Tampereen yliopisto

Venla Taipale

FEISSAAMISEN VAIKUTUS KAUPUNKITILAN KOKEMISEEN JA KOHTAAMISEN TAKTIIKOIHIN

Johtamisen ja talouden tiedekunta
Pro gradu -tutkielma
5/2026

TIIVISTELMÄ

Venla Taipale : Feissaamisen vaikutus kaupunkitilan kokemiseen ja kohtaamisen taktiikoihin
Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Hallintotieteiden tutkinto-ohjelma, ympäristöpolitiikka ja aluetiede
5/2026

Tässä tutkielmassa tarkastellaan feissaamista, eli varainkeruuta ja katumarkkinointia, kaupunkitilan kokemiseen ja kohtaamisen taktiikoihin vaikuttavana ilmiönä. Feissaamista on kokonaisuudessaan tutkittu hyvin vähissä määrin ja erityisesti kaupunkitilan käyttäjien näkökulmasta on löydettävissä selkeä tutkimusaukko. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten feissaamista koetaan kaupunkitilassa, miten se vaikuttaa tilan käyttöön sekä millaisia taktiikoita ihmiset käyttävät kohdatessaan tai havaitessaan feissaamista. Tila toimii työtä rajaavana teoreettisena käsitteenä, sen jatkuvasti muotoutuvan olemuksen takia.

Tutkimus on toteutettu monimenetelmämetodilla hyödyntäen kyselyaineistoa, johon saatiin 73 vastausta. Monimenetelmällisyys on perustelua sekä suljettujen että avoimien kysymysten hyödyntämisen takia. Suljetut kysymykset on analysoitu deskriptiivisellä analyysimetodilla, ja avoimet kysymykset aineistolähtöisellä sisällönanalyysilla ja teemoittelulla. Perusjoukkona toimii täysi-ikäiset tamperelaiset, sekä täysi-ikäiset Tampereella vierailevat henkilöt, sillä tutkimuksen kohteena on Tampereen kaupunkitila.

Keskeiset tulokset osoittavat feissaamisen vaikuttavan kaupunkitilan kokemiseen pääosin negatiivisesti. Vaikutukset ulottuvat kokemuksen ajallisiin ja fyysisiin ulottuvuuksiin, minkä lisäksi feissaamisen koetaan herättävän muun muassa ahdistuksen, ärtymyksen ja vaivaantuneisuuden tunteita. Kohtaamisen taktiikat jakautuvat välttelyn ja kiertämisen, esittämisen, suoran kieltäytymisen sekä osallistumisen ja myötätunnon taktiikoihin. Lisäksi on huomioitava, että taktiikoiden valinta osoittautuu vahvasti tilannesidonnaiseksi. Esittämisen, suoran kieltäytymisen, sekä välttelyn ja kiertämisen taktiikat korostuvat aineistossa eniten ja osoittautuvat käytössä moninaisiksi.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että feissaamisella on merkittävä rooli kaupunkitilan kokemiseen ja kohtaamisen taktiikoiden valintaan. Jatkotutkimusta aiheesta olisi perusteltua toteuttaa tarkastelemalla feissaamisen herättämiä reaktioita reaaliajassa sekä selvittämällä sosioekonomisten tekijöiden vaikutusta suhtautumiseen feissaamista kohtaan.

Avainsanat: Feissaaminen, kaupunkitila, kohtaaminen

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

TEKOÄLYN KÄYTTÖ OPINNÄYTTEESSÄ

Opinnäytteessäni on käytetty tekoälysovelluksia:

☐ Ei
☒ Kyllä

Ilmoitukseni mukaan olen käyttänyt opinnäytteessäni tutkielmaprosessin aikana seuraavia tekoälysovelluksia:

Tekoälysovellusten nimet ja versiot:
Scopus AI
Microsoft 365 Copilot – bizchat.20260429.16.2
ChatGPT – GPT-4-turbo ja GPT-5.5

Käyttötarkoitus:
ChatGPT:tä on käytetty aiheideointiin tutkielmaprosessin alkuvaiheessa, sekä vaikeaselkoisen lähdeaineiston kääntämiseen suomeksi. Lisäksi ChatGPT:llä tehtiin tiivistys kerätystä aineistosta analysoinnin alkuvaiheessa ja sitä käytettiin aineiston käsittelyn apuna. ChatGPT:tä on käytetty myös oikeinkirjoituksen ja luettavuuden, sekä akateemisen kielen edistämiseksi.

Scopus AI:tä on hyödynnetty vertaisarvioidun lähdemateriaalin löytämiseen, sekä oleellisten aiheyhteyksien ideointiin.

Aineiston nopeaan ensisilmäykseen on hyödynnetty myös Copilottia, liittämällä aineiston excel-tiedosto keskusteluun ja pyytämällä tästä tiivistelmiä ja lyhyitä analyysikatsauksia. Lisäksi Copilottia on hyödynnetty tekstin puutteiden havaitsemiseen ja kielelliseen tarkistukseen.

Osiot, joissa tekoälyä on käytetty:
Tekoälyä on hyödynnetty erityisesti osiossa 2. teoreettinen viitekehys, yllä kuvatulla tavalla, sekä apuna osiossa 4. Tekoälyä on hyödynnetty työssä kokonaisuudessaan oikeinkirjoituksen ja luettavuuden edistämisen osalta, sekä puutteiden paikantamiseksi.

Olen tietoinen siitä, että olen täysin vastuussa koko opinnäytteeni sisällöstä, mukaan lukien osat, joissa on hyödynnetty tekoälyä, ja hyväksyn vastuun mahdollisista eettisten ohjeiden rikkomuksista.

Sisällys

1. Johdanto 1
2. Teoreettinen viitekehys 5
2.1. Feissaaminen kaupunkitilassa 5
2.2. Tila vai paikka 7
2.3. Julkinen ja puolijulkinen tila 9
2.4. Relationaalinen kaupunkitila tutkimuskohteena 10
2.5. Kokemus ja kokemuksellisuus määrittämässä kaupunkitilaa 11
2.6. Tilan käyttö ja kohtaamiset kaupungissa 13
2.7. Tunteet ja affektit kaupunkitilassa 14
3. Tutkimusmenetelmät ja aineisto 17
3.1. Tutkimusmenetelmät 17
3.1.1. Monimenetelmätutkimus 17
3.1.2. Deskriptiivinen analyysi 19
3.1.3. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi 19
3.1.4. Teemoittelu 20
3.2. Aineisto 21
3.3. Aineiston analyysi 23
4. Tulokset 25
4.1. Otoksen kuvaus 25
4.2. Kokemuksen arviointi 28
4.3. Kaupunkitilan kokemuksen muutokset 30
4.3.1. Kokemuksen ajallisuus ja tilan käytön muutokset 30
4.3.2. Tilan fyysisten ominaisuuksien ja julkisuuden kokeminen 32
4.3.3. Feissaamisen herättämät tunteet kaupunkitilassa kulkiessa 34
4.3.4. Katumarkkinoinnin ja varainkeruun ero tilakokemuksissa 36
4.4. Kohtaamisen taktiikat feissaamistilanteissa 38
4.4.1. Välttelyn ja kiertämisen taktiikat 40
4.4.2. Esittämisen taktiikat 42
4.4.3. Suoran kieltäytymisen taktiikat 43
4.4.4. Osallistumisen ja myötätunnon taktiikat 45
4.4.5. Tilannesidonnainen taktiikan valinta 46
5. Johtopäätökset 48
5.1. Tulosten yhteenveto 48
5.2. Suhteutuminen aiempaan tutkimukseen 51
5.3. Tutkimuksen rajoitteet ja käytännön merkitys 53
5.4. Jatkotutkimusmahdollisuudet 55

5.5. Yhteenveto 56
Lähteet 58
Liitteet 63

Kuvio 1 Ulkopaikkakuntalaisten vierailut Tampereella 25
Kuvio 2 Otoksen ikä- ja sukupuolijakaumat 26
Kuvio 3 Viimeisin tila feissaamisen kohtaamiselle 27
Kuvio 4 Viimeisimmän kokemuksen arviointi negatiivinen – neutraali – positiivinen asteikolla 28
Kuvio 5 Taktiikoiden käyttö kohdatessa tai havaitessa feissaamista 39

1. Johdanto

Modernissa maailmassa kaupungistuminen ohjaa kehitystä huomattavasti. Muuttoliikkeet suuntautuvat yhä enemmän kaupunkeihin ja suuri osa ihmisistä asuu kaupunkialueilla tai niiden läheisyydessä. Suomessa kaupungistumisaste oli vuoden 2023 väestötietojen perusteella 74 % (Suomen Ympäristökeskus 2025; Traficom 2026) ja globaalisti yli puolet ihmisistä asuu kaupungeissa (Suomen YK liitto 2026). Tämä ohjaa kaupunkisuunnittelua ja kaupunkien taloudellisia näkymiä. Kaupunkitilaa määrittämässä on kaupallisia ja sosiaalisia piirteitä, jotka ohjaavat toimintaa ja luovat yhteyksiä eri toimijoiden välillä.

Kaupunkitila on fyysisen ympäristön lisäksi sosiaalisten suhteiden, kulttuurin ja tapahtumien mahdollistaja, joka yhdistää ihmisiä jokapäiväisessä elämässä. Yhteiskunnalliset muutokset ja maailmantilanteen epävakaus vaikuttavat suuresti ihmisten arkeen ja näkyvät kulutuskäyttäytymisessä sekä mahdollisuuksissa lahjoittaa hyväntekeväisyyteen. Yksilöiden taloudellisessa tilassa tapahtuvien muutosten voidaan uskoa vaikuttavan siten myös siihen, kuinka kaupalliseen ja ei-kaupalliseen lähestymiseen, kuten uusin tarjouksiin tai lahjoituspyyntöihin, kaupunkitilassa suhtaudutaan.

Kaupunkitilan fyysinen ulottuvuus on kaikille yhteinen, mutta yksilöllinen näkemys siitä vaihdella paljon. Jaetussa tilassa on kommunikaatiossa muihin ihmisiin edes pyrkimättä siihen ja yksilön läsnäolo kaupunkitilassa vaikuttaa tilan jakamiseen ja kohtaamisiin. Tilan kokemuksellisuus korostuu erityisesti silloin, kun sen käyttö ei ole täysin omassa hallinnassa, mitä se harvoin onkaan, ja voi näin ollen mukautua ulkopuolisten ärsykkeiden voimasta. Ympäristönä kaupunkitila on moninainen ja kokemukset siitä eivät ole kaikille yhteisiä, minkä vuoksi ympäristön rakentuminen ja kohtaamiset voivat ajautua ristiriitaan toistensa kanssa (Uimonen 2020).

Kaupunkitilalla on paljon käyttäjiä, joista osa on katumarkkinoijia tai kasvokkaisen varainhankinnan edustajia, joita kutsutaan usein feissareiksi tai feissaajiksi. Katumarkkinoijat (engl. street marketing) yleisesti ottaen pyrkivät keräämään lisää asiakkaita edustamalleen yritykselle, sekä antamaan uusia tarjouksia tai jatkamaan olemassa olevia sopimuksia, kun taas varainhankkijat (engl. face-to-face fundraising) tähtäävät keräämään lahjoituksia edustamilleen järjestöille. Feissaaminen on näin ollen julkisessa tilassa tapahtuva henkilökohtainen lähestyminen, joka voi

aiheuttaa monenlaisia tunteita ja reaktioita. Tässä tutkimuksessa käytän näistä yhteisesti puhuttaessa termiä feissari.

Tämä tutkimus tarkastelee feissaamisen vaikutusta kaupunkitilan kokemiseen. Erityisesti kiinnostuksen kohteena on, miten feissareiden läsnäolo ja toiminta muokkaavat yksilön subjektiivista kokemusta kaupunkitilasta sekä millaisia tunteita, reaktioita ja käyttäytymismalleja nämä kohtaamiset aiheuttavat yksilötasolla. Tämän tutkiminen on merkityksellistä, sillä se antaa uusia selityksiä käytökselle, uskomuksille ja aikomuksille, joiden kautta voimme ymmärtää, millaisissa yhteisöissä elämme (Williams 2022). Yksilöllisten kokemusten arvottamisen lisäksi on tarpeen löytää sosiaalisesti ja kulttuurisesti rakentuneita merkityksiä ja toimintoja, jotka vaikuttavat toimintatapoihin kaupungeissa (Ainiala, Kivilaakso, Olsson, Savolainen & Vahtikari 2021). Kaupunkien tutkimus perustuu tarpeeseen ymmärtää kaupunkeja elinympäristöinä ja ihmisten elämää muovaavina tiloina (Rinne & Olsson 2020). Tämän lisäksi kaupunkielämän spesifien tekijöiden tutkiminen mahdollistaa ajankohtaisten kaupunki-ilmiöiden, jollaisena feissaaminen voidaan nähdä, syvällisen tarkastelun (Rannila 2021).

Subjektiivisia kokemuksia tutkitaan nykyään entistä enemmän, ja niiden merkitykselle annetaan aiempaa suurempaa arvoa. Näin ollen tutkimuksen kohteena yksilölliset kokemukset nähdään enenevissä määrin merkittävinä. Feissaaminen koetaankin yksilökohtaisesti hyvin eri tavoin, mikä tekee ilmiöstä monitulkintaisen ja tutkimuksellisesti relevantin. Feissaaminen on näkyvä osa katukuvaa erityisesti kesäisin, mutta vaihtelevissa määrin ympäri vuoden. Näin ollen yleistynyt ilmiö luo osansa kaupungin näyttämöllä tapahtuvista kohtaamisista.

Yksilölliset kokemukset ovat sellaisenaan arvokkaita ja tarkastelulle hyödyllisiä, sillä kokemusta ei voi siirtää toiselle, eikä sille voi jälkikäteen toimia silminnäkijänä (Horsti & Khademi 2022). Näin ollen vain kokijan itsensä jakama kertomus tapahtuneesta on ainoa tapa kerätä tietoa kokemuksellisista tilanteista. Kokemuksia tarkasteltaessa on siis oleellista antaa ääni ilmiötä kohdanneille ihmisille. Feissaamista kohdatessa tai havaitessa henkilön aiemmat kokemukset, uskomukset ja demografiset tekijät ynnä muut vaikuttavat feissaamisesta luotaviin mielipiteisiin ja sen herättämiin reaktioihin. Tämä korostaa kokemusten tutkimuksellista merkitystä, sillä yksiselitteisiä vastauksia ei ole.

Kokemuksen käsitteen määrittely on haasteellista sen monimerkityksellisyyden vuoksi (Kukkola 2018), mutta tutkimuksen rajautumisen ja käsitteen selkeän käytön vuoksi se on tärkeää (Toikkanen & Virtanen 2018). Tässä tutkimuksessa kokemuksen käsitettä käytetään feissaamisilmiön

vaikutusten tutkimiseksi sitä vastaanottavien ihmisten keskuudessa. Tästä näkökulmasta kokemukseen liittyy erityisesti tilallisuuden, vuorovaikutuksen ja liikkumisen elementtejä. Usein kokemusten sisällöt ja jäsennys toimivat tutkimusten tarkastelun kohteena (Kukkola 2018) ja näin on myös tämän tutkimuksen osalta tarkasteltaessa feissaamisen vaikutusta kokemuksiin kaupunkitilasta.

Tampere on kaupunkitilana otollinen kokemuksien tutkimiseen. Tampere on Suomen kolmanneksi suurin kaupunki (Kuntaliitto 2025) ja tekee kuntien välistä muuttovoittoa (Tilastokeskus 2026). T-Median (2024) Vetovoima&Pitovoima tutkimusmallin mukaan Tampere on Suomen vetovoimaisin kaupunki yhteisön, ympäristön, taloudellisen elinvoiman, sijainnin, kustannusrakenteen ja palveluiden osa-alueilla mitattuna. Nämä tekijät tekevät Tampereesta loistavan tutkimuskohteen feissaamista käsiteltäessä, sen taloudellisten ja yhteisöllisten aspektien näkökulmasta, sekä palveluiden tarjonnan ja keskeisen sijainnin vuoksi.

Kaupunkien tutkimuksen relevanssi on kasvanut kaupungistumisen myötä monesta näkökulmasta, kuten elettynä ympäristönä, kohtaamisen paikkana ja suunnittelun kohteena. Monet eri tahot tarvitsevat myös entistä enemmän tutkittua tietoa kaupungeista niiden muutosten ja kehityssuuntien ymmärtämiseksi. (Ainiala ym. 2021) Kaupungistumista on käsitelty paljon sen kunnallistaloudellisten ja rakenteellisten vaikutusten näkökulmasta, mutta selvää on, että sen vaikutukset yltävät myös yksilöiden arjen kokemuksiin kaupungeissa. Varsinkin kulttuuristen ja sosiaalisten merkitysten tutkimusta kaupungeissa tarvitaan lisää (Ainiala ym. 2021). Erityisesti kaupungistumisen voittajakuntien asukkaat kokevat lisääntyneen asukasluvun tuomat vaikutukset arjessaan. Suuremmat kaupungit tarjoavat feissaamiselle suotuisat olosuhteet, kun markkinoinnille ja varainkeruulle altistuvia kaupunkitilan käyttäjiä on paljon.

Kaupunkiympäristöön sisältyy paljon ärsykkeitä ja informaatiota, joita kaupunkilaiset suodattavat omin tavoin. Tässä kontekstissa on mielenkiintoista tutkia feissaamista spontaanien kohtaamisten ja yksityisyyden varjelemisen välimaastossa. Näistä syistä on otollista käsitellä yksilöiden kokemusta kaupunkitilasta feissaamisen vaikutuksesta Tampereella. Tämän tutkimuksen tavoitteena on saavuttaa uutta tietoa feissaamisesta kaupunkitilan kokemiseen vaikuttavana ilmiönä. Tutkimus kohdistuu Tampereen keskusta-alueeseen, missä feissaaminen on varsin yleistä. Näin ollen tässä tutkimuksessa perehdytään feissaamisen vastaanottavana osapuolena olevien kaupunkitilan käyttäjien kokemuksiin, selvittäen miten kaupunkitilaa käyttävät kohtaavat feissaajia, ja kuinka tämä vaikuttaa tilakokemukseen.

Tutkittaessa kokemuksia on tavoitteellista kunnioittaa yksilöiden näkemyksiä, mutta löytää yhteisiä tekijöitä ja syitä näille yhteneväisyyksille kokemusmaailmoissa. Tämä mahdollistaa laajempien suuntausten hahmottamista ja näiden trendien seuraaminen hyödyttää kaupunkien kehityksessä tarvittavien suuntaviivojen muodostamista. Tavoitteena on ymmärtää syitä yksilöiden kokemuksille feissaamista kohdatessa tai havaitessa, sekä millaisia reaktioita nämä kokemukset herättävät. Tämän aiheen tutkimiseen hyödynnetään seuraavia tutkimuskysymyksiä:

- Miten feissaaminen vaikuttaa kaupunkitilan käyttäjien kokemukseen kaupunkitilasta?
- Millaisia taktiikoita kaupunkitilan käyttäjät hyödyntävät kohdatessaan tai havaitessaan feissaamista ja miksi?

Näiden tutkimuskysymysten avulla pyrin lisäämään ymmärrystä kaupunkitilan kokemisesta ja käyttötavoista ja feissaamisesta niihin vaikuttavana tekijänä. Tutkimus etenee seuraavaksi teoreettiseen viitekehykseen, jossa avataan tutkimukselle oleellisia käsitteitä ja aiempaa tutkimusta aiheeseen liittyen. Tämän jälkeen kuvataan käytettävä metodologia ja aineisto aiheen analysoimiseksi, mistä edetään tulosten esittelyyn ja niiden pohjalta tehtyihin johtopäätöksiin.

2. Teoreettinen viitekehys

"*Tilallisuuteen olennaisesti kuuluvaa satunnaisen kohtaamisen mahdollisuutta ei voi koskaan täysin sulkea pois*" - Massey 2008, 184

Sitaatti yllä kuvastaa hyvin tämän tutkimuksen olennaisuutta feissaamisen tilallisten vaatimusten ja kohtaamisten tarpeen vuoksi. Feissaamisen onnistumiseksi satunnaiset kohtaamiset ovat välttämättömyys ja näin ollen julkinen tila on feissaamiselle luonnollinen valinta kohtaamisten varmistamiseksi. Käytän tutkimuksessa tilan käsitettä määrittämässä kaupunkia tutkimuskohteena (Dear & Häkli 1998). Tilan käyttöön liittyy monia tekijöitä fyysisten, kulttuuristen, sekä sosiaalisten ominaisuuksien osalta ja täten suomalainen kulttuuri ja kaupunkirakenne vaikuttavat Tampereen kaupunkitilan mahdollistamiin kohtaamisiin. Kuten Dear ja Häkli (1998) asian ilmaisevat, yhteiskunnalliset suhteet muodostuvat tilallisesti ja ovat tilan ehdollistamia, ja tämä on hyvin oleellinen huomio satunnaisten kohtaamisten ymmärtämiseksi.

Teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään tutkielmaan oleellisesti liittyvää tieteellistä tutkimusta ja sieltä nousevaa teoreettista pohjaa tutkielman tueksi. Tilaan, tilan käyttöön ja siinä tapahtuviin kohtaamisiin, sekä kokemuksellisuuteen perehtyvä tutkimus toimii tämän tutkielman teoreettisen viitekehyksen perustana. Julkisen tilan mahdollistaman sattumanvaraisuuden pohjalta käsiteltynä voidaan paremmin ymmärtää feissaamisen lähtökohtia sosiaalisena ja kulttuurisena osana kaupunkitilaa. Feissaamiseen, tilan käsitteeseen ja kohtaamisiin liittyvän tutkimuksen lisäksi esitellään tunteiden ja affektien osuutta sattumanvaraisiin kohtaamisiin oleellisesti liittyvänä tekijänä.

2.1. Feissaaminen kaupunkitilassa

Feissaaminen on yhä yleistyvä ilmiö ja on osana kaupunkitilasta muodostuvia kokemuksia. Feissarit lähestyvät kaupunkitilassa potentiaalisia edustamansa yrityksen asiakkaita tai järjestöjen tukijoita. Tämä luo kaupunkitilassa suhteita ihmisiin ja kohtaamisia yksilöiden välillä. Feissarit ovat toimijoita, jotka vaikuttavat affektiivisiin kokemuksiin tiloista, joissa he toimivat (Rinne & Olsson 2020). Katumarkkinointi on soveltuva käytäntö, kun pyritään kohdistamaan markkinointia ihmisille, jotka kulkevat urbaaneilla alueilla (Cova & Saucet 2014). Sen sijaan kasvokkain tehtävässä varainkeruussa jaetaan tietoa edustetusta järjestöstä suoran dialogin avulla resurssien saamiseksi toiminnan ylläpitämiseen (Pinazo & Arahuete 2021). Myös feissaamisen liiketaloudellisesta

näkökulmasta on huomioon otettavaa, että sosiaalisella toiminnalla ja käytöksellä on suuresti merkitystä markkinakäyttäytymiseen (Becker & Murphy 2001). Myös tästä syystä feissaamisen tutkiminen sitä kohtaavien näkökulmasta on merkityksellistä.

Feissarin työnkuvaan sisältyy usein ihmisten kohtaamista julkisilla paikoilla, säännöllisten kuukausilahjoitusten keräämistä ja palveluiden myyntiä, asiakastarpeiden kartoitusta, sekä tietoisuuden levittämistä (Suomen Punainen Risti 2026; WWF 2026; Duunitori 2025). Palkkaukseen sisältyy usein kiinteä tuntipalkka (Lääkärit ilman rajoja 2026), mutta työsuhteen säilyminen saattaa edellyttää tulostavoitteisiin pääsyä (Yle 2010). Palkkauksiin voi sisältyä myös provisiota (Duunitori 2025), joka tarkoittaa työntekijän palkan vaihtelevan tämän tuloksellisuuden perusteella. Tulospaineiden voidaan nähdä vaikuttavan feissareiden käytökseen kuluttajia lähestyttäessä (Yle 2010) ja näin ollen muovaavan ilmiöstä kehittyviä mielipiteitä.

Feissaamiseen liittyvää tutkimusmateriaalia on niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin verrattain hyvin vähän. Tämä vähäinen tutkimus mitä löytyy, painottuu enimmäkseen varainhankintaan, eikä niinkään katumarkkinointiin ja katumarkkinoinnin osalta tutkimusta on lähinnä vain talousvaikutuksiin nähden. Näin ollen feissaamista kohtaavien tai havaitsevien näkyminen tutkimuksen saralla on jäänyt vähäiseksi. Ilmiön laajemman ymmärtämisen kannalta on tärkeää huomioida myös feissaamisen vastaanottavan osapuolen näkemykset ja kokemukset. Näiden syiden saralla tässä tutkimuksessa tulee hyödyntää löytyvää tutkimusta niiltä osin, kuin se on yleistettävissä feissaamiseen laajemmin, eli sekä varainhankintaan, että katumarkkinointiin.

Humalisto ja Moilanen (2019) nostavat esiin kasvokkain tehtävän varainhankinnan eräänä ongelmakohtana kadulla tapahtuvan kohtaamisen nopeatempoisuuden, minkä vuoksi tiedon vastaanottaja ei kerkeä sisäistämään moninaista informaatiota. Tämä soveltuu myös markkinapainotteiseen feissaamiseen, jolloin kuluttajalla ei mahdollisesti ole aikaa perehtyä tilaus- ja sopimusehtoihin. Lyhytkestoisen kohtaamisen aikana feissari ei kerkeä antamaan kokonaisvaltaista kuvaa edustamastaan yrityksestä tai järjestöstä, vaan painotus on kiinnostuksen herättämisessä.

Feissaamista tapahtuu monenlaisissa tiloissa, kuten toreilla, kauppakeskuksissa ja kaduilla. Katu nähdään usein hyvin julkisena tilana, jota käytetään monenlaiseen sosiaaliseen toimintaan. Kadun kulttuuriset ja poliittiset toiminnan luonteet tarjoavat kadun käyttöön suurelle määrälle toimijoita hyvin erilaisiin tarkoituksiin. (Mehta 2013a) Feissaamista voidaan pitää yhtenä sosiaalisen toiminnan muotona katujen moninaisessa käytössä. Loflandin (1973) mukaan yhteiskunnassa olevia

ihmisten välisiä suhteita voidaan jakaa ensisijaisiin ja toissijaisiin suhteisiin sen mukaan, kuinka läheinen tai tuntematon toinen ihminen on (Mehta 2013a). Tuntemattomien ihmisten kanssa yksilöllä on mitä todennäköisimmin toissijaisia suhteita tuntemattomuuden perusteella ja näin ollen kanssakäyminen feissareiden kanssa luokittuisi tähän kategoriaan. Toissijaisia suhteita arvotetaan vähemmän, mikä voi osaltaan vaikuttaa suhtautumiseen feissaamista kohtaan.

Varainhankintaan perehtyvässä tutkimuksessa (Waldner, Willems, Ehmann & Gies 2020) huomattiin, että kadulla tehtävä varainhankinta ja jäsenien tavoittelu luo huomattavasti huonomman kuvan järjestöstä, verrattuna järjestöihin, jotka keräävät jäseniä kirjeitse. Kaduilla tehtävä varainhankinta aiheuttaa emotionaalista ja ajallista painetta, häiriötä, sekä kyseenalaistusta varainhankkijan tavoitteita kohtaan (Waldner ym. 2020). Varainhankinnassa käytetään kadulla monia diskursseja mahdollisten lahjoittajien saamiseksi, mutta käytäntönä usein on esittää materiaalit ongelmakohtia korostaen ja tunteita herättäen. Varainhankkijoiden tulee esittää edustamansa humanitaariset ongelmat ohikulkijoille sen mukaan, kuin he arvoivat kyseisen yksilön intressien kohdistuvan aiheeseen. (Humalisto & Moilanen 2019)

Markkinointi ylipäänsä ei ole vain taloudellinen ilmiö, vaan siihen sisältyy kulttuurisia ja sosiaalisia elementtejä (Saren 2007). Kuluttajat luovat omia päätelmiään markkinoinnin sisällöistä ja omasta kuluttajaidentiteetistään (Elliot & Wattanasuwan 1998), ja tätä kautta omalla näkemyksellään luovat merkityksen brändille. Näin ollen myöskään feissaaminen ei itsessään luo merkitystä sitä kohtaaville kuluttajille, vaan kuluttajat antavat, tai ovat antamatta, merkityksen niille itse. Katumarkkinointi on siis mahdollisuus antaa näkyvyyttä yrityksille, mutta sen luoma kuva muodostuu kuluttajan käsityksistä.

2.2. Tila vai paikka

Tilan käsittämiseen on olemassa monenlaisia määritelmiä, jotka eroavat käyttötarkoituksiltaan tai lähtökohdiltaan. Tila käsitteenä on vaikea rajata, sillä sitä voidaan käyttää monella eri tavalla ja eri yhteyksissä (Elden 2009), minkä lisäksi tilan käsitteen arkikäyttö poikkeaa akateemisesta kirjallisuudesta. Yksinkertaistettuna tila on sijainti asioiden olemassaololle ja tapahtumiselle (Elden 2009), mutta laajemmin käsitettynä tämä määritelmä on liian suppea tilallisuuden ymmärtämiselle.

Massey (2005) määrittää tilaa teoksessaan *For Space* kolmella tekijällä, joiden mukaan tila muotoutuu vuorovaikutuksissa, samanaikaisesta olemassaolosta ja on jatkuvasti muuttuva. Sosio-tilallista teoriaa mukaillen sosiaaliset ja tilalliset ilmiöt ovat keskinäisessä yhteydessä toisiinsa ja

niiden tarkastelu erillään toisistaan kaventaisi kokonaiskuvaa (Elden 2009; Massey 2005). Tila toimii siis sosiaalisten kohtaamisten näyttämönä ja samalla muotoutuu sosiaalisista kohtaamisista. Lisäksi on huomioitava, että tila ei ole koskaan valmis, vaan ajassa jatkuvasti muotoutuva relationaalisuuden vuoksi (Massey 2005).

Yhtenä tilan käsitteeseen liittyvänä kysymyksenä on pohdittu, koetaanko tilassa vai koetaanko tilaa (Elden 2009). Tässä tutkielmassa tämä kysymys on edelleen oleellinen, sillä pääpaino on tilan kokemisessa ja kokemuksen muutoksissa. Siitä huolimatta myös kokemukset tilassa ovat keskeinen osa sitä, miten tilan kokemus muotoutuu. Näin ollen edellä mainittu kysymys käsitteen ympärillä on tässäkin tutkielmassa edelleen olennainen. Hankalasta käsitteellistämisestä huolimatta tilan kokemuksellisuus voi olla hyvin vahvasti ruumiillista ja konkreettista (Rinne & Olsson 2020).

Tila käsitteenä voi olla helpompi ymmärtää verrattuna paikan käsitteeseen. Paikkaa määrittää enemmän fyysiset ominaisuudet, kun taas tila muotoutuu suhteessa yksittäisiin paikkoihin (Riggsby 2009). Paikka voidaan käsittää rajattuna ja paikallisena sijaintina, kun taas tila voidaan käsittää laajemmassa mittakaavassa (Elden 2009). Tilan ja paikan tuottaminen ja rakentuminen voidaan jaotella toisistaan erillisiksi, limittäisiksi, yhtä aikaa toisissaan esiintyviksi tai samanaikaisiksi (Low 2017). Molempien käsitteiden hyödyntäminen on usein sidoksissa aikaan ja sen aiheuttamaan jatkuvan muuttumisen luonteeseen, mikä toimii yhtenä haasteena määrittelylle.

Tilan ja paikan käsitteet eivät ole yksiselitteisiä tai helposti rajautuvia kuten arkikielessä, vaan niiden sisällöt voivat vaihdella tilanteen ja aihealueen mukaan. Yksi tapa määritellä paikkaa on tilana, johon ihmiset ovat kiintyneet ja tehneet sen merkitykselliseksi. Lisäksi hyvin oleellisena tekijänä on sijainnin välttämättömyys paikalle. (Cresswell 2016) Paikan tulee siis sijaita jossakin ja sillä tulee olla jokin merkitys olemassaololleen. Paikkaa voidaan määrittää myös kokemusten kautta (Cresswell 2016). Tämä siten tarkoittaa, että arkikielen paikka voi merkitä eri ihmisille eri asioita heidän yksilöllisten kokemustensa muovaamana. Cresswell (2016) kuvaa paikan tarvetta myös olemassaolon mahdollistajana. Asioiden ja esineiden olemassaoloa on mahdotonta todistaa, ilman, että niillä on sijainti jossakin paikassa.

Paikan määrittelyyn voidaan hyödyntää kolmea tekijää. Sijaintia (location), materiaalista ulottuvuutta (locale) ja paikan tuntua (sense of place). Sijainti kuvaa fyysistä pistettä, jossa paikka absoluuttisesti on. Paikka materiaalisena ulottuvuutena sisältää rakennukset, puistot ynnä muut rakennetun ympäristön osaset, jotka tekevät paikasta tietyn näköisen ja tunnistettavan. Paikan tuntu kuvaa paikalle annettuja merkityksiä ja sen herättämiä tunteita, jotka voivat olla yksilöllisiä tai

jaettuja. (Cresswell 2009) Paikka käsitteenä on näin ollen hyvin moniulotteinen ja -tulkintainen, minkä lisäksi niiden limittäisyys tilan käsitteen kanssa lisää tulkinnanvaraisuutta.

Tässä tutkielmassa hyödynnetään tilan käsitettä sen sosiaalisen rakentumisen ja jatkuvan muotoutumisen vuoksi. Feissaamisen vaikutus tilan sosiaaliseen rakentumiseen on ydinajatuksena kaupunkitilan kokemiseen vaikuttavana tekijänä. Tilan käsitteen hyödyntäminen auttaa jäsentämään tutkielman teoreettisia lähtökohtia, sekä aineiston tarjoamaa tietoa. Tilan käsitteen moninaisuus on ilmeistä ja tässä kontekstissa tilan julkisuuden käsittely on oleellista. Näin ollen seuraavassa alaluvussa perehdytään tilan julkisuuden tason ominaisuuksiin.

2.3. Julkinen ja puolijulkinen tila

Julkisen tilan käsittäminen on oleellinen osa feissaamista kaupungissa. Julkista tilaa voidaan käsittää monin eri tavoin, mutta yhtenä kriteerinä sille voidaan pitää kaikille avointa pääsyä. Avoimesta pääsystä huolimatta, tiloilla voidaan nähdä olevan sen käyttötarkoitusta säätelevää normistoa. Näitä normeja pidetään helposti itsestäänselvyytenä ja toimimme niiden mukaisesti sen enempää sitä pohtimatta, mutta havahdumme niiden rikkoutumiseen. (Ridell, Kymäläinen & Nyyssönen 2009) Lisäksi julkista tilaa voidaan määrittää sillä, että julkiset viranomaiset tai auktoriteetit ovat tilan tuottajia ja sen ylläpitäjiä (Madanipour 2003). Vaikka satunnaisen kohtaamisen mahdollisuutta ei julkisessa tilassa voi sivuuttaa (Massey 2008), suomalaisessa kulttuurissa on silti hyvin ominaista, että tuntemattomille ei juurikaan jutella, eikä henkilökohtaista tilaa rikota. Tällaiseen suomalaiseen julkisen tilan normistoon tulee särö, kun feissari avaa keskustelua, ja se miten tähän reagoidaan, on yksilöllistä.

Julkista tilaa voidaan määrittää institutionaalisena ja materiaalisena yhteisenä maailmana, joka mahdollistaa yhtäaikaista läsnäoloa ja jaettuja kokemuksia (Madanipour 2003). On kuitenkin tärkeää ottaa huomioon myös tilan julkisuuden eroavaisuudet. Monia tiloja pidetään yksityisinä, kuten koti ja yksityisen tilan korkeimpana muotona keho (Madanipour 2003). Julkisen tilan ylätason määritteenä voidaan pitää kaikille avointa pääsyä (Madanipour 2003; Ridell, Kymäläinen & Nyyssönen 2009), mutta tämän toteutuminen voi olla nimellistä. Sen sijaan tilojen julkisuutta voidaan pitää jatkumona, jossa tilojen julkisuus, puolijulkisuus ja yksityisyys vaihtelevat julkisuuden asteen toteutumisen mukaan (Madanipour 2003). On myös huomioitava, että ehdoton yleinen pääsy julkiseen kaupunkitilaan on lähestulkoon mahdotonta saavuttaa (Mehta 2013b).

Puolijulkisten tilojen käyttöä voidaan joissain määrin rajoittaa ja merkittävä osa puolijulkisista tiloista toimii julkisen hallinnon ja kaupan toimintojen tarpeissa (Neuvonen 2017). Esimerkiksi kauppakeskuksia pidetään usein julkisina tiloina, mutta niissä muun muassa järjestyksenvalvonta voi rajoittaa vapaata oleskelua, joka täten ohjaa kyseisen tilan julkisuutta jatkumolla (Madanipour 2003) kohti puolijulkisuutta. Kaupunkitilojen osien siirtyminen erinäisten toimijoiden omistukseen on yleistynyt, ja tämän myötä julkiset tilat ovat vähentyneet kaupunkiympäristöistä. Tästä syystä puolijulkisuuden aste on kasvanut kaupungeissa, mikä lisää kontrollin määrää. (Kuusisto-Arponen & Tani 2009) Puolijulkisten tilojen lisääntynyt määrä suhteessa julkisiin tiloihin määrittää, miten tiloissa voi käyttäytyä ja oleskella.

Tilojen vaihtelevasta julkisuuden asteesta huolimatta, tilat vaativat aina jonkinasteista hallintaa, jotta niiden tavoitteet voidaan saavuttaa. Julkisilla tiloilla on monia eri rooleja ja monia eri toimijoita, jotka odottavat tilojen toimivan niiden omien tarpeiden täyttymiseksi. Julkisten tilojen hallinnalla pyritään siihen, että tilat voisivat toimia mahdollisimman monille käyttäjille vaivattomasti. (de Magalhães & Carmona 2009) Julkisten tilojen hallinta tapahtuu usein kaupunkitason auktoriteetilla, mutta vaihtelevasti myös yksityisellä sektorilla, yhteisötasolla tai erinäisillä työryhmillä. Vaihtelua julkisen tilan hallinnan tavoissa aiheuttaa usein roolien epäselvyys siitä, kenelle vastuu julkisen tilan hallinnasta kuuluu. (de Magalhães & Carmona 2006) Yksilön oikeus käyttää julkista tilaa, ei sen ajallisesta ja tilallisesta epäjatkuvuudesta huolimatta anna oikeutta väärinkäytöksille (Lefebvre 1996). Näin ollen tilan käyttö vaatii hallintaa jonkin tasoisen johdonmukaisuuden saavuttamiseksi, jotta tilojen hyödyntäminen olisi tasapuolista eri toimijoiden välillä.

Yritysten ja järjestöjen intressien näkökulmasta tilan julkisuus tai puolijulkisuus mahdollistavat kohtaamisen kuluttajien kanssa ja näin ollen feissaamisen. Yksityiset tilat ovat saavutettavissa hyvin rajatuille ryhmille ja toiminnoille, jonka vuoksi feissaaminen ei näin ollen niiden alueella ole mahdollista. Julkisen ja puolijulkisen tilan hyödyntäminen on näin ollen feissaamiselle välttämätöntä ihmisten kohtaamiseksi.

2.4. Relationaalinen kaupunkitila tutkimuskohteena

Relationaalinen tilakäsitys soveltuu hyvin tilan tutkimiseen, kun sen ajatellaan muotoutuvan kulttuurisesti ja yhteiskunnallisesti. Relationaalisesti ymmärrettynä tilan nähdään muotoutuvan sosiaalisissa suhteissa ja näin ollen tulkinnat, tekemiset ja käytännöt vaikuttavat sen jäsentymiseen.

(Ridell, Kymäläinen & Nyyssönen 2009) Tämä kuvastaa myös sitä, kuinka tilan tulkinnallisuus mahdollistaa sen kokemisen erilaisena yksilökohtaisesti. Tilat ovat yhteiskunnallisesti tarkasteltuna kokemuksellisia (Pyy 2006, 134), mikä kuvastaa niiden relationaalisuutta.

Relationaalinen tilakäsitys pohjautuu ajatukselle, että objektit ovat olemassa suhteessa toisiinsa, jonka mukaan tila muotoutuu keskinäisten suhteiden tuotteena (Elden 2009). Tilallisuuden suhteellisuus perustuu tilan epävakauteen ja ehdollisuuteen, sekä aluepolitiikan pyrkimykseen hillitä ja säännellä tätä epämääräisyyttä ja jatkuvaa muutostilaa (Massey 2008). Tilan olemuksessa oleellista on siis se, että se rakentuu tilannekohtaisesti ja suhteessa muihin nähden.

Yhtenä kaupunkitilaan kohtaamisia ja suhteita luova ilmiö on feissaaminen. Relationaalisesti ajateltuna feissaaminen muovaa kaupunkitilaa ja vaikuttaa sen tilannekohtaiseen muotoutumiseen. Kaupunkitilan käyttäjien ja feissareiden väliset kohtaamiset näin ollen luovat ja muovaavat kaupunkitilaa ja ylläpitävät kaupunkitilan jatkuvaa muutostilaa (Massey 2008). Feissaamisen ympärille rakentuvat kohtaamiset luovat muutosta ja mahdollistavat ristiriitojen syntymisen tilan olemukseen.

Kaupunkien moninaisuus tekee kaupunkitilan tutkimisesta hyvin mielenkiintoista, mutta se tuo mukanaan myös haasteita, sillä kaupunkitilat ovat jatkuvassa muutostilassa. Julkista kaupunkitilaa voidaan määrittää sen saatavuuden ja käytön perusteella ja arvioida turvallisuuden, viihtyvyyden, merkittävyyden, osallistavuuden ja nautinnollisuuden kriteereillä (Mehta 2013b). Kaupunkitilaa muovaavat instituutiot, rakenteet ja toiminta, jotka ovat yhteen kietoutuneita ja yhteisvaikutuksellisia, minkä lisäksi tilallisuus määrittää kaupunkia tutkimuskohteena (Dear & Häkli 1998). Kaupunkitilaa voidaan hyödyntää osallistumisen ja sosiaalisten kohtaamisten näyttämönä, mutta se toimii myös erinäisten ryhmien esiintymisen alueena (Mehta 2013b).

Kaupunkitila on näin ollen tutkimuskohteena haastava, jonka takia sen määritteleminen tutkimuksen tavoitteisiin nähden on tärkeää. Kohtaamisten ja jatkuvan muovautumisen vuoksi relationaalisuus toimii tilaa määrittävänä käsitteenä tutkittaessa feissaamista kaupunkitilaan vaikuttavana ilmiönä.

2.5. Kokemus ja kokemuksellisuus määrittämässä kaupunkitilaa

Kokemuksen määritellyn haasteellisuus voi juontua sen moninaisuudesta. Käsitteen epämääräisyydestä huolimatta sitä käytetään arkikielessä vaivattomasti (Kukkola 2018). Ihmiset

antavat kokemuksille erilaisia merkityksiä. Nämä voivat olla faktatiedosta erillisinä pidettyjä subjektiivisia näkemyksiä, joihin ennakkokäsitykset vaikuttavat. Toisaalta merkitykset voivat muodostua jaetun todellisuuden ja omien käsitysten suhteutumisesta toisiinsa. Näitä ei kuitenkaan voi käsittää toisistaan erillisinä selityksinä, vaan ne kietoutuvat toisiinsa. Kokemuksen syntyyn vaikuttaa myös ihmisen valmius ottaa vastaan kohdattuja ilmiöitä ja tilanteita ja niiden tarjoamia oppeja, jotka muovaavat käsitystämme. Tämä valmius kokea edellyttää oppimisen, uudistumisen ja mielipiteiden mukautumisen hyväksymistä. (Backman 2018)

Kokemuksen tutkimus sisältää monia tulkintoja, näkökulmia ja kysymyksiä. Kokemusta voidaan terminä käyttää kuvaamaan monia eri asioita, kuten tapahtumia, tunteita, elämyksiä, sekä myös kykyjä tietyltä toiminnan alalta. (Kukkola 2018) Tämän tutkimuksen yhteydessä huomio kokemusten osalta on tapahtumien, tunteiden, ajatusten, sekä muodostettujen mielipiteiden tutkimuksessa. Painopiste kokemusten tutkimuksessa on siten niiden jäsennyksessä, sisällöissä, sekä aihepiirin luokittelussa. Kokemuksia tarkasteltaessa tulee pohtia, mitä täytyy olla, jotta kokemus ylipäätään on mahdollinen ja siitä voidaan löytää sisältöjä. (Kukkola 2018) Kokemuksen ja kokemuksellisuuden eroa Kukkola (2018) rajaa kuvaamalla kokemusta sisällöllisenä ja kokemuksellisuutta kykynä kokea. Tutkittaessa feissaamisen vaikutusta kaupunkitilan kokemiseen perehdytään erityisesti kokemusten sisältöihin ja sisältöjen luomiin mielleyhtymiin. Tästä huolimatta kokemuksellisuus on välttämättömyys näiden sisältöjen syntymiselle. Tässä yhteydessä ei kuitenkaan ole mielekästä pyrkiä määrittämään kokemuksen olemusta, kuten yksilökokemuksen kuvailussa ei yleensä olekaan (Kukkola 2018), vaan painotus on kokemusten kuvailussa.

Kaupunkikokemus koostuu siihen vaikuttavien osien summasta, sisältäen tekijöitä kaupunkiympäristössä esiintyvästä vuorovaikutuksellisuudesta, sekä julkisen ja yksityisen tilan käytännöistä (Ainiala ym. 2021). Tavoitteena on kuvata kaupunkikokemuksen keskeiset tekijät ja niiden merkitykset (Kukkola 2018) suhteessa feissaamiseen. Kokemusten tutkimuksessa tietoa ei voida yleistää, mutta yhteen vetäviä johtopäätöksiä voidaan tehdä, esimerkiksi kokemuksen kohteen yhteneväisyyden perusteella (Tökkäri 2018), joka tässä tutkimuksessa on feissaaminen. Kokemuksen kohteen samankaltaisuudesta huolimatta täysin yleistettävää tietoa ei voida saada yksilöllisten kokemusten toisiaan vastaamattomuuden vuoksi (Tökkäri 2018).

Kokemusten jäsennys vaatii sen vähintään jonkinasteista pukemista kielelliseen muotoon sen tarkastelun mahdollistamiseksi (Kukkola 2018). Kirjoitettu kokemuksen muistelu tapahtuu tilallisesti ja ajallisesti erillisenä kaupungin kokemuksen tilanteeseen nähden, mutta mahdollistaa kaupunkikokemuksen tutkimuksen (Rinne & Olsson 2020). Kokemus voidaan tässä suhteessa jakaa

kahteen osaan. Elävä kokemus on tilanteeseen kiinnittynyt ja usein sanoittamaton elämys, jonka jälkeen käsitteellistetyssä ja jaettavassa muodossa kokemus on kuvattu kokemus. (Tökkäri 2018; Perttula 2005) Näin ollen tässä yhteydessä tutkimuksen kohteena on kuvatut kokemukset feissaamisen vaikutuksesta kaupunkitilaan.

2.6. Tilan käyttö ja kohtaamiset kaupungissa

Tuntemattomien välillä tapahtuvasta kanssakäymisestä julkisessa tilassa on verrattain vähän tutkimuskirjallisuutta (Horgan 2020), mikä kertoo aiheen olevan tutkimuksellisesti nykyiseltään hyvinkin kartoittamaton alue. Onkin mielekästä tarkastella etäisyyden tiedostettua käyttöä julkisessa tilassa erityisesti tuntemattomien ihmisten välillä. Etäisyyden tiedostettua käyttöä esiintyy pitkälti kaikissa kontakteissa ja erityisesti molemminpuolisen kiinnostuksen esiintyessä fyysistä etäisyyttä pienennetään (Gehl 2011). Tämä havainnollistaa, miten tilallinen etäisyys toimii sosiaalisen vuorovaikutuksen välineenä kaupunkitilassa.

Tiloihin tapahtuvat muutokset niin fyysisesti kuin julkisuuden asteen osalta vaikuttavat siihen, miten ihmiset käyttävät tilaa tai millä tavoin tilan käyttö on sallittua. Nämä rakenteelliset ja sosiaaliset puitteet määrittävät millaisia toimintoja ja kohtaamisia tilassa on mahdollista tai hyväksyttävää tapahtua. Kaupunkitilassa liikkumiseen ja toimimiseen voidaan hyödyntää erilaisia toimintatapoja tai taktiikoita, joita voidaan käyttää kohdatessa tai havaitessa feissaamista. Yksilöt muodostavat välttämisstrategioita suojatakseen itseään feissaamisen sisältävien ehdotusten aiheuttamalta ärsytykseltä (Sakakibara, Kyriazis & Algie 2019). Välttämisstrategioiden voidaan päätellä toimivan myös muiden negatiivisten kokemusten, kuin ärsytyksen, osalta.

Kohtaaminen voidaan määrittää kasvokkain tapahtuvana tapaamisena, joka vaatii vähintään kahden yksilön lähestyvän toisiaan (Ahmed 2000). Tällaiset kohtaamiset sisältävät aina tilallisia ja ajallisia ulottuvuuksia (Ahmed 2000), jotka muovaavat kokemusta ja sen merkitystä. Kohtaamiset (eng. encounters) kehystävät urbaaneja kokemuksia (Darling & Wilson 2016) ja kaupungissa asumisen oleellinen osa on hyväksyä se tosiasia, että elää tuntemattomien ihmisten keskuudessa (Koch & Miles 2021). Kaupungissa eläminen vaatii jatkuvaa neuvottelua tuntemattomien kanssa läheisyydestä ja rajoista, sekä luottamuksen tasosta heitä kohtaan (Koch & Miles 2021). Feissari on useimmiten entuudestaan tuntematon, joten tämän kanssa täytyy asettaa rajat kohtaamiselle. Simmelin (1950) mukaan tuntemattoman lähestyminen voidaan hyväksyä tai kyseenalaistaa, mutta

joka tapauksessa kohtaamiseen liittyy inkluusion ja poissulkemisen, sekä paikkaan sitoutumisen tai sitoutumattomuuden arviointia (Koch & Miles 2021).

Julkiset ja puolijulkiset tilat tarjoavat mahdollisuuksia spontaaneille kohtaamisille. Yhtenä julkisen tilan muotona voidaan pitää katuja, jotka tarjoavat käytöksien ja toiminnan kautta mahdollisuuksia kohtaamisille (Mehta 2013a). Kadut toimivat osaltaan myös feissareiden työpaikkana ja kohtaamisten mahdollistajana. Katukulttuuri määrittää mikä on hyväksyttyä toimintaa kaduilla ja mikä ei, mutta nämä normit muuttuvat ajassa (Mehta 2013a). Se kuinka hyväksyttävänä kohtaamisen muotona feissaamista katukuvassa pidetään, voi näin ollen myös muuttua.

Horganin (2020) mukaan niin sanotusti normaalin ja suhteellisen järjestäytyneen urbaanin elämän ehtona on, että toisilleen tuntemattomat yksilöt eivät erityisesti ole vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Hän kuvaa tuntemattomien kesken tapahtuvaa kanssakäymistä, tai pikemminkin sen puutetta, siviilinä huomioimattomuutena (eng. civil inattention). Siviiliä huomioimattomuuden rituaalia rikotaan asettamalla tuntematon yksilö huomion kohteeksi. (Horgan 2020) Varsinkaan suomalaisessa kulttuurissa ei kohdisteta huomiota tuntemattomiin ihmisiin ilman jonkinlaista kannustinta. Yleisesti ottaen, siviilin huomioimattomuuden rituaalia rikotaan kohdistamalla huomiota tuntemattomaan ja näin ylitetään kulttuurisesti asetettu raja (Horgan 2020).

2.7. Tunteet ja affektit kaupunkitilassa

Kaupunkitilassa kohtaa paljon ihmisiä ja todistaa monenlaisia tilanteita, jotka herättävät ihmisissä jonkinlaisia tuntemuksia ja reaktioita. Tilanteet julkisissa tiloissa voivat olla hyvin moninaisia ja ennalta-arvaamattomia, mikä voi johtaa yllätyksiin ja näiden myötä odottamattomiin reaktioihin. Tunteiden ja affektien määritelmät vaihtelevat paljolti ja niitä on vaikeaa yksiselitteisesti avata. Tämän tutkielman sisältöön ja lähtökohtiin nähden hyödynnetään oleellista teoriaa sosiaalisten tilanteiden herättämistä reaktioista, sekä tilanteiden ja tunteiden yhteydestä.

Neurologisesta näkökulmasta affekteissa on kyse tunteen eri osa-alueiden kokonaisuudesta, johon liittyy kehollisia reaktioita, mutta toisaalta affekti voi viitata jonkin tapauksen aiheuttamaan vaikutukseen ihmisessä. Ihminen voi kokea affektisia vaikutuksia tilanteesta ilman, että edes tietoisesti tunnistaa tämän vaikutuksen olemassaoloa. (Wetherell 2012) Tunteiden on usein ajateltu toimivan esteenä rationaaliselle päättelylle, mutta samanaikaisesti ne toimivat tapana arvioida ja luoda päätöksiä (Ahmed 2005). Tunteet ja affektit ovat kulttuurisesti muodostuviin merkityksiin yhteydessä olevia kehollisia kokemuksia (Rinne & Olsson 2020). Koetut tunteet ja affektit

kohdatessa ja havaitessa feissaamista toimivat oleellisena osana mielipiteiden muodostusta kyseisestä ilmiöstä.

Tunteiden objektina on usein toinen henkilö, ryhmä tai kategoria ihmisiä ja tunteiden kokeminen juontuu näin ollen sosiaalisista suhteista (TenHouten 2006). Feissarit voidaan nähdä eräänlaisena ihmisryhmänä, joihin voi näin ollen kohdistua yleistettyjä tuntemuksia. Jos aiemmat kokemukset feissaamisesta ovat olleet yksilölle epämieluisia tai miellyttäviä, hän voi muodostaa mielipidettään feissareista ryhmänä tämän mukaisesti. Sosiaalisten normien voidaan nähdä muuttuvan ajassa affektiivisiksi (Ahmed 2005), mikä on merkittävää julkisessa tilassa hyväksyttävänä pidetyn käytöksen näkökulmasta. Feissaamiselle voi siis syntyä yleistettäviä tuntemuksia sekä ryhmänä, että kaupungissa tapahtuvana toimintana.

Affektien ja tunteiden konsepti auttaa ymmärtämään tilan ja paikan määritelmiä. Niiden avulla tilasta saadaan selvää sosiaalisesti rakentuvana ja relationaalisena. Ilman tunteiden konseptia kriittinen osa ihmiskokemusta tilassa ja paikassa jäisi käsittelemättä. (Low 2017) Tämä kuvastaa tunteiden ja affektien olevan oleellinen osa tilan tutkimusta. Näin ollen tunteet ja affektit ovat avainasemassa tilan rakentumisessa, tulkitsemisessa ja kokemisessa (Low 2017). Tiloihin liittyvät tunteet voivat muuttua ajassa, minkä lisäksi ne voivat olla valtavan eroavaisia toisistaan eri ihmisten välillä (Pernau 2014).

Tunteet määritellään usein reflektoiduiksi, sekä kulttuurisesti rakentuneiksi, nimetyiksi ja jaetuiksi. Affektit sen sijaan ovat näiden tunteita määrittävien tekijöiden ulkopuolelle jääviä tiedostamattomia ruumiillisia kokemuksia. Kokemuksen tasolla rajanveto on kuitenkin hankalaa. (Rinne, Kajander & Haanpää 2020) Tästä syystä tutkielmassa ei käytetä yksiselitteisesti joko tunteen tai affektin käsitettä, sillä kokemuksen kuvailussa niiden eroja voi olla vaikea määrittää. Määrittelyä hankaloittaa myös kokijan ajallisen ja kulttuurisen ympäristön vaikutus tapoihin reagoida asioihin. Näin ollen sosiaalinen ja ajallinen konteksti on merkittävässä osassa affektiivista kokemusta. (Rinne, Kajander & Haanpää 2020)

Affektien voidaan nähdä muodostuvan monien osatekijöiden summasta, joita ovat muun muassa kulttuurinen konteksti, henkilökohtainen ja yhteiskunnallinen historia, sekä kokijan tausta. Näin ollen affektiiviset kokemukset ovat yksilöllisiä, mutta kulttuuriseen ympäristöön sidoksissa. (Rinne & Olsson 2020) On myös hyvä ottaa huomioon affektien sidoksisuus sekä järkeen ja kognitiivisiin ilmaisuihin, että subjektiivisiin kokemuksiin ja aistimuksiin. Teemme valintoja, ajattelemme ja toimimme affektien ja tunteiden vaikutuksen alaisina. (Rinne, Kajander & Haanpää 2020)

Kaupunkiympäristössä tämä viittaa siihen, että tunteet ja affektit vaikuttavat ihmisten toimintatapoihin ja valintoihin kohdatessa muita ihmisiä. Affektien tutkimus on lisääntynyt tarpeesta ymmärtää, miten koemme eri tiloja tai miten koemme tilanteisiin sidoksissa olevia ilmapiirejä (Rinne, Kajander & Haanpää 2020). Tämä on erityisen oleellista tutkittaessa tilakokemuksia.

Feissaamisen on nähty herättävän negatiivisia tunteita kaupunkitilan käyttäjissä (Humalisto & Moilanen 2019; Sakakibara, Kyriazis & Algie 2019; Pinazo & Arahuete 2021). Ystävällisesti lähestyvän ihmisen torjuminen on tunnetasolla epämiellyttävä kokemus, erityisesti jos feissaamisen kohde kokee vetoa aiheen osalta (Pinazo & Arahuete 2021). Tämä luo haasteensa siltä osin, että ihmisellä ei aina ole mahdollisuutta osallistua, vaikka olisi kiinnostunut. Tämän voidaan olettaa aiheuttavan negatiivisia tunteita pakollisen torjumisen ja itselle tärkeän aiheen sivuuttamisen takia. Sakakibara, Kyriazis & Algie (2019) tunnistavat jatkuvan feissaamisen kohtaamisen aiheuttavan ihmisissä turtumista samoista teemoista kuulemiseen ja lahjoituspyyntöjen vastaanottamiseen. Tämä aiheuttaa ihmisissä ärtymystä ja manipulaation kokemuksia. Tämän ärtymyksen voidaan nähdä purkautuvan kuluttajissa torjuvana kognitiivisena käyttäytymisenä, passiivisina tunnereaktioina ja torjuvana epäystävällisenä käytöksenä. (Sakakibara, Kyriazis & Algie 2019)

Kaupunkitilan kokemiseen liittyy vahvasti tunteiden ja affektien vaikutus, minkä lisäksi ryhmiin liitettävien tunteiden kehittyminen voi vaikuttaa suhtautumiseen feissareita kohtaan. Yksilön kokemusmaailman lisäksi feissaaminen liittyy laajempiin sosiaalisiin normistoihin ja tilan hallinnan käytäntöihin, sekä kaupunkitilassa tapahtuvaan vuorovaikutukseen.

3. Tutkimusmenetelmät ja aineisto

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen metodologiaan ja aineistoon liittyvät seikat. Tutkimuksessa käytetään sekä kvalitatiivisen että kvantitatiivisen tutkimuksen piirteitä hyödyntämällä monimenetelmätutkimusta. Määrällisten ja laadullisten menetelmien hyödyntäminen yhdessä mahdollistaa ilmiön laajemman käsittelyn. Tutkimuksessa määrällinen tarkastelu antaa näkemystä eri tekijöiden osuudesta vaikuttajina kaupunkitilakokemukseen. Kokemuksellisuuden ymmärtäminen vaatii sen sijaan laadullista tarkastelua ja syventymistä yksilöllisiin näkemyksiin.

3.1. Tutkimusmenetelmät

Tutkimuksessa hyödynnetään monimenetelmäanalyysia kvantitatiivisten ja kvalitatiivisten piirteiden vuoksi. Analyysimenetelminä hyödynnetään deskriptiivistä analyysimenetelmää suljettujen kysymysten osalta ja avoimien kysymysten analyysiin hyödynnetään aineistolähtöistä sisällönanalyysia ja teemoittelua**.** Monimenetelmäanalyysi mahdollistaa syvemmän ja tasapainoisemman ymmärryksen saavuttamisen yksimetodiseen analyysiin verrattuna (Vilkka & Mankki 2024). Syvemmän ymmärryksen saavuttamisen hyödyn lisäksi monimenetelmäanalyysi on tämän tutkimuksen aineiston laadun vuoksi välttämättömyys. Aineisto sisältää eri luontoista tietoa, jota täytyy analysoida eri tavoin. Alaluvuissa esittelen ensin monimenetelmätutkimusta tarkemmin ja sen jälkeen käytössä olevat analyysimetodit, deskriptiivisen analyysin, aineistolähtöisen sisällönanalyysin sekä teemoittelun.

3.1.1. Monimenetelmätutkimus

Yksimetodinen tutkimus soveltuu loistavasti monien ongelmanasetteluiden tutkimiseen, mutta joissakin tilanteissa monimenetelmätutkimus antaa tutkimukselle lisäarvoa ja auttaa kokonaisvaltaisemman käsityksen saavuttamisessa. Aineiston luonteen mukaan eri metodien käyttö voi olla myös välttämätöntä. Monimenetelmätutkimukselle tai -analyysille ei ole yksiselitteistä määritelmää, mutta Johnson, Onwuegbuzie ja Turner (2007) kuvaavat sen tunnustavan perinteisten kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen merkityksen, mutta tarjoavan kolmannen vaihtoehdon, joka usein tarjoaa mahdollisimman informatiiviset, täydet, tasapainoiset ja hyödylliset tulokset. Creswell ja Plano Clark (2017) määrittävät monimenetelmätutkimusta laajemmin sisältämään laadullisen ja määrällisen aineiston keräämisen ja analysoinnin, kahdentyyppisten

aineistojen ja tulosten integroimisen, näiden organisoimisen tutkimusasetelmaan sekä teorian ja tieteenfilosofian kehyksien huomioon ottamisen. Vilkka ja Mankki (2024) korostavat monimenetelmätutkimuksella olevan monia määritelmiä sen vakiintumattomuuden vuoksi. Monimenetelmätutkimusta kuvataan useilla eri termeillä, kuten monimenetelmällinen tutkimus tai monimenetelmällisyys (Vilkka & Mankki 2024), minkä vuoksi myös yhtenäisen määritelmän luonti on ollut haastavaa.

Laadullinen syvällisempi tieto ja määrällinen yleistettävä tieto yhdessä mahdollistavat erilaisten todellisuuden näkökulmien yhdistämisen (Vilkka & Mankki 2024). Yhä monimutkaisemmat ongelmat ja ilmiöt ovat vaatineet vastauksia yli tutkimusmenetelmärajojen (Creswell & Plano Clark 2017). Monimenetelmäanalyysin vahvuutena voidaan nähdä toisen analyysimenetelmän mahdollisuus kompensoida tai jopa vähentää toisen menetelmän puutteita tai puutteiden merkitystä tutkimukselle. Näin ollen laadullisen analyysin mahdollistama sisällöllinen ymmärrys ja määrällisen analyysin tiedon laajuus vahvistavat toinen toisiaan ja vähentävät tulkinnallisuuden ja vinoumien ongelmia. (Vilkka & Mankki 2024) Kyselyaineiston analysoinnissa, jossa on sekä suljettuja, että avoimia kysymyksiä, on perusteltua hyödyntää monimenetelmäanalyysin tarjoamia mahdollisuuksia yhdistää erityyppistä tietoa.

On kuitenkin huomioitavaa, että kuten kaikkien analyysimetodien kohdalla, myös monimenetelmäanalyysi omaa ongelmallisuuksia ja haasteenpaikkoja. Useamman analyysimenetelmän hyödyntäminen samassa tutkimuksessa tuo mukanaan sekä kvalitatiivisen että kvantitatiivisen tutkimusotteen ongelmakohdat ja samalla näiden yhteensovittamisen aiheuttamat haasteet (Vilkka & Mankki 2024). Yhteensovittamisessa täytyy tehdä valintoja painotuksissa ja sidostamisessa, jotta tutkimus olisi johdonmukainen ja menetelmiä hyödynnettäisiin tarkoituksenmukaisesti. Bryman (2007) tuo esiin haasteen kvantitatiivisella ja kvalitatiivisella tutkimusotteella tehtyjen löydösten integroimisesta toisiaan ammentaen tasavertaisesti. Toisaalta monimenetelmätutkimus voidaan nähdä laajempana skaalana, jossa eri tutkimusmenetelmillä on joko tasavertaiset roolit, tai ne painottuvat enemmän laadulliseen tai määrälliseen suuntaan (Johnson, Onwuegbuzie & Turner 2007). Tässä tutkimuksessa monimenetelmätutkimuksen soveltaminen perustuu aineiston tuomiin vaatimuksiin ja määrällisen analyysin hyödyntämiseen erityisesti laadullisen analyysin tukena. Näin ollen monimenetelmällisyys tämän tutkimuksen yhteydessä on enemmän laadulliseen nojaava.

Monimenetelmätutkimuksen vahvuudet ja heikkoudet huomioon ottaen tässä tutkimuksessa on perusteltua hyödyntää useita menetelmiä aineiston laatu ja analyysin sujuvuus huomioon ottaen.

Jotta aineiston sisältämä laadullinen ja määrällinen tieto voidaan analysoida, tulee niille hyödyntää soveltuvia analyysitapoja. Laadullisen aineiston osalta aineistolähtöisen sisällönanalyysin ja teemoittelun hyödyntäminen perustuu analyysin sujuvuuteen. Moninainen laadullinen aineisto täytyy jäsentää luettavaan muotoon, joka onnistuu jakamalla jotkin analyysin osat teemoihin. Tutkimalla feissaamisen vaikutusta kaupunkitilan kokemiseen ja kohtaamisen taktiikoihin monimenetelmämetodilla on mahdollista käsitellä eri tekijöiden vaikutuksen osuuksia, mutta myös syitä näille. Pelkkä numeerinen tieto siitä, vaikuttaako feissaaminen kokemuksiin ja taktiikoiden valintaan, jättäisi arvailujen varaan miksi näin on. Tutkimuskysymyksiin vastausten saaminen onnistuu täten hyödyntämällä monimenetelmäanalyysia.

3.1.2. Deskriptiivinen analyysi

Deskriptiivinen analyysi soveltuu nimensä mukaisesti aineiston kuvailuun sekä tässä tutkimuksessa laadullisen analyysin pohjustamisen työkaluksi. Deskriptiivisellä analyysimenetelmällä laskelmoidaan, kuvaillaan ja tiivistetään aineiston tarjoamaa kvantitatiivista tietoa (Vetter 2017). Aineistossa ilmenevä data ei itsessään tarjoa paljoa tietoa ilman, että se työstetään ymmärrettävää muotoon. Tämä datan kuvaileva tilastollinen käsittely mahdollistaa yleisen tiedon saamisen tutkittavasta ryhmästä, jota voidaan tarkastella taulukoiden, kuvaajien ja laskennallisten indikaattoreiden avulla. (Black 2002) Vaikka datasta saatavaa tietoa ei voisi yleistää laajemmin, se auttaa ymmärtämään tutkittavan ryhmän ominaispiirteitä, jotka vaikuttavat saavutettavaan ymmärrykseen ilmiöstä.

Deskriptiiviset, tai kuvailevat, tilastot mahdollistavat datan ja siinä esiintyvien vaihteluiden ymmärtämisen (Harbison & Simmons 2024). Datan kuvailemiseksi voidaan hyödyntää muun muassa keskiarvoja, mediaaneja, esiintymistiheyksiä ja variansseja (Goos & Meintrup 2015). Deskriptiivistä analyysia hyödynnetään tässä tutkimuksessa erityisesti otoksen, kaupunkitilakokemuksen muutosten yleisyyden ja kohtaamisen taktiikoiden suosion kuvailuun. Datan esittämiseksi ymmärrettävässä muodossa hyödynnetään erilaisia taulukoita ja kaavioita (Croucher 2024), sekä tekstimuotoista kuvailua.

3.1.3. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi

Sisällönanalyysi on laadullinen analyysimetodi, jolla systeemisesti ja kontrolloidusti analysoidaan viestinnän, kuten tekstin tai kuvan, sisältöjä kategorisoidusti (Kuckartz & Radiker 2023).

Sisällönanalyysin tarkoitus on järjestää aineiston tarjoama tieto tutkittavasta ilmiöstä selkeään ja tiiviimpään muotoon, kadottamatta sen sisältämää oleellista tietoa. Sisällönanalyysi perustuu loogiseen päättelyyn ja tulkintaan jakamalla aineisto käsitteellisesti osiin ja luomalla niistä johdonmukainen kokonaisuus. Aineiston sisältämät alkuperäisilmaukset käsitellään huolellisesti ja ryhmitellään järjestelmällisesti ilmenevien samankaltaisuuksien perusteella, tehden yleisempiä käsitteitä. Näin erotetaan tutkimukselle oleellinen tieto ja mahdollistetaan sen esittäminen ymmärrettävässä muodossa. (Tuomi & Sarajärvi 2018)

Sisällönanalyysin aineistolähtöisyys tarkoittaa tutkijan hyödyntävän itse rakentamaansa teoriaa tekemiensä havaintojen ja luokitteluiden pohjalta, itse keräämänsä ja rajaamansa aineiston pohjalta (Hakala 2024). Aineistolähtöinen sisällönanalyysi soveltuu avointen kysymysten analysointiin, sillä se perustuu tulkintaan ja päättelyyn, jonka tavoitteena on luoda käsitteellinen näkemys tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi 2018). Tulkinta perustuu sen tekijään, kriteereihin ja tavoitteisiin (Patton 2023). Kyseisellä metodilla tutkimuksen keskiössä pysyy aineistosta kuuluva vastaajien ääni. Sisällönanalyysissa tulee määrittää analyysiyksikkö (Tuomi & Sarajärvi 2018), joka tässä tutkimuksessa on ajatuskokonaisuus. Tarkoitus ei siis ole tarkastella yksittäisiä sanoja tai muutakaan diskurssia, vaan tutkimuksen tavoitteena on luoda ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä, eli feissaamisen vaikutuksesta kaupunkitilan kokemiseen ja kohtaamisen taktiikoihin.

Aineistolähtöinen tutkimus on erityisesti tarpeen silloin, kun aiemmasta tutkimuksesta ei löydy tutkimuskohteeseen soveltuvaa olemassa olevaa teoriaa. Analyysivaiheessa tulee pysyä rehellisenä aineistolle ja esittää siitä nousevat löydökset ilman, että teoriatieto mukauttaa kyseisen ainutkertaisen aineiston sisältöjä. (Hakala 2024) Onkin hyvin tärkeää käsitellä aineisto johdonmukaisesti ja läpinäkyvästi, jotta voidaan rajoittaa mahdollisia epäilyksiä tutkijan ennakkoluulojen ja asenteiden vaikutuksista lopputuloksiin (Tuomi & Sarajärvi 2018; Patton 2023).

3.1.4. Teemoittelu

Laadullisen aineiston laajuus vaatii sen jakamista ymmärrettäviin osiin. Teemoittelu mahdollistaa suuren tekstiaineiston jaottelun aihealueisiin, jotta niitä voidaan käsitellä selkeällä ja johdonmukaisella tavalla. Teemoittelulla luodaan, analysoidaan ja tulkitaan laadullisesta tietojoukosta esiin nousevia samankaltaisuuksia, jotka jaotellaan teemoiksi (Braun & Clarke 2021). Aineiston lukeminen useita kertoja auttaa hahmottamaan sieltä esiin nousevia aihepiirejä ja löytämään toistuvat teemat (Hakala 2024). Teeman tulee sisällyttää laajahko valikoima aineiston tarjoamaa dataa yhdistämällä ne jaettujen merkityksien perusteella (Braun & Clarke 2021). Aineisto

analysoidaan raakatekstistä kategorioiksi ja jalostetaan teoreettisesti perustelluiksi teemoiksi (Koski 2020). Teemojen muodostamisen jälkeen on myös helpompi käsittää, mitkä teemat nousevat laajemmassa kokonaisuudessa eniten esille.

Teemoittelun hyötynä on sen joustavuus teoreettisesti, sekä tutkimuskysymyksiin että aineistonkeruuseen nähden. Teemoittelua voidaan hyödyntää samankaltaisuuksien tunnistamiseen aineistosta, tarkastelemalla tutkimukseen osallistuvien kokemuksia, mutta myös kyseenalaistamaan aiheeseen liittyviä henkilökohtaisia ja sosiaalisia merkityksiä. (Given 2008; Clarke & Braun 2017) Aineiston käsittely teemoittelulla on joustavaa, mutta otteen teemojen jaotteluun tulee olla vankka (Given 2008), jotta tulokset ovat perusteltuja. Kun teemat on muodostettu, ne toimivat tutkimuksen analyysin ja tulkinnan välineinä jäsentyneinä ja tarkasteltavina osina. Näin ollen teemat eivät toimi pelkkinä käsitteellisinä aihepiireinä, vaan ne paljastavat aineistosta esiin nousevia merkitysrakenteita ja ristiriitoja.

3.2. Aineisto

Aineistona tutkimuksessa hyödynnetään kyselyaineistoa (Liite 1). Kyselyn hyödyntäminen aineistonkeruun muotona soveltuu erityisesti silloin, kun uutta tietoa halutaan esimerkiksi yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisten toiminnasta tai mielipiteistä (Vehkalahti 2019). Feissaamisen vaikutus kaupunkitilan kokemiseen voidaan nähdä ihmisten toimintaan ja mielipiteisiin vaikuttavana yhteiskunnan ilmiönä ja näin ollen sen tutkiminen kyselytutkimuksella on perusteltua. Kyselyaineisto mahdollistaa myös laajan otannan saavuttamisen.

Kysely luotiin M365 –palvelun Forms pohjalle, sillä palvelu on Tampereen korkeakouluyhteisön hyödynnettävissä ja helppokäyttöinen. Kyselyn tulokset ovat Formsin avulla tarkasteltavissa sekä yksittäin että yhteenvetona ja siirrettävissä tarkasteltavaksi Exceliin (Tampereen korkeakouluyhteisö, Vinkkipankki 2017). Formsissa voi hyödyntää suljettuja ja avoimia kysymyksiä, sekä antaa lisätietoja ja vastaamisohjeita. Näin ollen tutkimuksen aineistonkeruu toteutettiin verkkolomakkeella, jonka erityisinä hyötyinä voidaan nähdä vastausten automaattinen tallentuminen, helppo vastaajien tavoitettavuus ja haastattelijavaikutusten vähyys. Haasteita sen sijaan voivat olla muun muassa tavoitettavuus verkkoyhteyttä hyödyntävällä laitteella ja vastausväsymys kyselyiden kasvaneen määrän vuoksi. (Vehkalahti 2019; Williams 2022)

Perusjoukko, eli ne, joista tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita (Vehkalahti 2019) on tässä tutkimuksessa täysi-ikäiset tamperelaiset, sekä täysi-ikäiset Tampereella vierailevat

ulkopaikkakuntalaiset. Syinä näille valinnoille ovat Tampereen kaupunkitila tutkimuskohteena, sekä haasteet sisällyttää alaikäisiä tutkimukseen. Vastauksia kyselyyn haettiin sosiaalisen median välityksellä. Vastaajien tavoittamiseksi hyödynnettiin suosittua Facebook-ryhmää nimeltä "Tampere", jolla on noin 98 000 (helmikuu 2025) jäsentä. Lisäksi jaoin kyselyä omalla Facebook-seinälläni, sekä Facebookin ja Instagramin tarinaosissa, jotka näkyvät 24 tuntia. Julkaisujen julkisuuden vuoksi muilla mainittujen alustojen käyttäjillä oli mahdollisuus jakaa kyseisiä julkaisuja ja tätä esiintyi myös jonkin verran. Otos, eli tutkimukseen vastaajiksi valikoituneet (Vehkalahti 2019) määrittyi sen mukaan, kuinka vastaajia näiden alustojen kautta saavutettiin.

Julkaisut sisälsivät linkin kyselylomakkeelle, sekä alla olevan esittelevän tekstin.

> *"Onko feissaaminen tuttu näky Tampereella?*
>
> *Teen pro gradu -tutkielmaa feissaamisen vaikutuksesta kaupunkitilan kokemiseen Tampereella. Feissaaminen tarkoittaa kasvokkain tehtävää markkinointia tai varainkeruuta, jolla yritysten ja järjestöjen edustajat tavoittelevat asiakkaita tai lahjoittajia.*
>
> *Kerään tutkielmani aineiston anonyymillä kyselyllä, ja olisin erittäin kiitollinen, jos voisit käyttää hetken aikaasi vastataksesi siihen."*

Haasteita aineistonkeruussa tuli ensin vastaajakadon muodossa, minkä vuoksi jalkauduin yllä luetelluille useille julkaisualustoille saadakseni tarpeeksi aineistoa ja jaoin päivitystä samoissakin kohteissa useamman kerran. Lisäsin osaan julkaisuista osana tai kommentin muodossa, että kyselyyn osallistuminen on mahdollista, vaikka ei asuisi Tampereella, korostaakseni sitä, että asuinkunta ei toimi rajoitteena vastaamiselle.

Kyselyn luomisen yhteydessä suoritin testikierroksen pienelle ryhmälle, jotta saisin tietoa kyselyn mahdollisista ongelmakohdista ennen sen jakelua. Testikierrokselta kertyneen ymmärryksen ja palautteen perusteella oli mahdollista parannella kyselyä varsinaista aineistonkeruuta varten. Julkinen jakelu yllä mainituille sosiaalisen median alustoille alkoi 28.1.2025 ja kysely oli avoinna 17.2.2025 asti. Viimeinen vastaus tämän ajan puitteissa saatiin kuitenkin jo 12.2.2025. Vastauksia kyselyyn tuli 73 kappaletta. Kysely ei vaikuttanut enää herättävän kiinnostusta tai saavuttavan potentiaalisia vastaajia ja tutkielman laajuus huomioon ottaen aineistoa oli kertynyt tarpeeksi. Nämä seikat toimivat syinä kyselyn sulkemiselle. Lisäksi kyselyn sulkeminen mahdollisti aineiston analysoinnin aloittamisen.

3.3. Aineiston analyysi

Kyselyaineiston hyödyntämisessä tulee huomioida vastaajien oikeudet aineiston keräämisessä, käsittelyssä ja hyödyntämisessä. Kysely suoritettiin anonyymisti, aineistoa ei jaettu ulkopuolisille ja käsiteltiin yleisen tietosuoja-asetuksen mukaisesti (Euroopan Unioni 2024). Kyselylomakkeen loppuun oli liitettynä linkki kyselyn tietosuojailmoitukseen (Liite 2), jonka jokainen vastaaja sai halutessaan käydä läpi. Anonymiteetilla luvataan vastaajien nimettömyys ja tunnistamattomuus tutkimuksessa, minkä lisäksi vastaukset käsitellään luottamuksellisesti (O'Reilly 2025).

Aineiston käsittely aloitettiin läpikäymällä kyselyyn vastanneiden perustiedot ja näin ollen luomalla yleiskuva otoksesta. Otoksen jakaumat esitellään lukijalle, jotta voidaan ymmärtää aineiston rajallisuus kuvata perusjoukkoa. Tämän jälkeen aineistoa käsiteltiin kyselyosioittain ensin pääpiirteittäin kokonaiskuvan luomiseksi ja sen jälkeen yksityiskohtaisesti kysymys kysymykseltä ja lause lauseelta. Aineiston tarjoamaa numeerista tietoa hyödynnetään tulosten pohjustamiseen ja tukemassa avointen vastausten sisällöllistä analyysia.

Suljettujen kysymysten tarjoamaa tietoa esitellään sekä kuvioina, että tekstimuodossa. Aineiston tarjoama määrällinen tieto painottuu otokseen, taktiikoiden käyttömääriin, sekä kaupunkikokemuksen arviointiin. Kuvioita hyödynnetään tiedon esittämiseksi tiivistetyssä ja informatiivisessa muodossa. Tiedon käsittelyyn ja kuvioiden laatimiseen on käytetty Exceliä, minkä lisäksi Forms-kyselyn muodostamia valmiita kuvioita on hyödynnetty. Aineiston esittelyyn hyödynnetään esiintymistiheyksien ja vaihteluiden kuvailua (Goos & Meintrup 2015; Harbison & Simmons 2024), muun muassa prosenttiosuuksina ja määrällisinä esiintyvyyksinä. Nämä esitellään tuloksissa yksityiskohtaisesti. Dataa kuvataan näillä tavoilla muun muassa otoksen rakenteellisten piirteiden hahmottamiseksi, sekä taktiikkaluokkien yleisyyden käsittämiseksi.

Kohtaamisen taktiikat teemoiteltiin jakamalla taktiikat yläteemojen alle. Feissaamista kohdatessa tai havaitessa on mahdollista käyttää lukuisia eri taktiikoita, joiden käsittely yksittäin ei olisi mielekästä. Kyselyn tarjoamien vaihtoehtojen lisäksi vastauksista kertyi monia vastaajien esittämiä taktiikoita. Näiden syiden takia taktiikat jaettiin laajempien kokonaisuuksien alle. Teemakokonaisuudet kuvaavat niiden sisältämiä yksittäisiä taktiikoita, mutta mahdollistavat niiden esittelyn yhteneväisyyksiä hyödyntäen. Taktiikoita käsittelevien kysymysten vastaukset siirrettiin erilliseen Excel-tiedostoon, johon merkattiin numeroimalla kunkin vastaajan käytössä olevien

taktiikoiden luokat. Näin oli mahdollista saada numeeriset arvot kunkin taktiikkateeman käyttömääristä.

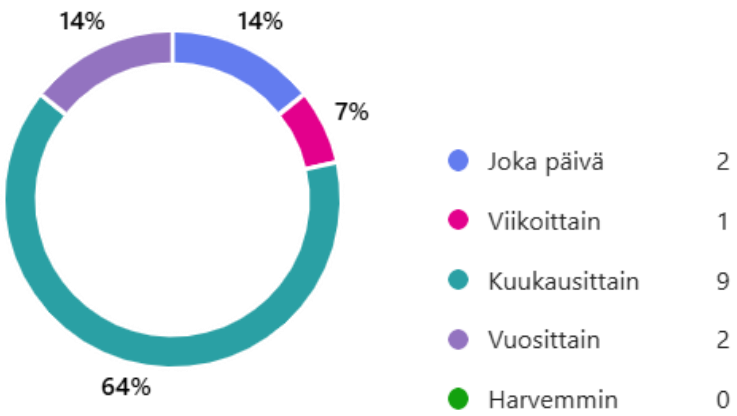
Laadullisen aineiston tarjoama tieto on jaoteltu samankaltaisuuksien perusteella tulkitsemalla esiintyvyyksiä ja luomalla analyysiosia (Tuomi & Sarajärvi 2018). Avointen kysymysten tarjoama tieto kuvaa yksilöiden kokemuksia, joita esitellään ryhmittelemällä ne yhteneväisyyksien perusteella. Aineistosta luotiin sisältöosia, jotka kuvailevat kokemuksissa esiintyviä toistuvuuksia ja niille annettuja merkityksiä. Analyysia edistettiin lukemalla vastauksia kerta toisensa jälkeen mielleyhtymiä luoden. Aineiston esittelyssä hyödynnetään sitaatteja, jotta lukija saa käsityksen vastausten tarjoaman tiedon laadusta. Sitaattien yhteydessä viitataan mihin kyselyn kysymykseen (Liite 1) vastaus on annettu ja vastaajista käytetään tunnisteita V1-V73. Tunnistamalla aineistossa toistuvia aiheita, on mahdollista luoda ymmärrystä siitä, mitä tekijöitä vastaajat painottavat kaupunkitilakokemuksissa feissaamisen seurauksena. Prosessi sisälsi jatkuvaa vertailua ja tarkentamista, minkä tuloksena aineisto on saatu johdonmukaisesti esitettävään muotoon.

4. Tulokset

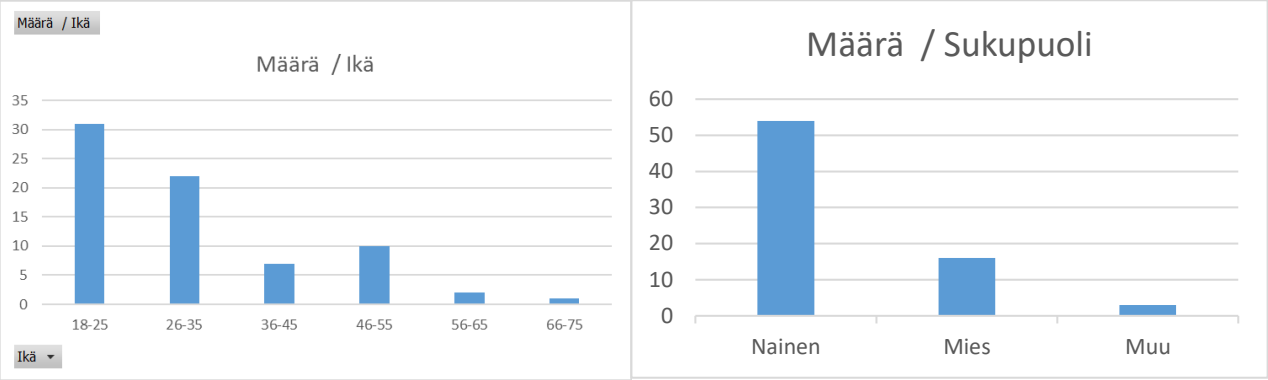
Tässä luvussa esitellään tutkimuksen aineiston tarjoamat tulokset ja tarkastellaan niitä myös suhteessa aikaisempaan tutkimukseen. Tulosten ymmärtämiseksi, ensimmäisenä esitellään otos ja siihen liittyvät jakaumat. Tämän jälkeen analyysi etenee feissaamisen havaitsemisen tai kohtaamisen luoman tilakokemuksen arviointiin ja tilakokemuksen muutoksiin feissaamisen seurauksena. Näiden lisäksi tarkastellaan katumarkkinoinnin ja varainkeruun eroja kokemuksien muodostumisessa. Viimeisenä esitellään feissaamistilanteissa hyödynnettäviä taktiikoita ja syitä niiden käyttämiseen. Tuloksissa korostuu noin neljän viidestä vastaajasta kokema muutos kaupunkitilaan feissaamisen seurauksena, kokemusten arviointi vahvasti kielteisinä, sekä käytettyjen taktiikoiden moninaisuus.

4.1. Otoksen kuvaus

Otos koostuu 73 vastaajasta. Suurin osa, eli 61 vastaajaa, on Tampereen kaupungin asukkaita ja loput ulkopaikkakuntalaisia. Ulkopaikkakuntalaiset vastaajat kertoivat käyvänsä Tampereella enimmäkseen kuukausittain (Kuva 1) ja syiksi vierailuille annettiin enimmäkseen vapaa-aika ja ystävät. Näiden lisäksi myös työ, perhe, opiskelijatapahtumat ja järjestötoiminta vaikuttavat Tampereella käymiseen. Ulkopaikkakuntalaisten asuinkunnat vaihtelivat etäisyydeltään Tampereelle naapurikunnista muihin Etelä-Suomen kuntiin, mutta yksi vastaaja asuu peräti ulkomailla. Vastaajien suhde kaupunkiin on myös vaihteleva. Osalle kyseessä on kotikaupunki, osalle opiskelupaikka ja joillekin vapaa-ajan viettämisen sijainti.



Kuvio 1 Ulkopaikkakuntalaisten vierailut Tampereella



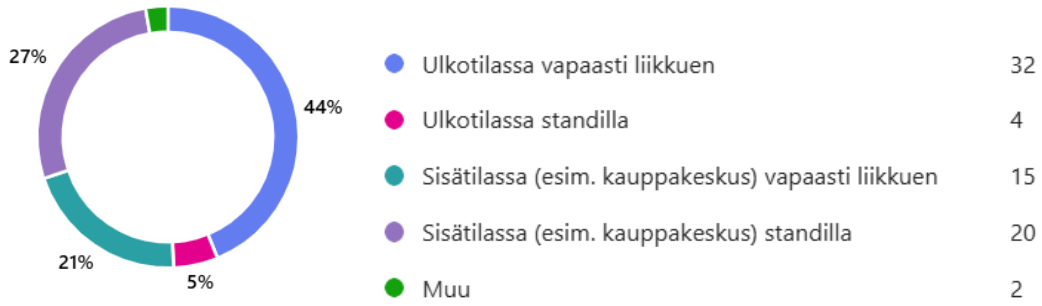
Kuvio 2 Otoksen ikä- ja sukupuolijakaumat

Sukupuoli- ja ikäjakaumat eivät ole otoksessa tasaiset (Kuva 2), mutta se ei ole tutkielman laajuuteen nähden myöskään välttämätöntä. Otos painottuu suurilta osin nuorempaan väestöön, sekä naisvastaajiin. Tämä tarkoittaa, että tuloksissa painottuu näiden ihmisryhmien näkemykset ja mielipiteet. Vastaajat raportoivat kohtaavansa feissaamista Tampereella suurilta osin viikoittain (n = 42), mutta myös kuukausittain (n = 15) ja päivittäin (n = 10). Vain muutamat vastaajat ilmoittivat kohtaavansa feissaamista vuosittain (n = 4) tai harvemmin (n = 2). Vuosittain tai harvemmin feissaamista Tampereella kohdanneista viisi kuudesta on ulkopaikkakuntalaisia, mikä tulee ottaa huomioon feissaamisen kohtaamisen yleisyyden osalta. Huomamme siis, että Tampereella asuvat kohtaavat feissaamista hyvin usein arjessaan.

Kyselyyn vastanneista vain kolme työskentelee tai on joskus työskennellyt feissarina, minkä takia vain harvoissa vastauksissa omat kokemukset feissarina voivat vaikuttaa siihen, miten itse heitä kohtaa. Suurin osa vastaajista sen sijaan ei ole itse ollut feissaamistilanteissa koskaan työntekijän roolissa, joten henkilökohtainen kokemus siitä näkökulmasta puuttuu. Tämä voi myös vaikuttaa käytökseen, reaktioihin ja valittaviin taktiikoihin kohdatessa tai havaitessa feissaamista.

Tilanteet, joissa vastaajat ovat kohdanneet feissaamista vaihtelevat matkan tarkoituksen ja seurueen osalta monin tavoin. Viimeisintä kokemusta feissaamisesta käsittelevässä kyselyosiossa kaupassakäynti (n = 27) ja vapaa-aika (n = 27) olivat yleisimpiä tilanteita feissaamisen kohtaamiselle. Näiden lisäksi työmatkat (n = 16) olivat melko yleinen syy kaupunkitilassa kulkemiseen feissaamista kohdatessa tai havaitessa. Harrastus- (n = 2) ja koulumatkat (n = 1) olivat sen sijaan tältä osin hyvin pienessä osassa. Kaupunkitilassa kulkevien ihmisten matkan tarkoitus ei ole feissarilla tiedossa, mutta sen sijaan feissari pystyy näkemään millaisessa seurassa ihmiset liikkuvat. Tältä osin on kiinnostavaa, että vastaajien viimeisimmät kokemukset feissaamisesta ovat

olleet suurella osalla kulkiessa kaupunkitilassa yksin. Vastaajista 52 kertoi kulkeneensa yksin, kun taas 21 vastaajaa kertoi olleensa seurassa muiden kanssa. Tämä voi olla täysin sattumanvaraista, mutta on mielenkiintoista pohtia, miten feissari kohteensa valikoi ja onko seurueen koolla siihen merkitystä. Yksinkulkevaan kontaktia otettaessa voi mahdollisesti olla helpompi odottaa kontaktiin reagointia, kun taas ryhmää puhuteltaessa kukaan ei ole niin sanotusti vastuussa feissarille vastaamisesta.



Kuvio 3 Viimeisin tila feissaamisen kohtaamiselle

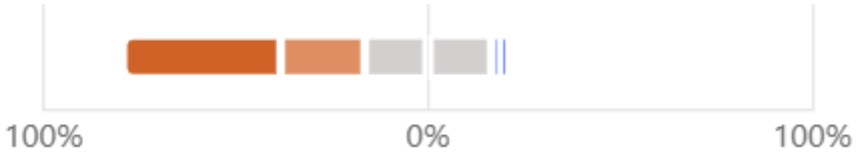
Viimeisintä kokemusta arvioidessa feissaamista tapahtui hyvin tasaisesti sekä ulko-, että sisätiloissa. Sen sijaan vaihtelua oli enemmän sen suhteen, oliko feissareilla standia, eli yrityksen tai järjestön kojua tai esittelypistettä, vai kulkivatko he vapaasti kaupunkitilassa. (Kuva 3) Vastaajat, jotka olivat valinneet vastauksen ”Muu”, kertoivat kohtaamisestaan omin sanoin. Toinen vastaaja ilmoitti viime kerralla kohdanneensa feissarit, joilla oli sekä sisällä että ulkona standit. Toinen ”Muu” -valinnan tehnyt vastasi kysymyksenasettelusta (viimeisimmän feissaamiskerran arvioinnista) poiketen yleisellä tasolla, kohtaavansa feissaamista ulkona ja kauppakeskuksissa. Kokonaisuudessaan nämä vastaukset antavat ymmärtää, että feissamista tapahtuu melko tasaisesti Tampereen kaupunkitilassa sekä ulko-, että sisätiloissa. Näin ollen feissaamisen vaikutus kaupunkitilan kokemiseen ulottuu monenlaisiin ja eri rakenteisiin tiloihin. Feissaaminen vaikuttaa näin ollen hyvin laajasti kaupungin eri osiin ja julkisen tilan rakentumiseen.

Yhteenvetona otoksesta voidaan todeta sen olevan painottunut ikärakenteeltaan nuoriin aikuisiin ja sukupuolirakenteeltaan naisvastaajiin. Vastaajien kokemukset feissaamisesta sijoittuvat suurilta osin arjen tilanteisiin ja tapahtuvat usein yksin liikuttaessa. Tämä luo kiinnostavan lähtökohdan tarkastella yksilöllisten ja sosiaalisten tekijöiden vaikutusta tapoihin havaita ja kohdata feissaamista julkisessa kaupunkitilassa. Seuraavissa alaluvuissa arvioidaan tarkemmin, miten feissaaminen vaikuttaa kaupunkitilan kokemiseen ajallisesti, fyysisesti ja tunteiden heräämisen osalta.

Tarkastelussa on myös se, vaikuttaako feissaamisen luonne varainkeruuna tai markkinointina tilakokemuksiin. Luvussa 4.4 käsitellään feissaamisen havaitsemisen tai kohtaamisen yhteydessä käytettäviä taktiikoita ja niiden vaikutuksia tilan hyödyntämiseen ja siellä liikkumiseen. Näitä tekijöitä tarkastelemalla pyritään luomaan käsitystä siitä, miten kokemukset feissaamisesta muovaavat yksilöiden suhdetta kaupunkitilaan.

4.2. Kokemuksen arviointi

Viimeisintä kokemusta arvioidessa vastaajien kokemukset feissaamisen kohtaamisesta tai havaitsemisesta vaihtelivat pääosin neutraalista negatiiviseen. Kysyttäessä edellisestä feissaustilanteesta ja pyydettäessä arviota kokemuksesta, vain 4,1 % vastaajista kokivat sen positiivisena tai positiivisen ja neutraalin väliltä. Sen sijaan 41,1 % vastaajista kokivat tilanteen negatiivisena ja 21,9 % negatiivisen ja neutraalin väliltä. Näin ollen jopa 63 % vastaajista arvoivat kokemuksen kielteiseksi. (Kuva 4) Tämä itsessään ei vielä kerro, mikä nämä negatiiviset tuntemukset kyseisessä feissaamistilanteessa on herättänyt, mutta antaa viitteitä siitä, miten tilanteisiin on suhtauduttu. Monet pitivät viimeisintä kokemustaan myös neutraalina (32,9 %), mikä antaa ymmärtää, että suhtautuminen on hyvin yksilöllistä ja tilannekohtaista. Positiivisten kokemusten niukkuus kuitenkin korostuu aineistosta, mikä viittaa feissaamisen olevan ilmiönä paheksuttu ja kaupunkitilassa epätoivottu.



Kuvio 4 Viimeisimmän kokemuksen arviointi negatiivinen – neutraali – positiivinen asteikolla

Avoimessa kysymyksessä, jossa vastaajat ovat saaneet kertoa edellisestä, yksittäisestä feissaustilanteesta (kysymys 12), toistuu usein näkemys siitä, että tilanteet koetaan häiritsevinä ja ärsyttävinä, erityisesti jos kieltäytymistä ei uskota. Monet kertoivat feissareiden jatkavan myyntipuheitaan ja ”huutelevan perään”, vaikka tarjouksista tai lahjoituskohteista on jo kieltäydytty. Tilanteita kuvattiin muun muassa nappaamisena keskusteluihin, luokse hyökkäämisenä ja pysäytysyrityksinä.

> *”Olin menossa kauppaan. Feissari havaitsi minut ja alkoi myymään liittymää. Kieltäydyin mutta ei kuitenkaan jättänyt heti rauhaan.”* -Kysymys 12, V4

> *”Feissaaja tervehti ja kysyi kiinnostaako lehdentilaus, sanoin selkeästi "ei kiitos" ja jatkoin matkaani, mutta feissaja jatkoi silti myyntipuhettaan ja yritti saada minut jäämään standilleen. Ärsytti kun ei kohteliasta kieltäytymistä uskottu kerrasta.”* -Kysymys 12, V37

> *”Huomasin feissarin jo kaukaa ja yritin kiertää hänet. Hän yritti kiinnittää seurueeni huomion moikkaamalla ja esittämällä kysymyksiä vielä perään huudellen.”* -Kysymys 12, V41

Yksinkertainen kieltäytyminen ei monen mielestä riittänyt feissareille vastaukseksi, vaan uusia näkökulmia esitettiin ihmisten sitouttamiseksi. Positiivisena tai neutraalina kokemuksena pidettiin sitä, kun feissari kunnioitti kieltäytymistä, eikä yrittänyt ylläpitää tilannetta tai jos lähestyminen tuntui luontevalta keskustelulta. Tällaiset tilanteet erosivat yleisistä odotuksista, joissa feissarit nähdään sinnikkäinä ja jopa tungettelevina. Nämä kokemukset osoittavat feissaamisen olevan parhaimmillaan miellyttävä sosiaalinen kohtaaminen ja kuvastaa luontevaa vuorovaikutusta kaupunkitilassa.

> *”Feissarit lähestyivät ystävällisesti ja ymmärsivät, kun sanoi ettei ole kiinnostunut mikä oli mukava yllätys. Yleinen kuva on, että feissarit pitävät kiinni kynsin ja hampain.”* -Kysymys 12, V18

> *”-- Tilanne tuntui enemmän luontevalta juttelulta kuin varainhankinta-strategialta, ja oli ainoita feissari-tilanteita mihin melkein mielellään jäi hetkeksi. --”* -Kysymys 12, V32

> *”-- Viimeisin kohtaaminen sujui neutraalisti, feissari ei jäänyt tuputtamaan, kun vastasin kohteliaasti kiitos ei.”* -Kysymys 12, V60

Kokonaisuudessaan on kuitenkin huomioitava, että kokemukset olivat pääosin hyvin negatiivisia ja tilanteita kuvailtiin ahdistaviksi, vaivaannuttaviksi, ärsyttäviksi ja feissareiden lähestymistapoja jopa aggressiivisiksi. Jos kokemukset feissaamisesta ovat usein negatiivisia tai negatiivissävytteisiä, se voi luoda vahvoja mielikuvia ilmiöstä yleisemmällä tasolla. Jokainen feissari on myös erilainen ja näin ollen heidän tapansa feissata ja lähestyä ihmisiä yksilöllinen. Tästä huolimatta jokainen kokemus feissaamisesta muovaa näkemystä ja mielipidettä laajemmasta ilmiöstä. Tämä seikka on otettava huomioon myös siinä suhteessa, että nämä yksittäiset kokemukset ja niiden kuvaukset eivät kerro kokonaisuutta, vaan auttavat ymmärtämään ilmiöön liittyviä tekijöitä.

4.3. Kaupunkitilan kokemuksen muutokset

Hyvin oleellisena tuloksena aineistossa ilmeni, että 81 % kyselyn vastaajista koki feissaamisen vaikuttavan tilan kokemukseen. Sen sijaan 12 % raportoi, että tilan kokemus ei muutu ja loput 7 % eivät osanneet sanoa muuttuuko kaupunkitilan kokemus feissaamisen seurauksena. Tämä jako ei yksin kerro, miten ja mihin suuntaan tilan kokemus muuttuu, mutta siitä huolimatta on huomion arvoista, että noin neljä viidestä vastaajasta kokee tilan kokemuksen muutoksia kohdatessaan tai havaitessaan feissareita. Tämä on tutkimukselle oleellinen tulos, kuvastaen ilmiön vaikuttavuutta kaupunkitilan muovaajana. Kyselyn vastaajat ilmaisivat kiertävänsä feissarit mahdollisuuksien mukaan ja välttämään alueita, joilla feissarit ovat. Tila koetaan esimerkiksi ahdistavana, jos feissareita ei pysty ohittamaan. Tilan kokemuksen muutokseen liittyvään jatkokysymykseen (Kysymys 16) tuli 49 vastausta. Näiden vastausten perusteella seuraavissa alakappaleissa käsitellään tilakokemuksen muutosten ajallista kestoa, tilan käytön muutoksia, tilan fyysisten ominaisuuksien kokemista, sekä tunteita, joita feissaaminen tilassa kulkiessa herättää.

4.3.1. Kokemuksen ajallisuus ja tilan käytön muutokset

Tilan kokemukseen syntyvän muutoksen kesto on aineiston mukaan useimmiten hetkellinen ja kyseiseen feissaamistilanteeseen sidonnainen. Tila saattaa muuttua ahdistavaksi tai epämiellyttäväksi, minkä lisäksi vastaajat kertoivat tilan käytön muuttuvan, esimerkiksi reittivalinnoissa. Kaupunkitilan kokemukseen tapahtuvan muutoksen hetkellisyys liitettiin paljolti siihen, että feissaamisen aiheuttamat reaktiot hälvenivät sen jälkeen, kun feissarien ohi oli kuljettu, eikä tilanteita jääty pohtimaan jälkikäteen. Tämä huomioiden voidaan ymmärtää feissaamisen vaikuttavan hyvin lokaalisti, eikä feissaamisen vaikutus kaupunkitilan kokemiseen yllä kyseistä tilaa laajemmalle. Vaikka tilanteita ei jälkikäteen suurissa määrin pohdittaisi, on huomioitava, että vastauksissa ilmeni myös ennakoivaa reagointia. Vastauksissa ilmeni tilanteita, joissa vastaajat miettivät reittivalintojaan välttäen sellaisia kaupunkialueita, joissa he joutuisivat kohtaamaan feissareita, hyödyntäen aiempia kokemuksiaan siitä, missä feissaamista usein Tampereella tapahtuu.

> *”[Tilan kokemuksen muutos on] Hetkellinen, pyrin välttämään aluetta jolla feissari on”* -Kysymys 16, V3

> *”Kokemus on yleensä hetkellisesti negatiivinen. Feissaaminen ei aiheuta itselle mitään pysyviä negatiivisia tunteita tiettyä paikkaa kohtaan.”* -Kysymys 16, V16

> *”[Tilan kokemuksen muutos on] Hetkellinen ja herää ajatus olla antamatta huomiota, jotta voi hiljalleen kävellä ohitse.”* -Kysymys 16, V18

Hetkelliset kaupunkitilan kokemuksen muutokset yhdistettiin paljolti siihen, että tilaa alettiin käyttämään eri tavoin kuin sitä olisi käytetty ilman feissareiden läsnäoloa. Reittivalintoja muutetaan ja huomiota kohdistetaan eri tavalla sillä kyseisellä hetkellä, jolloin feissaamista tapahtuu. Tämän voi yhdistää siihen, että kokemukset eivät ole erityisen yksilöityjä, sillä feissareilla on yleensä tietyt tavat pyrkiä herättämään kiinnostusta. Yksilöt voivat siis nähdä toistuvan kohtaamisen kaavan jo ennen feissarin kontaktiyritystä. Voidaankin pohtia, olisiko vaikutukset pidempikestoisia, jos feissaamisella olisi yksilölle henkilökohtaisempaa merkitystä.

Vaikka suurelta osin kaupunkitilan kokemuksiin kohdistuvat muutokset ovat hyvin lyhytkestoisia feissaamisen seurauksena, on kokemuksen ajallisessa muutoksessa kuitenkin eroavaisuuksia erityisesti, jos feissareita on havaittu tai kohdattu samassa tilassa useita kertoja. Feissareita pyritään kiertämään ja joissain määrin myös välttämään tiettyjä paikkoja, joissa on todettu feissaamista tapahtuvan usein. Tämä eroaa hetkellisestä kaupunkitilan kokemuksen muutoksesta perustavanlaatuisesti, sillä pysyvä muutos kaupunkitilan kokemisesta mukauttaa yksilön tulevaa käytöstä ja liikkumista kaupungissa.

> *”Muutos on hetkellinen paitsi jos standi on pysyvästi/usein tilassa jolloin muutos on pysyvä. --”* -Kysymys 16, V7

> *”-- Muutos on sikäli pysyvä, että jos havaitsen samassa paikassa usein (aggressiivisia, kieltäytymistä ignooraavia) feissaajia, saatan alkaa välttelemään kyseisessä paikassa liikkumista.”* -Kysymys 16, V37

> *”[Tilan kokemuksen muutos on] Pysyvä. Esimerkiksi ratinassa feissarit ovat aina liukuportaiden vasemmalla puolella. Nykyään liikun oikealta puolelta.”* -Kysymys 16, V64

Nämä pidempikestoiset muutokset tiettyjen kaupunkitilojen osalta osoittavat sen, että yksittäiset kohtaamiset eivät välttämättä aiheuta kestävää jälkeä, mutta toistuvuus voi vaikuttaa kaupunkitilan kokemiseen pysyvästi. Nämä pitkäkestoiset mielleyhtymät tiettyihin alueisiin vaikuttavat siihen, miten kaupunkitilassa liikutaan ja miten sitä hyödynnetään. Tämä voidaan liittää aiempien kokemuksien muistamiseen, jolloin kokemuksen voimakkuus voidaan liittää muiston palautumiseen alueelle palatessa (Rinne & Olsson 2020).

Aineistosta nousi myös esiin vastaajien toive, että feissari ei kysyisi juuri heiltä mitään. Tämä osaltaan vaikuttaa tilan käyttötapojen muutoksiin. Tällaisia tilan käyttöön liittyviä muutoksia ovat esimerkiksi feissareiden kiertäminen tai tiettyjen alueiden välttäminen kokonaan. Näiden muutosten lisäksi reittejä suunnitellaan etukäteen siten, että välttää tilat, joissa on todennut feissareita usein olevan. Näitä toimintatapoja tarkastellaan yksityiskohtaisemmin luvussa 4.4 kohtaamisen taktiikoista.

> *”Saatan yrittää välttää alueiden läpikulkua, jossa tiedän olevan feissaajia.”* - Kysymys 16, V13

> *” Huomaan käyttäväni toista reittiä.”* -Kysymys 16, V17

> *”-- En saa kulkea matkojani rauhassa ja joudun miettimään jo etukäteen miten vältän epämukava tilanteen.”* -Kysymys 16, V41

Tämä osoittaa, että feissaaminen vaikuttaa kaupunkitilan kokemiseen ja sen käyttötapoihin joissain tapauksissa jopa pysyvästi. Pidempikestoiset muutokset kaupunkitilakokemuksissa voivat siten muuttaa myös tilan käyttötapoja pitkäkestoisesti. Tilojen käyttö on siten myös jatkuvassa muutoksessa sen mukaan, missä feissaamisen keskitetyt alueet sijaitsevat. Välttelyn, reittien suunnittelun ja tiettyjen tilojen käyttämättä jättäminen kokonaan voidaan nähdä normaalista tilojen käytöstä poikkeavana. Julkisissa tiloissa saa yleisesti ottaen kulkea vapaasti, mutta feissaaminen aiheuttaa sosiaalisen poikkeaman muuten kontaktittomaan liikkumiseen ja vaikuttaa näin ollen tilojen hyödyntämisen tapoihin.

Muusta aineistosta poiketen, eräs vastaaja ilmaisi pysyvää muutosta kaupunkitilaan kokonaisuudessaan siitä näkökulmasta, että feissarit tuovat elävyyttä ja pysyvyyttä kaupunkikuvaan. Tämä muistuttaa jälleen feissaamiseen perustuvien kokemusten yksilöllisyydestä näkemyksien eroavaisuuksissa. Kaupunkitilassa usein ilmenevä siviili huomioimattomuus (Horgan 2020) ihmisten välillä rajoittaa melko paljon kaupunkilaisten välistä kommunikointia, joten feissaamisen näkeminen kaupunkitilaa elävöittävänä ilmiönä on hyvin mielenkiintoinen näkökulma.

4.3.2. Tilan fyysisten ominaisuuksien ja julkisuuden kokeminen

Tilan fyysiset ominaisuudet ovat hyvin pysyviä ja kaikille yhteisiä, minkä lisäksi niihin tehtävät muutokset vaativat aikaa ja työvoimaa. Tästä huolimatta ihmiset voivat kokea fyysistä tilaa eri tavoin. On hyvin mielenkiintoista, että feissaaminen vaikuttaa vastaajien kokemukseen tilasta myös

sen fyysisten ominaisuuksien osalta. Tämä kokemus yhdistetään usein siihen, että feissarit ovat sijoittuneet kulkureittien varrelle tai heitä on useita samassa tilassa. Vastaajat kuvailivat tilanteita, joissa he kokivat, että feissareiden ohittaminen ilman kontaktia ei ole mahdollista. Tällaisina tilanteina pidettiin esimerkiksi hetkiä, kun kauppakeskuksien käytävillä tai kaduilla on molemmin puolin feissareita. Tilan kerrottiin jopa alkavan tuntua pienemmältä feissareiden läsnä ollessa.

> *”Esimerkiksi katu voi alkaa tuntua kapeammalta.”* -Kysymys 16, V30

> *”-- Tilasta tulee tavallaan ”pienempi” ja alan pohtimaan vaihtoehtoisia reittejä automaattisesti.”* -Kysymys 16, V60

Nämä kuvailut eivät korostuneet aineistossa tilakokemusta eniten määrittävinä tekijöinä feissaamisen seurauksena, mutta ovat maininnan arvoisia, sillä tilan fyysisiin ominaisuuksiin tapahtuvat kokemukselliset muutokset ovat merkittäviä. Rinne ja Olsson (2020) kuvailivat myös tilan fyysisiin ominaisuuksiin liittyviä ahdistuksen tunteita erityisesti tilan sulkeutumiseen liittyvänä kokemuksena, mikä kuvastaa tilan kehollista aistimista ja affektiivista reagointia. Tämä kuvaa tilallisten kokemusten subjektiivisuutta ja kokemusten erottamattomuutta tilasta.

Myös julkisen ja yhteisen tilan kokemukseen voi tulla säröjä feissaamisen seurauksena. Kaupunkitila voidaan kokea julkisen sijaan rajoittuneemmin ja kontrolloidummin. Tilan julkisuuden koetaan rajautuvan ja siirtyvän kyseisen yrityksen tai järjestön haltuun ja feissaamisen koetaan rajoittavan omaa kykyä määrittää, milloin on avoin kohtaamisille.

> *”-- Tila muuttuu yhteisestä, julkisesta sen yrityksen tai järjestön tilaksi tai tuntuu muuttuvan.”* -Kysymys 16, V7

> *”-- Toisaalta epämiellyttäväksi tilanteen ja tilan voi kokea myös jos feissareita on molemmin puolin katua, sillä silloin kohtaaminen ei tapahdu omasta halustani. --”* -Kysymys 16, V29

Feissareiden koettiin myös rikkovan oman rauhan ja henkilökohtaisen tilan tuntua. Nämä kokemukset kuvastavat feissaamista sosiaalisen kohtaamisen lisäksi rajanylityksenä, sekä henkilökohtaisen tilan hallinnan menettämisenä. Oman tilan ja rauhan ylläpitämistä myös julkisessa tilassa arvostetaan, ja yksi vastaaja tulkitsi näiden järkkyvän lähtökohtaisesti vain feissareiden toimesta Suomessa. Suomalaisessa kulttuurissa ei juurikaan olla kanssakäymisessä tuntemattomien kanssa ja näin ollen feissarit ovat niitä harvoja, jotka ottavat yhteyttä ja näin ollen toimivan siviilin huomioimattomuuden vastaisesti (Horgan 2020).

”-- Esimerkiksi joskus kauppareissulla saatan olla ajatuksissani, ja feissari keskeyttää kulkuni. Tällöin tunne omasta rauhasta voi järkkyä. Lähtökohtaisesti tällaisen tilan kokemuksen aiheuttaa vain feissarit, sillä mielestäni Suomessa melko harva ohikulkija pysäyttää jutellakseen jotakin. --” -Kysymys 16, V29

”-- Joku haluaa väkisin tunkeutua henkilökohtaiseen tilaani.” -Kysymys 16, V40

Tilan fyysisiin ominaisuuksiin, julkisen tilan kokemuksiin ja henkilökohtaisen tilan hallintaan tapahtuviin muutoksiin liittyvät vastaukset kuvaavat kokemuksia siitä, että kaupunkitila ei ole omassa hallinnassa, eikä julkinen tila suojaa odottamattomilta kontakteilta. Tässä suhteessa Masseyn (2008) näkemys satunnaisten kohtaamisten mahdollisuudesta julkisessa tilassa on jälleen hyvin oleellinen. Oman tilan rikkoutuminen on henkilökohtaisempi kokemus, kuin kokemus julkisen tilan muuttumisesta yrityksen tai järjestön omaksi tilaksi. Nämä henkilökohtaisen tilan rikkoutumiset ja julkisen tilan muutokset yksityisemmiksi voivat luoda turvattomuuden ja epämukavuuden tunteita ja korostaa ihmisen kyvyttömyyttä kontrolliin julkisessa tilassa.

4.3.3. Feissaamisen herättämät tunteet kaupunkitilassa kulkiessa

Kohdatessa toisia ihmisiä herää usein jonkinlaisia tunteita. Ne voivat olla yksilöityjä tai johonkin ryhmään kohdistuneita ja ovat näin ollen sosiaalisesti rakentuneita (TenHouten 2006). Kaupunkitilassa tapahtuva feissaaminen aiheuttaa muutoksia tilaan ja sen käyttötapoihin herättäen ihmisissä vaihtelevia tunteita, jotka ovat pääosin negatiivisia. Tunteet, kuten ahdistus, ärsytys, vaivaantuneisuus ja epämukavuus korostuivat aineistossa esiintyvissä tunteita käsittelevissä vastauksissa. Ajallisesti tunteet esiintyivät melko lyhytkestoisesti, mutta toistuvasti uudestaan feissaamista kohdatessa ja havaitessa.

”Tilan kokemus muuttuu ahdistavaksi, etenkin jos feissaaminen tapahtuu sisällä tai esimerkiksi ulkona ovien edessä. --” -Kysymys 16, V11

”Kokemus on hetkellinen ja koen kohtaamiset hieman ärsyttävinä tai vähän ahdistavina kun tiedostan, että aina koulumatkalla joutuu kohtaamaan useamman feissarin.” -Kysymys 16, V19

”Tilanne tuntuu vaivaannuttavalta, sillä ymmärrän heidän tekevän vain työtään, mutta tuntemattomille ihmisille puhuminen ilman, että olen kiinnostunut on hyvin epämukavaa.” -Kysymys 16, V24

Tunteet ovat suuri osa ihmisten kokemusmaailmaa ja näin ollen oleellinen osa myös feissaamiseen liittyvissä kokemuksissa. Toistuvasti aineistosta nousevat negatiiviset tunteet ovat selkeästi feissaamiseen liittyviä tunnekokemuksia kehystäviä, minkä voidaan olettaa vaikuttavan mielikuviin, joita feissaamisesta kehittyy. Tilanteissa, joissa halutaan ymmärtää feissareiden tekevän työtään, mutta toivotaan oman rauhan kunnioittamista ja tilan miellyttävyyden säilyttämistä, syntyy ristiriitoja empaattisen ymmärryksen ja oman mukavuudenhalun välillä. Tämä voi vahvistaa yksilölle syntyvää tunnekuormaa. Tätä tukee Pinazon ja Arahueten (2021) näkemys ystävällisesti lähestyvän ihmisen torjumisesta epämiellyttävänä kokemuksena, erityisesti jos feissaamisen aihe on yksilölle mieluinen, mutta osallistuminen ei syystä tai toisesta ole mahdollista. Vaikka tuntemattomien kanssa keskustelu olisi jo itsessään negatiivinen kokemus, ystävällisen ihmisen sivuuttaminen voi lisätä tätä negatiivista tuntemusta.

Negatiivisten tunteiden painottuminen aineistossa on ilmiselvää, mutta on silti huomionarvoista, että jotkut vastaajat kertoivat myös positiivisista tai neutraalinomaisista kokemuksista. Nämä reaktiot kuvastavat kunnioitusta työtään tekevää feissaria kohtaan ja jopa kiireessä pyritään ystävällisyyteen. Tämä osoittaa, että suhtautuminen voi vaihdella suurissa määrin tilanteen mukaan. Vaikka feissarin lähestyminen olisi epätoivottua, se ei välttämättä johda negatiiviseen tunnereaktioon, vaan tilanteeseen voidaan suhtautua kohteliaasti ja rauhallisesti.

> *”-- Toisaalta esimerkiksi järjestöt tekevät tärkeää työtä ja koen heitä kohtaan helpommin sympatiaa. Näissä tapauksissa feissarin kohtaaminen voi olla positiivistakin. Kieltäytymisestä saattaa toki tulla myös hiukan paha mieli. Toisaalta kohtaaminen voi olla myös positiivinen, vaikkei "kauppoja" tulisikaan. --”* -Kysymys 16, V31

> *”Jos on kiire, yritän kiertää/kiirehtiä kontaktia välttäen. Joskus kuuntelen mielelläni.”* -Kysymys 16, V65

> *”-- pyrin antamaan kiireisen vaikutelman. Vastaan kuitenkin ystävällisesti kysymykseen / tervehdykseen.”* -Kysymys 16, V72

Tunteiden tarkempaa kuvailua oli vastauksissa helpommin tunnistettavissa, kun ne olivat negatiivissävytteisiä ja positiivisten tai neutraalien tunteiden kuvauksia täytyy vastauksista tulkita laajempien kuvausten välistä. Tunteiden kuvailu oli monisanaisempaa ja selkeämpää negatiivisten tuntemusten osalta, mutta tämä voi joiltain osin juontua myös siitä, että negatiiviset tunteet on helpompi tunnistaa, kuin neutraalit tuntemukset. Vaikka tunnereaktiot feissaamisesta heräävät

aineiston mukaan yleisesti ottaen silloin, kun feissaamista havaitaan tai kohdataan, toistuvat feissaamistilanteet voivat vaikuttaa pidempikestoisten mielikuvien syntymiseen. Tämä voidaan huomata sen perusteella, että sellaisia paikkoja vältellään, joissa feissaamista on havaittu ja kohdattu usein, feissarit kierretään mahdollisuuksien mukaan, reittivalintoja tehdään ennakoivasti ja käytetään monenlaisia taktiikoita feissaamistilanteiden välttämiseksi ja päättämiseksi.

4.3.4. Katumarkkinoinnin ja varainkeruun ero tilakokemuksissa

Kyselyllä pyrittiin osin myös ottamaan selvää katumarkkinoinnin ja varainkeruun mahdollisista vaikutuseroista kaupunkitilakokemukseen. Katumarkkinoinnin ja varainkeruun välillä eroa kokee 20,5 % kyselyn vastaajista, kun taas 70 % vastaajista ei koe eroavaisuutta feissaamisen luonteen perusteella. Loput 9,5 % eivät puolestaan osanneet sanoa aiheutuuko kokemukselle eroavaisuuksia sen perusteella, onko kyseessä katumarkkinointi vai varainkeruu. Näiden tulosten perusteella voidaan uskoa feissaamisen suurelta osin aiheuttavan hyvin samankaltaisia kokemuksia feissaamisen luonteesta riippumatta. Tästä huolimatta on huomioitava joka viidennen kokema eroavaisuus katumarkkinoinnin ja varainkeruun välillä. Eroavaisuutta arvioiva jatkokysymys (kysymys 18) niille, jotka ovat vastanneet kokevansa eroa feissaamiseen luonteen perusteella sai 13 selittävää vastausta, jotka avaavat eroavaisuutta aiheuttavia tekijöitä. Näitä eroavaisuuksia vastaajat selittivät feissaamisen tavoitteiden, sekä feissaamisen tyylin perusteella.

Pääosin katumarkkinoinnin ja varainkeruun vaikutusero tilakokemuksissa näkyi siten, että varainhankinnan nähtiin olevan hyvään tarkoitukseen, kun taas katumarkkinoinnin nähtiin olevan vain voittojen kasvattamista. Vastaajat olivat näin ollen vastaanottavaisempia varainkeruulle ja suhtautuivat siihen suopeammin verrattuna katumarkkinointiin. Tällaiset näkemykset antavat enemmän hyväksyntää pyyteettömän, muiden edun ajamiselle julkisessa tilassa, verrattuna yritysten edun tavoitteluun.

> *”Varainhankinnassa on sentään yleensä jokin hyvä tarkoitus. Katumarkkinointi on vain voittojen kasvattamista”* -Kysymys 18, V5

> *”En ole kiinnostunut markkinoinnista, myynnistä tai kaupasta muutenkaan. Varainhankinta on eri asia, mieluusti lahjoitan erilaisille järjestöille.”* -Kysymys 18, V59

> *”Markkinoinnin osalta itsellä on sinäänsä negatiivisempi näkemys, koska he yrittävät painostaa ostamaan yritysten palveluita, joihin olen jo omatoimisesti hankkinut palvelun, tai jota en tarvitse. Varainhankinnassa osaan arvostaa tärkeiden asioiden eteen tehtyä työtä, ja samalla tietoisuuden levittämistä asiasta.”* -Kysymys 18, V63

Toisaalta varainhankinta sai näkemyksiä myös kriittiseltä kannalta, erityisesti, jos sitä esiintyy paljon samassa tilassa. Hyvästä tarkoituksesta huolimatta runsas feissaamisen määrä voi aiheuttaa negatiivisia näkemyksiä. Lisäksi lisääntynyt kuukausilahjoitusten tavoittelu aiheuttaa muuten hyvänä pidetylle tavoitteelle vastakkainasettelua. Tätä turtumista samoista aiheista kuulemiseen ja runsaaseen määrään lahjoituspyyntöjä Sakakibara, Kyriazis ja Algie (2019) ovat kuvailleet lahjoituspyyntöväsymykseksi, mikä näkyy usein torjuvana käytöksenä. Kuukausilahjoittaminen sitoo yksilöä ja tämä voi vaikuttaa päätöksen tekemiseen nopeassa tilanteessa, jossa ei kerkeä kunnolla perehtymään aiheeseen tai sopimukseen, kuten Humalisto & Moilanen (2019) ovat todenneet. Tätä tukee myös Waldnerin ym. (2020) tulos kasvokkain tehtävän varainkeruun aiheuttamasta paineesta ja sen luomasta epäluottamuksesta. Kuukausilahjoitusten sijaan suora lahjoittaminen kertaluontoisesti saatettiin nähdä todennäköisempänä.

> *”Varainhankintaan tiedän että en ainakaan lähde mukaan”* -Kysymys 18, V35

> *”Varainhankintaan voin lahjoittaakin. Toki nytkin useat mainostavat kuukausilahjoitusta, tuloni vaihtelevat, mieluummin lahjoittaisin suoraan.”* -Kysymys 18, V65

Katumarkkinointi sai osaltaan paheksuntaa painostavamman ja kovaäänisemmän lähestymistavan osalta. Katumarkkinointia tekevien feissareiden koettiin huutavan asiaansa vielä perään, vaikka olisi jo kävellyt ohi. Yritysten myynti ja markkinointi ei yleisellä tasolla herätä vastaajissa kiinnostusta. Lisääntynyt mainostus nykymaailmassa yleisemmällä tasolla vaikuttaa myös osaltaan siihen, että kuluttajilla ei jää samanlaista kapasiteettia vastaanottaa lisää mainostusta kasvokkain kaupunkitilassa, jossa on mainoksia muutenkin suurissa määrin. Näiden näkemysten lisäksi katumarkkinoinnin myyntikohteet ovat usein sellaisia, joita kuluttajalla on jo käytössä, minkä vuoksi uusien tarjouksien vastaanottaminen voi tuntua ajanhukalta tai turhalta. Tämä näkyi aineistossa siten, että kuluttajilla oli valmiita vastauksia feissareille.

Edellisessä alaluvussa esiintyneiden näkemysten lisäksi katumarkkinoinnin ja varainkeruun välillä tunnistettiin eriäviä tunnereaktioita. Varainhankinnan nähtiin olevan selkeästi enemmän tunteisiinvetoavaa vaikeiden ja usein ajankohtaisten teemojen vuoksi. Tämän lisäksi

lahjoittamisesta kieltäytyminen voi herättää moraaliongelmia, jos lahjoituskohde on tärkeä, mutta lahjoittaminen ei ole joko kyseisessä hetkessä mahdollista tai on taloudellisen tilanteen vuoksi haasteellista. Myös Pinazo & Arahuete (2021) ovat todenneet varainkeruun aiheuttavan kielteisiä tunteita, jos halu olisi lahjoittaa, mutta joutuu kieltäytymään. Katumarkkinoinnin koettiin sen sijaan aiheuttavan enemmän epämukavuutta ja sen osalta feissaamisen olevan helpommin ohitettavissa, kun aihe ei ole kompleksinen.

> *”Katumarkkinointi saa enemmän epämukavan tunteen kuin varainhankinta.”* - Kysymys 18, V24

> *”Varainhankintafeissaaminen vetoaa usein enemmän tunteisiin”* -Kysymys 18, V27

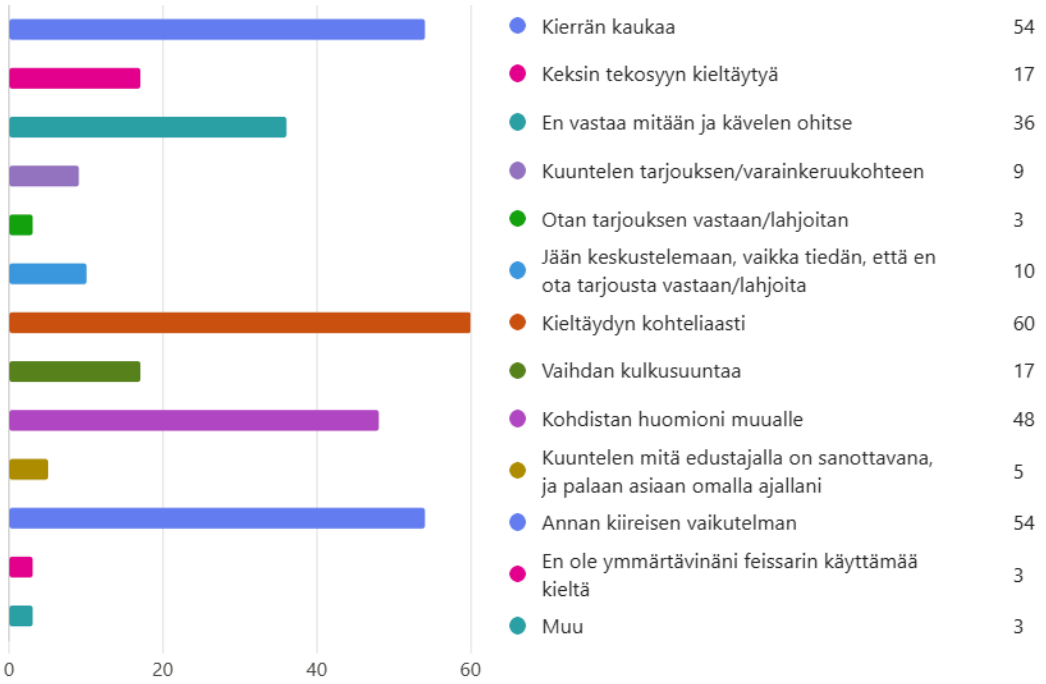
> *”Myyjät saatan kohdata "kylmemmin" ja heidät on vaikeampaa ohittaa, sillä he ovat hyvin aktiivisia ja puhuvat kovaa verrattuna varainkerääjiin -- Pidän monien varainkerääjien asiaa hyvin tärkeänä, joten heidän kohdallan ohitan tilanteen enemmän "häpeillen".”* -Kysymys 18, V30

Katumarkkinoinnin ja varainkeruun välillä osattiin siis kuvailla moninaisia eroja niiden aiheuttamista reaktioista. Kokonaisuudessaan on kuitenkin edelleen muistettava, että 70 % vastaajista ei kokenut kaupunkitilan kokemuksessa eroa feissaamisen tavoitteiden perusteella. Tämä on oleellista siihen nähden, että pääpiirteittäin feissaaminen ja sen aiheuttamat kaupunkitilaa määrittävät kokemukset eivät suurimmaksi osaksi ole riippuvaisia feissaamisen luonteesta. Aineiston perusteella, sillä ei siis ole huomattavaa merkitystä, onko kyseessä kaupallinen vai ei-kaupallinen feissaaminen, vaan feissaaminen ylipäätään vaikuttaa siihen, miten kaupunkitila koetaan ja miten se vaikuttaa tilassa kulkemiseen. Tällöin huomio kiinnittyy enemmän itse tilanteeseen ja keskeytykseen, kuin siihen, mitä tarkoitusta feissaaminen palvelee. Aineisto viittaa näin ollen vaikutusten liittyvän enemmän siihen, millä tavoin feissaaminen hyödyntää julkista tilaa ja ottaa sitä haltuunsa, kuin sen vuorovaikutuksellisiin tapoihin ja tavoitteisiin.

4.4. Kohtaamisen taktiikat feissaamistilanteissa

Feissaamista kohdatessa tai havaitessa on suuri määrä vaihtoehtoja, miten toimia. Kyselyllä kerättiin vastauksia kuluttajien käytössä olevista taktiikoista monivalintakysymyksellä, sekä avoimella kysymyksellä taktiikoiden valinnasta ja käyttösyistä. Vastaajat kertoivat käyttävänsä

hyvin moninaisia taktiikoita feissaamistilanteissa kaupunkitilassa. Joillain taktiikoilla pyritään välttämään kontakti feissarin kanssa kokonaan feissaamisen havaitsemisvaiheessa. Monilla taktiikoilla pyritään päättämään kohtaaminen nopeasti, kun taas osa on osallistumiseen tai myötätuntoon perustuvia. Monivalintakysymyksessä (kysymys 13), jossa sai valita kaikki käyttämänsä taktiikat, suosituimpia olivat kohtelias kieltäytyminen (n = 60), kaukaa kiertäminen (n = 54), kiireisen vaikutelman antaminen (n = 54), sekä huomion kohdistaminen muualle (n = 48) (Kuva 5). Tämä kuvastaa pyrkimyksien välttää kontakti feissarin kanssa kokonaan tai päättää se nopeasti olevan suuressa suosiossa.



Kuvio 5 Taktiikoiden käyttö kohdatessa tai havaitessa feissaamista

Avoimessa kysymyksessä taktiikoiden valinnasta ja käyttösyistä (kysymys 14) esiintyi monia näkemyksiä taktiikoista ja niiden toimivuudesta omiin tavoitteisiin nähden. Taktiikoihin pureutuvat kysymykset (kysymykset 13 ja 14) antavat näkemystä siitä, miten feissaaminen vaikuttaa kaupunkitilassa valittaviin toimintatapoihin ja miten vastaajat reagoivat feissaamiseen. Taktiikoiden valinnan perusteella myös tilan käytön tavat muuttuvat, mikä on olennaista ottaa huomioon julkisessa tilassa tapahtuvien kohtaamisten käsittelyssä. Lisäksi on oleellista ymmärtää, että feissari ja kaupunkitilassa kulkeva henkilö eivät ole kohtaamisessa vertaisia toisilleen, vaan heillä on eriävät roolit ja näin ollen tämä luo tiettyjä odotuksia kohtaamiselle.

Taktiikoihin liittyvistä vastauksista nousi esiin paljon toistuvia teemoja. Tästä syystä taktiikoihin liittyvä aineisto on käsitelty jaottelemalla vastaukset välttelyn ja kiertämisen, esittämisen, suoran kieltäytymisen, sekä myötätunnon ja osallistumisen teemoihin. Näiden painottuvien teemojen lisäksi on huomioitava vastauksissa esiin noussut tilannesidonnainen taktiikoiden valinta. Tilannesidonnaisuus kuvastaa sitä, että valinnat taktiikoiden käytöstä tehdään tilannekohtaisesti esimerkiksi niiden oletetun toimivuuden tai oman mielentilan perusteella. Osa taktiikoista voisi sopia useampaan kategoriaan, mutta analyysin selkeänä pitämiseksi ne on jaoteltu vain yhteen lukeutuvaksi, sen perusteella mihin ne vastausten painotusten perusteella parhaiten sopivat. Tämä on tutkielman luettavuuden ja ymmärrettävyyden kannalta välttämätöntä. Alakappaleissa esitellään teemat yksi kerrallaan ja kuvataan aineiston tarjoamia vastauksia taktiikoiden valintoihin ja käyttöön liittyen.

4.4.1. Välttelyn ja kiertämisen taktiikat

Välttelyn ja kiertämisen teemaan lukeutuvia taktiikoita ovat kyselyssä luetellut kaukaa kiertäminen, suunnan vaihtaminen, ohi käveleminen vastaamatta ja huomion kiinnittäminen toisaalle. Näiden lisäksi teemaan on sisällytetty vastaajien itse esiintuomat taktiikat, jotka ovat teemaan soveltuvia. Näitä välttelyn ja kiertämisen taktiikoita esiintyi 58 vastaajan vastauksissa. Aineiston perusteella välttelyn ja kiertämisen taktiikat ovat siis merkittävässä osassa taktiikoiden valintaa.

Feissaamisen välttäminen ja kiertäminen perustuu vastausten mukaan vastaajan tietoon siitä, että ei aio osallistua feissarin esittämiin tarjouksiin tai lahjoituspyyntöihin. Sanallisesti kieltäytyminen asettaa ihmisen epämieluisaan tilanteeseen, jota ei tarvitse läpikäydä välttämällä se kokonaan. Välttämisen ja kiertämisen taktiikoiden valintoja perusteltiin myös sillä, että feissarien toimintaa pidetään häiritsevänä ja ahdistavana, eikä näitä kokemuksia haluta kokea. Kadulla hankinnoista puhumista ei pidetä mielekkäänä tilanteena, eikä myyntiä muutenkaan haluta kohdata julkisella paikalla. Lisäksi perusteluna esiintyi haasteet osata kieltäytyä feissarin ehdotuksista kasvokkaisessa tilanteessa, jolloin kiertäminen nähdään helpompana vaihtoehtona. Tähän liittyen koettiin haasteita irtautua tilanteesta, jos antaa feissarille joitakin vastauksia, koska tämä usein johtaa lisäkysymyksiin.

> *”-- Mielummin vältän koko tilanteen, kuin se että joudun kieltäytymään sanallisesti.”*
> Kysymys 14, V20

”-- Joskus olen huomannut feissareiden lähtevän kävelemään samaa matkaa muiden ohikulkijoiden kanssa, tällöin saatan vaihtaa esim. toiselle puolelle katua. --” -Kysymys 14, V29

”-- huomatessani heitä koitan kiertää kauempaa tai välttää kontaktia. --” -Kysymys 14, V32

”-- Yleensä aina väistän toiselle puolelle katua tai käytävää.” -Kysymys 14, V44

Oman ja feissarin ajan tuhlaaminen ilmeni myös avoimissa vastauksissa välttämisen ja kiertämisen taktiikoiden käytön syynä. Erityisesti ajan koettiin menevän feissarin kanssa hukkaan, jos tietää jo etukäteen, että ei aio tarttua tarjouksiin tai lahjoittaa. Monilla vastaajilla oli kyseiset palvelut jo hankittuna tai niille ei muuten ole tarvetta tai taloudelliset tilanteet ohjaavat valintoja.

”Jos jäisi jokaisen kanssa juttelemaan, pahimpina päivinä ei varmaan pääsisi koskaan kotiin --” -Kysymys 14, V2

”En lähtökohtaisesti halua osallistua niiden juttuihin, niin en siksi halua tuhlata heidän aikaansa enkä myöskään omaa aikaani.” -Kysymys 14, V5

”Tiedän, että en aio tarttua heidän tarjoukseen/lahjoittaa kuitenkaan, joten säästän omaa ja niiden aikaa kävelemällä ohi --” -Kysymys 14, V13

Nämä vastaukset antavat ymmärtää oman ajan, sekä työntekijän arvostukseen liittyviä tekijöitä, mutta myös feissaamisen yleisyyden näkyvän katukuvassa. Jos feissaaminen olisi harvinaisempi ilmiö, eikä kaupunkitilassa liikkuvien feissareiden työtapa olisi ihmisille jo hyvin tuttu, ihmiset eivät välttämättä osaisi pysyä etäällä tai muuttaa liikkumistaan tämän mukaisesti. Gehlin (2011) mukaan etäisyyttä kohtaamisissa pienennetään, kun molemminpuolinen kiinnostus on herännyt. Välttelyn ja kiertämisen taktiikoiden käytön suuri määrä antaa hyvin selkeästi ymmärtää, että kiinnostusta feissaamisen kohtaamiseen ei vastaajien osalta aineistossa tule ilmi.

Välttelyn ja kiertämisen taktiikoiden suuri käyttömäärä voi johtua osin myös siitä, että niiden käyttäjän ei tarvitse hyödyntää enää muita taktiikoita. Tämä voidaan huomata erityisesti vastauksista, joissa kerrotaan, että feissaustilanteita kierretään, jotta ei joutuisi kieltäytymään sanallisesti tai keskusteluun, josta ei koe kummallekaan osapuolelle olevan hyötyä.

4.4.2. Esittämisen taktiikat

Kyselyssä lueteltuja esittämisen taktiikoita ovat tekosyiden keksiminen, kiireisen vaikutelman antaminen ja feissarille ilmaiseminen, että ei ole ymmärtävinään tämän käyttämää kieltä. Kyselyn vaihtoehtojen lisäksi teeman alle lukeutuu useita vastaajien ilmi tuomia taktiikoita. Näitä esittämisen taktiikoita ilmaisi käyttävänsä 64 vastaajaa, ja näin ollen nämä ovat aineistossa eniten esiintyneet taktiikat. Esittämisen taktiikoiden hyödyntäminen laajalti viittaa siihen, että feissaamisen kohtaamisen tai rehellisen mielipiteen antamisen sijaan on helpompaa teeskennellä ja ohittaa tilanne ilman pidempää sananvaihtoa. Vastauksissa esiintyi hyvin moninaisia syitä, joita feissareille esitetään. Usein käytettävä esittämisen taktiikka on väittää, että ei hoida kyseisiä talouden asioita, kuten puhelin- tai sähkölaskun maksua. Tähän liittyen on keksitty monia tapoja ilmaista asiaa. Palvelun väitetään kuuluvan vuokraan, tai esimerkiksi vanhempien hoitavan nuoren aikuisen laskuja. Yksi vastaaja kertoi joskus väittäneensä feissarille olevansa edunvalvonnan alaisena, jolloin edunvalvontavaltuutetun tulisi hoitaa kyseiset asiat. Väitettävien asioiden moninaisuus näkyi laajalti aineistossa.

> *”Jos kaupataan vaikka lehteä voi sanoa että en osaa lukea. En käytä puhelinta jne.”* -Kysymys 14, V4

> *”-- sanon, että vanhempani maksavat vielä esimerkiksi puhelinlaskuni--”* -Kysymys 14, V17

> *”--Olen myös esittänyt, että en hoida taloudessa kyseistä asiaa kuten esim. Sähkösopimus. Joskus huijasin, että olen edunvalvonnan alaisena.”* -Kysymys 14, V41

Avoimissa vastauksissa toistuvasti esiintyvä esittämisen taktiikka on puhelimeen puhuminen joko oikeasti tai teennäisesti, puhelimeen huomion kiinnittäminen muilla tavoin, sekä kuulokkeiden käyttäminen merkkinä siitä, että ei ole avoin kohtaamiselle. Nykyaikana puhelimet ovat hyvin aktiivisessa käytössä ja osana arkipäivää, mikä näkyy laajalti myös katukuvassa. Näin ollen puhelimen käyttöön voi piiloutua kaupunkitilassa ja jättää muita tilassa kulkevia huomiotta. Kuulokkeiden käyttö sen sijaan rajoittaa sitä, kuinka hyvin muita voi kuulla ja pitämällä kuulokkeet korvilla voi jättää kuuntelematta myös feissarin tarjouksia tai lahjoituspyyntöjä.

> *”Käytän kuulokkeita aina yksin kulkiessani. Ne toimivat hyvänä merkkinä siitä, ettei minua kiinnosta jutella kellekkään.”* -Kysymys 14, V11

”esitän puhuvani puhelimessa” -Kysymys 14, V14

”Katson kännykkää, pidän kuulokkeita ja vältän katsekontaktia --” -Kysymys 14, V20

Mielenkiintoista esiin nousevissa väitteissä on se, että ne ovat todellisia asioita, joita esiintyy, mutta feissari ei väitteiden vilpittömyyttä voi tietää. Tämä voi myös heijastella esittämisen taktiikoiden suosiota. Esittämisen taktiikoiden suosiossa ja koetussa toimivuudessa voi siis vaikuttaa niiden olemus myös oikeina syinä kieltäytymiselle. Feissari ei voi tietää, hoitaako tämän kohtaama ihminen asioitaan itse, onko tällä jo kyseinen palvelu, onko hän lahjoituslistalla tai eikö tämä esimerkiksi oikeasti kuule kuulokkeiden läpi.

Yleisellä tasolla julkisessa tilassa oletetaan siviiliä epähuomioimattomuutta (Horgan 2020), mutta feissari rikkoo tämän rituaalin tavoittelemalla keskusteluyhteyttä ohikulkijoiden kanssa. Tämä voidaan kokea epäkohteliaana ja yksilön henkilökohtaista tilaa loukkaavana, minkä voidaan uskoa vaikuttavan erinäisten esittämisen taktiikoiden käyttöön tilanteen purkamiseksi. Kontaktia hakevan feissarin pyrkimys kanssakäymiselle estetään ennen kuin se kunnolla edes alkaa, esittämällä, että on liian kiireinen jäädäkseen keskustelemaan tai esittämällä, että ei edes huomaa feissarin läsnäoloa jaetussa tilassa.

Vaikka tämän tutkielman lähtökohtana on käsitellä kaupunkitilan käyttäjien kokemuksia feissaamisesta, tuon siitä huolimatta tässä yhteydessä ilmi myös näkökulman feissarien perspektiivistä. Horganin (2020) urbaania vuorovaikutusrituaaliteoriaa (urban interaction ritual) mukaillen, voidaan ottaa huomioon myös näkökulma epäsiviilin epähuomioimattomuuden (uncivil inattention) olemuksesta feissaria kohtaan. Yksilön huomiotta jättäminen toisen ottaessa kontaktia, tai esimerkiksi pyytäessä apua, on epäsiviiliä epähuomioimattomuutta (Horgan 2020). Näin ollen feissarin sivuuttaminen voidaan nähdä urbaanin vuorovaikutusrituaaliteorian (Horgan 2020) mukaisesti epäystävällisenä ja sosiaalisten oletusten vastaisena toimintana.

4.4.3. Suoran kieltäytymisen taktiikat

Suoraa kieltäytymistä esiintyi aineistossa enimmäkseen kohteliaasti kieltäytymällä, mutta muinkin tavoin. Osa vastaajista kertoi ilmaisevansa feissarille heti heidät kohdatessaan, ettei ole kiinnostunut, osa sen sijaan kieltäytyy kuultuaan feissarin esittämän asian. Suoran kieltäytymisen taktiikoita käyttää vastaajista 62, joka on näin ollen myös hyvin vahvasti aineistosta esiin nouseva

taktiikkakategoria. Se koetaan tehokkaaksi ja suoraviivaiseksi, eikä sen eteen tarvitse mukauttaa omaa kulkuaan tai keksiä varsinaisia syitä kieltäytymiselle.

> *"-- Jos olen hyvällä tuulella, kieltäydyn kohteliaasti --"* -Kysymys 14, V37

> *"-- joskus kieltäydyn kohteliaasti --"* Kysymys 14, V47

> *"Kohtelias tervehdys ja tiukka ei --"* -Kysymys 14, V52

Useat vastaajat toivat kuitenkin kyseisen taktiikan käytön osalta ongelmana esiin sen, että suoraa kieltäytymistä ei aina kunnioiteta, vaan feissari saattaa jatkaa puhettaan siitä huolimatta. Feissareiden huomataan esimerkiksi lähtevän kulkemaan mukana ja jatkavan myyntipuheita. Suoran kieltäytymisen taktiikan käyttöön liittyy siis haastetta siinä määrin, minkälaisen feissarin kaupunkitilassa kohtaa ja uskotaanko ensimmäistä kieltäytymistä vai ei. Tämä voidaan käsittää epäkohteliaana käytöksenä ja asetettuja rajoja rikkovana.

> *"-- Olen usein koittanut kieltäytyä nätisti, mutta siitä huolimatta jatketaan tyrkyttämistä"* -Kysymys 14, V3

> "-- *tiedän, että he käyttävät taktiikoita, joilla yrittävät jatkaa keskustelua vaikka itse yrittäisi kieltäytyä kohteliaasti keskustelusta* --" -Kysymys 14, V13

Kieltäytymiseen voi liittyä myös kiireen aiheuttama elementti. Monet kokevat feissaustilanteissa tarjouksien vastaanottamisen tai lahjoittamisen tuntuvan hätiköidyltä päätökseltä. Vastaajat esittivät näkemyksiä siitä, kuinka tarpeen tullessa jollekin palvelulle tai tuotteelle ilmenee, tai kokee jonkin lahjoituskohteen itselleen mieluisaksi, haluaa siihen tutustua rauhassa ja tehdä päätöksen omilla ehdoilla. Tätä tulosta tukee myös Humaliston ja Moilasen (2019) näkemys siitä, että kuluttajalla ei ole nopeassa kadulla tapahtuvassa kohtaamisessa mahdollisuutta sisäistää moninaista tietoa.

> *"En halua ostaa tai lahjoittaa F2F tilanteessa, sillä haluan rauhassa perehtyä asioihin.--"* -Kysymys 14, V30

> *"-- Jos lahjoitan hyväntekeväisyyteen, valitsen itse kohteen omasta halustani ja teen sen netissä --"* -Kysymys 14, V32

Rauhassa perehtymisen ja kiireettömyyden ohessa tähän voi liittää neuvottelun, rajojen asettamisen, sekä luottamuksen tason elementit, joita Koch ja Miles (2021) kuvasivat oleelliseksi osaksi kaupungissa elämistä tuntemattomien ihmisten keskuudessa. Jos ei koe luottamusta tuntemattomaan

ihmiseen, voi kynnys ottaa tarjouksia vastaan tai tehdä lahjoituksia feissarin lähestymisen seurauksena olla korkealla.

4.4.4. Osallistumisen ja myötätunnon taktiikat

Myötätunnon ja osallistumisen taktiikat eivät olleet aiempiin verrattuna samanlaisessa suosiossa, sillä enää 19 vastaajaa raportoi käyttävänsä tähän kategoriaan sopivia taktiikoita. Näitä taktiikoita ovat tarjouksen tai varainkeruukohteen kuunteleminen, tarjouksen vastaanottaminen tai lahjoittaminen, edustajan kuunteleminen ja omalla ajalla asiaan palaaminen, sekä keskustelemaan jääminen, vaikka tietää, että ei ota tarjousta vastaan tai lahjoita. Näiden taktiikoiden käyttöä perusteltiin monilla syillä. Osallistuminen ja myötätunto feissaustilanteissa eroaa selkeästi muista esitellyistä taktiikoista, joissa korostuu feissareiden välttäminen ja torjuminen.

Osallistumisen ja myötätunnon taktiikat heijastelevat kyseisen taktiikan käyttäjien empaattista ja ymmärtäväistä sosiaalista toimintamallia julkisessa tilassa. Näin ollen työtään tekevälle yksilölle osoitetaan arvostusta ja tilanteessa ollaan läsnä toista kunnioittavalla tavalla. Tämän taktiikan valinta voi viitata kyseisen yksilön olemassa olevaan tarpeeseen palvelulle tai tuotteelle, kiinnostukseen varainkeruun kohteeseen, sekä empatiaan ja sovinnaiseen sosiaaliseen käytösmalliin. Yksinkertaisimmillaan osallistumisen taktiikkaa selittää kuluttajan tarve feissarin tarjoamalle tuotteelle, tai kiinnostus järjestöä kohtaan, minkä lisäksi ajallinen ulottuvuus esiintyy kyseisen taktiikan valinnassa.

> *”Minä kuuntelen, jos ei ole kiire”* -Kysymys 14, V8

> *”Tarjouksen otan vastaan, mikäli minulla on tarve sillä hetkellä esim. sähkösopimukselle tai halu lahjoittaa tiettyyn kohteeseen. --”* -Kysymys 14, V29

Erityisen mielenkiintoisia ovat tilanteet, joissa kuluttaja jää kuuntelemaan feissaria tietäen, että ei ole kiinnostunut tai muuten aikeissa osallistua. Näissä kohtaamisissa korostuu myötätunnon osuus feissaria kohtaan, mikä voi viitata sosiaalisen harmonian ylläpitämiseen. Kuten Pinazo & Arahuete (2021) ilmaisevat, ystävällisen ihmisen torjuminen voi herättää epämiellyttäviä tunteita, ja myötätuntoisilla osallistumisen tavoilla tämän voi välttää.

> *”Vaikken yleensä mitään osta/lahjoita niin mukava silti kuunnella mitä ihmisellä asiana. Töitähän hekin vaan tekee ja varmaan saa tarpeeksi kuraa niskaansa ilman että itsekkin olisin töykeä”* -Kysymys 14, V6

”-- Ajattelin hänen saavan sopimuksen solmimisesta palkkion, joten suostuin listalle, vaikka olinkin suhteellisen varma, etten tule kuukausilahjoitusta ainakaan kovin usein tekemään --” -Kysymys 14, V31

”-- jos aihe kiinnostaa niin kuuntelen, mutten ikinä tilanteessa ryhdy mukaan mihinkään.” -Kysymys 14, V63

Osallistumisen ja myötätunnon taktiikoiden käyttö voi siis viitata rationaaliseen päätöksentekoon tarpeen perusteella, tilannekohtaisella joustavuudella tai moraalisiin valintoihin tuntemattoman kohtaamisen tavoista julkisessa tilassa. Osallistumisen ja myötätunnon taktiikoiden mielenkiintoisuudesta ja sosiaalisesta hyväksyttävyydestä huolimatta kyseisten taktiikoiden valinta on kuitenkin muihin edellä mainittuihin huomattavasti vähäisempi. Voidaankin pohtia, onko kyseessä ajan puutteeseen, kulttuuriin vai kenties yksityisyyteen liittyviä tekijöitä.

4.4.5. Tilannesidonnainen taktiikan valinta

Yllä lueteltuja taktiikoiden luokkia tarkasteltaessa tulee huomioida, että vastaajat pystyivät valitsemaan ja tuomaan esiin kaikki taktiikat, joita he kokevat käyttävänsä kohdatessaan tai havaitessaan feissaamista. Kysymyksenasettelu mahdollisti vastaamisen sekä feissarin pelkän havaitsemisen, että kohtaamisen osalta. Feissaria on vaikea kiertää kaukaa, jos on jo kanssakäymisessä tämän kanssa tai on turhaa alkaa kieltäytymään, mikäli feissarin jossain kauempana havainnoi. Tästä näkökulmasta katsottuna taktiikoiden valinnassa on paljon tilannesidonnaisia valintaan vaikuttavia tekijöitä.

Feissaamistilanteet eivät ole yhdenmukaisia, vaan niihin liittyy paljon vaihtelua. Näin ollen myös taktiikoiden valinnassa voi vaikuttaa monet tekijät. Tilannesidonnaisuus näkyi avoimien vastausten selityksissä joidenkin vastaajien toimesta siten, että oma mielentila ja tarve vaikuttavat paljolti taktiikan valintaan.

”Taktiikkani on tilannekohtainen. Jos minulla on aikaa ja fiilistä, saatan kuunnella tarjouksen, mutta näin ei useimmiten ole. --” -Kysymys 14, V31

”Tilanteen mukaan keksin tai teen jotain. --” -Kysymys 14, V33

> *”Riippuu omasta mielialasta, joskus kieltäydyn kohteliaasti ja toisinaan jos on kiire tms. ohitan "huomaamatta" koska joskus kohtelias kielto aiheuttaa vain innokkaamman hyökkäyksen”* -Kysymys 14, V47

Taktiikoiden käyttö on hyvin moninaista ja kyselyn vastaajista vain yksi ilmaisi käyttävänsä vain yhtä taktiikkaa, mikä korostaa taktiikoiden limittäisyyttä ja monipuolisia käyttötarkoituksia. Tämän lisäksi vain viisi vastaajaa ilmaisi käyttävänsä taktiikoita vain yhden teeman alta. Tämän perusteella voidaan huomata siis se, että taktiikoiden käyttö vaihtelee paljon tilanteen ja yksilön mielentilan mukaan ja on myös mahdollista, että taktiikoita käytetään päällekkäisesti. Taktiikoiden moninaisuus voi viitata myös feissaamiseen liittyviin vaihteluihin. Feissaamista tapahtuu monenlaisissa sijainneissa ja erilaiset kaupunkitilat luovat vaihtelevia mahdollisuuksia sekä feissareiden, että muiden kaupunkitilan käyttäjien toiminnalle ja näin ollen myös taktiikoiden valinnalle.

5. Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli luoda ymmärrystä feissaamisen merkityksestä kaupunkitilaa muovaavana ilmiönä. Tarkastelussa oli yksilöiden kokemukset kaupunkitilasta feissaamista kohdatessa tai havaitessa, sekä taktiikat, joiden käyttöä feissaaminen laukaisee. Feissaaminen on nopeasti yleistynyt ilmiö, jolla on markkinoinnin tai varainkeruun asettamia tavoitteita. Nämä tavoitteet ovat usein uusien asiakkuuksien ja tilausten, sekä lahjoitusten kerääminen ja näiden tavoitteiden saavuttaminen vaatii ihmisten kohtaamista. Kohtaaminen mahdollisten uusien asiakkaiden ja lahjoittajien kanssa vaatii julkisen tilan mahdollistamia satunnaisia kohtaamisia (Massey 2008). Feissarit käyttävät näin ollen julkista tilaa tavoitteidensa saavuttamiseksi ja läsnäolollaan sekä toiminnallaan vaikuttavat kaupunkitilan olemukseen ja siihen, miten tilaa koetaan.

Ilmiön tutkimiseksi hyödynnettiin olemassa olevaa tutkimusta ja teoriaa, sekä kyselyaineistoa monimenetelmätutkimuksen metodein. Aiheeseen soveltuvaa tutkimustietoa käsitellään muun muassa feissaamisesta, julkisesta ja puolijulkisesta tilasta, relationaalisesta tilakäsityksestä, kohtaamisista, sekä tunteista ja affekteista. Näiden teemojen yhteys kaupunkitilan kokemiseen ja kohtaamisen taktiikoihin feissaamisen seurauksena on ilmeinen. Kyselyaineisto mahdollisti entuudestaan hyvin rajallisesti käsitellyn aiheen laajemman tarkastelun. Kyselyllä kerättiin tietoa feissaamisen kohtaamisen tai havaitsemisen aiheuttamista reaktioista ja sen seurauksena käytetyistä taktiikoista Tampereella.

5.1. Tulosten yhteenveto

Feissaamista kohdataan ja havaitaan Tampereella varsin paljolti, sekä katumarkkinoinnin, että varainkeruun osalta. Feissaamisen kohtaamisen tai havaitsemisen aiheuttamat reaktiot ovat hyvin yksilökohtaisia ja näin ollen myös taktiikoiden käyttö feissaustilanteissa vaihtelevaa. Viimeisintä feissaustilannetta arvioidessaan 63 % vastaajista ilmaisi kokemuksen olleen negatiivinen tai negatiivisen ja neutraalin väliltä ja 32,9 % ilmaisi kokemuksen olleen neutraali. Tämä viittaa siihen, että feissaamista ei mielletä positiivisena ilmiönä kaupunkitilassa, sillä vain 4,1 % ilmaisi kokemuksen olleen positiivinen tai positiivisen ja neutraalin väliltä. Vastauksissa kuvailtiin moninaisia negatiivisia tunteita feissaamistilanteita kohtaan, kuten ahdistusta, ärtymystä ja

vaivaantumista. Tilan kokemuksissa kuvailtiin tilan pienentymisen tuntua ja julkiseen tilaan ilmentyvän kontrollin elementtejä.

Tutkimuksen keskeinen tulos on, että 81 % vastaajista raportoi kaupunkitilan kokemukseen tulevan muutoksia feissaamisen vaikutuksesta, vaikka nämä muutokset tilakokemukseen olivatkin pääsääntöisesti hetkellisiä. Nämä tilakokemukseen syntyvät muutokset johtavat aineiston mukaan moniin reaktioihin, mikä näkyy kaupunkitilan käytön muutoksina. Näitä ovat muun muassa feissareiden kiertäminen ja kulkureittien uudelleensuunnitteleminen, kohtaamisen taktiikoiden hyödyntäminen ja tilan kokeminen epämiellyttävänä. Kuten yllä mainittu, tilan kokemuksen muutos feissaamisen seurauksena on usein hetkellinen, mutta pysyviä muutoksia kaupunkitilan kokemiseen voi syntyä, jos feissaamista kohdataan tai havaitaan samassa tilassa toistuvasti.

Kaupunkitilan kokemukseen syntyviä muutoksia on siis useita ja suurin osa kyselyn vastaajista niitä kokee. Tähän liittyen on hyvä ottaa huomioon, että katumarkkinoinnin ja varainkeruun osalta suurta eroa kokemuksissa ei tullut ilmi. Vastaajista 21 % raportoi feissaamisen luonteen vaikuttavan tilakokemuksiin, kun valtaosa, eli 70 % vastaajista ei ilmaissut eroa varainkeruun ja katumarkkinoinnin aiheuttamien kokemusten välillä. Näin ollen voidaan todeta feissaamisen yleisellä tasolla vaikuttavan tilakokemukseen, mutta feissaamisen luonteella olevan huomattavasti vähemmän merkitystä tilakokemusten muutoksiin. Nämä harvinaisemmat eronteot katumarkkinoinnin ja varainhankinnan välillä perustuivat yleisellä tasolla varainhankinnan hyvään tarkoitusperään ja tunteisiin vetoamiseen, sekä katumarkkinoinnin hyökkäävämpään lähestymistapaan.

Feissaamisen havaitseminen ja kohtaaminen luo sosiaalisia tilanteita ja vaikuttaa kohtaamisen tapoihin. Tässä yhteydessä näitä tapoja havainnoida ja kohdata feissaamista, sekä mukauttaa omaa toimintaansa sen perusteella, kutsutaan tässä tutkielmassa kohtaamisen taktiikoiksi. Nämä kohtaamisen taktiikat jakautuivat aineiston pohjalta välttelyn ja kiertämisen, esittämisen, suoran kieltäytymisen, sekä osallistumisen ja myötätunnon taktiikoihin. Näiden lisäksi oleellisena tekijänä esiin nousi tilannesidonnainen taktiikan valinta. Viimeisenä mainitun merkitys on noussut esiin feissaamistilanteiden moninaisuuden yhteydessä. Taktiikoita käytetään hyvin vaihtelevasti sen mukaan, nähdäänkö feissarit kauempaa vai ollaanko heidän kanssaan jo puhe-etäisyydellä, minkä aiheen äärellä feissataan ja mikä yksilön senhetkinen tilanne on. Syitä taktiikoiden vaihtelevuudelle ja moninaisuudella on siis paljon.

Välttelyn ja kiertämisen taktiikat ovat suosittuja ja toimivat erityisesti feissaamisen havainnointivaiheessa. Tämä vaihe on myös se, jossa kaupunkitilan käytössä esiintyy herkästi muutoksia. Kulkureittejä voidaan suunnitella uudestaan ja tilaa hyödyntää etäisyyden lisäämiseksi tai vähentämiseksi verrattuna feissareihin. Kohtaamisen mahdollistamiseksi etäisyyden vähentäminen on oleellista, mutta vaatii molemminpuolisen kiinnostuksen tämän saavuttamiseksi (Gehl 2011). Tässä välttelyn ja kiertämisen taktiikat osoittavat kiinnostuksen puutetta feissaamisen potentiaalisten kohteiden puolelta. Välttelyn ja kiertämisen taktiikoita voidaan pitää siis ennakoivina tapoina reagoida feissaamiseen yhteisessä kaupunkitilassa, vaikka yksilö ei voi tietää tulisiko feissari ottamaan kontaktia juuri häneen. Tämä havainto yhteydessä näiden taktiikoiden suosioon ja feissaamiskokemusten arviointiin hyvin kielteisesti voi osaltaan selittää ennakoivaa välttelyä.

Käytetyimmät taktiikat aineiston perusteella ovat esittämisen taktiikat. Välttelyn ja kiertämisen taktiikoista poiketen esittämisen taktiikat vaativat selkeästi pienemmän etäisyyden feissareihin tai feissarin tekemän kontaktiyrityksen. Tässä yhteydessä esittämisen taktiikoita ovat tekosyiden keksiminen, kiireisen vaikutelman antaminen, esittäminen, että ei ymmärrä feissarin käyttämää kieltä, sekä lukuisat tavat kiinnittää huomiota toisaalle. Nykyaikana tämä painottuu puhelimeen puhumiseen, joko oikeasti tai teeskennellen, kuulokkeiden käyttäminen ja feissarin kontaktiyrityksien sivuuttaminen. Tekosyiden keksimisen kirjo on hyvin laaja ja kyselyn vastaajat jakoivat monia käyttämiään väitteitä. Näitä ovat esimerkiksi; en osaa lukea, en hoida talouden asioita, vanhempani maksavat, olen edunvalvonnan alaisena, ynnä muut. Tehokkuutensa monet väitteet saavat siitä, että feissari ei voi tietää, puhuuko kontaktoitu ihminen totta vai ei. Esittämisen taktiikoiden suuren suosion taustalla voidaan nähdä monia syitä. Voidaan olettaa tavoitteena olevan välttää feissaustilanne kokonaan tai päättää se mahdollisimman nopeasti, minkä nähdään onnistuvan helpommin esittämisen taktiikoilla, kuin suorilla ilmauksilla.

Suoran kieltäytymisen taktiikat ovat myös suuressa suosiossa. Pääasiallisesti kieltäydytään kohteliaasti, mutta myös kärkkäämmin. Tämän taktiikan käyttöä perusteltiin sillä, että tarvetta palvelulle tai tuotteelle ei ole, kohde ei ole kiinnostava tai taloudellinen tilanne ei anna saumaa osallistua esillä oleviin feissauksen kohteisiin. Haasteena tämän taktiikan käytössä todettiin suoran kieltäytymisen riittämättömyys päättää feissaustilanne. Feissareiden koettiin usein jatkavan puhumista kieltäytymisen jälkeen, mikä herätti vastaajissa myös ärtymyksen tunteita. Muutoin suoraa kieltäytymistä suosittiin, jos ei kokenut halua tai tarvetta mukauttaa omaa käytöstään feissaamisen seurauksena tai näki sen olevan omaan tilanteeseen loogisin valinta.

Vähiten käytetyt taktiikat olivat osallistumisen ja myötätunnon taktiikat. Taktiikan epäsuosioon voi vaikuttaa feissaamisen suuri määrä ja väsymys samoista aiheista kuulemiseen jatkuvasti, mikä aiheuttaa torjuvaa ja epäystävällistä käyttäytymistä (Sakakibara, Kyriazis & Algie 2019). Suuresta feissaamisen määrästä huolimatta aineistosta nousi esiin motiiveja hyödyntää osallistumisen ja myötätunnon taktiikoita. Helpoiten perusteltavissa olevana syynä tietenkin tarve tietylle palvelulle tai tuotteelle. Vaikeammin selittyviä ovat monimutkaiset, tunteisiinvetoavat syyt. Myötätuntoa voi esiintyä sekä varainkeruukohdetta, että feissareita kohtaan. Aineistosta nousi esiin pointteja, joissa ymmärretään feissarin tekevän vain työtään tai levittävän tietoisuutta tärkeän aiheen tiimoilta ja näistä syistä feissaustilanteisiin osallistutaan.

Feissaamisen yleistymisen kaupunkikuvassa voidaan uskoa myös vaikuttavan siihen, että ihmiset tuntevat toimintatavat ja osaavat näin ollen ennakoida feissarin lähestyvän ja tavoittelevan asiakkuutta tai jäsenyyttä. Uskon tämän vaikuttavan ihmisten tapaan valita erinäisiä taktiikoita feissaamista havaitessa tai kohdatessa, erityisesti niissä tilanteissa, kun aihe ei ole ajankohtainen tai mieluinen. Näin kaupunkitilassa liikkuvat saattavat hyödyntää välttteleviä ja esittämiseen perustuvia taktiikoita jo ennen kuin he edes tietävät mistä aiheesta on kyse.

Yllä käsitellyt taktiikoiden teemat antavat osviittaa siitä, miten ihmiset kohtaavat feissareita ja reagoivat feissaamiseen kaupunkitilassa. Kohtaamisen taktiikat vaihtelevat suuresti tilanteiden mukaan, mikä näkyy taktiikoiden valinnassa tilannesidonnaisesti. Kaupunkitilassa tapahtuu kerralla monia asioita ja useita kohtaamisia, joiden hallitseminen on mahdotonta. Näin ollen kaupunkitila ja siinä tapahtuvat tilanteet ovat jatkuvassa muutoksessa ja vaativat tilanteisiin sidoksissa olevaa reagointia. Tämä näkyy myös siinä, kuinka moninaisesti ihmiset käyttävät eri taktiikoita feissaamista havaitessa tai kohdatessa.

5.2. Suhteutuminen aiempaan tutkimukseen

Aiempaan tutkimukseen verraten on havaittavissa useita yhteneväisyyksiä aineistosta nousseista löydöksistä, erityisesti negatiivisten tunteiden heräämisen osalta. Rinne ja Olsson (2020) ovat todenneet feissareiden vaikuttavan affektiivisiin kokemuksiin tilasta. Tämä on yksi tutkielman suurimmista teemoista ja aineistosta toistuvasti esiin nouseva aihe. Tunteiden herääminen voi liittyä tiettyihin ihmisryhmiin (TenHouten 2006) ja tässä yhteydessä feissarit ovat tunteiden kohteena olevana ryhmänä. Tämä tarkoittaa, että kaupunkitilassa kulkevien ihmisten kohdatessa tai havaitessa feissareita heidän ennakko-oletuksensa ja aiemmat feissauskokemukset vaikuttavat

heidän reagointiinsa ja käytökseen myös uusia feissareita kohtaan. Täten feissaamisesta aiheutuneet kokemukset ja tunteet muovaavat jatkossa heräävää reagointia ja asennoitumista feissaamista kohtaan. Tätä tukee myös Rinteen, Kajanderin ja Haanpään (2020) toteamus siitä, että toimimme ja reagoimme tunteiden ja affektien alaisina.

Pinazon & Arahueten (2021) mukaan ystävällisesti lähestyvän ihmisen torjuminen on tunnetasolla epämiellyttävää, erityisesti siinä tapauksessa, kun feissaamisen aihe on yksilölle mieluisa. Tämä oli huomattavissa aineistossa siltä osin, kuin vastaajat ilmaisivat negatiivisia tunteita ymmärtäessään feissareiden tekevän työtään ja joutuessaan kieltäytyä esimerkiksi taloudellisen tilanteen perusteella kiinnostuksesta huolimatta. Myös jatkuvan feissaamisen ilmaistiin aiheuttavan ärtymystä ja vaivaantumista, erityisesti sellaisissa tiloissa, joissa vastaajat totesivat kohtaavansa feissaamista hyvin usein. Tämän jatkuvan feissaamisen ja samoista teemoista kuulemisen jatkuvasti on todettu aiheuttavan ihmisissä turtumista ja herättävän torjuvaa kognitiivista käyttäytymistä, passiivisia tunnereaktioita ja epäystävällistä käytöstä feissareita kohtaan (Sakakibara, Kyriazis & Algie 2019), mikä näkyi vahvasti myös aineistossa.

Sakakibara, Kyriazis ja Algie (2019) ovat todenneet ihmisten luovan välttämisstrategioita suojautuakseen jatkuvan feissaamisen aiheuttamalta ärsytykseltä. Tämä on erityisesti kohtaamisen taktiikoita tukeva havainto. Erinäisten strategioiden tai taktiikoiden hyödyntäminen feissaamisen aiheuttamien negatiivisten tuntemusten välttämiseksi on tutkielmassa ilmetty. Kohtaamisen taktiikoiden moniulotteisuus ilmaisee ihmisten kokemaa tarvetta luoda monia vaihtoehtoisia käytösmalleja negatiivisena koettujen tilanteiden välttämiseksi tai päättämiseksi suojautuakseen feissaustilanteiden aiheuttamalta kuormitukselta.

Madanipour (2003) suhteuttaa julkisen tilan jatkumolle, jolla tilan julkisuus vaihtelee julkisen ja yksityisen välillä julkisuuden toteutumisen mukaan. Tähän liittyen aineistosta nousi esiin näkemyksiä, joissa feissaaminen vaikutti kaupunkitilan julkisuuden asteen kokemukseen. Tilan kuvailtiin muun muassa muuttuvan julkisesta tilasta feissarin edustaman yrityksen tai järjestön tilaksi ja feissaamisen vaikuttavan vapaaseen liikkumiseen julkisessa tilassa. Lisäksi tilan fyysisiin ominaisuuksiin koettiin tapahtuvan muutoksia feissaamisen seurauksena. Katujen koettiin kapenevan ja tilojen tuntuvan pienemmiltä feissareita havaitessa tai kohdatessa ja tämän seurauksena tilojen hyödyntämisen tapojen muuttuvan.

Kaupunkitilan muotoutuminen vuorovaikutuksissa ja samanaikaisesta olemassaolosta (Massey 2005) näkyy myös feissaamisen vaikutuksessa kaupunkitilan kokemiseen. Feissareiden ja muiden

kaupunkitilan käyttäjien yhtäaikainen oleminen tilassa mahdollistaa uusia kohtaamisia ja täten luo vuorovaikutusta kaupunkitilassa. Tämän perusteella feissaaminen on ilmiönä kaupunkitilaa muovaava. Tilan muovaantuminen liittyy vahvasti myös tilojen jatkuvaan muotoutumiseen, jonka perusteella tilat eivät ole koskaan valmiita tai staattisessa tilassa (Massey 2005). Näin ollen feissaaminen toimii osana kaupunkitilan rakentumista ja jatkuvaa muuttuvuutta osana kaupungin moninaista relaatioiden verkkoa.

Siviilin huomioimattomuuden periaatteen (Horgan 2020) rikkoutuminen näkyi vahvasti aineistossa. Monet painottivat toivettaan liikkua kaupunkitilassa ilman keskeytyksiä ja säilyttäen jonkin tason etäisyyttä muihin ihmisiin. Kuvaukset feissareiden liian päällekäyvästä lähestymistavasta ja kieltäytymisiä sivuuttavasta toimintatavasta toistuivat vastaajien näkemyksissä. Tämä on siviilin huomioimattomuuden (Horgan 2020) osalta vastakohtaista ja sosiaalisia, joskin joiltain osin kirjoittamattomia, normeja rikkovaa. Toisaalta aineistossa esiintyi muutamia näkemyksiä siitä, miten feissareita pitäisi siviilisti huomioida (Horgan 2020) tilanteessa, jossa toinen ihminen ystävällisesti ottaa kontaktia.

Aineistosta nousi esiin toistuvasti myös feissaustilanteiden nopeatempoisuus ja tämän aiheuttamat ongelmat perehtyä aiheeseen kunnolla. Useammat kyselyn vastaajat kokivat tämän aiheuttavan painetta ja ilmaisivat haluavansa perehtyä rauhassa asiaan, mikäli osallistuisi feissauskohteen tarkoitukseen. Tämä näkyy myös Humaliston ja Moilasen (2019) tutkimuksessa, jossa todettiin feissaamistilanteiden lyhytkestoisuuden aiheuttavan tiedon sisäistämisen haasteita. Näin ollen lyhytkestoisen kohtaamisen aikana ihminen ei pysty tekemään perusteltuja päätöksiä, mikä herättää myös feissarin motiivien kyseenalaistamista ja epäluottamusta tätä kohtaan, kuten Waldner ym. (2020) asiaa kuvailivat.

5.3. Tutkimuksen rajoitteet ja käytännön merkitys

Tutkielman laajuus huomioon ottaen, on ymmärrettävä sen sisältämät rajoitteet. Aineisto muodostuu 73 vastaajan näkemyksistä ja otos on keskittynyt nuoriin aikuisiin ja naisvastaajiin. Tämä aiheuttaa painotuksen kyseisten ihmisryhmien mielipiteisiin. Kysymyksenasettelut vaikuttavat siihen, miten vastaajat ymmärtävät ilmiötä ja johdattavat avointen kysymysten vastauksia. Kysely aineistonkeruumetodina estää lisäkysymysten esittämisen ja voi rajoittaa miten vastaajat ilmaisevat näkemyksiään. Kyselyllä kerätty tieto vaatii vastaajalta aiempien tapahtumien muistelua, mikä voi ohimenevissä ja yksilön elämälle epäoleellisissa kohtaamisissa olla haastavaa. Täten

feissaustilanteessa heränneet ajatukset ja tunteet voivat joiltain osin unohtua, eikä käydä ilmi kyselyvastauksissa. Heti feissaustilanteessa tehtävä kenttätutkimus voisi mahdollisesti auttaa ensireaktioiden ja käytettyjen taktiikoiden tarkastelussa.

Yllä mainittujen rajoitteiden lisäksi on ymmärrettävä subjektiivisten kokemusten tutkimiseen liittyvät haasteet. Yksilöiden tavat ilmaista itseään ja kertoa kokemuksistaan ovat hyvin vaihtelevia ja tämä epäyhtenäisyys luo haasteensa käsitellä niitä yhteisesti. Kokemusten tutkimisen suurena haasteena on asettaa ne tutkimukselle soveltuviksi tutkimuskohteiksi. Kokemusten tutkimus myös osaltaan nostaa mielipiteitä tiedon kaltaiseen asemaan (Toikkanen & Virtanen 2018) ja kokemusten kuvausta voidaan täten pitää tapahtumien todellisena kuvauksena ilman kyseenalaistuksia (Kukkola 2018). Tässä esiin nousee kokemuksia tutkittaessa jäsentämisen tärkeys. Kokemuksen tutkijana tulisi kuvata aineiston esiin tuomia sisältöjä omista ennakko-oletuksista vapaana (Tökkäri 2018), mutta myös tutkijan kokemus on suhteutettuna tutkittavaan kohteeseen (Perttula 2005), ja voi näin ollen olla sävyttämässä kuvausta joko tiedostamatta tai tiedostaen (Tökkäri 2018). Toisenlaisena rajoitteena toimii aiemman tutkimuksen vähyys feissaamisesta, sen vaikutuksista ja sen yhteydestä kaupunkikuvaan. Ilmiön yleisyys huomioon ottaen akateemisesta kirjallisuudesta uskoisi jo löytyvän feissaamista tarkastelevaa tutkimusta, mutta sitä on hyvin rajatusti. Näin ollen tämän tutkielman pohjaaminen aiempaan tutkimukseen tuotti haasteita.

Käytännön tasolla tutkimus osoittaa feissaamisella olevan vaikutusta kaupunkitilaan. Kokemuksellisesti feissaaminen aiheuttaa vaihtelevia reaktioita ihmisissä, ja jättää eritasoisia muistijälkiä. Tätä tietoa feissausfirmat voisivat käyttää hyödykseen ja kehittää käyttämiään lähestymisen tapoja luodakseen nykyistä positiivisempia kokemuksia. Positiiviset kokemukset markkinointia ja varainkeruuta suorittavien työntekijöiden kohtaamisista voisi poikia parempia tuloksia kuin nykyiset, hyvin kielteiset kokemukset. Erityisesti huomion kiinnittäminen feissaamisen alueellisiin sijainteihin voisi olla hyödyllistä. Tutkimus osoitti liiallisen feissaamisen samalla alueella aiheuttavan turhautumisen ja ärsyyntymisen tunteita. Tähän tukeutuen voisi harkita feissaamisen käytäntöjen laajentamista muillekin alueille, kuin kaikista tiiviimpiin keskittymiin. Positiivisten ja neutraalien kokemusten tarkastelu voisi sen sijaan antaa viitteitä siitä, millaisia lähestymistapoja kannattaisi jatkossakin hyödyntää.

Kaupunkien osalta voisi pohtia kaupunkitilojen käytön mahdollisuuksia ja rajoitteita. Kaupunkikuvaan vaikuttavana ilmiönä runsas feissaaminen voi aiheuttaa imago-ongelmia. Jos kaupunkikeskustassa tiedetään tapahtuvan feissaamista laajalti, tämä voi tutkimuksen tuloksien perusteella vaikuttaa ihmisten näkemyksiin ja kaupunkitilan käytön suunnitelmallisuuteen.

Kaupungeissa voitaisiin pohtia feissaamisvapaiden alueiden merkitystä kaupunkikuvalle ja kaupunkitilan käytön vapautumiselle muuhun käyttöön. Imagotekijöiden lisäksi on otettava huomioon feissaamisen taloudellinen ulottuvuus. Yritykset ja järjestöt tarjoavat työpaikkoja feissareille ja vaikuttavat kaupunkien elinkeinotoimintaan. On siis pohdittava myös kaupungin mahdollisuuksia tarjota vakuuttavia feissaamisen tiloja, joissa kohtaamisille olisi otolliset puitteet.

Puolijulkisina tiloina kauppakeskukset ovat suuressa suosiossa feissaamistoiminnalle. Puolijulkisuus mahdollistaa julkista tilaa vahvemman hallinnan ja tästä näkökulmasta feissaaminen on otollista kauppakeskuksissa, jotka muutenkin ovat kuluttamistoiminnalle rakennettuja. Ihmiset tulevat kauppakeskuksiin usein kuluttajan roolissa ja tällaisena myös feissari voi heidät mieltää. Kaupunkitilassa muutoin liikkuvilla ihmisillä voi sen sijaan olla hyvin moninaiset syyt kaupunkitilan hyödyntämiseen. Tämä jako ei kuitenkaan toimi yksiselitteisesti, sillä kauppakeskuksiin tullaan myös viettämään aikaa, tapaamaan muita, sekä monenlaisissa eri ajanvieton suunnitelmissa. Näin ollen otollisinta feissaamisen tilaa ja aikaa voi olla vaikea arvioida.

5.4. Jatkotutkimusmahdollisuudet

Jatkotutkimusmahdollisuuksia aiheesta on monia. Olisi mielenkiintoista tarkastella miten feissaamisen vaikutus kaupunkitilan kokemiseen näyttäytyy eri sosioekonomisissa asemissa oleville ihmisille. Eri elämäntilanteiden vaikutus on ilmeinen monella saralla ja näin ollen oletettavasti myös feissaamisen herättämissä ajatuksissa ja reaktioissa, sekä näistä muodostuvissa kokemuksissa. Erityisesti tarkastelu katumarkkinointiin ja lahjoituspyyntöihin liittyvän kyllästymisen (Sakakibara, Kyriazis & Algie 2019) osalta olisi mielekästä vahvojen kielteisten näkemysten korostumisen vuoksi.

Kokemuksen tutkimus on haasteellista, ja kirjoitettu kokemuksen muistelu on itse tapahtumasta irrallinen niin ajallisesti, kuin tilallisesti (Rinne & Olsson 2020). Tämän takia olisi kiinnostavaa perehtyä feissaamisen aiheuttamiin reaktioihin niiden tapahtuessa kaupunkitilassa, seuraamalla kaupunkitilassa liikkuvien tilan käyttöä ja kohtaamisen taktiikoita. Näin ollen olisi hyödyllistä tutkia reaktioita feissaamista kohtaan reaaliaikaisesti kenttätutkimuksena, sillä se avaisi uusia näkökulmia ihmisten tavoista käyttää kaupunkitilaa muuttuvissa tilanteissa.

Mielenkiintoinen näkökulma voisi olla myös itse feissarina työskentelevien tai työskennelleiden kokemusten tutkiminen feissaamisen vaikutuksesta kaupunkitilaan tai heidän käyttämistään kohtaamisen taktiikoista ottaen huomioon henkilökohtaiset kokemukset feissarina toimimisesta.

Vaikka tällöin tutkimuskohteena olisi rajatumpi ihmisryhmä, tämä voisi antaa arvokasta käsitystä siitä, miten kohtaamiset kaupunkitilassa ovat aiempien kokemusten värittämiä. Tämä tukisi feissaamisen laajempaa ymmärrystä ilmiönä.

Katumarkkinoinnin ja varainkeruun eroihin olisi myös hyvä perehtyä tarkemmin. Tarkasteluun voisi ottaa sen, mitkä tekijät katumarkkinoinnin ja varainkeruun osalta ovat niitä, jotka herättävät osassa ihmisistä hyvin vahvoja eriäviä mielipiteitä. Tämän lisäksi voisi selvittää, miten nämä eroavaisuudet vaikuttavat kokemuksen muodostumiseen ja tätä kautta pitkäjänteisiin näkemyksiin ja mielleyhtymiin feissaamisesta.

Laajempana tarkasteltavana teemana olisi tarpeen perehtyä julkisen ja puolijulkisen tilan hallinnan merkitykseen feissaamiseen liittyen. Kuten de Magalhães & Carmona (2009) toteavat, tilojen julkisuuden asteen vaihtelevuudesta huolimatta tilat vaativat aina jonkintasoista hallintaa, jotta ne voisivat toimia vaivattomasti mahdollisimman monille käyttäjille. Tämän lisäksi julkisten tilojen väheneminen kaupunkitilojen osien omistuksen takia on lisännyt tilojen kontrollin määrää (Madanipour 2003). Tästä näkökulmasta olisi tarpeen selvittää, mitkä toimijat hallitsevat feissaamisen tiloja ja ohjaavat näin ollen näistä tiloista muodostuvia kokemuksia.

5.5. Yhteenveto

Tutkielma vahvistaa käsitystä siitä, että feissaaminen on näkyvä osa kaupunkikuvaa ja vaikuttaa kulttuuriin sekä sosiaalisiin suhteisiin kaupunkitilassa. Feissaaminen vaikuttaa tilan käyttöön, herättää tunteita ja luo satunnaisia kohtaamisia. Vaikka tutkielma osoittaa feissaamisen näkyvän pääpiirteittäin häiritsevänä ilmiönä, sen koetaan osaltaan myös elävöittävän kaupunkikuvaa ja luovan positiivisia kokemuksia. Tämä osoittaa feissaamisen ilmenevän monitahoisena ja mielipiteitä herättävänä ilmiönä, ollen vahvasti kontekstiin sidonnainen. Feissaaminen osana nykyajan kaupunkikulttuuria herättää vaihtelevia mielipiteitä haastaen käsitystä julkisesta tilasta neutraalina ja vapaasti käytettävissä olevana.

Feissaamisen voidaan todeta muovaavan tiloja, vaikuttavan tilakokemukseen ja herättävän erinäisten kohtaamisen taktiikoiden käyttöä. Näin ollen feissaamisen kautta voidaan ymmärtää kaupunkitilaa uudella tavalla, sen muovatessa kulttuuria ja uusia normeja. Feissaaminen toimii osana kaupunkitilan moninaisia relaatioita ja vaikuttaa näin osaltaan kaupunkitilan kokemiseen ja kohtaamisiin kaupunkitilassa. Aiheesta on vielä hyvin rajallisesti tutkimusta, joten syvemmän ymmärryksen saavuttamiseksi jatkotutkimusta olisi syytä tehdä useammista näkökulmista.

Tilallisuuden ja feissaamisen yhteys on modernissa kaupunkitilassa kiistämätön ja vaatii kaupunkitilan käyttäjiltä jatkuvaa neuvottelua rajoista ja sosiaalisista normeista. Feissaaminen vaikuttaa näin ollen jatkuvassa muutostilassa oleviin tiloihin ja kokemuksiin niistä, luomalla kohtaamisia tilallisesti ja ajallisesti mukautuvassa kaupungissa. Toisin sanoen feissaaminen ei ole pelkkää katumarkkinointia tai varainkeruuta, vaan osa tilallisesti muotoutuvia sosiaalisia ja kulttuurisia rakenteita, jotka peilaavat syvempiä yhteiskunnallisia muutoksia ja trendejä.

Lähteet

Ahmed, S. (2000). Strange Encounters: Embodied Others in Post-Coloniality (1st ed.). Routledge.

Ahmed, S. (2005). The Cultural Politics of Emotion (NED-New edition, 2). Routledge.

Ainiala, T., Kivilaakso, A., Olsson, P., Savolainen, P. & Vahtikari T. (2021). Humanistinen kaupunkitutkimus. Vastapaino.

Backman, J. (2018). Äärellisyyden kohtaaminen: kokemuksen filosofista käsitehistoriaa. Teoksessa Toikkanen, J. & Virtanen, I. A. (toim.) Kokemuksen tutkimus VI – Kokemuksen käsite ja käyttö. Rovaniemi. Lapland University Press.

Becker, G. S. & Murphy, K. M. (2001). Social economics: Market behavior in a social environment. Harvard University Press.

Black, T. R. (2002). Understanding social science research (2nd ed.). Sage.

Braun, V. & Clarke, V. (2021). Thematic Analysis: A Practical Guide (First edition). UK. SAGE Publications.

Bryman, A. (2007). Barriers to Integrating Quantitative and Qualitative Research. Journal of Mixed Methods Research, 1(1), 8–22.

Clarke, V. & Braun, V. (2017). Thematic analysis. The Journal of Positive Psychology, 12(3), 297–298.

Cova, B. & Saucet, M. (2014). The secret lives of unconventional campaigns: Street marketing on the fringe. Issue n.1, Journal of marketing, San Diego Legal Studies Paper No. 14-145.

Cresswell, T. (2009). Place. International encyclopedia of human geography, 8, 169-177.

Cresswell, T. (2016). Place: an introduction (2nd ed.). Wiley Blackwell.

Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2017). Designing and Conducting Mixed Methods Research (Third edition). US. SAGE Publications.

Croucher, S. M. (2024). Descriptive Statistics. Teoksessa Understanding communication research methods: a theoretical and practical approach. Routledge. 199–217.

Darling, J. & Wilson, H. F. (2016). Encountering the City: Urban Encounters from Accra to New York. Routledge.

Dear, M. & Häkli, J. (1998). Tila, paikka ja urbanismi - uuden kaupunkitutkimuksen metodologiaa. Terra 110:2

Duunitori (2025). Myyntiedustaja (feissari, uusiutuva energia) – OL Marketing / AaltoEnergia. Saatavissa https://duunitori.fi/tyopaikat/tyo/myyntiedustaja-feissari-uusiutuva-energia-ol-marketing-aaltoenergia-sdsuu-19472328, luettu 30.7.2025

Elden, S. (2009). Space I. International encyclopedia of human geography, 10, 262–267.

Elliott, R. & Wattanasuwan, K. (1998). Brands as symbolic resources for the construction of identity. International Journal of Advertising, 17(2), 131–144.

Euroopan Unioni (2024). Yleinen tietosuoja-asetus. Euroopan unionin virallinen verkkosivusto. Saatavissa https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index_fi.htm, luettu 20.1.2025

Gehl, J. (2011). Life between buildings: using public space. Island Press.

Given, L. M. (2008). Thematic Coding and Analysis. Teoksessa The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods (Vol. 2, pp. 867–868). SAGE Publications.

Goos, P. & Meintrup, D. (2015). Statistics with JMP: graphs, descriptive statistics and probability. Wiley.

Hakala, J. T. (2024). Laadullisen tutkimuksen ABC: menetelmäopas opinnäytteen tekijälle. Gaudeamus.

Harbison, L. & Simmons, K. (2024). Fundamentals of Descriptive Statistics. Journal of Dental Hygiene. 98(5), 51–54.

Horgan, M. (2020). Urban interaction ritual: Strangership, civil inattention and everyday incivilities in public space. Pragmatics: Quarterly Publication of the International Pragmatics Association, 30(1), 116–141.

Horsti, K. & Khademi, H. (2022). Koulu turvallisena tilana karkotusuhan alla. Teoksessa Pirkkalainen, P., Lyytinen, E., Pellander, S. & Al-Jouranj, H. (toim.) Suomesta poistetut: näkökulmia karkotuksiin ja käännytyksiin. Tampere: Vastapaino.

Humalisto, N. H. & Moilanen, N. E. (2019). Anticipating public expectations of humanitarian action—An ethnographic study of recruiting donors through face-to-face fundraising. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 24(1).

Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J. & Turner, L. A. (2007). Toward a Definition of Mixed Methods Research. Journal of Mixed Methods Research, 1(2), 112–133.

Koch, R. & Miles, S. (2021). Inviting the stranger in: Intimacy, digital technology and new geographies of encounter. Progress in Human Geography, 45(6), Article 0309132520961881.

Koski, L. (2020). Teksteistä teemoiksi – Dialoginen tematisointi. Teoksessa Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus.

Kuckartz, U. & Radiker, S. (2023). Qualitative Content Analysis: Methods, Practice and Software. (2nd ed.). UK. Sage.

Kukkola, J. (2018). Kokemuksen tutkimuksen metatiede: kokemuksen käsitteen käytön ja kokemuksen ehtojen tutkimus. Teoksessa Toikkanen, J. & Virtanen, I. A. (toim.) Kokemuksen tutkimus VI – Kokemuksen käsite ja käyttö. Rovaniemi. Lapland University Press.

Kuntaliitto (2025). Kaupunkien ja kuntien lukumäärät ja väestötiedot. Saatavissa https://www.kuntaliitto.fi/kuntaliitto/tietotuotteet-ja-palvelut/kaupunkien-ja-kuntien-lukumaarat-ja-vaestotiedot, luettu 24.2.2025

Kuusisto-Arponen, A. K. & Tani, S. (2009). Hengailun maantiede: Arjen kaupunki nuorten olemisen tilana. Alue ja ympäristö, 38(1), 51–58.

Lefebvre, H. (1996). Writings on Cities. Blackwell Publishers.

Low, S. M. (2017). Spatializing culture: the ethnography of space and place. Routledge.

Lääkärit ilman rajoja (2026). Hae varainhankkijaksi. Saatavissa https://laakaritilmanrajoja.fi/toihin-meille/feissariksi/, luettu 7.5.2026

Madanipour, A. (2003). Public and private spaces of the city. London; New York. Routledge.

de Magalhães, C. & Carmona, M. (2006). Innovations in the Management of Public Space: Reshaping and Refocusing Governance. Planning Theory & Practice, 7(3), 289–303.

de Magalhães, C. & Carmona, M. (2009). Dimensions and models of contemporary public space management in England. Journal of Environmental Planning and Management, 52(1), 111–129.

Massey, D. (2005). For space. Sage Publications.

Massey D. (2008). Samanaikainen tila. Vastapaino.

Mehta, V. (2013) a. The Street: A Quintessential Social Public Space. Oxford. Taylor & Francis Group.

Mehta, V. (2013) b. Evaluating Public Space. Journal of Urban Design, 19(1), 53–88.

Neuvonen, R. (2017). Kenelle kaupunkitila kuuluu? Kaupunkien julkiset tilat oikeuksien verkostona. Teoksessa Bäcklund, P., Häkli, J. & Schulman, H. (toim.) Kansalaiset kaupunkia kehittämässä. Tampere University Press. 200–217.

O'Reilly, K. (2025). Qualitative research methods for everyone: An essential toolkit. Policy Press.

Patton, M. Q. (2023). Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice (Fourth edition). US. SAGE Publications.

Pernau, M. (2014). Space and Emotion: Building to Feel. History Compass. 12(7), 541–549.

Perttula, J. (2005). Kokemus ja kokemuksen tutkimus: fenomenologisen erityistieteen tieteenteoria. Teoksessa Perttula, J. & Latomaa, T. (toim.) Kokemuksen tutkimus: Merkitys – tulkinta – ymmärtäminen. Dialogia.

Pinazo, D. & Arahuete, L. (2021). Fundraising through the F2F: When the smile implies a rejection of the interaction. Journal of philanthropy and marketing 26:e1687.

Pyy, I. (2006). Tilan sosiaalisen luonteen ymmärtämisen taito. Terra 118:2, s.134–136.

Rannila, P. (2021). Humanistinen maantiede tänään? Käsitteellisiä avauksia 2000-luvun kaupunkitutkimukseen. Teoksessa Vahtikari, T., Ainiala, T., Kivilaakso, A., Olsson, P. & Savolainen, P. (toim.) Humanistinen kaupunkitutkimus. Vastapaino.

Ridell, S., Kymäläinen, P. & Nyyssönen, T. (2009). Julkisen tilan poetiikkaa ja politiikkaa: tieteidenvälisiä otteita vallasta kaupunki-, media- ja virtuaalitiloissa. Tampere: Tampereen yliopisto.

Riggsby, A. M. (2009). Space. Teoksessa Feldherr, A. (toim.) The cambridge companion to the roman historians, cambridge (pp. 152-165). Cambridge: Cambridge University Press.

Rinne, J., Kajander, A. & Haanpää, R. (2020). Affektit ja tunteet kulttuurien tutkimuksessa. Ethnos.

Rinne, J. & Olsson, P. (2020). ”Täällä on minun kotini” – Affektiiviset kokemukset kaupungin merkityksellistämisessä. Teoksessa Rinne, J., Kajander, A. & Haanpää, R. (toim.) Affektit ja tunteet kulttuurien tutkimuksessa. Ethnos.

Sakakibara, J., Kyriazis, E. & Algie, J. (2019). Poisoning the Well: A donation request fatigue behaviour model. Third Sector Review, 25(2), 115–146.

Saren, M. (2007). Marketing is everything: the view from the street. Marketing Intelligence & Planning. Vol. 25 No. 1, pp. 11-16.

Simmel, G. (1950 [1908]) The stranger. Teoksessa The Sociology of Georg Simmel, trans. K Wolff: New York: Free Press, 402–408.

Suomen Punainen Risti (2026). Lahjoittajapalvelu. Saatavissa https://www.punainenristi.fi/lahjoita/lahjoittajapalvelu/, luettu 7.5.2026

Suomen YK Liitto (2026). Kestävät kaupungit ja yhteisöt. Saatavissa https://www.ykliitto.fi/kestavat-kaupungit-ja-yhteisot, luettu 7.5.2026

Suomen Ympäristökeskus (2025). Kaupunkiseudut ja kaupungistuminen. Saatavissa https://www.ymparisto.fi/fi/rakennettu-ymparisto/kaupunkiseudut-ja-kaupungistuminen, luettu 7.5.2026

T-Media (2024). Espoo eniten vetovoimaansa kasvattanut kaupunki – Tampere jatkaa suurimpien kaupunkien ykkösenä. Saatavissa https://t-media.fi/espoo-eniten-vetovoimaansa-kasvattanut-kaupunki-tampere-jatkaa-suurimpien-kaupunkien-ykkosena/, luettu 24.4.2025

Tampereen korkeakouluyhteisö, Vinkkipankki (2017). Forms - M365:n helppo lomakeohjelma. Saatavissa https://sites.tuni.fi/vinkkipankki/o365/forms-o365n-helppo-lomakeohjelma/, luettu 30.10.2024

TenHouten, W. D. (2006). A general theory of emotions and social life. Routledge.

Tilastokeskus (2026). Kuntien avainluvut. Saatavissa https://stat.fi/tup/alue/kuntienavainluvut.html#?year=2023&active1=KU837&active2=SSS, luettu 7.5.2026

Toikkanen, J. & Virtanen, I. A. (2018). Kokemuksen tutkimus VI – Kokemuksen käsite ja käyttö. Rovaniemi. Lapland University Press.

Traficom (2026). Alue- ja yhdyskuntarakenteen kehitystrendejä. Saatavissa https://tieto.traficom.fi/fi/tilastot/alue-ja-yhdyskuntarakenteen-kehitystrendeja#28135-1, luettu 7.5.2026

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.

Tökkäri, V. (2018). Fenomenologisen, hermeneuttis-fenomenologisen ja narratiivisen kokemuksen tutkimuksen käytäntöjä. Teoksessa Toikkanen, J. & Virtanen, I. A. (toim.) Kokemuksen tutkimus VI – Kokemuksen käsite ja käyttö. Rovaniemi. Lapland University Press.

Uimonen, H. (2020). Kertojien kaupungit: Aistielämäkerrallinen kävely ympäristön ja muistamisen tutkimusmenetelmänä. Alue ja ympäristö 49:1

Vehkalahti, K. (2019). Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät / Kimmo Vehkalahti. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Vetter, T. (2017). Descriptive Statistics: Reporting the Answers to the 5 Basic Questions of Who, What, Why, When, Where, and a Sixth, So What?. Anesthesia & Analgesia, 125 (5), 1797–1802.

Vilkka, H. & Mankki, V. (2024). Johdatus monimenetelmätutkimukseen. Santalahti.

Waldner, C. J., Willems, J., Ehmann, J. & Gies, F. (2020). The impact of face-to-face street fundraising on organizational reputation. International journal of nonprofit and voluntary sector marketing, 25(4), e1672.

Wetherell, M. (2012). Affect and emotion: a new social science understanding. Sage.

Williams, M. (2022). Beginning Quantitative Research (W. P. Vogt & R. D. Wiggins, Eds.; 1st edition). SAGE Publications.

WWF (2026). Feissarit hakevat kummeja WWF:lle kauppakeskuksissa. Saatavissa https://wwf.fi/feissarit-hakevat-kummeja-wwflle-kauppakeskuksissa/, luettu 7.5.2026

Yle (2010). Feissareiden tulosvastuu ajaa väärinkäytöksiin. Saatavissa https://yle.fi/a/3-5616602, luettu 30.7.2025

Liitteet

Liite 1: Kysely

Feissaamisen vaikutus kaupunkitilan kokemiseen

Kyselyllä kerätään tietoa feissaamisen vaikutuksista kaupunkitilassa. Feissaaminen on kasvokkain tehtävää markkinointia tai varainkeruuta, jolla tavoitellaan asiakkuuksia yrityksille tai lahjoittajia järjestöille. Kyselyn vastauksia hyödynnetään Pro Gradu -tutkielman aineistona. Kysely on anonyymi, eli vastauksia ei voida yhdistää yksittäisiin vastaajiin ja vastaukset käsitellään luottamuksellisesti vain edellä mainittuun tarkoitukseen. Vastaamalla kyselyyn hyväksyt vastausten hyödyntämisen tutkielmassa. Vastaaminen kestää noin 10 minuuttia. Tietosuojailmoitus löytyy lomakkeen lopusta.

Perustiedot
1. Sukupuoli *
Nainen
Mies
Muu
2. Ikä *
18-25
26-35
36-45
46-55
56-65
66-75
76 tai vanhempi
3. Asuinkaupunki *
Tampere
Muu
4. Jos vastasit asuvasi jossakin muualla, mikä tuo sinut käymään Tampereella?
Opiskelu, työssäkäynti, vapaa-aika yms.
5. Jos vastasit asuvasi jossakin muualla, kuinka usein vierailet Tampereella?
Joka päivä

Viikoittain

Kuukausittain

Vuosittain

Harvemmin

6. Työskenteletkö tai oletko joskus työskennellyt feissarina? *

Kyllä

En

7. Kuinka usein kohtaat feissaamista Tampereella? *

Joka päivä

Viikoittain

Kuukausittain

Vuosittain

Harvemmin

En koskaan

Muistele viimeisintä kokemustasi feissaamisesta

Kokemus voi olla tilanne, jossa olet keskustellut feissarin kanssa tai vain havainnut feissarin tilassa, jossa kuljit.

8. Millä asialla kuljit kaupunkitilassa kohdatessasi feissaamista?

Koulumatka

Työmatka

Kaupassakäynti

Vapaa-aika

Matka harrastukseen

Muu

9. Olitko yksin vai seurassa?

Yksin

Seurassa

10. Millaisessa tilassa feissaamista tapahtui?

Standilla tarkoitetaan yrityksien ja järjestöjen kojuja tai esittelypisteitä.

Ulkotilassa vapaasti liikkuen

Ulkotilassa standilla

Sisätilassa (esim. kauppakeskus) vapaasti liikkuen

Sisätilassa (esim. kauppakeskus) standilla

Muu

11. Millainen kohtaaminen mielestäsi oli

Negatiivinen – Neutraali – Positiivinen

12. Kertoisitko vielä, mitä tapahtui ja miten kohtaaminen tai feissarin havaitseminen eteni.

Ajattele kohtaamiasi tai havaitsemiasi feissaamistilanteita yleisesti

13. Mitä taktiikoita käytät kohdatessasi tai havaitessasi feissaamista? *

Voit valita useita vaihtoehtoja. (Vaihtoehdot satunnaisessa järjestyksessä)

Kuuntelen tarjouksen/varainkeruukohteen

Kiinnitän huomion muualle

Kierrän kaukaa

Otan tarjouksen vastaan/lahjoitan

Kuuntelen mitä edustajalla on sanottavana ja palaan asiaan omalla ajalla

Keksin valkoisia valheita

Vaihdan suuntaa

Jään kuuntelemaan, vaikka tiedän että en ota tarjousta vastaan/lahjoita

En vastaa mitään ja kävelen ohi

Kieltäydyn kohteliaasti

Jään juttelemaan niitä näitä

Katson toiseen suuntaan

Annan kiireisen vaikutelman

En puhu feissarin käyttämää kieltä

Muu

14. Kertoisitko lisää käyttämistäsi taktiikoista ja syistä niiden käyttämiseen.

Tilan kokemuksen muutokset

Tässä osassa käsitellään feissaamisen vaikutusta tilan kokemiseen.

Tila voi olla sisä- tai ulkotila, sekä avoin tai suljettu tila, kuten katu, liiketilan aula, kauppakeskus, tori yms.

15. Vaikuttaako feissaajan havaitseminen ja/tai kohtaaminen siihen, miten koet tilan, jossa se tapahtuu? *

Mieti, muuttuuko tapasi liikkua tai hyödyntää tilaa, jos kohtaat tai näet feissarin.

Herättääkö feissaaminen jotakin tunteita tilassa liikkuessa.

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

16. Jos vastasit kyllä, kertoisitko, miten tilan kokemus muuttuu feissaamisen seurauksena ja onko muutos hetkellinen vai pysyvä?

17. Vaikuttaako kokemukseesi, tekeekö feissari katumarkkinointia vai varainhankintaa? *

Tässä yhteydessä katumarkkinointi tarkoittaa yritysten pyrkimystä saada asiakkaita tai uusia sopimuksia ja varainhankinta tarkoittaa järjestöjen pyrkimystä saada lahjoituksia.

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

18. Jos vastasit kyllä, kertoisitko mikä vaikuttaa eroon katumarkkinointifeissaamisen ja varainhankintafeissaamisen välillä.

19. Tuleeko vielä jotain muuta aiheeseen liittyvää mieleen?

Kiitos kyselyyn vastaamisesta!

Painathan vielä lähetä painiketta, jotta vastaukset tallentuvat.

Tietosuojailmoitus: https://tuni-my.sharepoint.com/:w:/g/personal/venla_taipale_tuni_fi/ESq2qf5o-cpPt4JZ4-ESpicBvi7_0G2bWi-yR5zEHn6IFQ

Liite 2: Tietosuojailmoitus

Rekisterin nimi	Kaupunkitilakokemus feissaamisilmiön vaikutuksesta [pro gradu -tutkielma]
Päiväys	8.1.2025
Rekisterinpitäjä(t)	Venla Taipale venla.taipale@tuni.fi
Ohjaaja tai oppilaitoksen yhteyshenkilö	Jouni Häkli jouni.hakli@tuni.fi
Henkilötietojen käsittelytarkoitus ja käsittelyperuste	Henkilötietojasi käsitellään feissaamisen vaikutukseen liittyvässä opinnäytetutkimuksessa. Tutkimuksessa perehdytään feissaamiseen kaupunkitilan kokemiseen vaikuttavana tekijänä. Tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista. Henkilötietojen käsittelyperusteena on: ☒ suostumus. EU:n yleinen tietosuoja-asetus 6 artikla 1.a-kohta. Suostumuksen voi peruuttaa milloin tahansa ilmoittamalla tästä rekisterinpitäjälle. Suostumuksen peruuttaminen ei vaikuta ennen suostumuksen peruuttamista suoritetun käsittelyn lainmukaisuuteen. TAI ☐ yleisen edun mukainen tieteellinen tutkimus. EU:n yleinen tietosuoja-asetus 6 artikla 1 e-kohta. Ks. ohje Henkilötieto opinnäytetyössä

Henkilötietojen säilytysaika	[Aineisto säilytetään saman henkilön pro gradu -tutkimusta varten.] Opinnäytteen valmistuttua aineisto ja henkilötiedot tuhotaan. Siltä osin kuin ohjaajalla on pääsy aineistoon opinnäytetyön ohjaamista ja tarkastamista varten, ohjaajat ja tarkastajat käsittelevät henkilötietoja ainoastaan niin kauan kuin on tarpeellista työn hyväksymistä varten.
Rekisterin tietosisältö ja tietolähteet	Kuvaus rekisterissä käsiteltävistä henkilötietotyypeistä tietoryhmittäin, esim.: • Nimitiedot • Muut perustiedot • Kyselylomakkeella kerättävät tiedot Tiedot kerätään tutkittavilta itseltään.
Henkilötietojen vastaanottajat	Henkilötietojasi ei luovuteta ulkopuolisille.
Rekisterin suojauksen periaatteet	Digitaalinen aineisto suojataan käyttäjätunnuksella ja salasanalla tai kaksivaiheisella käyttäjän tunnistuksella (MFA).
Rekisteröidyn oikeudet	Tietosuojalainsäädännön mukaisesti sinulle kuuluu oikeus saada pääsy tietoihin, oikaista tietoja, oikeus tietojen poistamiseen (oikeus tulla unohdetuksi), rajoittaa tietojen käsittelyä ja vastustaa henkilötietojen käsittelyä. Jos haluat käyttää jotain oikeuttasi, ota yhteys rekisterinpitäjään.
Oikeus valittaa viranomaiselle	Sinulla on oikeus tehdä valitus henkilötietojen käsittelyä valvovalle viranomaiselle, jos epäilet henkilötietojasi käsiteltävän vastoin tietosuojalainsäädäntöä: tietosuoja.fi / sähköposti: tietosuoja@om.fi