsemänkymppiä osakkeisiin.” (H7)

Sekä haastattelu- että havainnointiaineistosta nousi toistuvasti esiin se, miten aloitettuaan sijoittamisen tutkittavat olivat alkaneet välttää kerskakulutusta. Tämän lisäksi omaa taloutta tarkasteltiin kriittisemmin ja suunniteltiin pidemmällä aikajänteellä. Käytäntöön liittyvinä sitoumuksina, eli tavoitteina ja tunteina, tunnistettiin esimerkiksi vaurastumisen suunnittelun muuttuminen konkreettisemmaksi, jolloin osa tutkittavista kertoikin

asettaneensa itselleen tavoitteita muun muassa sijoitussalkkunsu ja nettovarallisuutensa suhteen. Tutkittavat kokivat tavoitteidensa muuttuneen realistisemmiksi ja hallinnan tunteen kasvaneen sitä mukaa kun heidän ymmärryksensä oli karttunut sijoittamisen ja säästämisen tarjoamista mahdollisuuksista. Hallinnan tunteen ohella tavoitteellinen toiminta oman talouden saralla toi haastateltaville myös onnistumisen tunteita.

”Mä olen alkanut tosi tarkkaan miettimään, että tarvitsenko mä joka juhliin uuden mekon tai ylipäättään suhtautumaan kriittisemmin ns. kertakäyttömuotiin ja tähän nykymaailman menoon, jota some ruokkii, et joka kauteen pitäis olla uudet viimeisimpien trendien mukaiset vaatteet. En väitä ettei niillä asioilla olis mulle mitään merkitystä, koska kyllä mua kiinnostaa miltä näytän, mut ehkä mä otan mieluummin sen valinnan vapauden vähän isommissa asioissa, mikä tulee sieltä taloudellisen turvan kautta kuin et oon on-trend ja elän kädestä suuhun.” (H6)

Toisessa havainnoitavista Afterpörssi -tapahtumista käytiinkin osallistujien kesken pitkä keskustelu omalle taloudelle ja vaurastumiselle asetetuista tavoitteista ja siitä miten ne olivat muuttuneet matkan varrella heitetyistä ideoista konkreetian tasolle. Harrastus oli saanut tutkittavat jäsentämään käsitystään rahankäytöstä ja omasta taloudestaan uudella tavalla, myös sijoittamisen kontekstin ulkopuolella.

”Ensin mä olin vaan silleen et haluun saavuttaa taloudellisen vapauden kun oon nelkyt(40), mut nyt olen vähän ymmärtänyt paremmin mitä se vaatii ja muuttanut sen tavoitteen vähän realistisemmaksi, tai sellaiseksi mitä voin konkreettisesti tavoitella. Mulla on sellainen tietty luku mitä mun nettovarallisuuden pitäisi olla minäkin vuonna ja tää on paljon motivoivampaa kun sellainen ilmaan heitetty riippumattomuus.” (H2)

Kokemuksen jäsentämistä tapahtui yhtä lailla kun tutkittavat pyrkivät ymmärtämään paremmin sitä, mistä arvopaperimarkkinat muodostuvat ja mikä niiden toimintalogiikkaa on, sekä sitä, miten erilaiset arvopaperit ja rahoitusinstrumentit suhtautuvat toisiinsa arvopaperimarkkinoilla. Tutkittavat olivat yhtä mieltä siitä, että jäsentäminen vaatii vaivannäköä, joka yhtä lailla kuvastaa edellä mainittuja käytäntöön liitettäviä ymmärryksiä. Markkinan kokonaiskuvan ymmärtämisen ohella jäsentämistä tapahtui myös kun sijoituskohteita vertailtiin keskenään ja sovitettiin omaan sijoitusstrategiaan. Havainnointiaineistosta havaittiin myös jäsentämisen vaativan jonkun verran termistön ja toimintojen opettelua sekä kausaalisuhteiden ymmärtämistä. Tätä pitää käytäntöön liittyvänä toimintatapana, sillä tiedon hankkiminen ja uuden opettelu sisältää aina myös toimintaa, jossa käytännön kantaja on vuorovaikutuksessa kulutuskohteen kanssa.

”Kyllä mä nykyään mietin asioista eri tavalla kuin silloin aluksi. On jotenkin niin kun paljon kriittisempi, ettei ihan heti osta ajatusta et johonkin kannattaa sijoittaa jos jossain joku niin sanoo ja muutenkin ymmärtää vähän et miten tää homma ylipäättään, niin kun markkinat toimii.” (H5)

Myös Groves ym. (2000, 395) esittävät että jäsentämiseen liittyy tyypillisesti uuden terminologian ja toimintojen opettelua. Havainnointiaineistosta esiin nousivat muun muassa suomenkielistenkin sijoittajien sanavarastoon vakiintuneet englanninkieliset termit Bull Market ja Bear Market, jotka kuvaavat sitä mihin suuntaan markkina on menossa. Bull market viittaa nousumarkkinaan, jossa kuluttajien ja sijoittajien suhtautuvat markkinaan luottavaisesti ja talousennusteet lupaavat hyvää. Sijoittajat ovat tällöin tyypillisesti ostokannalla nousevien kurssien ja voitto-odotusten myötä. Bear market puolestaan viittaa laskumarkkinaan, jossa sijoittajien luottamus on laskussa ja talousennusteet varovaisia. (Pagan & Sossounov, 2003). Se, mitä edellä mainitut tilanteet tarkoittavat yksittäisen sijoittajan näkökulmasta ja miten tällöin yleisesti toimitaan, opitaan jäsentämisen myötä ja kuvastavat jäsentämisen käytäntöön liittyviä ymmärryksiä.

Aineistosta kävi ilmi, että aloittaessaan harrastustaan tutkittavat luokittelivat arvopaperit kahteen luokkaan rahastoihin ja osakkeisiin. Harjaantuneempi sijoittaja sen sijaan saattaa kasvaneen tietämyksensä myötä erotella näitä vielä lukuisiin erilaisiin kategorioihin, kuten pörssinoteerattuihin rahastoihin eli ETF:iin (exchange-traded fund), juokseviin velkikirjoihin ja johdannaisinstrumentteihin.

”Aluksi mä ajattelin et on vaan rahastoja ja osakkeita, ja et näistä kahdesta rahastoissa munat ei ole yhdessä korissa, et sen takia niiden riski on pienempi ja et niihin kannattaa aloittelijan sijoittaa. Ajan kanssa sitten, kun mulla alkoi sijoittaminen kiinnostaa enemmän ja perehdyin aiheeseen just sijoitusblogeja lukemalla ja kuuntelemalla Rahapodia, niin aloin tajuta paremmin et mitä ylipäättään on tarjolla ja minkälaisia eroja eri sijoitusinstrumenteissa oikein on. Ei se ollutkaan ihan niin suoraviivasta.” (H5)

Kohdeilmiön kompleksisuus tekee jäsentämisestä kuluttajalle intensiivisen ja usein palkitsevan aktiviteetin, joka edustaa arvioinnin käytäntöön liittyviä sitoumuksia. Harjaantuneelle kuluttajalla jäsentäminen tulee kuin luonnostaan, erityisen kompleksisia tapauksia lukuun ottamatta, sen sijaan noviisille yksinkertaisimmatkin arviot voivat tuottaa vaikeuksia (Holt, 1995, 4). Sijoittaminen on ilmiönä erityisen kompleksinen, joten

jäsentämisen rooli on arvopapereiden ostopäätösprosessissa korostuneessa asemassa ja tämä ilmenikin toistuvasti sekä haastatteluissa että havainnoinnin kautta, kun tutkittavat pohtivat eri instrumenttien eroja sekä sitä, mihin ylipäätään on järkevää sijoittaa.

”Suora osakesijoittaminen ei mun mielestä ole hirveen älykäs ratkaisu, vaan mä oon sitä mieltä että kannattaisi ehkä sijoittaa passiivisesti johonkin indeksiin, musta tuntuu et se hoitaisi hajautuksen ja sitten sä et tee niitä turhia virheitä. Et mun mielestä se olisi semmoinen älykäs, mutta koska osakesijoittaminen on se jännittävä kun siinä että saa itse valita ja näin pois päin, niin mä tiedostan että ei välttämättä ole paras ratkaisu sillein jos ollaan fiksuja, mutta se on jännittävä ratkaisu ja sen takia sitten näin päin.” (H4)

Suurin osa tutkittavista koki, että heidän ymmärryksensä on kasvanut mitä enemmän ja pidempään he ovat sijoittamista harrastaneet niin oman kokemuksen karttumisen kuin ennen kaikkea kirjallisuuteen, blogeihin, podcasteihin ja muihin kokeneempien sijoittajien ja alan ammattilaisten tuottamaan sisältöön perehtymisen kautta. Lukeminen, podcastien kuuntelu ja ammattilaisten imitoiminen ovat jäsentämisen käytäntöön liittyvää toimintaa, jonka tarkoituksena on kasvattaa käytännön kantajan tietämystä ja auttaa tätä toimimaan oikein.

”Siis kyl mä aika paljon luin varsinkin alkuun ennen kuin uskalsin alkaa itse mitään ostelee. Pääasiassa noita klassikkoteoksia mitä noissa Facebookin sijoitusryhmissä suositeltiin, tyylin Napoleon Hillii ja noita, että jotenkin ymmärtäis homman sillain isommassa kuvassa. Sen jälkeen Sharevillessä kävin katsomassa joitain avoimia salkkuja ja vähän luin myös paria suomalaista sijoitusblogia.” (H2)

”Vaurasnainen ja Ompeluseuran talousgurut oli semmoisia Facebook-ryhmiä, joiden kautta mun innostus oikeastaan alkoi. Sieltä opin tosi paljon perusjuttuja lukemalla muiden keskusteluja. Tuntuu jotenkin helpommalta niin, kun puhuttiin silleen kansankielellä, eikä tullut tyhmä olo. Sitten kun alkoi olla jotain ymmärrystä aiheesta niin aloin kuuntelee myös podcasteja.” (H6)

Useimmat kokivat myös mielenkiintonsa sijoittamista kohtaan kasvaneen ymmärryksen lisääntyessä, kuten yksi haastateltavista muotoili: ”Nälkä kasvaa syödessä.” Tätä näkökulmaa tuki myös havainnoinnin kautta kerätyt huomiot siitä, miten osallistujat kertoivat toisilleen harrastuksensa alkutaipaleesta sekä omia kasvutarinoitaan sijoittajina, jotka edustivat vuorostaan käytäntöön liittyviä tunnekokemuksia ja sitoumuksia.

4.1.2 Kokemuksen ja sijoituskohteiden arviointi

”Katsotaan Kauppalehti pari kertaa, että mitkä on se päivän pörssikurssit ja mietiskellään ehkä vähän, että paljonko, ja mitäs tämä tekee mun salkulle...” (H4)

Kun tutkittavat pyrkivät arvioimaan arvopapereita käyttävät he tähän yleensä alalla yleisesti käytettyjä normeja, kuten yhtiöiden taloudellisia tunnuslukuja ja numeroita, osaavaa johtoa ja omistajia tai vaihtoehtoisesti megatrendien vaikutusta eri yhtiöiden liiketoimintaan. He siis toteuttavat arvioinnin käytäntöä niin sijoituskontekstissa kuin myös henkilökohtaisen, arkielämänsä viitekehyksen kautta. Holtin (1995, 5) mukaan arviointi sisältää tyypillisesti vertailua kolmeen lähtökohtaan: normeihin, historiaan sekä vakiintuneihin tapoihin. Tämä tunnistettiin käytäntöön liittyväksi ymmärrykseksi.

”... mä en hirveesti noista luvuista perusta, niin mä tiedostan sen että mun taito ei riitä niin kuin haravoimaan jotain yksittäisiä yrityksiä, et mikä ois niin kuin tällä hetkellä halpa ja näin. Niin mä oikeastaan katon vaan sitä toimialaa, että viimeisin kauppa minkä mä ostin niin sitä niin kuin digitalisaatio ETF:ää ja sit oli se ikääntyvät ikäryhmät, niin niitä kahta. Se sitten hajauttaa aika moneen eri osakkeeseen sitä kuitenkin... Tällä hetkellä tilanne on se, et se digitalisaatio tulee alalle kun alalle ja siks näin...” (H2)

Historiatietoa sovelletaan tyypillisesti kun arviointia toteutetaan esimerkiksi yksittäisen arvopaperin, yrityksen tai toimialan kohdalla (Allen & McGoun, 2001, 395). Yrityksen osakkeen vaikuttavuuteen haastateltavat kertoivat vaikuttavan positiivisesti muun muassa brändin tunnettuus ja hyvät tuotteet ja palvelut, yhtiön koko ja luotettavuus, vakaa ja mielellään kasvava tuotto eli hyvä osingonmaksuhistoria, uskottava kasvusuunnitelma sekä kansainväliset kasvumahdollisuudet tai osaava johto ja luottamusta herättävät omistajat.

”Jos mä mietin itteeni, niin mua ainakin kiinnostaa tavallaan ne yritykset sen osakkeen takana ja se niinku bisnes ja liiketoiminta, että se on yks semmoinen yleinen kiinnostus yrityksiä kohtaan ja et mikä on niiden bisnesmalli. Se on ehkä ollut yks, mikä itselläni on ollut. Ja varmaan sitten perus numerodatan hanskaaminen tai jonkun tunnuslukujen, ni se riittää mun mielestä monilla silleen, et tuntee asian, ei välttämät tarvitse kovin syvällisesti tietää kaikkea siihen liittyvää, mut tietää just vaikka nettovelkaisuusasteet ja muuta. Että jos yhtiöllä on kauheasti velkaa ja tekee kauheasti tappiota, niin se ei välttämättä ole kauhean hyvä sijoitus pitkällä tähtäimellä.” (H3)

Mikäli on tiedossa, että yritys on esimerkiksi julkaisemassa uutta teknologiaa tai toimialalla on tulossa suuri murros, saatetaan sen osake nähdä kannattavana, vaikka se ei kyseisellä hetkellä lukujen valossa olisikaan sijoittajaa houkutteleva vaihtoehto. Myös tässä nousee esiin arvioinnin käytännön elementtinä ymmärrys, jossa megatrendien ja toimialan tunteminen ohittaa yksittäiseen yritykseen liittyvän tiedon.

”Olihan toi kannabiksen lääkekäytön vapautuminen nyt merkittävä juttu. Kyllä siinä sai taputtaa itseensä päähän, että oli kerrankin ajoissa hereillä ja uskoi siihen, että se esitys menee läpi.” (H4)

Haastatteluissa kävi ilmi, että erityisen tärkeässä asemassa, käytäntöön liittyvänä toimintatapana olivat varsinkin harrastuksen alkutaipaleella ammattisijoittajien suositusten seuraaminen sekä näiden imitoiminen, riippumattomien osapuolten toteuttamien analyysien sekä muiden sijoittajien avointen salkkujen seuraaminen muun muassa Nordnetin tarjoamassa Shareville -palvelussa ja aihetta käsittelevissä blogeissa. Riippumatta siitä, alettiinko esimerkiksi uutta sijoitusstrategiaa toteuttamaan välittömästi, ryhdyttiin mielenkiintoisiksi arvioitujen arvopapereiden tai toimialojen kehittymistä seuraamaan tiiviisti. Seuraamalla kerättiin dataa myöhemmin tehtävän sijoituspäätöksen tueksi. Kommenteista kävi ilmi, että harrastuksen edetessä myös omaa salkkua alettiin arvioimaan enemmän kokonaisuutena ja sijoituspäätöksiä tehtiin tämän arvion perusteella.

”Nyt esimerkiksi mulla on salkussa semmoinen tilanne, että se on niin kuin tosi riskinen että mun pitää, tai sen takia mä nyt olen tehnyt päätöksen, että mä ostan pelkkiä etf:iä tästä eteenpäin ja koitan sillä tavalla riskiä hajottaa. Tai en pelkkiä, mutta niin kuin pääsääntöisesti etf:iin.” (H1)

Käytännön yleiseksi ymmärrykseksi tunnistettiin käytetty kieli ja kompetenssi keskustella arvopaperisijoittamisesta luontevasti. Havainnoinneissa nousi esiin, että useimmat olivat harrastuksen aloittaessaan kokeneet ammattilaisten ja muiden eksperttien keskustelun aiheesta olevan verrattavissa vieraaseen kieleen, täysin maallikolle ymmärtämättömäksi asiaksi. Tutkittavista erityisesti naiset keskustelivat tästä huvittuneeseen sävyyn ja laskivat leikkiä omalla tietämättömyydellään. Teoria tuki tätä havaintoa konkreettisesti, sillä Groves ym. (2000, 213) toteavat, että noviiseja kuluttajia saattaa huvittaa ja vieroksuttaa kokeneempien arvioimisen käytännöt ja tavat keskustella aiheesta, jotka näille ovat itsestään selvyyksiä ja tulevat kuin luonnostaan.

Arviointiprosessin koettiin kuitenkin nopeutuvan ja helpottuvan perusasioiden osalta kun yleisimmät käsitteet ja tunnusluvut tulivat tutuiksi. Tällöin on mahdollista tunnistaa myös omaan sijoitusstrategiaan sopivat osakkeet ja rahastot.

”Ei mun nykyään tarvitse kun vilkaista lukuja niin tiedän et onko se lappu (arvopaperi) mulle potentiaalinen lappu vai ei.” (H4)

Siitä huolimatta, että kehitystä koettiin tapahtuvan ja arviointi muuttui helpommaksi tutkittavat suhtautuivat hyvin kriittisesti omaan toimintaansa ja kehitykseensä sijoittajina. Kompetenssin todettiin kasvavan niin tiedon lisääntyessä ja tätä kautta ymmärryksen karttuessa kuin omien kokemustenkin kautta. Tuntemus siitä, että on kehittynyt sijoittajana koettiin palkitsevana ja itsetuntoa nostavana, joka kuvastaa käytäntöön liittyviä sitoumuksia.

”No siis alussa mä vaan niinkun sokeana apinana ostelin eri osakkeita ja sitten ostin jostain kumman syystä Deutsche Bankia silloin aikanaan. Se sitten lähtikin putoan kun kivi, ja sitten mä siinä mietin, että ei tää varmaan ihan tällain mene, että vaan ostellaan ja kattellaan. Että kyllä sulla niin kuin pitää olla jotain tietoa siitä firmasta, jos sää ylipäättään yksittäisiä osakkeita ostat ja se oli mulle vähän semmoinen niin kuin silmiä avaava kokemus, ettei tää juttu näin mene, että musta tuntuu, niin mäpä ostan nyt vaikka tota.” (H7)

”En mä tiedä onko mun toiminta nytkään mistään oppikirjasta, mutta ainakaan en tee ihan yhtä räikeitä virheitä kuin alussa ja tuntuu et koko ajan kyllä kehitty vähän. Siitä tulee hyvä fiilis, et mä tajuun ja osaan.” (H5)

Löytyi joukosta myös kehittymisnäkökulmaa haastavakin mielipide. Muista poiketen yksi haastateltavista korosti osakekurssien ennustettavuuden mahdottomuutta ja sitä kautta kritisoi näkökulmaa, jossa varsinainen kehittyminen olisi perustietämyksen karttumisen jälkeen edes mahdollista, ilman erittäin syvää ammattitaitoa.

”Mä olen vähän sitä mieltä, että ei pysty kehittyä edes. Mä olen lukenut aika paljon niitä teoriaa asiasta ihan mielenkiinnosta ja koulunki takii, niin varmaan vähän ehkä kehittyne silleen et osaa välttää ehkä semmosia perusvirheitä, et siin vaihees kun mä ostin ekat osakkeet, niin mä tiesin jo siin vaihees, mä tutustuin sillon vähän enemmän et osas ehkä välttää jotain sellasii aivan perusvirheitä. Ei välttämättä, mä en usko et mitenkään silleen et kauheesti ees vois kehitty tossa, et nyt on saavutettu joku piste. Varmaan alkuun tietysti jonkun verran ymmärsi et mistä ees on kyse, mut en usko et mitenkään ihan älyttömästi kehittyne varsinaisesti.” (H6)

Suurin osa tutkittavista oli kuitenkin sitä mieltä, että kehittymistä tapahtuu erityisesti ymmärryksen tasolla, vaikka se ei heidän omassa toiminnassaan suoranaisesti toteutuisikaan, sillä tunteet vaikuttivat heidän päätöksentekoonsa. Tutkittavat kertoivatkin rationaalisen toiminnan olevan tietyissä tilanteissa hyvin haastavaa ja usein ymmärtävänsä kun toimivat mielestään väärin tai irrationaalisesti.

”Siis mulla filosofiana on se, että eläkepäivät ja tulevaisuus. Ja sitten, kun katsoo sitä oikeata toimintaa, niin sitten huomaa, että niin, no oikeastaan mä koitin taas flipata nää osakkeet. Elikkä siis todennäköisesti mä en nyt oo ostanut noita osakkeita 20 vuodeks, koska mä myin ne, ja sitte mä ostin ne seuraavana päivänä takasin -tyyppistä toimintaa tapahtuu. Että siis jotenkin sitä etsii sieltä niitä pikavoittoja. Vaikka sitte välillä vois, vaikka oikeastaan sitä ainakin ajattelee, että pidemmällä tähtäimellä ajatella asioita.” (H7)

Myös teoriassa esitetty luovutusvaikutus (Barber & Odean, 2013, 22) eli sijoittajien taipumus realisoida tuottavat sijoitukset liian aikaisin ja tappiolliset liian myöhään, nousi esiin haastatteluissa. Tunteiden, kuten pelon ja epävarmuuden erottaminen omasta toiminnasta ei ollut haastateltavien itsensä mielestä helppoa ja he kertoivat usein sortuvansa ostamaan tuttujen yritysten osakkeita, vaikkei näiden arvo ja kasvupotentiaali lukujen valossa olisikaan se heidän mielestään järkevin vaihtoehto. Nämä viittaavat teoriassa käsiteltyihin kognitiivisiin harhoihin, joissa kuluttajalla on taipumus tulkita tietoa väärin.

“No siis kyllä mä aina ajattelen, että nyt holdaan enkä myy, jos joku mun osakkeista nousee. Mut sit jotain tapahtuu ja se paniikki jotenkin iskee. Varmaan liittyy siihen ajatukseen, että kun tarpeeksi tulee nousua, niin kohta se kuitenkin lähtee tippuu.” (H6)

”Jos sä haluat sijoittaa pitkällä tähtäimellä, niin nollasummapeli ei välttämättä ole se, mitä sun kannattaa panostaa. Vaan sun kannattaa ehkä siirtää sijoittaminen semmoisiin instrumentteihin, mitkä ei ole nollasummapeliä. Ja käytännössähän tällaiset johdannaisethan, nehän on vähemmän, kun nollasummapeliä, koska käytännössä pankit ottaa sieltä vielä välistä jonkun tietyn prosentin. Ei mun pitäisi niihin sijoittaa, mut jostain syystä ne kiehtoo” (H1)

Teoriassa läpikäyty näkökulma, jossa yksityisen sijoittajan sijoituspäätökset näyttäytyvät monella tapaa irrationaalisina, mikäli niitä tarkastellaan puhtaasti taloudellisesta näkökulmasta (Allen & McGoun, 2001, 393), sai vahvistusta näillä aineistosta tehdyillä havainnoilla, joissa tutkittavat tunnistivat itsekkin oman irrationaalisuutensa.

4.1.3 Kokemuksen arvostaminen

Arvostamisen kautta sijoittaminen nähdään itsessään arvokkaana, hedonistisena toimintana, joka tuottaa kantajalleen mielihyvää (Holt, 1995, 6). Hedonistisia merkityksiä rakentavat etenkin kokemuksen ainutlaatuisuus, jännitys, ilo ja nautinto, joista kaikki olivat tunnistettavissa sekä haastatteluaiaineistosta että havainnoinnin kautta. Sijoittamiseen liittyvät positiiviset ja negatiiviset tunnelataukset sekä kokemuksen tarjoama elämyksellisyys nousivat vahvasti esiin haastateltavien kommentteissa ja tätä tuki myös tapahtumia havainnoimalla kerätty materiaali. Haastateltavien vastauksissa tunnereaktioiden kuvaukset olivat hyvin värikkäitä ja dramaattisia. Tämä ilmenee seuraavista lainauksista, joissa haastateltavat kuvaavat miten vahvasti harrastus on heidät tempaissut mukaansa, ja miten he miettivät sijoittamista jatkuvasti.

”Eilis-ilta oli, en mä nyt sano, että täysin uneton, mutta siis kyllä sitä pörssiä tuli myöhään yöhön kateltua.” (H2)

”Siis tää on niin kuin sekoittanut mun pään ihan täysin, että niin kuin se on niin kiva käydä lukemassa ja olla kärryillä että jos esimerkiksi Nokia droppaa tosta, joka on niinkun piensijoittajan suosiossa, niin sitä on niin kiva käydä kattomassa et mitä kirjetetaan ja mitä mieltä ihmiset on. Ja kuinka paljon on niitä takinkääntäjiä. Se on mielenkiintosta.” (H7)

Yksikään haastateltavista ei kertonut vaurastumisen olevan ainoa syy harrastukselleen, sijoittamisen kerrottiin tempaavan mukaansa kuin pitkäjänteisen, kiehtovan ja jännittävän pelin. Sijoittamisen pelillisyyteen, niin kutsuttuna ”reiluna pelinä”, onkin viitattu tieteellisen tutkimuksen piirissä jo niinkin aikaisessa vaiheessa kuin 1900-luvun alkupuolella (Allen & McGoun, 2001, 395).

*”...Ne(kaverit) on oikein mehuissaan joka päivä kun se pörssi aukeaa ja sit kun tulee viikonloppu niin oikein vit*ttaa kun ei niin kuin tapahdu mitään. Ja mulla sama tietty.” (H1)*

”Eihän siinä ole mitään järkeä oikeasti, että sitä salkkua tuijottelee et nyt se on nousu prosenttia tai nyt se on laskenu kaks prosenttia, mutta siinä on joku semmonen hohto et se on niinkun kiva seurata.” (H4)

Tunnekokemukset ja niiden tavoittelu edustavat käytäntöön liittyviä sitoumuksia. Sitoumukset eivät kuitenkaan yksinomaan viittaa vain positiivisiin tunnetiloihin, vaan ne kattavat myös negatiiviset tunnekokemukset.

”Ja sit se jännityksenhalu ihan oikeesti, et jos mä sanoin, ettei osakkeisiin varsinaisesti ole ehkä järkevä sijoittaa, mut kun jos mä sijoitan johonki passiivisesti osta ja pidä -tyylillä, niin se ei ole kauheen jännittävää. Niin se on ehkä just sitä seikkailunhaluu ja mä haluan jotain jännitystä.”(H6)

Aineistosta nousivatkin esiin vertaukset uhkapelaamiseen, varsinkin riskisempien instrumenttien kohdalla. Tutkittavat mielsivät sijoittamisen kuitenkin turvallisemmaksi vaihtoehdoksi kuin perinteisen uhkapelaamisen, sillä he kokivat oman mahdollisuutensa vaikuttaa suuremmaksi ja taloudellisen riskin pienemmäksi. Nämä viittaavat arvostamisen käytännön ymmärrykseen jossa yksilöt järjestävät ympäristöönsä mielessään. Allenin ja McGounin (2001, 396) mukaan kokemuksen arvostaminen voi kuitenkin äärimmilleen vietyä johtaa epätoivottuun käyttäytymiseen, kuten riippuvuuteen tai pakonomaiseen sijoittamiseen. Sijoittamisen ja uhkapelaamisen yhtymäkohdat ovat heidän mukaansa kiistattomat ja uhkapelaamiseen liittyvät haasteet ovat näin ollen läsnä myös sijoittamisen kontekstissa. Haastateltavat eivät tunnistanee omassa käytöksessään negatiivista riippuvuutta, mutta kertoivat tietävänsä että sitä esiintyy myös tuntemiensa henkilöiden joukossa.

Kuten teorialuvussakin todettiin, olivat muutamat tavanomaisesta poikkeavat, erityislaatuiset tunnekokemukset jääneet haastateltavien mieleen (Holt, 1995, 6). He kuvailivat niitä hetkinä, joita eivät tule unohtamaan. Alla kahden haastateltavan mieleenpainuvimmat kokemukset, joissa tietty osake oli joko noussut tai laskenut rajusti.

”Mulla erityisen huono hetki oli se, kun ostin öljy futurea. Ja siis se oli tämmöinen ETF. Ja siinä ne hallinnointikulut oli erittäin huonot. Ja se oli muuten ihan hyvä sijoitus päätös sikäli, että öljyn hinta kyllä nousi, ainut vaan, että se nuosi paljon hitaammin, kun mä odotin. Jolloin ne kulut siinä koko kartellissa söi puolet siitä mun koko sijoituksen arvosta, vaikka öljyn hinta nouskin sinä aikana, mitä mulla oli se. Ja siinä meni puolet 2000 eurosta, mikä on tähän mennessä suurin tappio, mitä mul on ollu. Sen jälkeen olen ottanut hieman rauhallisemmin näitten hyvin kalliitten instrumenttien kanssa” (H4)

”Kun mä just katon sitä lääkekannabisosaketta ja se on 200 prosenttia noussut, niin kyllä mulle tulee niinkun semmoinen helvetin hyvä fiilis, et mä olen ihan päällikkö et mä olen löytänyt jo pari vuotta sitten tän ja nyt kaikki puhuu siitä ja

sit kaikki kirjottelee ja se nousee joka päivä kymmenen prosenttia ja mä avaan Nordnetin salkun niin se on plus 200 prosenttia siinä, niin kyllä mulle tulee oikein hyvä filis siitä. Et sekin on vähän niin kun semmoinen, mikä on sitä kipinää lisännyt tähän sijoittamiseen...” (H1)

Edelliset esimerkit olivat nuorille ääripään tuntemuksia, joista toinen yllä olevista kommentteista kuvaa positiivista ja toinen negatiivista hetkeä, nämä ilmentävät käytännön sitoumuksia erittäin vahvasti. Yleisesti ottaen tutkittavat kertoivat enemmän negatiivisista kuin positiivisista kokemuksista. Tämän he arvioivat liittyvän siihen, että he kaikki olivat suhteellisen noviiseja sijoittajia, jolloin kompetenssin puute sai aikaan enemmän epäonnistumisia kuin onnistumisia.

4.2 Sijoittaminen integraationa

4.2.1 Yhteisesti jaettujen merkitysten omaksuminen

Omaksuminen käsittää kaikkea kuluttamiseen liittyvää. Arvopaperisijoittamisen osalta se ei liity pelkästään yksittäisen arvopaperin konkreettiseen ostotapahtumaan, vaan sen ymmärtämiseen, mitä kaikkeen mitä kyseiseen harrastukseen liittyy. Sijoittamisen yhteydessä jaettujen merkitysten omaksuminen viittaa muun muassa itsensä identifioimiseen sijoittajaksi (Allen & McGoun, 2001, 369). Tutkittavien tapauksessa arvopaperisijoittamisen käytäntöjen katsottiin sisältävän useita rutiininomaisia toimintatapoja, joiden avulla he toteuttivat harrastustaan arkielämänsä viitekehyksessä. Toiminnan tavoitteena oli lisätä omaa tietotaitoaan ja kasvattaa kokemusta niin, että he kehittyisivät paremmiksi sijoittajiksi. Näitä toimintatapoja olivat muun muassa talousuutisten seuraaminen eri foorumeista, aihepiirin kirjallisuuden lukeminen, blogien, podcastien ja keskustelupalstojen seuraaminen, osallistumista erilaisiin sijoittamista käsitteleviin tapahtumiin tai omistamiensa yhtiöiden yhtiökokouksiin sekä aiheesta puhumista ystävien ja muiden harrastajien kanssa. Kauppalehti ja yleisesti talousuutiset nousivat esiin suosituimpina medioina nuorten osakesäästäjien keskuudessa.

”Kauppalehteä tulee lueskeltua päivittäin, mut sitten blogei vähän säännöllisen epäsäännöllisesti, etten välttämättä seuraa mitään jatkuvasti vaan aina sillan tällön katon et onks tullu jotain uutta mielenkiintosta. Sitten esimerkiks tää Shareville nii siitä tulee aina sillan tällön seurattuu et jos tulee jotain mielenkiintosii uutisii, nii sit saatan katsoa et mitä muut on ollu mieltä. Viikottain

tietysti, joka päivä uutisia, ja varmaan päivittäin jotain asioihin liittyvää kuitenkin.” (H3)

”Uutisii luen puhelimella, tietokoneella, ja nimenomaan en käytä oikeestaan printtimediaa, koska en ole tilannu mitään lehteä, maksavat hirveästi ja nyt töissä kun pääsee esimerkiksi Kauppalehteä lukeen, niin siellä sitten käytän sen ajan minkä vois käyttää johonki työhöön, niin käytän Kauppalehteä lukemalla. Pääsääntöisesti muuten sitten näitä kaikkia, mitä pystyy ilmaseks lukeen miinus tietysti tää Kauppalehti.” (H2)

Oman salkun, pörssikurssien ja talousuutisten seuraaminen saivat haastatteluissa korostuneen roolin selkeästi suosituimpina sijoittamiseen liittyvinä aktiviteetteina. Yli puolet haastateltavista kertoi seuraavansa päivätasolla jotain keskustelufoorumia, kuten aiheeseen perehtynyttä Facebook-ryhmää tai Nordnetin Shareville-palvelua. Tämän ohella aiheesta keskusteltiin ystävien ja muiden harrastajien kanssa lähes päivittäin sekä sosiaalisessa mediassa että kasvotusten. Sijoittamisessa haluttiin kehittyä, jolloin edellä mainittuihin aktiviteetteihin osallistuminen ja vuorovaikutus nähtiin keinona kasvattaa omaa tietotaitoa. Tietoisuus siitä, mitä menestyneen sijoittajan tulee tietää ja miten toimia, voidaan tulkita käytäntöön liittyväksi ymmärrykseksi. Tavoitteiden asettaminen taas puolestaan kuvaa käytännön sitoumuksia.

”Luen sitä Vauras Nainen -ryhmää ja Sijoituskerhoa oikeastaan päivittäin. Sitten tietty tsekkaan missä mun salkku menee. Hölmöä ehkä, mut sen teen varmaan ainakin viis (5) kertaa päivässä. Kuulostaa vähä hullulta eikö?” (H6)

”Ja esimerkiksi joskus mä ostin vähän sitä lääkekannabista ja sitä markkinaa olen nyt seurannut, niin kyllä sharevillestä saa aika hyvin tietoa esimerkiksi siitä ja yksittäisistä osakkeista. Se on semmoinen, että sieltä niinkun löytää kaikkea, ihmiset linkkailee kaikkea niin kuin mielenkiintoisia artikkeleita maailmalta ja tuolta.” (H2)

Podcastit eivät olleet kaikkien tutkittavien keskuudessa yhtä ahkeralla kulutuksella kuin keskustelupalstat ja blogit, mutta ne koettiin kuitenkin erittäin hyödyllisiksi ja viihdyttäväiksi tietolähteiksi. Havainnoinnin lomassa yksi tutkittavista kertoi huvittuneeseen sävyyn aktiivisen tubettajien seuraamisen vaihtuneen rahaa ja sijoittamista käsitteleviin podcasteihin, joita hän kulutti päivätasolla useampia. Toiveissa oli enemmän samaistuttavien sijoittajien podcasteja, nuorten tai muuten normaalituloisten sijoittamisesta kertovia. Haastateltavat kokivat välillä vaikeaksi samaistua ja inspiroitua merkittävästi varakkaampien henkilöiden tarinoista, sillä samaan tilanteeseen pääsy

tuntui heistä kaukaiselta ja sijoitussummatkin olivat hyvin paljon suurempia kuin heillä itsellään.

Fyysisten tapahtumien kuluttaminen oli vähäisempää, mutta ne koettiin erittäin mielekkäinä ja tärkeinä keinoina tavata samanhenkisiä ihmisiä ja oppia uutta niin kokeneemmilta sijoittajilta kuin jakaa omia kokemuksia henkilöiden kanssa, jotka olivat samalla tasolla harrastuksessaan.

”Rupesin miettimään just, että tilaisuuksissa ei ehkä niin paljoa tuu nykypäivänä käytyä, koska kuka nykypäivänä käy tilaisuuksissa? Että siis enemmän sitten just tällä akselilla podcasteja, ehkä netistä löytyvää dataa. Että siis näitä tulosjulkistuksia, mitä nyt on tulossa. Eilenhän muuten osakekurssit tippui aika paljon...” (H2)

”Ne Afterpörssit on olleet semmoisia mukavan rentoja tapahtumia missä olen tykännyt käydä, semmoisia matalankynnyksen, tiedätkös. En varmaan uskaltaisi mihinkään yhtiökokoukseen. Ainakaan vielä.” (H3)

Erityisesti nuorille suunnattu Afterpörssi-tapahtuma sai tutkittavilta positiivista palautetta vapaamuotoisuutensa ja rennon tunnelmansa vuoksi. Afterpörssi-tapahtumien kiinnostavuus ja merkityksellisyys nousivat esiin sekä haastatteluissa että havainnointiaineistossa, erityisesti siksi, että ne koettiin erinomaisena paikkana tutustua muihin samanhenkisiin ihmisiin. Tutkittavien lämmin suhtautuminen tapahtumiin kertoi käytäntöön liittyvistä sitoumuksista. Tapahtuman suosiosta kieli myös se, että useampi osallistuja kertoi, että kävi tapahtumissa säännöllisesti.

”Nykyään harkitsen tarkemmin et otanko esimerkiksi rakennekynnet ja maksan niistä 60 euroa kuussa vai laitanko sen saman vaikka osakkeisiin, että kumpi vie mua enemmän mun tavoitteisiin. Et mitä mä haluan olla tulevaisuudessa.” (H5)

Sijoittamisen koettiin vaikuttaneen siihen, miten tutkittavat suhtautuivat omaan talouteensa sekä rahan käyttöön, mikä todettiinkin jo jäsentämisen metaforan yhteydessä, sekä kokonaisvaltaisen talouden suunnittelun kautta omaan identiteettiin ja elämänhallinnan kokemukseen.

4.2.2 Sijoituskokemuksen tuottamiseen osallistuminen

Arvopapereiden kohdalla kuluttajan osallistuminen kulutuskokemuksen tuottamiseen ei ole yksioikoista ja asia voidaan nähdä myös siten, että varsinaista osallistumista ei tapahdu laisinkaan, mikäli arvopaperit nähtäisiin puhtaasti massakulutusobjekteina ja sijoittamisprosessia tarkasteltaisiin nimenomaan sijoitussalkun arvon kehittymisen näkökulmasta. Tässä tutkimuksessa kuitenkin havaittiin, että tutkittavat kokevat itse osallistuvansa aktiivisesti kulutuskokemuksen tuottamiseen tehdessään osakepöimintää ja sijoittaessaan rahastoihin, ja olevan tätä kautta aktiivinen toimija kokonaisvaltaisen sijoituskokemuksen muodostumisessa. Holt (1995) kutsui osallistujaa osallistavia kulutuskäytäntöjä tuottamisen käytännöiksi.

Käytäntöön liittyvinä ymmärryksinä tunnistettiin haastateltavien tapa kokea olevansa aktiivisia toimijoita ja osallistuvansa kulutuskokemuksen tuottamiseen ostoja ja myyntejä tehdessään, vaikka eivät suoranaisesti yksittäisen osakkeen arvon muutoksiin voikaan vaikuttaa. Näin ollen sijoittaja ei ole täysin ulkopuolinen itse prosessissa vaan aktiivinen toimija ja osallistuu tällä tavoin tuottamiseen (Allen & McGoun, 2001, 389). Hänellä on mahdollisuus räätälöidä oman salkkunsu juuri omien mieltymystensä mukaisesti, vaikka ei yksittäisten osakkeiden tai rahastojen suorituskykyyn voisikaan vaikuttaa. Vaikuttamisen tunne ilmenee haastateltavien kertoessa siitä, miten he kokevat sijoittamisen olevan omissa käsissään, vaikka lopputulema ei heidän hallinnassaan olisikaan.

”Just et siinä tulee fiilis et sä teet jotain itse. Voi olla, et sil ei ole mitään väliä, voi olla et mä häviän sen takia et mä teen jotain itse, mut siinä tulee semmoinen fiilis et tää on mun käsissä.”(H4)

”Mä pääasiassa sijoitan osakkeisiin, se tuntuu et siinä voi enemmän vaikuttaa kuin rahastojen kanssa ja omalla perehtymisellä on enemmän painoarvoa. Sitä kautta se on myös palkitsevampaa kun onnistuu. Et mä niin kuin onnistuin itse” (H3)

Suoran tuottamisen sijaan ja myös sen ohella yksilöt voivat arvopapereiden tyyppisten kulutusobjektien tapauksessa toteuttaa ennustamisen ja suhteiden luomisen käytäntöjä (Groves ym., 2000, 215). Ennustamiseen liittyy oman tietoisuuden esiin tuominen ja

erilaisten lopputulemien ennustaminen. Ennustamisesta esimerkkeinä haastatteluissa tunnistettiin yksittäisen osakkeen tai rahaston kurssin kehittymisen ennustaminen.

”Mulla on melkein tämmöinen checklist, se ei siis ole mikään virallinen checklist, mutta siis semmoinen mitä tulee katsottua, kun pörssit tippuu. Että mul on muutama pääepäily, jotka todennäköisesti saattaisi aiheuttaa seuraavan talouskriisin.” (H4)

”Siis kyllähän vaikka Nokiaa spekuloidaan tosi paljon, et miten se uus teknologia sit tulee vaikuttaa. On mulla sitä itselläkin salkussa ja olen seurannut sitä pitkään. Koen et mulla on aika hyvä visio siitä mitä ne meinaa, siis seuraavaksi. Ainakin vahva aavistus.” (H3)

Myös tietyn toimialan läpimurrot tai yksittäisen yrityksen suorituskyvyn arvailu nousivat esiin aineistosta. Muutamit yksittäiset yritykset, jotka olivat kaikki tunnettuja kuluttajabrändejä, saivat erityishuomiota myös Afterpörssi-tapahtumien vapaamuotoisissa keskusteluissa. Pohdinnoissa nousivat esiin myös erilaiset ajat, niin vahvat noususuhdanteet kuin lamatkin. Suurin osa tutkittavista oli ehtinyt harrastaa sijoittamista vasta sen verran vähän aikaa, etteivät he olleet ehtineet vielä kokea omasta mielestään niin sanottuja ääri-ilmiöitä, jotka poikkeaisivat merkittävästi normaalista.

”Se on vaan mun mielestä mielenkiintoinen nähdä, että mikä mun psykologia sitten on kun joku kupla pokahtaa ja onkin miinus 40 prosenttia. Niin mä uskon ja toivon siihen että se ei vaikuta mun päätöksiin millään tavalla, mutta siinä vaiheessa, niin mä en ole sitä vielä kokenut. Sen takia on kiva lukee esimerkiksi tuolta ryhmistä juuri niistä vanhemmista sijoittajista, ketkä on elänyt sen it-kuplan 2000.” (H1)

Tuottaminen pitää sisällään myös henkilökohtaisten suhteiden luomisen henkilöihin, jotka ovat mukana kulutuskokemuksen tuottamisprosessissa, vaikka ne olisivatkin kuvitteellisia. Tähän liittyy myös viiteryhmän sisällä mielipidejohtajan tai muun julkisen aseman saavuttaneen henkilön ihannointi ja imitointi (Groves ym., 2000, 215). Arvopaperisijoittamisen kontekstissa näitä sankarihahmoja ovat muun muassa henkilöt, jotka ovat luoneet poikkeuksellisen merkittäviä omaisuuksia sijoittamalla ja erityisesti he, jotka olivat lähtöisin köyhistä oloista, mutta saavuttaneet sijoittamisen kautta merkittävää vaurautta. Mielipidejohtajien ihannointi ja imitointi tunnistettiin tuottamiseen osallistumisen käytännön toimintatavoiksi, joiden voidaan nähdä myös kuvastavan käytännön ymmärryksen elementtiä.

”No siis esimerkiksi Buffett suosittelee ihan kaikille sijoittamista USAn sp500 indeksiin ja kyllä muidenkin sijoitusten kohdalla Buffettilla on ja tulee olemaan ’motherload’ osuus Yhdysvalloissa.” (Afterpörssi 28.2.2019)

Tutkittavien keskustellessa Afterpörssi-tapahtumassa keskenään nousivat esiin toistuvasti nimet Warren Buffet, Björn Wahlroos, Erkki Sinkko, Merja Mähkä, Jukka Oksaharju ja Kari Stadigh, joita he kutsuivat leikkimielisesti idoleikseen ja joiden oppeja he kertoivat soveltavansa myös omaan sijoitusstrategiaansa. Suomalaisen sijoittajien suuri osuus mainituista esikuvista antaa viitteitä ilmiön kulttuurisidonnaisuudesta.

4.2.3 Henkilökohtaisen kulutuskokemuksen luominen

Tutkimuksen teoriaosuudessa kävi ilmi, että yksilöt haluavat lähtökohtaisesti kuulua aina johonkin joukkoon, mutta he voivat muokata kyseisen viiteryhmän tai kulutusyhteisön edustamia elementtejä omaan henkilökohtaiseen identiteettinsä sopiviksi yksilöimällä esimerkiksi omaa tapansa käyttäytyä tai pukeutua. Identiteetin rakentaminen tunnistettiin käytäntöön liittyväksi sitoumukseksi tarkoituksenmukaisen luonteensa vuoksi. Arvopaperisijoittamisen immateriaalisesta luonteesta johtuen ei ilmeistä, ulospäin näkyvää personointia ollut tutkimuksen yhteydessä juurikaan havaittavissa. arvopaperisijoittamiseen ei tyypillisesti liity samalla tavalla fyysisiä objekteja, kuin esimerkiksi välineurheilulajeihin, joihin liittyvien kulutuskohteiden mukaan niiden kantajat voitaisiin automaattisesti jakaa tiettyihin viiteryhmiin.

Yksilöhaastatteluisissa kaikki osallistujat olivat pukeutuneet hyvin rennosti ja keskustelu käytiin niin sanotusti maallikkokielellä ilman, että haastattelijä ohjasi keskustelua tähän suuntaan. Haastatteluiden rennosta tunnelmasta johtuen olikin mielenkiintoinen havainto, että Afterpörssi-tapahtumassa lähes kolmasosa miespuolisista henkilöistä oli pukeutunut pukuun tai kauluspaitaan ja suoriin housuihin. Keskustelun edetessä ja osallistujien kertoessa omista taustoistaan kävi ilmi, ettei kyseinen asu liittynyt millään tavalla osallistujien työhön, vaan asu oli valittu tätä nimenomaista tapahtumaa varten, vaikka siitä ei avoimesti puhuttukaan. Tällä asuvalinnalla haluttiin mahdollisesti viestiä omaa asiantuntijuutta tai statusta muille tapahtumaan osallistujille ja kuvastaa yksilön ymmärrystä finanssialla vallitsevasta pukeutumiskoodista. Pyrkimys oman statuksen

nostamiseen ja mielikuvan luominen tiettyyn viiteryhmään kuulumisesta tunnistettiin käytännön sitoumuksiksi.

Vaikka Afterpörssi-tapahtumat ovatkin luonteeltaan hyvin vapaamuotoisia ja kaikki osallistujat nuoria aikuisia, oli tutkittavien käyttäytymisessä tunnistettavissa myös sellaisia tapoja erottautua massasta, jotka eivät suoraan liittyneet tiettyyn kulutusobjektiin. Näitä keinoja olivat muun muassa Holtin (1995) typologiassakin tunnistetut tarinankerronta ja mentorointi, jotka tapahtumiin osallistumisen ja asuvalintojen ohella tunnistettiin käytäntöön liittyviksi toimintatavoiksi. Kyseiset aktiviteetit tuntuivat saavan paljon tilaa tapahtumissa ja olivat osallistujien kertoman mukaan niiden tärkeintä antia, vaikka suuren arvon he antoivat myös samankaltaisten ihmisten tapaamiselle ja sitä kautta ystävyysuhteiden luomiselle ja verkostoitumiselle.

”Kyllä niistä (Afterpörssleistä) on aina jäänyt jotain käteen, hyviä tipsejä ja hauskoja stooreja ainakin. Ton Miikan kanssa me itseasiassa tavattiin siellä ekassa Afterpörssissä viime vuonna.” (H4)

Kieltä ja alalle spesifiä termistöä voidaan käyttää osana personointia, jolla pyritään tekemään eroa viiteryhmiä välille (Groves ym., 2000). Tutkittavat puhuivat sijoituskohteista ja niihin liittyvistä toiminnoista kuitenkin maanläheisesti lukuun ottamatta muutamia yksittäisiä termejä sekä tunnettuihin tapahtumiin ja hahmoihin viittaavaa keskustelua. Afterpörssi-tapahtumassa keskustelun seuraaminen onnistui myös maallikolta ilman suurempia vaikeuksia. Luonnollisesti suuri osa tapahtuman osallistujista oli vielä suhteellisen noviiseja harrastuksen parissa. Tästä syystä keskustelu haluttiin pitää helppona ja osallistumisen kynnys matalana, kommentoi yksi tapahtuman vakikävijöistä. Mikäli olisi seurattu ryhmää eksperttejä tai alan ammattilaisia olisi keskustelun seuraaminen voinut olla haastavampaa. Käytäntöön liittyvän kielen ja sanaston tunteminen tunnistettiin kulutuskokemuksen luomisen käytännön ymmärryksiin, joka mahdollistaa aiheesta käytävän keskustelun.

4.3 Sijoittaminen luokitteluna

4.3.1 Luokittelu kulutuskohteiden kautta

Kuluttajat voivat luokitella itsensä tai toisiaan käyttämällä hyväkseen määrättyihin kulutusobjekteihin liittyviä jaettuja merkityksiä. Sijoittamiseen koettiin tutkittavien keskuudessa liitettävän yleisesti paljon negatiivisia mielikuvia. Se koettiin heidän mukaansa ei-sijoittavan väestön keskuudessa usein vieraana ja vaikeana, ylemmän luokan harrastuksena.

”Mun mielestä sijoittamiseen liittyy sellainen melkein negatiivinen konnotaatio, eiks ole vähän?” (H5)

”Jos lukee uutisiakin, niin ajatellaan et vähän hienompaa väkeä kun sijoittaa tai tosi varakkaita. Siihen mun mielestä liittyy vähän tämmöisiä negatiivisia kuvia. Niin, ja keinottelu kuuluu aika usein jos lukee et on jotain keinottelua, että tää on jotain pahaa... En tiedä sit mitä keinottelu tässä tarkoittaa, mutta tällaisia kuulee. Mun mielestä se kumpuaa taas siitä, että ei tiedetä mitä sijoittaminen on.” (H2)

Tutkittavien mukaan sijoitusharrastus luokittelee ihmisen helposti ei-sijoittavien tai muuten sijoittamiseen syystä tai toisesta negatiivisesti suhtautuvien ihmisten näkökulmasta ahneeksi kapitalistiksi. Tutkittavat pohtivat tämän johtuvan siitä, että sijoittamisen liitetään eräänlaista mysteeri-ajattelua kun siitä ei tiedetä tarpeeksi ja se koetaan tästä syystä vaikeaksi ja kaukaiseksi, maallikoiden ulottumattomissa olevaksi asiaksi. Keltaisen lehdistön kohu-uutisoinnin ei koettu auttavan tämän mielikuvan muokkaamisessa. Aiheeseen liittyvien vallitsevien mielikuvien tunnistaminen luokiteltiin tässä tutkimuksessa käytäntöön liittyviin ymmärryksiin.

”Ne ei-sijoittavat ihmiset vieläkin luulee, että se on vaan pukuporukan juttu ja että se on jotain rakettitiedettä, mutta se ei ole. Vieläkin ehkä osa luulee, et jos sä haluat tehdä jonkun arvopaperikaupan niin sun pitää soittaa jollekin ihmiselle johonkin tiettyyn paikkaan, vaikka pörssiin ja sitten sä sanot sille että mä haluan ostaa viidelläsadalla Nokkia ja sit se tekee jonkun paperin siellä ja sit se vieään johonkin holviin, mitä on ollut varmaan joskus 80-luvulla. Mutta että totuus on se, sun ei mitään muuta tarvitse kuin mennä omaan verkkopankkiin ja sitten niin sä vaan niin kuin reaaliajassa menet ja päätät, että mä ostan nyt Nokkia, niin se on 15 sekuntia kun ne kaupat on tehty.” (H7)

Arvopaperisijoittamisen yhteydessä viiteryhmiä, joihin tutkittavat itseään ja muita sijoittajia luokittelevat, ilmentävät esimerkiksi sijoittajien jako noviiseihin sekä ekspertteihin, jotka hallitsevat myös kompleksiteetiltään haastavat rahoitusinstrumentit. Edellisten ohella sijoittajia luokiteltiin passiivisiin rahastosijoittajiin sekä heihin, jotka eivät sijoita laisinkaan. Suora osakesijoittaminen koettiin tutkittavien keskuudessa huomattavasti haastavammaksi kuin rahastosijoittaminen ja varsinkin ulkomaisiin osakkeisiin sijoittavat luokiteltiin automaattisesti kokeneemmiksi sijoittajiksi. Sijoittajakentän hahmottamisen voidaan nähdä edustavan käytäntöön liittyviä ymmärryksiä, joka sitten johtaa käytäntöön liittyvään toimintaan eli luokitteluun.

Havainnoinnin kautta kävi ilmi, että tutkittavista varsinkin miespuoliset henkilöt tavoittelivat asemaa, jossa muut kunnioittaisivat ja arvostaisivat heitä. Useat kulutuskulttuuritutkijat esittävät, että kokemuksen ja tietotaidon kerääminen on tärkeässä roolissa kun pyrkimyksenä on oman statuksen nostaminen yhteisön sisällä (Arnould ym., 2009). Käytännön yleisenä toimintatapana tunnistettiin tietotaidon kartuttaminen statuksen nostamiseksi, sekä muiden luokittelu näiden kompetenssiin perustuen. Näiden voidaan nähdä olevan yhteydessä myös käytännön sitoumuksen elementtiin, sillä toiminnalla oli selkeä tavoite. Korkeamman statuksen saaminen ei kyseisessä yhteisössä kuitenkaan todettu olevan helppoa, eikä omia taitoja tai menestystä siksi haluttu korostaa liikaa. Salkkujen ja yksittäisten sijoitusinstrumenttien nousuista ja laskuista puhutaan sijoitusmaailmassa usein numeroina ja prosenttiyksikköinä, jotka eivät jätä niin paljon tilaa vaikutelmille. Näin ainakin tuntui useampi haastateltava kokevan. Oman salkun menestyksestä keskusteleminen tuntui myös aiheuttavan osalle haastateltavista jossain määrin epävarmuutta, vaikka suoraa ja avointa keskustelua kerrottiinkin suosittavan sijoitusyhteisössä. Statuksen nostamisen tarkoituksenmukaisuus ja arvostelun kohteena olemiseen liitettävät tunnekokemukset ilmentävät kulutuskohteiden kautta luokittelun käytäntöön liittyviä sitoumuksia.

Erilaiset sijoitusstrategiat nousivat osaamistason ohella esiin tapoina kuulua tiettyyn viiter ryhmään ja ilmentävät luokittelun käytäntöön liittyviä ymmärryksiä. Päiväkauppaa tekevällä treidaajalla ja Superrahastoihin säästävällä kuukausisäästäjällä saattaa olla täysin erilainen kokemus sijoittamisesta. Näin ollen sijoittaminen saattaa merkitä erityyppisille sijoittajille hyvin erilaisia asioita. Kulutuskäytännöt ja -kohteet voivat siis

yhdistää kuluttajia tai vaihtoehtoisesti tehdä eroa heidän välilleen (Holt, 1995, 9–10). Tämä tukee näkemystä siitä, että kulutuskohteet, jotka käsittävät kulttuurillisia tai henkilökohtaisia merkityksiä, luokittelevat käyttäjänsä.

”Tää yks kenen kanssa me jutellaan paljon sijoittamisesta, on niin kuin ihan peluri et se on sanonutkin et hän joko istuu siellä nettipokeripöydässä, nettikasinolla tai hän sitten sijoittaa kannabisosakkeisiin ja sitten, että hän on ihan niin kuin tämmöinen punainen tai musta sijoittaja, että häntä ei tylsä etf-indeksisijoittaminen kiinnosta pätjän vertaa. Mut sitten taas toinen kaveri on ihan täysin indeksisijoittaja, että hän ei niin kuin muuta kun kuukausisäästä. Itse olen jotain siitä väliltä.”(H7)

Warden (2005, 138) mukaan tietotason ohella eroja luo se, kuinka vahvasti yksilö on omistautunut asialle. Esihaastattelussa ilmennyt vahva ajallinen sitoutuminen kannustikin tutkijaa tiedustelemaan tätä kaikilta haastateltavilta sekä omalta pöytäseurueeltaan havainnoinnin yhteydessä. Harrastukselle omistautumisessa havaittiin suuria eroja tutkittavien välillä, vaikka kaikki toteuttivatkin arvopaperisijoittamisen käytäntöjä useamman kerran viikkotasolla tarkasteltuna. Omistautumisen osalta haastateltavat oli mahdollista luokitella harrastajiin ja aktiiviharrastajiin, joiden sitoutuminen oli merkittävästi korkeampi kuin tavallisilla harrastajilla. Luokittelun välineenä voidaan hyödyntää myös sosiaalista kanssakäymistä kuten eksklusiivisiin ryhmiin tai kerhoihin ja yhdistyksiin kuulumista.

”Mä oon ollut aika aktiivinen tuolla Nuorten Osakesäästäjien FB-ryhmässä, siellä on tietty porukka, jotka enemmän käy keskustelua ja paljon niitä, jotka vaan seuraa. Mut jos laittaa jonkun aloituksen niin kyllä sen jo tietää et kenen kans siitä keskustellaan. Nythän on myös aktiivijäsenille oma ryhmä ja se on musta hyvä.” (H3)

Nuoriin Osakesäästäjiin kuulumisen ja järjestön toimintaan osallistuminen on tästä yksi esimerkki. Järjestön sisällä on erilaisia ryhmittymiä, kuten niin sanotulle sisäpiirille luotu oma aktiivisten jäsenten Facebook-ryhmä. Kaksi tämän tutkimuksen haastateltavista rekrytoitiin nimenomaan kyseisestä aktiivijäsenten ryhmästä.

4.3.2 Luokittelu toiminnan kautta

Sen määrittelemiseksi, millainen kuluttajan suhde on kulutuskohteisiin tarvitaan dokumentaarisia viitteitä yksityiskohtaisempaa tietoa. Tähän vastauksena Holt (1995) esittää yksityiskohtaisempaa informaatiota tarjoavat tekniikat, kuten mentoroinnin tai tarinankerronnan, joissa luokittelu tapahtuu objektin sijaan kuluttajan toiminnan kautta.

”Jos ihminen kykenee ajattelemaan analyttisesti, niin hän kykenee myös ajattelemaan taloutta ja hän kykenee keskustelemaan aiheesta. Onko ihminen sijoittaja, se on sitten monimutkaisempi kysymys, johon kaikilla on varmasti omia mielipiteitä” (H2)

Hän havaitsi tutkimuksessaan kuluttajien välittävän toimintaansa liittyviä merkityksiä toisilleen mentoroinnin, ennustamisen, vakiintuneisiin käytäntöihin osallistumisen sekä omien mieltymysten ilmaisemisen kautta. Tässä on havaittavissa paljon yhtäläisyyttä integraation metaforan kanssa, kuten aiemmin tutkimuksessa todettiin. Boulairen ym. (2008, 202) mukaan voidaan olettaa, että kulutusikäntöjen välillä vallitsee erilaisten mekanismien säätlemiä suhteita, jolloin yksittäisen käytännön voi olla mahdollista yhtyä useampaan kuluttamisen metaforaan. Tutkimuksessa tehdyt havainnot vahvistivat käsitystä käytäntöjen kietoutumisesta toisiinsa.

Havainnointiaineistosta tehdyt löydökset olivat linjassa teorian kanssa sen suhteen, että tutkittavat kertoivat paljon aikaisemmista sijoituskokemuksistaan, kurssivaihteluista ja yksittäisten osakkeiden ja rahastojen arvon muutoksista. Tällä tavoin he korostivat vahvaa ja pitkäaikaista suhdettaan sijoittamiseen, arvopapereihin ja kaikkiin yleisiin käytänteisiin, jotka kyseiseen kontekstiin liittyvät. Holtin (1995, 10–11) mukaan seuraamalla otteluita katsojat ikään kuin keräävät aineistoa, jota sitten voivat tulevaisuudessa hyödyntää niin tarinankerronnassa kuin muiden opastamisessa ja omien mieltymysten ilmaisussakin, tämä pohdinta resonoi hyvin tutkimusaineistosta tehtyjen löydösten kanssa ja edustaa käytännön ymmärryksen elementtiä.

Arvopaperisijoittamisesta evankeliointi sijoittamisen kontekstin ulkopuolisille viiteryhmillä nousi vahvasti esiin sekä haastatteluissa että havainnoinnin kautta ilmeisimpänä toiminnan kautta luokittelun käytännön toimintatapana, kokemusten jakamisen ohella. Useat tutkittavat kokivat tehtäväkseen innostaa lähipiiriään ja

tuttaviaan sijoitusharrastuksen pariin ja rikkoa sijoittamiseen liitettävää mielikuvaa ahneena yläluokan harrastuksena. Näiden mielikuvien tunnistaminen ja halu muutokseen kertoo myös ymmärryksestä, joka antaa toiminnalle tarkoituksen. Evankeliointi on merkityksellistä myös sijoittajien yhteisölle, sillä se kasvattaa kyseisen viiteryhmän jäsenmäärää (Schau ym., 2009, 40). Tutkittavat kertoivatkin houkutelleensa ystäviään ja tuttaviaan harrastuksen pariin. Evankeliointi, tarinankerronta ja mentorointi tunnistettiin toiminnan kautta luokittelun käytännön toimintatavoiksi.

”Oon mä nyt esimerkiksi tuolta meidän joukkueesta saanut kolme, neljä äijää nyt syttymään tähän ja ne on alkanut sijoittaa ja ne on vähän niin kuin samanlailla innostuneet ja seonneet niin kun mäkin. Mikä on hieno juttu.” (H7)

Mentoroinnissa ja evankelioinnissa pyrkimyksenä on kehittää ja tuoda esiin omaa statusta suhteessa tiettyihin sosiaalisiin viiteryhmiin, jotka tässä tapauksessa ovat sijoittamisen kontekstin ulkopuolelta. Vaikka auttamisen voidaan katsoa olevan luonteeltaan pyyteetöntä, koituu siitä lähes poikkeuksetta auttajalle henkilökohtaista mielihyvää, jota hän voi viestiä eteenpäin. Tällöin auttaminen toimii välineenä muista kuluttajista erottautumiseen (Holt, 1995, 10). Näin oli myös haastateltavien osalta, jotka kertoivat kokevansa tyytyväisyyttä itseensä kun ovat saaneet innostettua lähipiiriään harrastuksen pariin. Tämä mielihyvän saamiseen perustuva toiminta kuvaa käytäntöön liittyviä tavoitteita, jotka kuuluvat niin ikään käytännön sitoumuksiin. Kulutuskäytännöt ja -kohteet voivat näin ollen yhdistää kuluttajia tai vaihtoehtoisesti tehdä eroa heidän välilleen (Holt, 1995, 9–11).

4.3.3 Luokittelu arvojen kautta

Erilaisista kulutuskategorioista tutkimuksessa tunnistettiin jako eettisiin ja vastuullisiin sekä vastuullisuudesta piittaamattomiin sijoittajiin. Altruistisista syistä motivoituneet sijoittajat sijoittavat tyypillisesti sosiaalisesti hyväksytyihin ja hyödyllisiin vaihtoehtoihin (Sullivan & Miller, 1996, 33). Haastatteluaineistossa vastuullisuusnäkökulmaa ei tunnistettu kuin yhden haastateltavan vastauksissa, joissa hän totesi, ettei kykenisi sijoittamaan ympäristöllisesti tai yhteiskunnallisesti arveluttaviin kohteisiin, vaan pyrkii selvittämään sijoituskohteidensa vastuullisuutta. Arvopohjainen ajattelu liitetään yleisesti käytäntöön liittyviin sitoumuksiin ja se voi toimia oman identiteetin jatkeena ja yhtenä minän mahdollistajana.

”En mihinkään aseisiin tai huumeisiin ikinä sijoittaisi, tai tietoisesti mihinkään millä on negatiivinen vaikutus ympäristöön tai yhteiskuntaan. Mut vois sitä varmasti tarkemminkin selvittää yritysten vastuullisuutta. En mä rehellisesti juurikaan niin tarkkaan ole perehtynyt, joten en voi sanoa varmaksi, mutta ainakin pyrin siihen.” (H6)

Teeman saavuttamasta merkittävästä mediahuomiosta riippumatta, ei vastuullisuus puhuttanut merkittävästi myöskään Afterpörssi-tapahtumissa, joissa tutkimuksen havainnointia toteutettiin. Jotkut tutkittavat jopa totesivat suoraan, etteivät eettiset teemat kiinnosta heitä lainkaan sijoittamisen saralla, sillä eettiset sijoituskohteet ovat heidän mukaansa harvoin kannattavia.

”Itse asiassa mä en ole hirvittävän moraalinen sijoittaja, elikkä mua ei siis sinänsä haittaa sijoittaa esim. tupakkayhtiöihin ja tämmöisiin. Oikeastaan mä pidän esim. näitä ympäristöystävällisiä sijoituksia varsin tyhminä, suoraan sanottuna. Siis siinä tulee semmoinen ilmiö, että sä sijoitat asioihin, jotka ei välttämättä ole kannattavia pelkästään sen takia, koska ne on ympäristöystävällisiä. Sen näkee ihan vaan kun katsoo näitä ympäristöystävällisiä rahastoja, niin ne ei ole kovin tuottavia ollut.” (H2)

Kommenteissa oli havaittavissa vastakkaisasettelua kapitalististen ja eettisten arvojen välillä, joiden esitettiin olevan jossain määrin ristiriidassa keskenään. Tämä sijoituskohteiden järjestäminen ja arvottaminen tunnistettiin käytännön ymmärryksiksi, joissa yksilöt pohtivat sitä kuinka merkittäviksi kokevat vastuulliset ja eettiset näkökulmat suhteessa omiin taloudellisiin tavoitteisiinsa. Sijoittaja tekee tällöin valintoja sijoitusvaihtoehtojen välillä, jolloin nämä ymmärrykset antavat toiminnalle tarkoituksen.

4.4 Sijoittaminen leikkinä ja ajanvietteenä

4.4.1 Sijoittamisen yhteisöllisyys

Haastateltavat kertoivat kokevansa yhteisöllisyyden tunnetta jakaessaan muiden kanssa kokemuksia sijoittamiseen liittyen. Tyypillisesti ne joiden kanssa sijoittamisesta keskustellaan ovat joko ystäviä, opiskelukavereita tai itse harrastuksen kautta löydettyjä, samat mielenkiinnon kohteet jakavia henkilöitä. Myös osakemarkkinoiden tapahtumat saivat aikaan keskustelua. Keskustelu ja vuorovaikutus nousivat esiin yhteisöllisyyden käytäntöön oleellisin liittyvänä toimintatapana.

”Sijoittamisesta jutellaan ihan niinkun kavereitten kanssa, jonkun kanssa enemmän ja jonkun kanssa vähemmän. Meidän joukkueesta tosiaan useampi nyt innostunut tästä hommasta niin niiden kanssa jutellaan enemmänkin.” (H7)

”Joidenkin kavereiden kans tietysti enemmän ja joidenkin kans vähemmän.. Et se on vähän silleen tapahtumiin liittyen et jos nyt tapahtuu jotain mielenkiintoista niin sit todennäköisesti keskustellaan. Et se vähän riippuu sit et miten niitä uutisii tulee. Ei ole sellaista päivittäistä varsinaisesti. Semmoista satunnaista, et jos tapahtuu jotain niin sit todennäköisesti keskustellaankin. Varmaan viikkotasolla mä sanoisin et jonkun kanssa aina jotain” (H4)

Viitteitä yhteisöllisyyden käytäntöön tunnistettiin pääsääntöisesti keskusteluista ja vastauksista, jotka oli luokiteltu myös jäsentämisen- tai arvioinnin-käytäntöjen kategorioihin. Sijoittamisen yhteisöllisyyteen viittaavissa vastauksissa esiin nousevat sekä yhteiset, jaetut kokemukset ja näkemykset että yksilölliset mielipiteet, jotka saattavat poiketa merkittävästi toisistaan. Keskustelun kautta osallistujat rakentavat kulutusobjektista ja -tapahtumasta yhteisen kokemuksen (Holt, 1995, 9). Haastatteluista ja havainnointimateriaalista voitiin tunnistaa niin osallistujien pyrkimys olla osa laajempaa yhteisöä kuin myös erottua massasta liittymällä jonkin alakulttuurin tai muun sisäisen ryhmän jäseneksi. Bagozzin (2000, 395) mukaan yhteenkuuluvuuden tunne johonkin nimettyyn yhteisöön onkin olennainen osa sosiaalista identiteettiä. Yhteisöllisyyden kokemuksen merkityksellisyys ja sisäpiiriin kuulumisen tärkeys korostuivat haastateltavien vastauksissa ja sen kerrottiin luovan myös tietynlaista turvallisuuden tunnetta, jotka tunnistettiin käytäntöön liittyviksi sitoumuksiksi.

”Meillä on luokan pahikset, meitä on ehkä seitsemän, mitkä on just saman tyyppistä väkeä, jotka kaikki sijoittaa. Meidän jutut on ihan omalla levelillä, se on niin kuin se sisäpiiri. Sitten on kavereita, jolla on jonkin verran sijoituksia, mutta he ei yleensä ole läheskään niin kiinni siinä hommassa, eikä ymmärrä myöskään sitä läheskään yhtä paljon. Että heidän kanssaan voi puhua siitä, mutta jossain vaiheessa, he ei ehkä myöskään välttämättä kovin mielellään puhu siitä, koska he ei ensinnäkään halua paljastaa paljonko heillä on rahaa ja toisekseen, siellä on myös ehkä semmoista, että omia tappioita on hirveän vaikea myöntää.” (H2)

Yhteisöllisyyden käytäntöön kytkeytyvinä ymmärryksinä tunnistettiin muun muassa ymmärrys siitä, että omaa tietotaitoa ja sosiaalista piiriä voi laajentaa paitsi kokemusten kautta myös keskustelemalla muiden kanssa itseä kiinnostavista aiheista ja jakamalla kulutuskokemuksia, vaikka siihen liittyvä keskustelu sisältääkin usein myös huumoria ja

värikästä kielenkäyttöä, jotka Holtin (1995) luokittelussa sijoittuvat pääasiallisesti viihdyttämisen käytäntöön. Käytännöt ovat kuitenkin usein päällekkäisiä ja ne voidaan sovittaa tulokulmasta riippuen useampaan eri kategoriaan. Yhteisöllisyyden käytännössä yksilöllä tuli olla myös ymmärrys siitä, minkälaiset keskustelun aiheet ja tavat ovat soveltuvia kyseisen viiteryhmän kanssakäymisessä, jotta ne edesauttavat hänen lähentymistään muiden kanssa.

4.4.2 Muiden viihdyttäminen

Kuluttaminen leikkinä ja ajanvietteenä sisältää usein muiden viihdyttämistä, joka saattaa koostua esimerkiksi huumoripitoisista kommenteista, tunteenilmauksista tai vivahteikkaista ja oivaltavista arvioista. Haastattelu ei tutkimusmenetelmänä ollut luontevin mahdollinen kyseisen käytännön tunnistamiseen, eikä niin ikään tuonut yhtä selvästi esiin kuvatus kaltaista kommentointia. Haastateltavat kuitenkin useassa vastauksessa sivusivat huumoripitoista kanssakäymistä toisten kanssa ja laskivat leikkiä omasta sijoittamisestaan, jotka voidaan luokitella käytäntöön liittyviksi toimintatavoiksi. Sen sijaan Afterpörssi-tapahtumien keskusteluista viitteitä muiden viihdyttämiseen oli helposti tunnistettavissa.

”Siis en jotenkin yhtään ajatellut tuota kulupuolta alkuun, ostelin ja myin ja siirtelin hiluja vaan rahastosta toiseen, kunnes tajusin et olin puolittanut aloituspääoman pelkillä kuluilla ja veroilla. Siihen vielä kirsikaksi kakun päälle Aspocomp 24,66€ -> 1,7€ = -93 %. Pääsi ainakin aloittaa puhtaalta pöydältä” (Afterpörssi 28.2.2019)

Tunnelma tapahtumissa oli vapautunut, eikä merkittävää jakautumista vasta-alkajien ja pidempään sijoittaneiden välillä syntynyt, mahdollisesti osallistujien samankaltaisen elämäntilanteen ja kapean ikähaarukan vuoksi. Suurin osa osallistujista oli opiskelijoita tai juuri työelämään siirtyneitä, joka yhteisen kiinnostuksen kohteen lisäksi tuntui helpottavan kommunikointia. Tapahtumissa sivuttiinkin arvopaperisijoittamisen ohella paljon myös muita teemoja niin vapaa-aikaan, opiskeluun kuin uravalintoihinkin liittyen. Se, minkälaista keskustelua, mitä aiheita ja minkälaista huumoria pidettiin kyseisiin tapahtumiin sopivina, voidaan luokitella muiden viihdyttämisen käytännön ymmärryksiksi. Muiden viihdyttämisen katsottiin myös vahvistavan ja vakiinnuttavan yksilön asemaa ryhmässä.

Tapahtumissa osallistujat olivat jakaantuneet pienempiin, noin viiden hengen pöytäkuntiin, joissa osallistujat tutustuivat toisiinsa kertomalla omasta sijoituspolustaan. Näihin tarinoihin liittyi paljon huumoria ja leikkiä laskettiin niin omasta tietämättömydestä kuin uhkarohkeudestakin. Muut osallistujat suhtautuivat tarinoihin hyväksyvästi naureskellen ja kertoivat samaistuvansa moniin tilanteisiin, joka osaltaan vapautti tunnelmaa ja tarinankerronta muuttuikin iltojen edetessä entistä suuremmaksi ja värikkäämmäksi, alun vieraskoreuden jälkeen. Tämänkaltaisen oivaltavan ja huumoripitoisen keskustelun tärkein tarkoitus onkin tyypillisesti sosiaalisen mielihyvän tuottaminen muita viihdyttämällä, informaation välittämisen jäädessä sivurooliin (Holt, 1995, 9). Nämä kokemukset tunnistettiin muiden viihdyttämisen käytännön sitoumuksiksi, jossa toiminnan päämääränä olivat sosiaaliset tavoitteet ja mielihyvän tuottaminen.

4.4.3 Kilpailu osana kanssakäymistä

Yhteisöllisyyden ja muiden viihdyttämisen ohella haastateltavien kommentoissa korostui sijoittamiseen liittyvät, kilpailulliset teemat niin merkittävästi, että ne päätettiin analysoida omana, muusta toisten kanssa vuorovaikuttamisesta erottuvana, kategorianaan. Vastaavan havainnon kulutuksen kilpailullisesta aspektista olivat tehneet muun muassa Groves ym. (2000, 216–218) tutkiessaan viiniharrastajien käytänteitä. Kilpailullisuuteen liittyvää kommentointia havaittiin haastatteluiden ohessa Afterpörssi-tapahtumissa, kun osallistujat jakoivat omia arvioitaan, onnistumisiaan ja virhearviointejaan, niin menneistä kuin nykyhetkeen sekä tulevaisuuteen kohdistuvistakin. Tähän liittyi usein myös vastakkainasettelua toisten henkilöiden tai tahojen kanssa. Saatettiin esittää ammattisijoittajien ja instituutioiden strategioiden vastaisia veikkauksia ja mielipiteitä tai suoranaisesti kilpailla toista henkilöä vastaan, joka usein kuului joko omaan ystäväpiiriin tai muuhun viiteryhmään, kuten opiskelukavereihin tai harrasteporukkaan, jotka jakoivat samat mielenkiinnon kohteet vastaajan kanssa.

”Me lyödään vetoa siitä, että lähteekö pörssi aamulla laskuun vai nousuun, joka aamu” (H4)

”No siis, me on tilattu Kauppalehti itse asiassa kämppiksen kanssa nytten. Ja meillä joka päivä menee pörssivetoa, ja koko ajan puhutaan aiheesta. Sitä ollaan jotenkin koko ajan tekemisissä sen pörssin kanssa. Ja tässäkin, mä itseasiassa tälläkin hetkellä luen kirjaa aiheesta kullon ja rahan yhteys. Se ei sillä lailla välttämättä aivan täysin säännöllistä ole tai semmoista, että kello neljä lauantai-iltaisina luen jotain. Vaan siis se on semmoista jatkuvaa tekemisissä olemista. Ja ehkä vähän väitellään asiasta, jos toisestakin ja lyödään vetoa siitä mihin suuntaan kurssit lähtevät” (H3)

Tyypillinen kilpailun ilmentymä olivat suoran vastakkainasettelun rinnalla erilaiset äänestykset ja veikkaamiseen kehottavat keskustelunavaukset sosiaalisen median kanavissa sekä Nordnetin tarjoamassa Shareville -palvelussa. Aiheen ympärillä pyörivissä Facebook-ryhmissä äänestykset olivat osallistujien mukaan päivittäisiä. Ne koskivat sekä yksittäisiä yrityksiä ja näiden osakkeen hintaa, toimialoja kuin pörssin yleistä suuntaakin. Vastakkaisten mielipiteiden esittäminen, veikkaukset ja äänestykset tunnistettiin kilpailun käytännön yleisiksi toimintatavoiksi.

”Voidaan esimerkiksi äänestää siitä, onko susi vai karhu-taktiikalla nyt liikkeellä ja se sitten taas indikoi muille sitä, että miten sä näet tiettyjen yritysten tai toimialojen tilanteen nyt ja lähitulevaisuudessa sekä ihan yleisesti miten uskot et kurssit kehitty. Jos hinnat on korkeat niin sitten yleinen taktiikka on karhu, eli pitää ne osakkeet ja susi taas tarkoittaa sitä et pyrkii ostaa mahdollisimman paljon, koska uskoo niiden osakkeiden nousuun. Sitten on tietty aina niitä, jotka on eri mieltä, mikä tekee siitä ihan mielenkiintoista seurattavaa.” (H4)

Tutkimusaineistosta oli havaittavissa käytäntöön liittyvinä sitoumuksena eli toiminnan tavoitteena se, miten kilpailun pyrkimys oli nimenomaan erottua muista, toisin kuin yhteisöllisyydessä ja muiden viihdyttämisessä, joissa käytännön kantajat hakeutuivat lähemmäs muita (Groves ym., 2000, 216, 218). Osakemarkkinoiden seuranta rinnastettiin myös toistuvasti uhkapelaamiseen ja sen kerrottiin tarjoavan vastaavia tunnekokemuksia, joka niin ikään vahvistaa näkemystä arvopaperisijoittamisen elämyksellisyydestä ja siihen liittyvistä sitoumuksista. Statmanin (2019, 17) mukaan toivo ja pelko ovat pääasialliset yksityissijoittajien päätöksiä ohjaavat tunteet. Samat toimintaa ohjaavat ajurit on tunnistettu myös uhkapelaamisen tutkimuksessa. Sijoittajan ja uhkapelurin roolien viitattiin olevan molemmissa aktiviteeteissä samankaltainen, aktiivinen osallistuminen tapahtuu siinä vaiheessa kun valitaan pelimerkkejä, veikkauksen kohteita tai arvopapereita, sen sijaan lopputulos eli tuoko valinta voiton, ei sen sijaan ole

yksittäisen pelaajan tai sijoittajan käsissä. Näiden kausaalisuhteiden ja vaikutusmahdollisuuksien ymmärtäminen ilmentää käytäntöön liittyviä ymmärryksiä.

*”Tämä on vaan niin kuin mun mielipide, mutta mä näen siinä myös samaa kun jotkut on vaikka tosi aktiivisia penkkiurheilijoita ja siis eihän siinäkään ole mitään järkeä, et sä olet veikannut pelistä, vaikka vetänyt jonkun pitkävedon, ja sit sä seuraat koko ajan sitä peliä niin kuin reaaliajassa, koska jos mieltisi karusti, niin eihän sillä ole mitään väliä mitä siinä pelissä tapahtuu, vaan lopputuloksella on väliä. Eihän sun tarvitse seurata sitä peliä ollenkaan kun ei se vaikuta siihen tulokseen seuraatko vai et, niin toihan (sijoittaminen) on vähän samanlaista..”
(H7)*

Arvostamisen kategoriassa esiin nostetut, uhkapelaamiseen usein liitetyt negatiiviset käyttäytymismallit, kuten riski riippuvuuden kehittymiseen, on syytä nostaa esiin myös kilpailun metaforassa. Sillä niiden läsnäoloa ei voida poissulkea. Ne edustavat osaltaan äärimmäistä sitoutumista. Havainto arvopaperisijoittamisen yhteydessä esiintyvistä kilpailusta on siinä määrin kiinnostava, että asiaan palataan jatkotutkimusehdotusten yhteydessä.

4.5 Tutkimuksen tulosten yhteenveto

Tutkimusaineistosta tunnistettiin kaksitoista käytäntöä, joiden kautta kulutuskäytäntöjen metaforat ilmenevät arvopaperisijoittamisessa. Tämän ohella tunnistettiin useita ymmärrysten, toimintatapojen ja sitoumusten elementtejä, joiden kautta arvopaperisijoittamisen käytännöt rakentuvat. Useat tunnistetut käytännöt ja niiden elementit oltaisiin voitu luokitella useampaan kuluttamisen metaforaan, mikä vahvistaa käsitystä käytäntöjen linkittymisestä toisiinsa. Taulukko 3. kokoaa yhteen kulutuskäytäntöjen metaforien ilmenemisen arvopaperisijoittamisessa. Luokittelun pohjana sovellettu Holtin (1995) typologiaa laajennettiin huomioimalla tutkimuksen aineistosta esiin nousseet arvopaperisijoittamisen kilpailullinen ulottuvuus osana kuluttaminen leikkinä-metaforaa, sekä luokittelu arvojen kautta, joille löytyi perusta myös teoriasta, Grovesin ym. (2001) ja Cheethamin ja McEachernin (2013) tutkimuksista. Ne käsiteltiin omina erillisinä kategorioinaan. Tutkimusasetelma mahdollisti uudenlaisen tiedon luomisen siitä, miksi sijoittajat tekevät mitä he tekevät ja miksi he tekevät sen juuri tietyllä tavalla. Tämän ohella tutkittiin sitä, mitä kaikkea arvopaperisijoittaminen harrastuksena pitää sisällään eli mistä arvopaperisijoittamisen käytännöt muodostuvat.

Käytäntöjen rakentuminen sisälsi osto- ja myyntipäätösten lisäksi paljon erilaisten medioiden, keskustelupalstojen ja kirjallisuuden kuluttamista, vuorovaikutusta muiden kanssa sekä sähköisten kanavien kautta että kasvotusten, evankeliointia, spekulointia ja kilpailemista. Arvopaperisijoittamisen käytäntöjen anatomia on kuvattu tarkemmin taulukossa 4.

Taulukko 3. Kulutuskäytäntöjen metaforat arvopaperisijoittamisessa

Kokemuksen metafora		
Tulkinta ja jäsentäminen	Arviointi	Arvostaminen
<ul style="list-style-type: none"> - haastateltavat kasvattivat tietämystään säästämisen ja sijoittamisen hyödyistä - oman rahankäytön tarkkailu ja kulutusvalintojen pohtiminen entistä pitkäjänteisemmäksi - kerskakulutusta alettiin välttää - pyrkimys ymmärtää arvopaperimarkkinoita, niillä tarjolla olevien erilaisten arvopapereiden ja sijoitusinstrumenttien toimintalogiikkaa ja niiden sovittaminen omaan sijoitusstrategiaan - arvopaperimarkkinoiden kompleksisuus tekee tehtävästä erityisen haastavan ja palkitsevan 	<ul style="list-style-type: none"> - käytetään tyypillisesti alalla yleisesti käytettyjä ja hyväksytyjä normeja, kuten yhtiöiden taloudellisia tunnuslukuja, historiatietoa, avainasemassa olevia henkilöitä sekä megatrendejä - vertailuun hyödynnettiin myös arkielämän viitekehystä - ammattisijoittajien suositusten imitointi riippumattomien osapuolten toteuttamat analyysit sekä muiden salkkujen seuraaminen - omaa salkkua arvioitiin kokonaisuutena 	<ul style="list-style-type: none"> - sijoittaminen nähdään itsessään arvokkaana, hedonistisena toimintana, joka sisältää tunnelatauksia ja elämyksellisyyttä - toiveet ja sijoittamiseen tarjoama jännitys ovat piirteitä, joita pidettiin erityisen koukuttavana ja nautintoa tuottavana - sijoittamista verrattiin uhkapelaamiseen - harrastusta perusteltiin myös henkilökohtaisilla ominaisuuksilla - haastateltavat nauttivat sijoittamiseen liittyvien aktiviteettien suorittamisesta
Integraation metafora		
Merkitysten omaksuminen	Tuottamiseen osallistuminen	Personointi
<ul style="list-style-type: none"> - oman salkun, pörssikurssien ja talousuutisten seuraaminen suosituimpina aktiviteetteina - keskustelufoorumit - keskusteltiin ystävien ja muiden harrastajien kanssa aktiivisesti. - kirjallisuuden ja blogien lukeminen, podcastien kuuntelu sekä erilaisiin tapahtumiin ja yhtiökokouksiin osallistuminen - itsensä identifioiminen sijoittajaksi 	<ul style="list-style-type: none"> - koetaan itse olevan aktiivinen toimija ja osallistuvansa kulutuskokemuksen tuottamiseen ostoja ja myyntejä tehdessään - toteutetaan arvopapereiden tapauksessa myös ennustamisen ja suhteiden luomisen käytäntöjä - tietyn toimialan läpimurrot tai yksittäisen yrityksen suorituskyvyn arvailu 	<ul style="list-style-type: none"> - ulospäin näkyvää personointia ei juurikaan havaittavissa - osa tapahtumien osallistujista oli pukeutunut tapahtumaan siistimmin kuin heillä on arkielämässään tapana - sijoituskohteista ja niihin liittyvistä toiminnoista puhuttiin maanläheisesti, lukuun ottamatta joitain yksittäisiä termejä sekä tapahtumiin tai

	- sankarihahmojen ja mielipidejohtajien ihannointi ja imitointi	tunnettuihin hahmoihin liittyvää keskustelua
Luokittelun metafora		
Luokittelu kulutuskohteiden kautta	Luokittelu toiminnan kautta	Luokittelu arvojen kautta
<ul style="list-style-type: none"> - viiteryhmiä, joihin sijoittajia luokiteltiin olivat mm. noviisit ja ekspertit, passiiviset rahastosijoittajat ja aktiiviset osakesijoittajat, sekä he, jotka eivät sijoita lainkaan - erityisesti miespuoliset henkilöt tavoittelivat asemaa, jossa muut kunnioittaisivat ja arvostaisivat heitä - sijoitusstrategiat tapoina erotella sijoittajia ja kuulua erilaisiin viiteryhmiin - sijoittamiseen liitetään usein negatiivinen konnotaatio 	<ul style="list-style-type: none"> - historiatietämyksen esiin tuominen korostamalla vahvaa ja pitkäaikaista suhdettaan sijoittamiseen ja arvopapereihin - evankeliointi sijoittamisen kontekstin ulkopuolisille viiteryhmille - useat kokivat tehtäväkseen innostaa lähipiiriään ja tuttaviaan sijoitusharrastuksen pariin - sijoittamiseen liitettävää negatiivisen mielikuvan rikkominen 	<ul style="list-style-type: none"> - luokittelu mahdollista aatteiden ja arvojen, kuten vastuullisuuden ja eettisyyden avulla - sijoittaminen oman identiteetin jatkeena ja yhtenä minän mahdollistajana - vahvoja aatteita tutkimuksessa kuitenkin erittäin vähän - vain yksi haastateltava kertoi vastuullisuuden ohjaavan hänen sijoituspäätöksiään - osa tutkittavista kertoi, ettei moraalilla ole juurikaan roolia heidän sijoitusstrategiassaan
Leikin ja ajanvietteen metafora		
Yhteisöllisyys	Muiden viihdyttäminen	Kilpailu
<ul style="list-style-type: none"> - yhteisöllisyyden tunnetta koetaan jaettaessa muiden kanssa kokemuksia sijoittamiseen liittyen - sijoittamisesta keskustellaan ystävien, opiskelukavereiden tai itse harrastuksen kautta löydettyjen, samat mielenkiinnon kohteet jakavien henkilöiden kanssa - yhteiset, jaetut kokemukset ja näkemykset että yksilölliset mielipiteet, - selkeä pyrkimys olla osa laajempaa yhteisöä sekä yhtälailla erottua massasta - yhteisöllisyyden päätarkoituksena yhteisen kulutuskokemuksen jakaminen 	<ul style="list-style-type: none"> - muiden viihdyttäminen orgaanisesti, muun muassa tarinankerronnan kautta - tarinat humoristisia, leikkiä laskettiin niin omasta tietämättömyydestä kuin uhkarohkeudestakin - positiiviset ja samaistuttavat tarinat lähensivät osallistujia - samankaltainen sosioekonominen asema tuntui helpottavan kommunikointia - tapahtumissa arvopaperisijoittamisen ohella sivuttiin paljon myös muita teemoja niin vapaa-aikaan, opiskeluun kuin uravalintoihinkin liittyen 	<ul style="list-style-type: none"> - osakemarkkinan ja salkun seuraaminen rinnastettiin uhkapelaamiseen - toiminnan koukuttavuutta perusteltiin pelillisillä aspekteilla - jaettiin omia arvioita ja veikkauksia, jotka sisälsivät vastakkainasettelua toisten henkilöiden tai tahojen kanssa - ammattisijoittajien ja instituutioiden strategioiden vastaisia näkemyksiä ja veikkauksia - muiden haastaminen ja kilpailu - omien onnistumisten esiintuominen

Kokemuksen metafora korostaa kulutuksen esteettisiä, emotionaalisia, hedonistisia ja symbolisia piirteitä. Siinä kulutus nähdään psykologisena ilmiönä, jossa korostuvat kulutuksen aikana koetut subjektiiviset tunnereaktiot. Arvopaperisijoittamisen kokemukselliset piirteet nousivat esiin sekä haastatteluissa että havainnointiaineistossa toistuvasti. Luonnollisesti osa aineistosta tunnistetuista käytännöistä sopi useampaan kategoriaan, mutta kokemuksen herättämät vahvat tunnereaktiot ja koukuttavat piirteet nousivat esiin yhtenä merkittävimmistä löydöksistä. Kyseiset löydökset viittaavat vahvoihin sitoumuksiin, joita tutkittavilla on arvopaperisijoittamisen käytäntöihin. Arvopaperisijoittamisen kokemusta analysoitiin jäsentämisen, arvioinnin ja arvostamisen kautta. Jäsentämistä tapahtui tutkittavien pohtiessa aiempaa enemmän omia kulutusvalintojaan sekä niiden pidemmän aikavälin vaikutuksia. Haastateltavat kertoivat poikkeuksetta sijoittamisen aloittamisen vaikuttaneen heidän kulutukseensa sekä siihen, miten he ylipäättään suhtautuvat rahaan, säästämiseen ja kulutukseen. Tämä johti siihen, että he olivat tietoisuutensa kasvaessa alkaneet karttaa kulutusta hetkellistä mielihyvää tuottaviin hyödykkeisiin, jotka eivät tuottaneet lisäarvoa pitkällä tähtäimellä. Aihepiirin opiskelu ja uuden opettelu tunnistettiin käytäntöön liittyviksi toimintatavoiksi. Myös rahankäytön tarkastelu ja jäsentäminen ovat oleellisia tutkimuksen näkökulmasta, koska sijoittamisen voidaan katsoa olevan yksi yksilön oman taloudenhallinnan elementeistä ja näin ollen rahan käytön tasolla tapahtuva jäsentäminen sekä prioriteettien uudelleen järjestäminen vaikuttavat myös sijoittamiseen käytettävissä oleviin varoihin, myös tämän voidaan katsoa kuvastavan toimintatapoja ja sitä miten käytännön elementit linkittyvät toisiinsa. Kokemuksen jäsentämistä tapahtui myös kun haastateltavat pyrkivät ymmärtämään miten arvopaperimarkkinoiden logiikka toimii ja miten erilaisissa tilanteissa, kuten nousu- ja laskumarkkinalla kannattaa menetellä, sekä miten erilaiset arvopaperit ja rahoitusinstrumentit suhtautuvat toisiinsa. Pyrkimys ymmärtää kohdeilmiötä ja sovittaa se yhteen aiemman tietämyksensä kanssa kuvastaa käytäntöön liittyviä ymmärryksiä, joiden kautta toiminta saa tarkoituksensa. Käytäntöön liittyvinä sitoumuksina taloudellisten tavoitteiden ohessa tunnistettiin myös jäsentämiseen liittyvät tunnekokemukset, sillä jäsentäminen on sijoittamisen kontekstissa arvopaperimarkkinoiden kompleksisesta luonteesta johtuen hyvin palkitsevaa.

Taulukko 4. Arvopaperisijoittamisen käytäntöjen anatomia

Käytäntö	Ymmärrykset	Toiminta	Sitoumukset
Oman talouden ja markkinoiden jäsentäminen	<ul style="list-style-type: none"> - oman talouden kriittinen tarkastelu - onnistumiseen tarvitaan vaivannäköä ja aiheeseen paneutumista - markkinoiden logiikan ymmärtäminen 	<ul style="list-style-type: none"> - kulutustottumusten muuttaminen - säästäminen - lukeminen - podcastien kuuntelu - muiden salkkujen seuraaminen 	<ul style="list-style-type: none"> - tavoitteena ymmärtää sijoittamisen kontekstia - hallinnan tunne - motivoivat tavoitteet - onnistumisen tunteet
Kokemuksen ja sijoituskohteiden arviointi	<ul style="list-style-type: none"> - alalla yleisesti käytettyjen normien hyödyntäminen - arvostelukyky kehittyä ja arvioiden tekeminen helpottuu kompetenssin kasvun myötä 	<ul style="list-style-type: none"> - ammattisijoittajien suosituksot sekä näiden imitoiminen - arviointi niin sijoituskontekstissa kuin myös oman arkielämän viitekehysten kautta 	<ul style="list-style-type: none"> - halu onnistua ja menestyä - tunteiden, kuten pelon ja innostuksen vaikutukset toimintaan - päätökset usein irrationalaisia, jopa vastoin omia tavoitteita
Kokemuksen arvostaminen	<ul style="list-style-type: none"> - sijoittaminen turvallisempaa huvia kuin perinteinen uhkapelaaminen - mahdollisuus vaikuttaa suurempi kuin uhkapeleissä ja riskitaso pienempi 	<ul style="list-style-type: none"> - sijoittaminen hallitsee ajatuksia ja vaikuttaa yksilön toimintaan myös muussa kuin suoraan sijoittamiseen liittyvässä toiminnassa - osakepoiminta pelaamista 	<ul style="list-style-type: none"> - jännittävää ja kiehtovaa - koukuttava ja palkitseva tapa viettää aikaa - tunnetasolla merkitykselliset kokemukset - nautinto
Yhteisesti jaettujen merkitysten omaksuminen	<ul style="list-style-type: none"> - tulee tiedostaa mitä toimintatapoja harrastukseen liittyy - oman kokemuksen ja tietotaidon kasvattamisella parempia suorituksia - sijoittamisen kautta kasvanut ymmärrys vaikuttaa rahan käyttöön 	<ul style="list-style-type: none"> - talousuutisten, blogien, podcastien ja keskustelupalstojen seuraamista, kirjallisuuden lukemista, tapahtumiin ja yhtiökokouksiin osallistumista sekä aiheesta puhumista - omien kokemusten jakamista 	<ul style="list-style-type: none"> - halu kehittyä paremmaksi - vaikutukset omaan identiteettiin - fyysisten tapahtumien mielekkäitä ja keinoja tavata samanhenkisiä ihmisiä - elämänhallinnan tunne
Sijoituskokemuksen tuottamiseen osallistuminen	<ul style="list-style-type: none"> - yksilöllä valtaa sijoituspäätösten tekemisessä - tulee tuntee yritykset, toimialat, megatrendit ja sijoitusinstrumentit, jotta omaa toimintaa voi seurata ja kehittää 	<ul style="list-style-type: none"> - oman salkun räätälöinti - sankarihahmojen ja mielipidejohtajien ihannoiti - tietyn toimialan tai yksittäisen yrityksen suorituskyvyn spekulointi - ennustamista ja suhteiden luomista 	<ul style="list-style-type: none"> - hallinnan tunne - vahvistaa minäkuvaa - henkilökohtaisten suhteiden luominen henkilöihin, jotka ovat mukana kulutuskokemuksen tuottamisprosessissa
Henkilökohtaisen kulutuskokemuksen luominen	<ul style="list-style-type: none"> - sijoituskontekstin ymmärtäminen - sanattomien sopimusten tiedostaminen, 	<ul style="list-style-type: none"> - tapahtumiin osallistuminen - pukeutuminen omasta tyylistä poikkeavalla tavalla - mentorointi ja tarinankerronta 	<ul style="list-style-type: none"> - halutaan lähtökohtaisesti kuulua aina johonkin joukkoon - luodaan pukeutumisella ja sanavalinnoilla mielikuvaa tiettyyn

	- finanssialalla pukeudutaan formaalimmin	- verkostoituminen	viiteryhmään kuulumisesta
Kulutuskohteiden kautta luokittelu	- ymmärrys siitä, että on eritasoisia sijoittajia - sijoitusinstrumenttien kompleksisuus määrittävänä tekijänä - sijoitusyhteisössä avoin keskustelukulttuuri	- tavoiteltiin asemaa, jossa muut kunnioittaisivat ja arvostaisivat heitä - sijoittajien luokittelu kompetenssin mukaan - luokittelu sitoutumisen tason mukaan	- nostaa omaa statusta ja luoda mielikuvaa tiettyyn viiteryhmään kuulumisesta - oman onnistumisen numeraalinen mitattavuus aiheuttaa epävarmuuden tunteita
Toiminnan kautta luokittelu	- tunnistetaan, että sijoittamiseen liittyy negatiivisia mielikuvia - valinta pyrkiä rikkomaan näitä mielikuvia	- luokitellaan ihmisiä näiden toimintaan perustuen - evankeliointi eli lähipiiriin ja tuttavien innostaminen sijoitusharrastuksen pariin	- korostaa vahvaa ja pitkäaikaista suhdetta sijoittamiseen ja arvopapereihin - eksklusiivisiin ryhmiin ja yhdistyksiin kuulumisen
Arvojen kautta luokittelu	- sen ymmärtäminen mikä on yleisesti hyväksyttyä ja mikä ei - valinta siitä mitkä asiat merkityksellisiä omilla päätöksissä	- luokittelu aatteiden kuten vastuullisuuden ja eettisyyden kautta - suurimmalle osalle tuttavista vastuullisuus ei ohjaava teema	- sijoittaminen oman identiteetin jatkeena ja yhtenä minän mahdollistajana - arvojen taustalla vaikuttavat tunteet
Yhteisöllisyys	- oman sosiaalisen piiriin ja tietotaidon laajentaminen - yhteisten kulutuskokemusten jakaminen - puheenaiheet kontekstiin sopivia	- sijoittamisesta keskustellaan ja kokemuksia jaetaan ystävien, opiskelukavereiden tai muiden samat mielenkiinnon kohteet jakavien henkilöiden kanssa	- yhteisöllisyyden kokemuksen merkityksellisyys - sisäpiiriin kuulumisen tärkeys - vertaistuen – ja kokemusten etsiminen - turvallisuuden tunne
Muiden viihdyttäminen	- vahvistaa yksilön asemaa ryhmässä - sen arviointi, mitkä keskustelun aiheet ja millainen huumori on tilanteeseen sopivaa	- viihdyttäminen tarinankerronta viihdyttämistarkoituksessa - huumorin käyttö - leikin lasku	- sosiaalisen mielihyvän tuottaminen - positiiviset ja samaistuttavat tarinat lähentävinä tekijöinä
Kilpailu	- sijoittaminen rinnastettiin uhkapelaamiseen - muiden haastaminen ja kilpailu - omien onnistumisten korostaminen	- vastakkaisten mielipiteiden esittäminen - muiden haastaminen - veikkaukset - äänestykset - vedonlyönti rahasta	- koukuttavuutta perusteltiin pelillisillä aspekteilla - tunteet ohjaavat toimintaa - yksilöllisyyden korostaminen

Arvopapereiden arvioimiseen tutkittavat käyttivät pääosin alalla yleisesti tunnettuja normeja, kuten yhtiöiden taloudellisia tunnuslukuja ja numeroita, osaavaa johtoa ja omistajia sekä megatrendien vaikutusta eri yhtiöiden liiketoimintaan. Arviointia toteutettiin niin sijoituskontekstissa kuin myös oman arkielämän viitekehyksen kautta. Tämä toimintaympäristön hahmottaminen tunnistettiin käytäntöön liittyviksi ymmärryksiksi. Haastateltavien tavoitteena oli tehdä onnistuneita valintoja ja menestyä,

he kuitenkin tunnistivat tunteiden, kuten pelon ja innostuksen vaikutukset omaan toimintaansa ja tiedostivatkin toimivansa usein irrationaalisesti sijoituspäätöstensä suhteen. Yleinen mielipide oli, että oma arvostelukyky kuitenkin kehittyy ja arvioiden tekeminen helpottuu kompetenssin kasvun myötä. Omaa salkkua ja sijoitusstrategiaa alettiin myös arviomaan kokonaisvaltaisemmin kuin harrastuksen alkuvaiheessa, tämä edusti käytäntöön liittyvää toimintaa. Kokemuksen arvostaminen ja sijoittamiseen liittyvä tunnelataus olivat vahvimmin aineistossa toistuvia elementtejä ja suuri osa muihinkin kategorioihin luokitelluista lainauksista ja viittauksista oltaisiin voitu luokitella myös arvostamisen kategoriaan. Sijoittaminen koettiin jännittävänä ja kiehtovana, ja tästä syystä sitä pidettiin erityisen koukuttavana ja palkitsevana tapana viettää aikaa. Sijoittamisen, erityisesti osakepöiminnan, kerrottiin tuntuvan panoksellisen pelin pelaamiselta ja jakavan sitä kautta elementtejä uhkapelaamisen kanssa. Kokemuksen arvostamisen käytännön rakentuminen painottuikin vahvimmin tunnepohjaisiin sitoumuksiin, vaikka toki myös ymmärrykset ja toimintatavat ovat läsnä kaikissa käytännöissä. Pelkästä vaihdantaa korostavasta vaurastumisen tavoittelun näkökulmasta ei sijoittamista kertonut harrastavan yksikään tutkittavista.

Integraation metafora kuvaa sitä, miten kuluttajat havaitsevat, luovat ja prosessoivat kulutukseen liittyviä symbolisia merkityksiä. Käytäntöön liittyviksi ymmärryksiksi tunnistettiin sen tiedostaminen, mitä toimintatapoja sijoitusharrastukseen tyypillisesti liittyy sekä se, että yksilö voi kehittää itseään kasvattamalla tietämystään ja tietotaitojaan erilaisten aktiviteettien kautta. Arvopaperisijoittamisen käytäntöjen rakentumiseen liittyikin useita erilaisia toimintatapoja ja aktiviteetteja, joita harrastajat suorittivat. Suosituimpana näistä oman salkun, pörssikurssien ja talousuutisten seuraaminen. Sosiaalisessa mediassa oltiin henkilöstä riippuen aktiivisesti mukana keskusteluissa tai vähintään seurattiin useampaa ryhmää ja keskustelupalstaa. Tämän ohella aiheesta keskusteltiin ystävien ja muiden harrastajien kanssa lähes päivittäin. Myös aihepiirin kirjallisuuden ja blogien lukeminen, podcastien kuuntelu sekä erilaisiin sijoittamista käsitteleviin tapahtumiin ja yhtiökokouksiin osallistuminen olivat suosittuja tapoja toteuttaa harrastusta, niin suoraan kuin välillisestikin. Sijoittamisen yhteydessä jaettujen merkitysten omaksumisella voidaan viitata myös itsensä identifioimiseen sijoittajaksi, joka kuvastaa käytäntöön liittyvää sitoutumista. Yhteisesti jaettujen merkitysten

omaksumisen käytännön sitoumuksiksi tunnistettiin myös halu kehittää itseään ja muokata omaa identiteettiä kulutuskohteiden ja niihin liittyvien aktiviteettien kautta.

Arvopapereiden osalta voidaan asettaa kiistanalaiseksi se, miten kulutuskokemukseen voi osallistua kun toiminnan lopputulema ei ole yksittäisen sijoittajan käsissä. Se, miten tutkittavat mieltävät oman osallistumisensa ja sijoitusmarkkinoiden toimintamekanismit, ilmentää käytäntöön liittyviä ymmärryksiä. Tutkimusaineiston perusteella osallistuminen tuli ilmi siinä, miten arvopaperien yleismaailmallisesta luonteesta huolimatta yksilöt kokevat, että heillä on valtaa itse sijoituspäätösten tekemisessä. Tällöin sijoittaja ei ole täysin ulkopuolinen itse prosessissa vaan aktiivinen toimija, joka osallistuu näin kokemuksen tuottamiseen. Sijoittajilla on mahdollisuus räätälöidä sijoitussalkkunsaa omien mieltymystensä mukaisesti, vaikka eivät yksittäisten osakkeiden tai rahastojen suorituskykyyn voisikaan suoraan vaikuttaa. Osakevalinnan mahdollistama hallinnan tunne tunnistettiin käytäntöön liittyväksi sitoumuksiksi, joka vahvistaa omaa minäkuvaa. Sitoumuksiksi tunnistettiin myös henkilökohtaisten suhteiden luominen henkilöihin, jotka ovat mukana kulutuskokemuksen tuottamisprosessissa. Tutkittavat toteuttavat arvopaperien tapauksessa myös ennustamisen ja suhteiden luomisen käytäntöjä esimerkiksi spekuloiden tietyn toimialan läpimurtoja tai yksittäisen yrityksen ja sen osakkeen suorituskykyä suhteessa toimialaan tai pörssin yleiseen suuntaan, jotka ilmentävät niin käytäntöön liittyviä toimintatapoja kuin sitä ohjaavia ymmärryksiäkin. Myös sankarihahmojen ja mielipidejohtajien ihannoitua ja imitoitua tunnistettiin sekä haastattelu- että havainnointiaineistosta. Nämä tunnistettiin käytäntöön liittyviksi toimintatavoiksi.

Arvopaperisijoittamisen immateriaalisesta luonteesta johtuen ei ulospäin näkyvää personointia odotettu olevan havaittavissa nuorten harrastajien parissa. Tämä pitikin paikkansa yksilöhaastatteluiden osalta, mutta Afterpörssi-tapahtumissa voitiin havaita konservatiivisempaa pukeutumista, joka viittaa käytäntöön liittyviin ymmärryksiin koskien finanssialalla tyypillistä pukeutumistapaa. Useampi osallistuja oli pukeutunut pukuun tai kauluspaitaan, vaikka muutamat heistä keskusteluiden lomassa mainitsivat, ettei kyseinen asu vastaa heidän arkista pukeutumistaan. Tämän toiminnan voidaan katsoa lukeutuvan käytäntöön liittyviin sitoumuksiin, joiden tavoitteena on oman statuksen nostaminen sekä mielikuvan luominen tiettyyn viiteryhmään kuulumisesta.

Myös mentorointi ja tarinankerronta saivat paljon tilaa tapahtumissa ja olivat osallistujien kertoman mukaan niiden tärkeintä antia, vaikka suuren arvon he antoivat myös samat kiinnostuksen kohteet jakavien ihmisten tapaamiselle ja sitä kautta ystävyysuhteiden luomiselle ja verkostoitumiselle. Mentorointi ja tarinankerronta ovat käytäntöä rakentavina toimintatapoina helposti tunnistettavia elementtejä, jotka myös helpottavat käytäntöjen leviämistä.

Luokittelun metafora kuvastaa sitä, miten kuluttamiseen liittyvät merkitykset ja yhteydet rakentuvat. Kulutuskohteeseen ja -tapoihin liittyviä jaettuja merkityksiä käytetään niin ikään kuluttajien luokittelun ja erottautumisen välineenä. Arvopaperisijoittamisen yhteydessä viiteryhmiä, joihin tutkimukseen osallistujat itseään ja muita sijoittajia luokittelivat, olivat muun muassa henkilöt, jotka eivät sijoita laisinkaan, rahastosijoittajat, eritasoiset osakesäästäjät sekä ekspertit, jotka hallitsivat myös kompleksiteetiltaan haastavammat rahoitusinstrumentit. Mitä pidemmällä harrastuksessa oli edennyt, sitä kapeampiin kategorioihin oli kyseisen sijoittajan toimintaa mahdollista luokitella. Luokittelun toteuttaminen vaatii ymmärrystä aihepiiristä, sekä siitä miten eri instrumentit ja toimintatavat sijoittuvat toisiinsa nähden, ja kuvaa näin käytäntöön liittyviä ymmärryksiä. Havainnoinnin kautta kävi ilmi, että tutkittavista varsinkin miespuoliset henkilöt tavoittelivat asemaa, jossa muut kunnioittaisivat ja arvostaisivat heitä. Tämän saavuttaminen ei kuitenkaan koettu helpoksi ja haastateltavat kertoivatkin, että oman onnistumisen numeraalinen mitattavuus aiheutti monelle epävarmuuden tunteita, sillä numerot eivät jätä tilaa mielikuville. Korkeamman statuksen tavoittelu ja tunnekokemukset viittaavat käytäntöön liittyviin sitoumuksiin. Sijoitusyhteisössä kuitenkin yleisesti ottaen suosittiin avointa keskustelua, tosin havainnoinnissa tunnistettiin, että noviisien oli helpompi olla täysin avoimia lukujensa ja salkkujensa suhteen kuin eksperttien. Käytäntöön liittyvinä ymmärryksinä tunnistettiin myös itsekriittisyyden kasvaminen kompetenssin kasvun myötä.

Erilaisista arvoja kuvastavasta toiminnasta tutkimuksessa tunnistettiin jako eettisiin ja vastuullisiin sekä vastuullisuudesta piittaamattomiin sijoittajiin. On kuitenkin todettava, että vastuullisuus – tai sen kiinnostamattomuus – tutkittavien keskuudessa yllätti tutkijan, sillä ainoastaan yksi haastateltavista kertoi olevansa kiinnostunut toimintansa vastuullisuudesta ja muut kertoivat suoraan, ettei vastuullisuus ole heidän toimintaansa

ohjaava teema. Osa kertoi, etteivät he mieti aihetta lainkaan sijoittaessaan, eivätkä esimerkiksi koe ongelmallisena sijoittaa toimintaan, jota muussa kontekstissa tarkasteltuna pitävät moraalisesti arveluttavana. Valinta toimia joko vastuullisesti tai vastuullisista arvoista piittaamatta ilmentää käytäntöön liittyvää ymmärrystä siitä, millainen toiminta on yleisesti hyväksyttävää ja millainen ei. Arvopohjainen toiminta edustaa myös vahvasti käytännön sitoumuksen elementtiä, koska arvoihin liittyvät lähes poikkeuksetta myös tunteet. Luokittelun välineenä voidaan hyödyntää myös sosiaalista kanssakäymistä kuten eksklusiivisiin ryhmiin tai kerhoihin ja yhdistyksiin. Tutkittavat kertoivat paljon aikaisemmista sijoituskokemuksistaan ja korostivat historiatietämystään. Tällä tavoin he korostivat vahvaa ja pitkäaikaista suhdettaan sekä sitoumuksiaan sijoittamiseen, arvopapereihin ja kaikkiin yleisiin käytäntöihin, jotka kyseiseen kontekstiin liittyvät. Käytäntöön liittyvänä toimintana tunnistettiin tutkittavien harjoittama evankeliointi, jolloin he innostivat lähipiiriään ja tuttaviaan sijoitusharrastuksen pariin ja pyrkivät rikkomaan sijoittamiseen liitettävää negatiivista mielikuvaa yläluokan harrastuksena.

Neljännän metaforan, kuluttamisen leikkinä ja ajanvietteenä pääasiallinen tarkoitus on kulutuskohteen avulla luotu kuluttajien välinen vuorovaikutus. Sijoittajien välillä tapahtuvassa vuorovaikutuksessa sijoituskohteilla on erityisen tärkeä rooli, sillä ne ovat useassa tapauksessa ainoa varsin heterogeenistä sijoittajaryhmää yhdistävä tekijä. Todettakoon kuitenkin, että tutkimuksen kohderyhmän ollessa rajattuna ainoastaan Y-sukupolven edustajiin, joista suurin osa oli aktiivisesti Nuorten Osakesäästäjien toiminnassa mukana, oli kohderyhmä ikänsä ja elämäntilanteensa näkökulmasta homogeenisempi, kuin jos tarkastelun kohteena olisivat olleet sijoittamista harrastavat suomalaiset yleisesti. Oleellista tässä näkökulmassa on muiden viihdyttäminen kulutuskokemuksista keskustelun kautta sekä kulutuskokemusten ja -käytäntöjen jakaminen muiden kanssa, jotka ilmensivät käytäntöön liittyviä toimintatapoja. Käytännön ymmärryksistä kertoi se, mitkä keskustelun aiheet koettiin tapahtumiin sopiviksi. Kulutusta ja kulutuskohteita ei siis nähdä itseisarvoina, vaan ne ovat keinoja olla vuorovaikutuksessa toisten kanssa. Tämän metaforan kautta tarkasteltuna sijoittaminen ja siihen liittyvä seurustelu nähdään itsessään merkityksellisenä ja arvokkaana toimintana, jossa koetaan yhteisöllisyyden tunnetta. Sen tarkoituksena on olla

osa laajempaa yhteisöä sekä yhtäläillä erottua massasta, joiden tunnistettiin edustavan käytännön sitoumuksia.

Tutkimusaineistosta oli havaittavissa, että sijoittamisen sosiaalinen aspekti oli tutkittaville hyvin merkittävässä roolissa, sillä seurusteluun ja vuorovaikutukseen liittyvät teemat toistuivat poikkeuksetta kaikkien osallistujien vastauksissa ja ilmensivät tätä kautta tutkittavien sijoittamisen käytäntöihin liittyviä sitoumuksia. Haastateltavat kertoivat kokevansa yhteisöllisyyden tunnetta jakaessaan muiden kanssa kokemuksia sijoittamiseen liittyen. Tyypillisesti ne joiden kanssa sijoittamisesta keskustellaan ovat joko ystäviä, opiskelukavereita tai itse harrastuksen kautta löydettyjä, samat mielenkiinnon kohteet jakavia henkilöitä. Tutkittavien keskuudessa oli tunnistettavissa käytäntöön liittyvinä toimintatapoina edellä mainitun kaltaista leikkimielistä väittelyä ja mielipiteiden vaihdantaa myös havainnoinnin kautta.

Yhteisöllisyyden eli henkilökohtaisten tuntemusten ja kokemusten jakamisen sekä muiden viihdyttämiseen tähtäävän seurustelun ohella nousi aineistosta vahvasti esiin sijoittamisen kilpailullinen aspekti, joten metaforaa päädyttiin täydentämään kolmannella alakategorialla, kilpailulla osana kanssakäymistä. Kilpailun käytännössä korostuvat tavoitteet ja kulutuspäämäärät, jotka edustavat käytäntöön liittyviä sitoumuksia. Tyypilliset kilpailun toimintatavat olivat suoran vastakkainasettelun ja omien onnistumisten esiin tuomisen rinnalla erilaiset äänestykset ja veikkaamiseen kehottavat keskustelunavaukset sosiaalisen median kanavissa sekä sosiaalisilla sijoitusalueilla, joiden pyrkimyksenä oli nimenomaan kilpailla ja tehdä eroa yksilöiden välille, toisin kuin yhteisöllisyydessä ja muiden viihdyttämisessä, joissa käytännön kantajat hakeutuivat lähemmäs muita. Sijoittamisen kilpailullista puolta kuvasivat myös toistuvat vertaukset uhkapelaamiseen ja sijoitustoiminnan pelillisyyteen, jotka ilmensivät kilpailullisuuden käytännön ymmärryksiä sen osalta, milloin toimintaa ohjaa jokin kilpailullinen päämäärä ja milloin ei.

5 PÄÄTELMÄT

5.1 Tutkimuksen yhteenveto ja johtopäätökset

Tämän Pro Gradu -tutkimuksen tarkoituksena oli käytäntöteoreettisella lähestymistavalla kuvata ja eritellä arvopaperisijoittamisen ympärille muodostuneita käytäntöjä, sekä analysoida kyseisten käytäntöjen rakentumista. Tutkimuksen tavoitteena oli saavuttaa syvempi ymmärrys siitä, millä tavoin Y-sukupolvea edustavat nuoret aikuiset kuluttavat arvopaperimarkkinoita. Käytäntöteoria valittiin tutkimuksen tulkintateoriaksi, koska se poikkeaa selkeästi aihepiirin tutkimuksessa suosituista taloustieteellisistä ja kuluttajatutkimuksellisista suuntauksista, joissa korostuvat yksilölliset kuluttajavalinnat, ja jotka niin ikään aliarvioivat kulutuksen taustalla vaikuttavia sosiaalisia ja kulttuurillisia rakenteita. Käytäntöteoreettisessa näkökulmassa toiminnan subjekti on käytännöissä, eikä yksittäisten kuluttajien henkilökohtaisissa näkemyksissä ja lähtökohdissa. Tämä mahdollistaa havaintojen tekemisen siitä, miten erilaiset toimintatavat edustavat itseasiassa samankaltaisia, rutinoituneita toimintoja ja merkityksiä, jotka vain näyttävät erilaisina tullessaan toteutetuksi eri henkilöiden suorittamina.

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena, jossa aineisto luotiin puolistrukturoitujen haastatteluiden ja osallistuvan havainnoinnin avulla. Haastateltavat rekrytoitiin Suomen Osakesäästäjien nuorisosaostion, Nuorten Osakesäästäjien kanavissa ja havainnointi toteutettiin yhdistyksen järjestämässä Afterpörssi-tapahtumissa. Näin ollen kaikki haastateltavat olivat jollain tavoin mukana yhdistyksen toiminnassa. Tutkimuksen edetessä ilmeni, että arvopaperisijoittaminen on nuorille harrastus, jonka parissa viihdytään ja halutaan viettää aikaa. Haastateltavien keskuudessa oli havaittavissa eritasoista harrastuneisuutta arvopaperisijoittamisen suhteen. Noviisit olivat tehneet ensimmäiset sijoituksensa vasta puoli vuotta ennen tutkimukseen osallistumista, harjaantuneimmat olivat nuoresta iästään huolimatta harrastaneet arvopaperisijoittamista jo useamman vuoden. Myös siinä kuinka aktiivisesti haastateltavat osallistuivat arvopaperisijoittamisen käytäntöihin oli jonkin verran eroja tutkimuksen osallistujien välillä. Esihaastattelussa ilmennyt vahva ajallinen sitoutuminen sijoitusharrastukseen

rohkaisi tutkijaa tiedustelemaan ajallista sitoutumista kaikilta tutkimuksen osallistujilta. Tässä havaittiin suhteellisen suurta vaihtelua aina epäaktiivisimman henkilön muutaman tunnin viikkotahdista aktiivisimman lähes kahteenkymmeneen viikkotuntiin. Jokainen haastateltava kuitenkin osallistui käytäntöihin viikkotasolla useammin kuin kerran. Koska käytäntöteoriassa tarkastelun kohteena on kuluttajien rutiininomainen toiminta, on aihevalinta tällä osallistumisen tasolla perusteltu.

Tutkimuksen tarkoitusta konkretisoitiin seuraavilla tutkimuskysymyksillä:

- 1) Millä tavoin kulutuskäytäntöjen metaforat ilmenevät arvopaperisijoittamisessa?
- 2) Miten arvopaperisijoittamisen käytännöt rakentuvat?

Ensimmäinen tutkimuskysymys käsitteli kulutuskäytäntöjen metaforien ilmenemistä arvopaperisijoittamisessa. Tuloksista voidaan päätellä, että arvopaperisijoittaminen ei edusta harrastajalleen pelkkää instrumentaalista tuoton tavoittelua ja pyrkimystä varallisuuden kasvattamiseen, vaan se ilmentää kaikkia kulutuskäytäntöjen metaforia, vaikkakin elementtien painotukset saattoivat vaihdella käytäntöjen välillä. Arvopaperisijoittaminen kiehtoo, vangitsee ja usein myös palkitsee harrastajansa. Se on kantajalleen aktiivinen kulutuskokemus, joka tarjoaa viihdyttävää ajanvietettä, mahdollisuuden kehittää itseään sekä olla muiden kanssa vuorovaikutuksessa yhteisen kiinnostuksen kohteen ympärillä. Näin sijoittamisharrastus myös luo yhteenkuuluvuutta. Se on samanaikaisesti itsessään merkityksellistä ja viihdyttävää sekä toimii väylänä tavoitella jotain houkuttelevaa ja palkitsevaa. Luonnollisesti vaihdannassa syntyvä rahallinen hyöty nähtiin tärkeäksi, mutta sen rinnalla osallistujien vastauksissa tulivat vahvasti esille kokemukselliset ja symboliset merkitykset, jotka syntyivät vuorovaikutuksessa kulutusobjektien eli arvopaperien, niiden takana olevien yritysten sekä ennen kaikkea muiden sijoittajien kanssa. Tutkimuksessa kävi ilmi, että arvopaperisijoittamisen yhteydessä niin sijoittaminen itsessään kuin sijoituskohteet ja -strategiakkin voidaan nähdään osana omaa identiteettiä. Sijoittamisella on kuluttajalle näin instrumentaalista merkitystä minän mahdollistajana ja ilmaisijana. Eri sijoitusvaihtoehtojen tarkastelu mahdollistaa analyyttisen ajattelun harjoittamisen; vaihtoehtojen vertailu, ratkaisujen hakeminen sekä onnistumisen seuranta koettiin poikkeuksetta palkitsevaksi ja sitä kautta tunnetasolla merkittäväksi kokemukseksi. Tätä kautta osallistujat kokivat myös kehittymisen tunteita, itsetunnon kasvamista ja

identiteetin vahvistumista. Luonnollisesti vaurastumisen tavoittelun roolia ei arvopaperisijoittamisen yhteydessä voida vähätellä, mutta aineiston perusteella se ei yksinään ole saanut nuoria innostumaan harrastuksesta ja sitoutumaan siihen.

Toinen tutkimuskysymys käsitteli arvopaperisijoittamisen käytäntöjen rakentumista. Tutkimustulosten perusteella arvopaperisijoittamisen käytäntöjen voidaan katsoa rakentuvan kulutuskohteeseen liittyvien toimintatapojen, ymmärrysten, sitoumusten sekä kuluttajien välisen vuorovaikutuksen summana. Arvopaperisijoittamisen käytäntöjen rakentuminen ei näin ollen toteudu pelkkien toteutettujen aktiviteettien ja vaihdannan kautta, vaan se sisältää myös sosiaalisen ulottuvuuden, jossa yhteisöllisyydellä, huumorilla ja pelillisyydellä on oma oleellinen roolinsa. Käytäntöjen rakentuminen on luonteeltaan jatkuvaa ja yksilöllistä. Aineistosta ilmeni, että arvopaperisijoittamisen käytännöt muovautuivat ajan kuluessa sekä kompetenssin kasvun myötä. Sijoittamiseen sisältyvä piilomerkitysten käsittely, sekä niiden omaksuminen näkyivätkin useimpien käytäntöjen toimintatavoissa, ymmärryksissä ja sitoumuksissa. Myös yksittäinen suoritus, kuten epäonnistunut sijoitus tai uusi informaatio, voi muuttaa käytäntöä. Käytäntöjä ei tästä syystä tulisikaan ajatella pysyvänä olotilana tai yhdenmukaisena toimintana, sillä ne voivat näyttäytyä erilaisina eri ihmisten suorittamina. Arvopaperisijoittamisen käytäntöjen rakentumisen voidaan tutkimuksen tulosten perusteella todeta soveltuvan tutkittavaksi kulutustutkimuksen keinoin. Ymmärrys arvopaperisijoittamisen käytännöistä ja niiden rakentumisesta häivyttää aukkoa sijoituspalveluiden tarjoajien ja kuluttajien välillä, sekä tarjoaa yrityksille työkaluja kestävien palvelumallien kehittämiseen.

5.2 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi ja kritiikki

Tutkimuksen luotettavuutta on mitattu perinteisesti kolmella mittarilla: reliabiliteetilla, validiteetilla ja yleistettävyydellä (Eriksson & Kovalainen, 2015, 305; Moisander & Valtonen, 2006, 23). Reliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkimuksen tulokset ovat toistettavissa jatkotutkimuksissa. Validiteetti puolestaan viittaa päätelmien paikkaansa pitävyyteen sekä kykyyn kuvata tutkimuksen kohteena olevaa ilmiötä. Yleistettävyys puolestaan kertoo, kuinka laajasti tutkimuksen tuloksia voidaan yleistää (Eriksson & Kovalainen, 2015, 307). Kun kyseessä on kvalitatiivinen tutkimus, jakaa edellä mainitun

kriteeristön sovellettavuus tutkijat kahteen leiriin (Eriksson & Kovalainen, 2015, 305). Osa tutkijoista on sitä mieltä, että kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden arviointia ei ole mahdollista toteuttaa samoilla perusteilla kuin kvantitatiivisen tutkimuksen. Tämä johtuu siitä, että tutkimuksen tavoitteena ei ole löytää yhtä ”totuutta”, eikä tuottaa kontekstista riippumatonta, objektiivista käsitystä tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä. Kuitenkin luotettavuuden arviointi on asia, jota ei myöskään kvalitatiivisessa tutkimuksessa voida sivuuttaa, vaikka sen arvioimisperusteista ei olekaan yksimielistä käsitystä.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa paljon hyödynnetty malli luotettavuuden arviointiin on Lincolnin ja Guban (1985, 301–327) sosiaalisen konstruktionismin periaatteet huomioiva kriteeristö, jossa tutkimuksen luotettavuuden arvioimiseen voidaan hyödyntää neljää käsitettä. Näitä ovat uskottavuus (credibility), riippumattomuus (dependability), siirrettävyys (transferability) ja vahvistettavuus (confirmability). Uskottavuuden edellytyksenä on se, että tutkijalla tulee olla riittävästi aineistoa sekä riittävän hyvä käsitys tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimuksen riippumattomuus taas syntyy tutkimusprosessin loogisen kuvaamisen ja oikeaoppisen dokumentoinnin kautta. Siirrettävyyden vaatimuksena tulee tutkimuksesta olla tunnistettavissa yhteys aikaisempaan tutkimukseen. Vahvistettavuus toteutuu kun tutkimustulokset perustuvat mahdollisimman objektiivisiin tutkimustuloksiin, eivätkä tutkijan omiin näkemyksiin. Edellä mainittujen lisäksi tulee huomioida tutkimuksen yhdenmukaisuus eli löydökset ja niistä tehdyt tulkinnat tulee pystyä sitomaan ymmärrettävällä tavalla aineistoon. (Eriksson & Kovalainen, 2008, 291–294). Tämä tutkimus on toteutettu soveltamalla Holtin (1995) kulutusikäntöjen typologiaa arvopaperisijoittamisen kontekstiin. Fischerin ja Otnesin (2006, 2) mukaan typologioiden muodostaminen ja käyttö tieteellisessä tutkimuksessa ei ole täysin ongelmattonta, vaan jakaa vahvasti tutkijoiden mielipiteitä. Kritiikkinä typologioille on esitetty erityisesti niiden rakentavien komponenttien määrällinen rajallisuus sekä puutteellinen perustelu, erityisesti mitä tulee näiden keskinäisiin riippuvuussuhteisiin (Miller, 1996, 506–507).

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa luotettavuutta on suositeltavaa tarkastella koko tutkimusprosessin ajan, sillä läpinäkyvyys on oleellista myös teoreettisesti (Eriksson &

Kovalainen, 2008, 305–307). Tutkijan tulee tuoda ilmi, mihin tieteelliseen keskusteluun tulkintansa liittyvät sekä laajemmin siihen, mihin tieteenfilosofiseen paradigmaan hänen esittämänsä näkemykset nojaavat. Tutkijan tulee sisäistää valittujen teemojen merkitys ja ymmärtää ilmiötä riittävän syvällisesti, jotta tutkimuksella on edellytykset olla laadukas ja luotettava. Hirsjärven ja Hurmeen (2014, 22) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan parantaa myös käymällä tutkimuksen toteutus ja sen vaiheet tarkasti läpi, mistä johtuen tämän tutkimuksen tutkimusprosessi onkin pyritty kuvaamaan mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Askegaardin ja Linnetin (2011, 386) mukaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkijan tulkinta on luonteeltaan hyväksytysti subjektiivista, mutta tästä huolimatta tulee sillä olla tieteellinen ja teoreettinen ote, jotta se pystyy luomaan yhtymäkohtia olemassa olevaan teoriaan ja tarjota tutkimuskenttään uutta tietoa. Tämän tutkimuksen uskottavuus syntyy tutkijan ymmärryksen tasosta niin ilmiön kuvaamisen kuin teoriankin osalta. Tutkimuksen viitekehys on suhteellisen helposti perusteltavissa tutkimuksen empiirisessä osassa kerätyn aineiston kautta, vaikka näkökulma kohdeilmiön tutkimiseen onkin uusi.

Tutkimuksen luotettavuutta lisää myös multimethodisen lähestymistavan käyttö aineiston luomiseen (Eriksson & Kovalainen, 2008, 293; Halkier ym., 2011, 8; Stake, 2005, 446; Tuomi & Sarajärvi, 2009, 143). Tutkimuksen laadun parantamiseksi tämän tutkimuksen ensisijaista aineistoa, Nuorten Osakesäästäjien haastatteluja, täydennettiin havainnoinnilla kerätyllä aineistolla. Multimethodiseen lähestymistapaan päädyttiin osaltaan myös siksi, että käytäntöteoreettisessa tutkimuksessa haastattelujen ja kertomusten pätevyyttä rutinoituneen toiminnan kuvaamisessa on kyseenalaistettu (Halkier, 2010, 73), ja kyseinen haaste tunnistettiin tutkimusmenetelmiä valittaessa. Gherardin (2009) mukaan käytäntöjen uudelleenesittäminen on haastavaa, sillä ihmiset tietävät enemmän kuin pystyvät kertomaan. Hän perusteli tätä kielen rajoitteilla ja sillä, että ihmisten tieto on yhtäläillä aistillista ja kehollista (Gherardi 2009, 124.) Haastattelu valittiin kuitenkin ensisijaiseksi tutkimusmenetelmäksi, sillä sen koettiin palvelevan parhaiten tutkimuksen tarkoitusta, syvemmän ymmärryksen saavuttamista arvopaperisijoittamisesta, kun tutkimuksen kohteet pystyvät kuvaamaan kokemuksiaan mahdollisimman tarkasti ja tutkijan on mahdollista kysyä tarkentavia kysymyksiä. Useat tutkijat ovat myös tutkineet käytäntöjä onnistuneesti haastatteluiden avulla, menetelmän

haasteista huolimatta. Tutkittavan harhaanjohtamista tulisi välttää, joten kysymysten asettelu oli tässä tutkimuksessa mahdollisimman neutraali ja liikaa ohjailevuutta pyrittiin kaikin keinoin välttämään.

Mitä kerätyn aineiston analysointiin ja tulkintaan tulee, niin kritiikkinä voidaan todeta, että aineistosta tunnistetut metaforat pohjautuvat tutkijan tulkintaan, eikä näin ollen tutkijan tunnistamia metaforia voida nähdä ainoana tapana tulkita aineistoa. Tulkintaan vaikuttaa tutkijan oletukset siitä, miten tutkimuksen osallistujat asiat ajattelivat ja kokivat. Tutkimustuloksia vääristää myös se tosiasia, että haastateltavat ovat saattaneet jättää kertomatta sellaisia asioita, joilla olisi ollut merkittävä vaikutus tutkimuksen tulosten tulkintaan. Jotta väärin tulkintojen mahdollisuus voitaisiin minimoida, on tässä tutkimuksessa käytetty suoria lainauksia haastatteluista kuvaamaan kerättyä aineistoa sekä tutkijan laatimia yhteenvetoja ja päätelmiä haastatteluista sekä havainnoinneista. Hirsjärven ym. (2009, 233) mukaan tutkimuksessa käytetyt suorat lainaukset ovat hyvä tapa auttaa lukijaa ymmärtämään tutkijan tekemiä tulkintoja. Tutkimustulosten esittämisen yksityiskohtaisuus ja selkeys tarjoavat lukijalle samalla mahdollisuuden tutkimustulosten parempaan arviointiin (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 141).

Tutkimuksen rajoitukseksi voidaan edellä esitetyn ohella todeta se, että tutkimuksen aineisto on kerätty ainoastaan yhden viiteryhmän jäseniltä, mistä johtuen aineisto ei todennäköisesti edusta Y-sukupolven arvopaperisijoittamisen käytäntöjä yleisesti. Voidaan olettaa, että kyseisen ryhmän jäsenet osoittavat valtavirtaa suurempaa kiinnostusta aiheita kohtaan ja ovat sitoutuneempia harrastukseensa, sillä he ovat liittyneet Nuorten Osakesäästäjien jäseniksi. Tutkimuksen löydökset ovat näin ollen sidottuna tämän tutkimuksen kontekstiin, eikä niitä ole pyrittykään yleistämään.

5.3 Tutkimuksen kontribuutio

5.3.1 Tieteellinen kontribuutio

Ladik ja Stewart (2008) lainaavat artikkelissaan Brinbergia ja McGrathia (1985), joiden mukaan tieteellistä kontribuutiota voi syntyä, mikäli tutkimus validoi tai laajentaa

aiemmin kehitettyä teoriaa. Kontribuutio voi syntyä joko teoreettisesti, metodologisesti tai kontekstin kautta. Tutkimuksesta ei kuitenkaan automaattisesti tee merkittävää se, että aiempi tutkimus on vähäistä tai sitä ei ole laisinkaan. Tutkijan tulee kyetä perustelevaan, miksi valittua aihetta on syytä tutkia ja minkä takia valittu aihe on mielenkiintoinen. Tutkimuksen merkittävyyden arvioiminen voi kuitenkin olla haastavaa, sillä lukijan omat mieltymykset vaikuttavat siihen, miten relevanttina hän tutkimuksen kokee. (Ladik & Stewart, 2008, 157–162). Tämän tutkimuksen relevanttius perustuu tutkimuksen kohteena olevan ilmiön, suomalaisen Y-sukupolven arvopaperisijoittamisen, merkittävään kasvuun viime vuosina sekä aihepiirin suhteelliseen vähäiseen tutkimukseen kulutuskäytäntöjen näkökulmasta. Tässä tutkimuksessa hyödynnetyn tutkimusasetelman myötä luotiin uudenlaista tietoa nuorten arvopaperisijoittamisesta ja sen kokemuksellisista ja kulttuurisista piirteistä, sillä aiempi sijoittamista käsittelevä kirjallisuus on lähestynyt arvopaperisijoittamista tyypillisesti yksilön näkökulmasta, joko rationaalisen päätöksentekoprosessina tai subjektiivisena kokemuksena, jossa sijoittamisen tavoite nähdään selvästi itse aktiviteettia keskeisempänä (Zhou ja Pham, 2004, 126). Myös kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksessa on pääosin painotettu tiedon prosessointia ja ongelmanratkaisua (Hollbrook & Hirschman, 1982, 132), joten tämä tutkimus käytäntöteoreettisella lähestymistavallaan, tuoreen näkökulman ja rikastaa aihealueen tutkimusta.

Ladikin & Stewartin (2008, 61) mukaan tutkimus voi luoda myös metodologista kontribuutiota jos se tarjoaa uuden tavan ilmiön tutkimiseen tai parantaa olemassa olevaa menetelmää. Valtaosa taloustieteen ja sijoittamisen tutkimuksesta on luonteeltaan kvantitatiivista, joten tämä tutkimus luo kontribuutiota myös metodologisesta näkökulmasta tutkimalla ilmiötä kvalitatiivisin menetelmin. Kvalitatiivinen tutkimus, erityisesti haastattelu, mahdollistaa menetelmänä ymmärryksen yksilön syvällisistä kokemuksista ja sen selvittämisen, mitä tämä ajattelee, olemalla suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Tällöin voidaan myös esittää tarkentavia kysymyksiä eli suunnata tiedonhankintaa itse tutkimustilanteessa.

Ladikin ja Stewartin (2008, 163) mukaan kontekstiin liittyvää kontribuutiota voi syntyä esimerkiksi silloin kun olemassa olevaa teoriaa ja vakiintunutta tutkimusmenetelmää hyödynnetään uudenaikaisessa kontekstissa. Tässä tutkimuksessa kontekstuaalista

kontribuutioarvoa muodostuu, kun kulutustutkimusta ja käytäntöteoreettista otetta on yhdistetty arvopaperisijoittamista koskevaan tutkimukseen. Kulutustutkimuksen kautta on tällä tavoin mahdollista laajentaa sijoituskäyttäytymisen ymmärrystä avaamalla monimutkaisia ja vaihtelevia, usein irrationaalisia merkityksiä, joita sijoittamiseen liitetään (Hirsto, 2011, 73).

5.3.2 Liiketoiminnallinen relevanssi

Liiketoiminnallisella kontribuutiolla viitataan tutkimuksen kykyyn tuottaa organisaation johdolle sellaista tietoa, jonka avulla heidän on mahdollista tehdä parempia päätöksiä ja saavuttaa asettamansa tavoitteet (Jaworski, 2011, 212). Tämän tutkimuksen tulokset tarjoavat sijoituspalveluiden tarjoajille, kuten pankeille ja erilaisille arvopaperivälittäjille, tärkeää tietoa heidän vuosi vuodelta tärkeämmän ja ostovoimaisen asiakaskuntansa, Y-sukupolven edustajien, sijoituskäytäntöjen rakentumisesta sekä sen saamista merkityksistä. Yritysten tulee tiedostaa kuluttajien toiminnan taustalla vaikuttavat käytännöt, sillä ne määrittelevät suurissa määrin ihmisten käyttäytymistä. Toiminnan ja merkitysten avaaminen luovat aivan uudenlaisia mahdollisuuksia kuroa umpeen aukkoa sijoituspalveluiden tarjoajien ja kyseisten palvelujen kuluttajien välillä.

Liike-elämän näkökulmasta tarkasteltuna se, miten kestäviä kulutusmalleja ja käytäntöjä voidaan luoda, on mielenkiintoinen teema. Huomio on siirtynyt yksilöiden valinnoista, käyttäytymisestä ja asenteista siihen, miten käytäntöjä tuotetaan, millä tavoin ne rakentuvat, miten niitä pidetään yllä, haastetaan ja lopulta luovutaan. Tämä asettaa painetta markkinoijille ja tuotekehitykselle pohtia sitä, miten erilaiset käytännöt onnistuvat houkuttelemaan niiden suorittajia ylläpitämään ja vahvistamaan niitä jatkuvalla toiminnallaan, sekä millä tavoin käytäntöjen suorittajia voidaan kannustaa löytämään ja omaksumaan uusia käytäntöjä. Dholakian ym. (2016, 153) mukaan myös sijoituspalveluiden osalta on tärkeää kiinnittää huomiota nimenomaan jatkuvaa toimintaa ylläpitäviin käytäntöihin ja palvelukonsepteihin, joiden avulla voidaan määrittää saavutettavissa olevia tavoitteita ja välttää jatkuvan itsekurin ylläpitämisen tarvetta, sillä harhojen välttäminen ja jatkuva rationaalisuus ovat yksityissijoittajalla lähes mahdottomia tavoitteita, kuten teoriassa kävi ilmi.

Tämän tutkimuksen tulokset osoittivat, että sijoittaminen on Y-sukupolven edustajille suurissa määrin tapa harjoittaa sosiaalista kanssakäymistä samat mielenkiinnon kohteet jakavien kuluttajien kanssa sekä toimii myös väylänä itsensä kehittämiseen. Sijoituspalveluiden tarjoajien tulisi ottaa tämä huomioon kehittäessään liiketoimintaansa ja palveluformaattejaan, sekä kiinnittää huomiota arvopapereiden vaihdannan lisäksi myös tarjoamaan palveluita, joissa huomioidaan kuluttajien tarve kasvattaa tietämystään, olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa ja kokea yhteisöllisyyttä. Sosiaalinen media, podcastit ja erilaiset alustat, jotka tarjoavat mahdollisuuksia vaihtaa tietoa, kokemuksia ja oppia uutta nousivat tutkimuksessa keskeisiksi aktiviteeteiksi, joissa arvopaperisijoittamisen käytäntöjä toteutettiin. Yritysten tulisi pyrkiä olemaan mukana näillä alustoilla rakentamassa suhdetta kuluttajiin tai vaihtoehtoisesti tarjota oma palveluformaattinsa vastaavaan kanssakäymiseen.

Tutkimuksessa nousi toistuvasti esiin yksi alkujaan ruotsalainen arvopaperivälittäjä, joka oli onnistunut saavuttamaan aseman selkeästi suosituimpana sijoituspalveluna tutkittavien keskuudessa. Yritys oli saavuttanut selkeää kilpailuetua tarjoamalla mahdollisuuden tutustua muiden sijoitussalkkuihin ja olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa alustan kautta. Tämä koettiin vaivattomaksi ja miellyttäväksi tavaksi toteuttaa sijoittamiseen liittyviä aktiviteetteja kun niistä useimpia pystyttiin harjoittamaan yhden alustan kautta. Epäilemättä kilpailu tulee kiristymään entisestään tulevina vuosina kun nuoremmat sukupolvet, jotka ovat syntyneet globaaliin markkina-ajatteluun ja erilaisten alustojen käyttämiseen, alkavat kuluttaa sijoitusmarkkinoita. Tutkimuksen tulosten perusteella voidaankin todeta, että sijoituspalveluiden tarjoajien, niin pankkien, arvopaperivälittäjien kuin henkivakuutusyhtiöidenkin, on syytä alkaa panostaa palveluformaattinsa kehittämiseen kokonaisvaltaisempaan suuntaan, mikäli mielivät pysyä mukana kilpailussa.

Kuten millä tahansa muullakin sektorilla, parempi ymmärrys kuluttajakäyttäytymisestä mahdollistaa myös sijoitusinstrumenttien – ja palvelujen kehittämisen entistä tuottavammiksi (Hensher, Rose & Greene 2000, 216). Myös Solomon, Bamossy, Hogg ja Askegaard (2016, 8) väittävät kulutuskäyttäytymisen ymmärtämisen olevan edellytys hyvälle liiketoiminnalle.

5.4 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Käytäntöteoreettisen tutkimuksen ollessa paikka- ja kulttuurisidonnainen tutkimustapa tuo saman tutkimusasetelman hyödyntäminen eri ympäristössä ja tutkimuksen rajaaminen eri kohderyhmiin esiin uusia näkökulmia ja rikastuttaa aihepiirin teoriaa. Tutkimuksen kohteena olevan ilmiön moniulotteisuuden sekä suhteellisen vähäisen aiemman tutkimuksen vuoksi, tarjoavat sijoittamisen käytännöt useita jatkotutkimusmahdollisuuksia. Ensinnäkin eri ikäisten tai eri sukupuolta edustavien sijoittajien sijoituskäytäntöjen vertailu keskenään voisi tuottaa uusia näkökulmia sijoittamisen kokemuksellisten ja symbolisten puolien ymmärtämiseen. Tutkijan ajatuksena oli tässäkin tutkimuksessa toteuttaa ensin vertaileva tutkimus sukupuolien välillä, mutta tämä kaatui haasteeseen löytää tarpeeksi naispuolisia haastateltavia. Haastatteluiden suorittamisen jälkeisinä vuosina naisten sijoittaminen on kuitenkin yleistynyt Suomessa huomattavasti varsinkin nuorten naisten joukossa ja saanut merkittävästi mediahuomiota, joten on epätodennäköistä, että vastaavaa haastetta olisi tänä päivänä.

Toiseksi, myös eri sukupolvien edustajien arvopaperisijoittamisen käytäntöjen erojen vertaileva tutkimus sijoittamisen ja vaurastumisen näkökulmasta voisi rikastuttaa olemassa olevaa teoriaa ja auttaa sijoituspalveluiden tarjoajia niin palvelutarjontansa kuin markkinointinsakin kehittämisessä, jotta he pystyisivät palvelemaan eri asiakasryhmiä mahdollisimman kohdennetusti ja kokonaisvaltaisesti. Vaikka käytäntöteoriat eivät yleisesti ottaen tutkimaan kohortteja, niin uskoisin siltikin, että tällä tavoin voitaisiin rikastuttaa tietoa eri asiakasryhmien kulutuskäyttäytymisestä. Käytäntöteoreettisen tutkimustavan kulttuurisidonnaisuus tarjoaa myös hedelmällisen lähtökohdan tutkia aihetta eri maiden ja kulttuurien edustajien välillä. Jo vertailu naapureihimme Ruotsalaisiin voisi tarjota mielenkiintoista tietoa, sillä läheisestä maantieteellisestä sijainnista huolimatta Ruotsissa yksityisen sijoittamisen perinne on huomattavasti pidempi kuin Suomessa.

Neljänneksi, mielenkiintoinen asetelma voisi olla eritasoisten tai erityyppisten sijoittajien kokemusten vertailu keskenään. Tässäkin tutkimuksessa esiin nousseiden eksperttien ja noviisien sijoituskäytäntöjä voisi olla mielekäästä verrata keskenään ja tutustua siihen

miten käytännöt muuttuvat ja kehittyvät harrastuksen edetessä. Yhtä lailla myös eri sijoitusstrategiaa toteuttavien sijoittajien, kuten passiivisen rahastosijoittajan ja päiväkauppaa tekevien online-treidaajienkin sijoituskäytäntöjen ja motiivien eroavaisuuksia voisi olla mielekäästä tarkastella. Myös aiemmin tutkimuksessa esiin noussut yhteys uhkapelaamiseen olisi mielenkiintoinen tutkimuskohde, mitä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia näillä kahdella käytännöllä on ja miten ne linkittyvät toisiinsa. Sen lisäksi sen tutkiminen miten uhkapelaamiseen usein liitetyt negatiiviset puolet, riippuvuus tai pakonomainen pelaaminen, näyttäytyvät sijoittamisen kontekstissa voisi rikastaa olemassa olevaa teoriaa.

Viidenneksi, toinen metodologinen lähestymistapa voisi avata aiheesta uusia näkökulmia. Kuten aiemmin metodologiassa tuotiin esiin, ovat haastattelu ja havainnointi saaneet käytäntöteoreettisen tutkimuksen keskuudessa osakseen kritiikkiä ja kyseenalaistettu on erityisesti kuluttajien kykyä reflektoida ja kuvata verbaalisesti toteuttamiaan käytäntöjä. Ryhmä keskinäisen kommunikoinnin havainnoinnissa taas riskinä on, että haastateltavat jättävät tulkinnan kannalta oleellisia asioita kertomatta, mikäli kokevat että ne voisivat heikentää heidän statustaan muiden silmissä. Edellä mainittujen lisäksi haastattelun toteuttaminen vaatii haastattelijalta paljon osaamista sekä valmistautumista, jolloin vaarana voi olla että jotain oleellista on sivuutettu joko haastatteluvaiheessa tai tulkinnassa. Esimerkiksi netnografia, kyselylomake tai narratiivit voisivat olla tutkimusmenetelminä mielenkiintoisia tapoja rikastaa ymmärrystä arvopaperisijoittamisen käytännöistä.

LÄHTEET

- Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0*. Tampere: Vastapaino.
- Allen, D.E. & McGoun, E.G. (2001). Hedonic investment. *Financial Services Review*, 9 (4), 389–403.
- Alvesson, M., & Sköldböck K. (2000). *Reflexive Methodology. New vistas for Qualitative Research*. London: Sage.
- Arndt, J. (1985). On Making Marketing Science More Scientific: Role of Orientations, Paradigms, Metaphors, and Puzzle Solving. *Journal of Marketing*, 49(3), 11–23.
- Arnould, E., Price, L. & Zinkhan, G. M. (2002). *Consumers*. New York: McGraw-Hill.
- Arnould, E.J. & Thompson, C.J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868–882.
- Arsel, Z. (2017). Asking questions with reflexive focus: A tutorial on designing and conducting interviews. *Journal of Consumer Research*, 44(4), 939–948.
- Arsel, Z. & Bean, J. (2013). Taste regimes and market-mediated practice. *Journal of Consumer Research*, 39(5), 899–917.
- Askegaard, S. & Linnet, J. (2011). Towards an epistemology of consumer culture theory: Phenomenology and the context of context. *Marketing Theory*, 11(4), 381–404.
- Aspara, J. & Tikkanen, H. (2010). Consumers' stock preferences beyond expected financial returns: The influence of product and brand evaluations, *International Journal of Bank Marketing*, 28(3), 193–221.
- Bagozzi, R.P. (2000). On the concept of intentional social action in consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 27(3), 388–396.
- Barber, B. M. & Odean, T. (2013). The behavior of individual investors. *In Handbook of the Economics of Finance 2*, 1533–1570. Elsevier.
- Beal, D., Goyen, M. & Phillips, P. (2005). Why do we invest ethically?, *Journal of Investing*, 14, 66–77.
- Beckett, A., Hower, P. & Howcroft, B. (2000). An exposition of consumer behaviour in the financial services industry. *International Journal of Bank Marketing*, 18(1), 15–26.
- Bennett, G., Henson, R. & Zhang, J. J. (2003). Generation Y's perceptions of the action sports industry segment. *Journal of Sport Management*, 17, 95–115.

- Black, M. (1993). More about Metaphor. Teoksessa: *Andrew Ortony (toim.) Metaphor and Thought. Second Edition*. Cambridge: Cambridge University Press, 19–41.
- Bolton, R.N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y.K. & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245–267.
- Boulaire, C., Graf, R. & Guelmami, R. (2008). Online communities serving the consumer/producer: Observations from the study of a fantasy world. *Direct Marketing: An International Journal*, 2(4), 199–220.
- Braunstein, J. R. & Zhang, J. J.(2005). Dimensions of athletic star power associated with Generation Y sports consumption, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 6(4), 37–62.
- Brinberg, D. L. & McGrath, J. (1985). *Validity and the research process*. Beverly Hills: Sage.
- Browne, A. L. (2016). Can people talk together about their practices? Focus groups, humour and the sensitive dynamics of everyday life. *Area*, 48(2), 198–205.
- Burr, V. (2015). Social Constructionism. In *Social Constructionism* (3rd ed.) London: Routledge.
- Bryman, A. & Bell, E. (2003). *Business Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Carpenter, J.M. (2008). Consumer Shopping Value, Satisfaction and Loyalty in Discount Retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15, 358–363.
- Cassell, C., & Symon, G. (2004). *Essential guide to qualitative methods in organizational research*. London: Sage.
- Cheetham, F. & McEachern, M.G. (2013). Extending Holt's consuming typology to encompass subject–subject relations in consumption: lessons from pet ownership. *Consumption Markets & Culture*, 16(1), 91–115
- Clark-Murphy, M. & Soutar, G.N. (2004). “What individual investors value: some Australian evidence”, *Journal of Economic Psychology*, 25, 539–55.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (1994). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2002). *The qualitative inquiry reader*. Sage.
- Dholakia, U., Tam L., Yoon S. & Young N. (2016). The Ant and the Grasshopper: Understanding Personal Saving Orientation of Consumers. *Journal of Consumer Research*, 43(1), 134–155.

- Echeverri, P. & Skålén, P. (2011). Co-creation and co-destruction: A practice theory based study of interactive value formation. *Marketing Theory*, 11(3), 351–373.
- Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2006). *Qualitative methods in business research*. London: Sage.
- Fama, E. F. (1970). Efficient market hypothesis: A review of theory and empirical work. *Journal of Finance*, 25(2), 28–30.
- Fama, E.F. & French, K.R. (2007). Disagreement, tastes, and asset prices. *Journal of Financial Economics*. 83, 667–89.
- Fischer, E. & Otnes, C. C. (2006). Breaking new ground: Developing grounded theories in marketing and consumer behavior. *Handbook of qualitative research methods in marketing*, 19–30.
- Frieder, L. & Subrahmanyam, A. (2005). Brand perceptions and the market for common stock, *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 40, 57–85.
- Garmaise, M. J. (2009). Marketing issues in corporate finance, commentaries and rejoinder to ‘marketing and firm value: metrics, methods, findings, and future directions, *Journal of Marketing Research*, 46(3), 324–36.
- Ghauri, P. N. & Grønhaug, K. (2005). *Research Methods in Business Studies: A Practical Guide*. London: Pearson Education.
- Gherardi, S. (2009). Introduction: The Critical Power of the ‘Practical Lens’. *Management Learning*, 40(2). 115–128.
- Gherardi, S. (2012). *How to conduct a practice - based study: Problems and methods*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Gill, J. & Johnson, P. (2002). *Research methods for managers*. Sage.
- Gistri, G., Romani, S., Pace, S., Gabrielli, V. & Grappi, S. (2009). Consumption practices of counterfeit luxury goods in the Italian context. *Journal of Brand Management*, 16(5–6), 364–374.
- Grace, D., Weaven, S. & Ross, M. (2010). Consumer retirement planning: An exploratory study of gender differences. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 13(2), 174–188.
- Gram-Hanssen, K. (2010). Standby consumption in households analyzed with a practice theory approach. *Journal of Industrial Ecology*, 14(1), 150–165.
- Groves, R., Charters, S. & Reynolds, C. (2000). Imbibing, inscribing, integrating and imparting: A taxonomy of wine consumption practices. *Journal of Wine Research*, 11(3), 209–222.

- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2(163–194), 105.
- Gummesson, E. (2005). Qualitative research in marketing: Road-map for a wilderness of complexity and unpredictability. *European Journal of Marketing*, 39(3/4), 309–327.
- Halkier, B. & Jensen, I. (2011). Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study on handling nutritional contestations of food consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 101–123.
- Halkier, B. Katz-Gerro, T. & Martens, L. (2011). Applying practice theory to the study of consumption: Theoretical and methodological considerations. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 3–13.
- Hargreaves, T. (2011). Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to pro-environmental behaviour change. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 79–99.
- Hensher, D. A., Rose, J. & Greene, W. H. (2005). The implications on willingness to pay of respondents ignoring specific attributes. *Transportation*, 32(3), 203–222.
- Herrmann, A., Huber, F. & Braunstein, C. (2000). Market-driven product and service design: Bridging the gap between customer needs, quality management, and customer satisfaction. *International Journal of production economics*, 66(1), 77–96.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2009). *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2009). *Tutki ja kirjoita*. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Hirsto, H. (2011). Everyday discourses of stock market investing: Searching for investor power and responsibility. *Consumption, Markets and Culture*, 14(1), 57–77.
- Hitchings R. (2012). People can talk about their practices. *Area*, 44, 61–67.
- Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings & Fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132–140.
- Holt, D. B. (1995). How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 1–16.
- Hong, H., Kubik, J. D. & Stein, J. C. (2004). Social Interaction and Stock-Market Participation. *The Journal of Finance*, 59(1), 137–163.
- Howcroft, B., Hewer, P. & Hamilton, R. (2003). Consumer decision-making styles and the purchase of financial services. *The Service Industries Journal*, 23(3), 63–81.

- Hudson, L. A. & Ozanne, J. L. (1988). Alternative ways of seeking knowledge in consumer research. *Journal of consumer research*, 14(4), 508–521.
- Hunt, S. & Hansen, J. M. (2010). The philosophical foundations of marketing research: For scientific realism and truth. Teoksessa: Maclaran, P., Saren, M., Stern, B. & Tadajewski, M. *The Sage Handbook of Marketing Theory*, 111–126. London: Sage.
- Joy, A. & Sherry, J. (2003). Speaking of Art as Embodied Imagination: A Multisensory Approach to Understanding Aesthetic Experience. *Journal of Consumer Research* 30(2), 259–282.
- Kangas, S., Warren, N. A., & Byrne, M. M. (1998). Metaphor: The language of nursing researchers. *Nursing Research*, 47(3), 190–193.
- Kathuria, L. M., & Singhanian, K. (2012). Investment decision making: A gender-based study of private sector bank employees. *IUP Journal of Behavioral Finance*, 9(1), 45–56.
- Keloharju, M., Knüpfer, S. & Linnainmaa, J. (2012). Do investors buy what they know? product market choices and investment decisions. *The Review of Financial Studies* 25, 2921–2958.
- Kozinets, R.V., Sherry, J.F. Jr., Storm, D., Duhachek, A., Nuttavuthisit, K., & De-Berry Spence, B. (2004). Ludic Agency and Spectacular Consumption. *Journal of Consumer Research*, 31, 658–672.
- Ladik, D. M., & Stewart, D. W. (2008). The contribution continuum. *Journal of Academy of Marketing Science*, 36(2), 157–165.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*. University of Chicago press.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. London: Sage.
- Lovett, M.J. & MacDonald, J.B. (2005). “How does financial performance affect marketing? Studying the marketing-finance relationship from a dynamic perspective”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33, 476–85.
- Magaudda, P. (2011). When Materiality 'Bites Back': Digital Music Consumption Practices in the Age of Dematerialization. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 15–36.
- Mayall, M. (2008). From seeing the market to marketing the seeing: Technical analysis as a second-order epistemic consumption object. *Consumption, markets and culture*, 11(3), 207–224.
- Miller, D. (1996). Configurations revisited, *Strategic Management Journal*, 17(7), 505–512.

- Mittal, M., & Vyas, R. K. (2007). Demographics and investment choice among Indian investors. *ICFAI Journal of Behavioural Finance*, 4(2), 12–20.
- Moisander, J. & Valtonen, A. (2006). *Qualitative marketing research: A cultural approach*. London: Sage.
- Nicolini, D. (2013). *Practice Theory, Work, & Organization: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Närvänen, E., Saarijärvi, H. & Simanainen, O. (2013). Understanding consumers' online conversation practices in the context of convenience food. *International Journal of Consumer Studies*, 37(5), 569–576.
- Pagan, A. R., & Sossounov, K. A. (2003). A simple framework for analysing bull and bear markets. *Journal of applied econometrics*, 18(1), 23–46.
- Pantzar, M. (2000). Consumption as work, play, and art: representation of the consumer in future scenarios. *Design issues*, 16(3), 3–18.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pellinen, A., Törmäkangas, K., Uusitalo, O. & Raijas, A. (2011). Measuring the financial capability of investors: A case of the customers of mutual funds in Finland. *International Journal of Bank Marketing* 29(2), 107–133.
- Puustinen, P. (2012). *Towards a Consumer-Centric Definition of Value in the NonInstitutional Investment Context: Conceptualization and Measurement of Perceived Investment Value*. Väitös, Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy. 182. ISBN 978-951-44-8792-7.
- Randles, S. & Warde, A. (2006). Consumption: The view from theories of practice. in *Industrial Ecology and Spaces of Innovation*, Toim. Green, K. & Randles, S. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd. 220–237.
- Reckwitz, A. (2002). Theorizing toward a theory of Social practices: A development in culturalist. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263.
- Ritchie, J. & Lewis, J. (Eds.). (2003). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. London: Sage.
- Røpke, I. (2009). Theories of practice—New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological Economics*, 68(10), 2490–2497.
- Sapsford, R. & Jupp, V. (2006). *Data collection and analysis*. London: Sage.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. Harlow: Pearson.

- Schatzki, T. (1996). *Social practices: A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schatzki, T., Knorr-Cetina, K. & von Savigny, E. (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London: Routledge.
- Schau, H. Muniz, Jr. A. & Arnould, E. (2009). How brand community practices create value. *Journal of Marketing*, 73(5), 30–51.
- Schoenbachler, D.D., Gordon, G.L. & Aurand, T.W. (2004). Building brand loyalty through individual stock ownership, *Journal of Product & Brand Management*, 13, 488–497.
- Shankar, A., Elliot R. & Goulding C. (2001). Understanding consumption: Contributions from a narrative perspective. *Journal of Marketing Management*, 17, 429–453.
- Sharpley, R. (2006). Ecotourism: A consumption perspective. *Journal of Ecotourism*, 5(1–2), 7–22.
- Shove, E. & Pantzar, M. (2005). Consumers, producers and practices: understanding the invention and reinvention of nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 43–64.
- Shove, E., Pantzar, M. & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: everyday life and how it changes*. London: Sage.
- Solomon, M. R., Bamossy, G. J., Hogg, M. K. & Askegaard, S. (2016). *Consumer Behaviour: A European Perspective* (4). Harlow, UK: Pearson.
- Spiggle, S. (1994). Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 21(3), 491–503.
- Statman, M. (2019). Lottery Players/Stock Traders. *Financial Analysts Journal*, 58(1), 14–21.
- Sullivan, M. K. & Miller, A. (1996). Segmenting the informal venture capital market: Economic, hedonistic, and altruistic investors. *Journal of Business Research*, 36(1), 25–35.
- Timmermans S. & Tavory, I. (2012). Theory Construction in Qualitative Research: From Grounded Theory to Abductive Analysis. *Sociological Theory*, 30(3). 167–186.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1974), Judgment under uncertainty: heuristic and biases, *Science*, 185(4157), 1124–1131.

- Valtonen, A. (2013). Height matters: Practicing consumer agency, gender, and body politics. *Consumption Markets & Culture*, 16(2), 196–221.
- von Koskull, C. (2014). Ethnographic research in service marketing: theory, methods, and practice. In *Field Guide to Case Study Research in Business-to-Business Marketing and Purchasing*. Emerald Group Publishing Limited.
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131–153.
- Warde, A. (2014) After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 279–303.
- Zhou, R. & Pham, M. T. (2004). Promotion and Prevention across Mental Accounts: When Financial Products Dictate Consumers' Investment Goals. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 125–135.
- Zwick, D. & Dholakia, N. (2006). The epistemic consumption object and postsocial consumption: Expanding consumer-object theory in consumer research. *Consumption, Markets and Culture*, 9(1), 17–43.

WWW-lähteet

- Danske Bank. 2020a. Taloudellinen mielenrauha 2020. Viitattu 15.3.2022. Saatavissa: https://danskebank.fi/-/media/pdf/danske-bank/fi/fi/taloudellinen_mielenrauha_2020_v1,-d-.0_.pdf?rev=3a0bfed46a9747a895627dc7e8365713&hash=151FE9077DA903670517557F85579764
- Euroopan komission kuluttajamarkkinoiden tulostaulu. 2018. Viitattu 12.12.2021. Saatavissa: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/consumer-markets-scoreboard-2018_en_0.pdf
- Pörssisäätiö. 2022. Kotitalouksien rahoitusvarat. Viitattu 15.3.2022. Saatavissa: <https://www.porssisaatio.fi/blog/statistics/kotitalouksien-rahoitusvarat/>
- Suomen Osakesäästäjien Keskusliitto. Viitattu 11.3.2022. Saatavissa: <https://www.osakeliitto.fi/nuoret/>

LIITTEET

Liite 1: haastattelurunko

Haastateltavien taustatiedot

Sijoittamisen aloitus

- Mistä kuulit sijoittamisesta?
- Mitä ajattelit siitä ennen kuin aloitit sijoittamisen?
- Mikä tai kuka sinut innosti sijoittamaan?
- Harkitsitko pitkään aloittamista?
- Valmistauduitko jotenkin ennen sijoittamisen aloittamista? Miten?
- Mitä kautta ja mihin tuotteisiin aloit sijoittaa?
- Muuttuiko mielikuvasi sijoittamisesta aloituksen myötä?
- Onko sijoittamisen aloittaminen vaikuttanut elämääsi tai ajatteluusi jotenkin?

Arvopaperit ja sijoitusstrategia

- Mihin arvopapereihin olet sijoittanut?
- Miten valitsit arvopaperit joihin sijoitat?
- Miten keräät tietoa arvopapereista ja sijoittamisesta?
- Millainen tieto on sinulle mielenkiintoista?
- Toteutatko sijoittamisella arvojasi? jos niin mitä/miten?
- Noudatatko jotain sijoitusstrategiaa? Mitä?
- Miten päädyit tähän strategiaan? Koetko sen noudattamisen helppona?
- Koetko kehittyneesi sijoittajana?
- Onko suhtautumisesi arvopapereihin muuttunut? Miten?

Sosiaalisuus ja sijoittamisen rooli arjessa

- Kuinka usein teet jotain sijoittamiseen liittyvää? Mitä kaikkea siihen kuuluu?
- Kulutatko joitain medioita tai sosiaalista mediaa sijoittamiseen liittyen? Mitä?
- Kenen kanssa puhut sijoittamisesta?
- Osallistutko keskusteluihin sosiaalisessa mediassa?
- Kuinka usein puhut sijoittamisesta tai siihen liittyvistä asioista?
- Oletko käynyt fyysisissä tapahtumissa sijoittamiseen liittyen?
- Kuulutko johonkin sijoitusryhmään tai pienempään yhteisöön? Oletko aktiivinen jäsen?

Kokemukset

- Miksi harrastat sijoittamista?
- Muistatko jotain yksittäisiä hetkiä tai tapahtumia sijoittamiseen liittyen?
- Miksi ne ovat jääneet mieleesi?
- Herättivätkö ne sinussa jotain tunteita? Millaisia?
- Jaoitko kokemuksen jonkun toisen kanssa vai piditkö sen itselläsi?
- Ovatko nämä kokemukset vaikuttaneet toimintaasi tai ajatteluusi jotenkin?