



LAPIN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF LAPLAND

YHTEISKUNTATIETEIDEN TIEDEKUNTA

Sade-Maria Tuominen

**Koira kotitalouden kulutuskäytäntöjä muokkaamassa
– autoetnografinen tutkimus**

Pro gradu – tutkielma

Johtaminen

2020

Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta

Työn nimi: Koira kotitalouden kulutuskäytäntöjä muokkaamassa – autoetnografinen tutkimus

Tekijä: Sade-Maria Tuominen

Koulutusohjelma/oppiaine: Johtaminen

Työn laji: Pro gradu -työ Sivulaudaturtyö Licensiaatintyö

Sivumäärä: 110

Vuosi: 2020

Tiivistelmä: Aiemmissä lemmikkeihin liittyvissä tutkimuksissa lemmikki on nähty omistajalleen merkityksiä luovana elementtinä, joka muun muassa vaikuttaa omistajan identiteettiin. Kulutustutkimuksessa lemmikit on nähty kulutuksen kohteena siten, että omistaja on muodostanut kulutusta lemmikkinsä ympärille. Tämän pro gradu – tutkielman tarkoituksena on tutkia koirien ympärille muodostuneita kulutuskäytäntöjä kotitalouksissa. Tutkimuksessa tarkastellaan kulutuskäytäntöjä koiran elinkaaren mukaisesti, jolloin luodaan kuvaa myös siitä, miten lemmikin ikä muovaa kotitalouden kulutuskäytäntöjä. Tutkimuskysymyksenä esitän: *Miten koirat tulevat ohjanneeksi kotitalouden kulutuskäytäntöjä? Miten koiran ikä kehystää kulutuskäytäntöjä ja niiden muodostumista?*

Tutkimus toteutettiin autoetnografisena tutkimuksena pohjautuen omiin kokemuksiini käytänteoreettisesta näkökulmasta. Aineisto koostuu omasta päiväkirjastani ja siihen koostamani havainnoista, joita olen kerännyt usean vuoden ajan tätä tutkimusta varten. Omat kokemukseni lemmikkieläimistä rajautuvat pääasiassa koiriin ja elämään niiden ympärillä, joten tutkimuksen keskiössä on koira kotitalouden kulutuskäytäntöjen muovaajana.

Tutkimuksen tavoitteena on luoda kulutustutkimuksen kentälle keskustelua lemmikeistä osana kulutusyhteiskuntaa ja viitoittaa lemmikkeihin liittyvää kulutustutkimusta vastaamaan myös siihen, miten lemmikit voivat ihmisten rinnalla olla osana muodostamassa kulutuskäytäntöjä. Tutkimuksen tuloksena muodostuu näkemys lemmikkien osallisuudesta kotitalouksien kulutuskäytäntöihin. Kulutuskäytäntöihin vaikuttaa myös lemmikin elinkaari, jonka eri vaiheissa kotitalouksien kulutus ohjautuu lemmikin tarpeita vastaamaan. Tutkimuksen tulokset esittävät lemmikkien omistajien muokkaavan kulutuskäytäntöjään jopa siten, että lemmikki osana kotitaloutta on mukana muovaamassa jopa kotitalouden suurimpia hankintoja, kuten auton tai asunnon ostoa. Tutkimuksen tulokset vahvistavat aiempaa käsitystä lemmikkien tärkeästä roolista kotitaloudessa, niitä pidetään täysivaltaisina perheenjäseninä, ei ainoastaan omistuksen kohteina.

Avainsanat: kulutustutkimus, lemmikkieläimet, kulutuskäytännöt, lemmikkikulutus, autoetnografia, käytänteoria

Sisällys

1	JOHDANTO.....	5
2	AIEMPI KULUTUSTUTKIMUS LEMMIKEISTÄ	7
2.1	Lemmikit tilastotutkimuksessa.....	7
2.2	Koirat kulutustutkimuksessa	12
3	KÄYTÄNTÖTEORIA JA KULUTUSTUTKIMUS	19
3.1	Käytäntöteoria yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa.....	19
3.2	Käytäntöteoria kulutustutkimuksessa.....	27
3.3	Käytäntöteoria tämän tutkimuksen teoreettisena viitekehyksenä	32
4	AUTOETNOGRAFIA	36
4.1	Etnografinen tutkimusmenetelmä tutkimuksen lähestymistapana	36
4.2	Autoetnografia.....	37
4.3	Netnografia.....	42
4.4	Aineistonkeruu ja aineiston analyysi.....	44
4.5	Tutkijapositio ja tutkimusetiikka.....	45
5	KULUTUSKÄYTÄNNÖT LEMMIKIN ELINKAAREN MUKAISESTI –.....	47
	KESKIÖSSÄ KOIRA YKSILÖNÄ	47
5.1	Koiran pentuikään liittyvät kulutuskäytännöt	47
5.1.1	Koiranpennun odotusvaiheen käytännöt.....	51
5.1.2	Koiran hellimis- ja hoivaamiskäytännöt pentuvaiheessa.....	54
5.1.3	Koiran ohjaus- ja koulutuskäytännöt pentuvaiheessa	55
5.2	Koiran aikuisikään liittyvät kulutuskäytännöt.....	59
5.2.1	Aikuisen koiran hellimis- ja hoivaamiskäytännöt	62
5.2.2	Aikuisen koiran kanssa elämisen sivutuotteet: arjen havainnot	64
5.3	Koiran veteraani-ikään liittyvät kulutuskäytännöt	70
5.3.1	Koiran ohjaus- ja koulutuskäytännöt veteraani-iässä	70
5.3.2	Koiran hellimis- ja hoivaamiskäytännöt veteraani-iässä	71

6	YHTEISÖLLISET KÄYTÄNNÖT – KESKIÖSSÄ KOIRA OSANA SOSIAALISIA KÄYTÄNTÖJÄ	77
6.1	Koiranomistaja kuluttajana	78
6.2	Koiraharrastaja kuluttajana	86
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	96
	LÄHTEET	103

Kuviot:

Kuvio 1.	Kulutusmenot lemmikkeihin. (Kansantalouden tilinpito – kulutusmenot 2013.).	9
Kuvio 2.	Homo economicus vs. Homo sociologus (Reckwitz 2002, 245–248).	20
Kuvio 3.	Kulttuuriteorioiden suhtautuminen sosiaalisuuteen (Reckwitz 2002, 249).	21
Kuvio 4.	Yksilön rooli kulttuuriteorioissa (Reckwitz 2002, 259).	21
Kuvio 5.	Käytäntöteoreettinen näkökulma muodostuu näiden prosessien yhteydestä (Reckwitz 2002, 250).	23
Kuvio 6.	Tutkijan osallistuminen netnografisessa tutkimuksessa	43

1 JOHDANTO

Lemmikit kuuluvat olennaisena osana suomalaisiin koteihin, sillä tutkimusten mukaan joka kolmannessa kotitaloudessa on lemmikki (Lounasmeri 2002, 38). Koira ja kissa ovat kotitalouksien suosituimmat lemmikit. Suomen Kennelliitto (2020) arvioi ylläpitämässään rekisterissä olevan noin kolmen neljästä Suomessa olevasta arviolta 700 000 koirasta. Suomen Kennelliiton ylläpitämään rotukoirarekisteriin koiria on rekisteröity yli 500 000 yksilöä (Suomen Kennelliitto 2020).

Tässä tutkimuksessa keskiöön otetaan erityisesti koirat. Koirat erilaisine rotuineen ovat oivallinen tutkimuskohde, sillä jokainen rotu ominaispiirteineen asettaa kulutukselle omat tarpeensa, kuten Jyrinki ja Laaksonen (2007) tutkimuksessaan havaitsivat:

”Nämä esimerkit valottavat ajatusta siitä, että rakkaat lemmikkimme ovat yhä useammin myös kulutuksen kohteita ja kulutuksen lähteitä. Niitä ja niiden kautta kulutetaan. Aikaisemmassa tutkimuksessa onkin löydetty tuloksia siitä, että kuluttajat pitävät lemmikkejään paitsi ihmisenkaltaisina perheenjäseninä ja ystävinä, myös tuotteina ja omistuksen ja kulutuksen kohteina.” (Jyrinki & Laaksonen 2007, 13–14.)

Aiemmissa tutkimuksissa on havaittu kuluttajien pitävän lemmikkejään paitsi ihmisenkaltaisina perheenjäseninä ja ystävinä, myös tuotteina ja omistuksen ja kulutuksen kohteina. Tämä ohjaa minua tutkijana keskittymään siihen, että mikäli koirat nähdään ihmisenkaltaisina, voivatko ne myös kuluttaa ihmisten kaltaisesti, ihmisen rinnalla? Perinteisesti kulutus on nähty tapahtuvaksi ihmisen päätösten ja tarpeiden pohjalta. Tutkimukseni keskittyy avaamaan lemmikki- ja kulutustutkimuksen ympärille uuden keskustelun koirista kulutusikäytänteiden muovaajina.

Tutkimukseni lähtökohtana on aiemmasta lähestymistavasta poikkeava käsitys siitä, ettei koira olekaan kulutuksen kohde, vaan kulutusta ohjaava tekijä, jopa kuluttajaan verrattavissa oleva toimija. Hämeenaho (2011, 107) listaa kulttuuriimme vaikuttaviksi tekijöiksi muun muassa bakteerit, hyönteiset, eläimet sekä erityisesti jatkuvasti itseään tutkivan ihmisen. Tutkimuksestani voidaan tunnistaa eläimet kulttuuriin vaikuttavina toimijoina, jotka

vuorovaikutuksessa ihmisen kanssa muokkaavat toimintatapojamme ja kulutustottumuksiimme. Tutkimuksessani tiedostetaan eläimen materiaalisuus, mutta keskitytään ensisijaisesti siihen, miten koirat ovat mukana muovaamassa kulutuksen raameja. Tutkimuksessani uutuusarvoa tuo niin se, että koira kuluttajana on tutkimuksen keskiössä, mutta myös se, että tutkimusta rakennetaan koiran elinkaaren mukaisesti. Tarkoituksena on selvittää, miten koiran ikääntyminen ja kehittyminen pennusta aikuiseksi ja aikuisesta vanhukseksi on osana muovaamassa kotitalouksien kulutusta.

Tutkimuskysymyksinä esitän *Miten koirat tulevat ohjanneeksi kotitalouden kulutuskäytäntöjä? Miten koiran ikä kehystää kulutuskäytäntöjä ja niiden muodostumista?*

2 AIEMPI KULUTUSTUTKIMUS LEMMIKEISTÄ

Kulutustutkimuksessa lemmikkejä on tutkittu perinteisesti taloustieteellisestä näkökulmasta sekä identiteetin ja markkinoinnin näkökulmasta. Taloustieteellistä tutkimusta on tehty Suomessa pääasiassa Tilastokeskuksen toimesta. Lemmikkeihin liittyvässä kulutustutkimuksessa on tuotu esille omistajan muodostama kulutus lemmikkinsä ympärille. Tämän kautta on tutkittu lemmikkien luomia merkityksiä omistajalleen ja sitä, miten lemmikki ja siihen liitetty kulutus vaikuttaa omistajan identiteettiin. Tutkimuksissa on vertailtu myös lemmikkeihin kohdistuvaa kulutusta verrattuna lemmikinomistajan itseensä kohdistuvaan kulutukseen. Lemmikkeihin liitettyä kulutusta on tutkittu myös talouden näkökulmasta siten, miten taloudelliset näkymät ja tilanteet ovat vaikuttaneet lemmikkeihin ja niihin liitettyyn kulutukseen. Tässä luvussa esittelen lemmikkeihin liittyvää tutkimusta tilastotutkimuksen ja kulutustutkimuksen osalta.

2.1 Lemmit tilastotutkimuksessa

Lemmit ovat merkittävä bisnes yhteiskunnassamme, sillä ihmiset ovat valmiita panostamaan lemmikkeihinsä ja niiden hyvinvointiin. Perinteisesti lemmikkieläimiin liittyvä kulutus nähdään kustannuksina, jotka muodostuvat lemmikin ylläpidosta, kuten ruokinnasta, terveyden ylläpidosta ja hyvinvoinnista. Amerikkalaistutkimuksen mukaan koiran ylläpitäminen 1990-luvun alkupuoliskolla oli lemmikin elinaikana maksanut keskimäärin 12 000 dollaria (Eaton 1994).

Tilastokeskuksen toteuttamien tutkimusten mukaan hieman yli kolmanneksella Suomen kotitalouksista oli lemmikki. Kahden huoltajan lapsiperheistä lemmikki oli puolessa kotitalouksista. Tutkimuksen mukaan lemmikkejä oli vähiten yksin asuvilla ja vanhuksilla, sekä kerrostaloasunnossa asuvilla. Tutkimuksen mukaan kotitaloudet kuluttavat enemmän lemmikkeihin, kuin vaikkapa urheilu- ja kulttuuripalveluihin tai sanomalehtiin ja kirjoihin. (Joka kolmannessa kodissa asuu lemmikki 2014; Autoilevien kotitalouksien osuus...2016.) Suomen Kennelliitto rekisteröi vuosittain vajaa 50 000 puhdasrotuista koiraa. Suomessa on aktiivinen koiraharrastajapiiri, mutta suurin osa rekisteröidyistä koirista myydään perheiden lemmikkikoiriksi. (Suomen Kennelliitto 2020.) Vuonna 2019 viisi suosituinta koirarotua olivat labradorinnoutaja, jämtlanninpystykorva, saksanpaimenkoira, kultainennoutaja sekä suomenlapinkoira. Kahdenkymmenen suosituimman koirarodun joukossa oli vain

kaksi puhtaasti kääpiö- ja seurakoirarotua. Noutajat ovat pitäneet paikkansa Suomen suosituimpina koirarotuina, samoin perinteiset metsästys- ja palveluskoirat. (Suomen Kennelliitto 2020.)

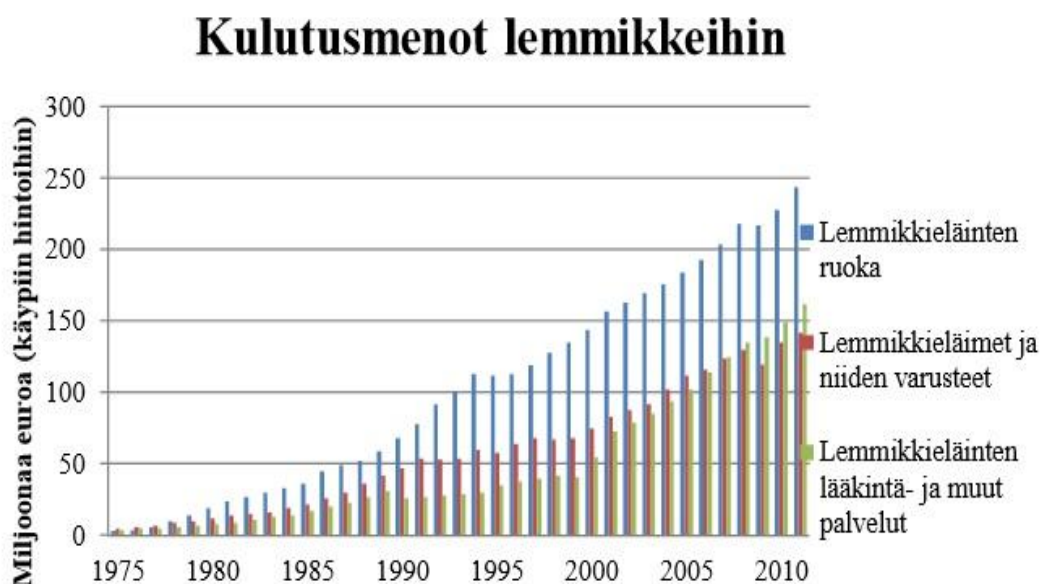
Koirien rekisteröinteihin 1960- ja 1980-luvuilla vaikutti selkeästi talouden nousu- ja laskusuhdanteet. 1960- ja 1970-luvuilla Suomeen saapuivat seurakoirat ja 1980-luvun taitteessa noutajat lunastivat paikkansa Suomen suosituimpina koirarotuina. Suomessa 1990-luvun lama-aikana koiramäärät nousivat ja puhdasrotuisten koirien rekisteröinneissä käytiin laskusuunnassa vasta 1990-luvun loppupuolella. 2000-luvulla rekisteröinnit alkoivat taas seuralla taloudellista tilannetta. (Jyrinki & Laaksonen 2007, 13.) 1990-luvun laman aikana koirien ja kissojen rekisteröintimäärät kasvoivat huimasti, vaikka aikaisemmin lemmikkien rekisteröinti oli seurannut vahvasti talouden muutoksia. Myös lemmikkien tarpeisiin käytettiin enenevässä määrin rahaa, vaikka kulutuksesta yleisesti ottaen tingittiin. Omista vaatteista, kestokulutushyödykkeistä ja matkailusta nipistettiin ja osa joutui säästämään jopa ruoka- ja terveydenhuoltokustannuksista. (Jyrinki & Laaksonen 2007, 18.) Sama ilmiö on nähtävissä myös koronavirusepidemian aikana keväällä 2020, sillä lemmikkien kysyntä on kasvanut räjähdysmäisesti 1990-luvun laman kaltaisesti. Tämä on huomattu myös Suomen Kennelliitossa, josta Kaleva julkaisi verkkosivuillaan (Kalevan koiranpentulive hurmaa... 2020). Tilastokeskuksen tutkimuksissa on havaittu, miten tärkeitä lemmikit ja niiden hyvinvointi ovat omistajalle:

”Yhä useammasta koiranomistajasta on luonnollista huolehtia koiriensa riittävästä liikunnansaannista ja oikeasta ruokavaliosta, vaikka itse sortuisi tuon tuostakin poikkeamaan terveellisistä elämäntavoista. Voidaankin laskea, että esimerkiksi 90-luvun alkupuoliskolla, syvimmän laman aikana, lemmikkeihin, niiden tuotteisiin ja palveluihin käytetty rahamäärä kasvoi Suomessa liki 40 prosenttia neljässä vuodessa.” (Kotitalouksien kulutusmenot lemmikkeihin 2000.)

Miksi sitten lemmikkeihin oltiin ja ollaan valmiita kuluttamaan tiukassa taloustilanteessa? Voidaan pohtia, tuovatko lemmikit jotain sellaista kuluttajalle, jota ei muuten rahalla voi saada? Lemmikit tarjoavat omistajilleen seuraa, henkistä ja fyysistä terveyttä sekä yhdessäoloa ja aktivointia. Tuovatko lemmikit kuluttajille lohtua laskusuhdanteen aiheuttamissa talousongelmissa? (Jyrinki & Laaksonen 2007, 18.) Lapsille lemmikit opettavat rakasta-

maan ja opettavat ymmärtämään syntymän ja kuoleman (Katcher & Beck 1986, 105).

Tilastokeskuksen tutkimuksessa kuvattiin myös lemmikkibisneksen kasvua vuosien 2006 ja 2012 välisenä aikana Suomessa. Kun Suomessa lemmikkeihin ja niiden hyvinvointiin kului vuonna 2006 noin 640 miljoonaa euroa, oli vastaava lukema 792 miljoonaa euroa vuonna 2012. Vuonna 2012 suosikkilemmikkeinä esiintyviä koiria ja kissoja oli kotitalouksissa yhteensä 1,2 miljoonaa kappaletta. Tutkimuksen lopussa todettiin lemmikeistä tulleen entistä useammille kotitalouksille osa kotielämää. Tutkimuksen lopussa esitettiin myös lemmikkien olevan nouseva kulutustrendi. (Joka kolmannessa kodissa asuu lemmikki 2014.)



Kuvio 1. Kulutusmenot lemmikkeihin. (Kansantalouden tilinpito – kulutusmenot 2013.)

Vuonna 1975 lemmikkieläinten lääkintä- ja muihin palveluihin käytettiin Suomessa neljä miljoonaa euroa. Kuten yllä olevasta kuviosta näemme, on alan kasvu ollut viimeisen neljänkymmenen vuoden aikana vahvassa nousussa. Vuonna 2001 lemmikkieläinten lääkintä- ja muihin palveluihin kulutettiin 73 miljoonaa euroa ja vuonna 2011 jo 162 miljoonaa euroa. Kuten kuviosta havaitaan, on lemmikkeihin käytetty kulutus kasvanut niin ruuan, tarvikkeiden kuin lääkintä- ja hyvinvointipalveluidenkin osalta. Yhteiskunnassamme voidaan nähdä tapahtuneen muutos lemmikkeihin liittyvässä kulutuksessa. Jos mietitään koiran alkuperäistä käyttötarkoitusta ihmiselle, on koiran tehtävänä ollut toimia laumanvartijana,

paimentajana ja metsästysapuna, siis työväliseen omistajalleen. Suurin osa tämän päivän koirista on kuitenkin puhtaasti lemmikkejä, perheenjäseniä ja seurakoiria, joiden pitämiseksi ei ole hyötytarkoitusta. Koiran rooliin perheessä ei nykypäivänä vaikuta olennaisesti rodun alkuperäinen käyttötarkoitus, perheen seurakoirana voi toimia yhtäläillä suomenlapinkoira kuin kiinanpalatsikoirakin. (Kansantalouden tilinpito – kulutusmenot 2013.)

Lemmikkeihin kuluttaminen on laajentunut mitä uskomattomimpiin muotoihin. Pieniä seurakoiria puetaan mekkoihin, työnnetään kärryissä ja kannetaan laukuissa. Isompia koiria taas puetaan harrastusten mukaan erilaisiin takkeihin ja loimiin, joilla jokaisella on oma tehtävänsä koiran urheilusuoritusta parantavana tekijänä. Koirien kanssa harrastamisesta on tullut kansainvälistä huippu-urheilua ja tosiharrastajat kiertävät koiriensa kanssa ympäri maailmaa kilpailemassa. (Jyrinki, Leipämaa-Leskinen & Laaksonen 2009, 53–54.) Koirien ruokavalikoimat ovat laajat ja niissä voidaan nähdä erilaisia trendejä. Koirille löytyy dieettiruokia, allergiaruokia, toiset syövät raa'asta lihasta ja luusta koostuvaa ravintoa, toiset kotiruokaa, toiset taas koirille tarkoitettua kuivamuonaa. Ihmisten välisistä keskusteluista voi aistia rakkauden omaa lemmikkiä kohtaan ja lemmikin hyvinvoinnin tärkeyden. Lemmikkien ruokinta- ja ulkoilutottumukset aiheuttavat omistajien välillä vahvoja mielipiteitä sekä tunteita ja on kuultu sanottavan, että omaan lemmikkiin kohdistuva kritiikki on vaikeampi ottaa vastaan kuin omaan lapseen kohdistuva, koska lemmikki ei voi puolustaa itseään sanallisesti. (Jyrinki ym. 2009, 53.)

Jyrinki ja Laaksonen (2007, 13) kuvaavat koiraharrastusta tutkimuksessaan Koiramainen yhteiskuntamme muutoksessa:

”Yhä useammat koiranomistajat ovat myös aktiivisia koiraharrastajia; näyttelykoirien turkin tulee kiiltää juuri oikealla shampooolla pestynä, agilitykoiran on tärkeää saada riittävän usein hierontaa, kun taas palveluskoiran motivoimiseen on löydettävä juuri tälle koiralle sopivia koulutusleluja ja -hihnoja. Myös koiranomistajat saavat osansa: metsästysmiehet pukeutuvat mielellään maastonväriseen Sastan ulkoiluasuun, kun taas todellinen agilityaktiivi tarvitse ehdottomasti Dita:n kengät, eikä tottelevaisuuskouluttaja voi esiintyä vakuuttavasti ilman Gappayn tai Berran treeni-liiviä.”

Tavallisen kotikoiran omistajalle tai koirattomalle kuluttajalle tekstissä olevat brändit ovat

täysin tuntemattomia ja teksti voi aiheuttaa jopa hilpeyttä arvuutella ja luodessa mielikuvia yllämainituista varusteista tuotemerkkien nimien pohjalta. Koirien ja koiraharrastuksen ympärille on luotu oma brändimaailmansa ja aktiiviharrastajat ovat sonnustautuneet toinen toistaan kalliimpiin asusteisiin harrastuksen nimissä. Aktiivisille urheilukoirille hankitaan *Back on Track*-loimia, joiden sanotaan kiihdyttävän verenkiertoa ja näin parantavan terveyttä ja suorituskykyä. Näyttelykävijät tarvitsevat näyttelyteltan, jossa voi suojautua vesisateelta ja toisaalta myös auringolta kesän ulkonäyttelyissä. Pitkäturkkiset koirat eivät voi siirtyä autojen pysäköintipaikalta näyttelykehän reunalle omin jaloin, jotta viimeistellyt turkit eivät sotkeentuisi. Tähän tarkoitukseen löytyy lemmikkirattaita, trimmauspöytiä renkailla sekä vetoalustoja, jolla siirtää koirat näyttelykehälle. Harrastusten ympärille on luotu oma tarvikemaailmansa.

Osassa koiratalouksia perheen lomat suunnitellaan sellaisiin kohteisiin, jonne perheen lemmikitkin ovat tervetulleita. Eihän osaa perheestä voida jättää mihinkään hoitoon lomamatkan ajaksi (Katcher & Beck 1986, 107). Osa harrastavista koiraperheistä suunnittelee kesälomareissunsa siten, että samalla reissulla käydään myös koirien kanssa kilpailuissa. Joskus voi käydä jopa niin, ettei muisteta loman ja levon tarvetta, kun keskitytään koiran kanssa kiertämiseen kilpailusta toiseen. Koiran kanssa kilpaileminen ei ole lomaa, vaan kilpaurheilua siinä missä jääkiekko tai jalkapallokin. Näyttelykilpailukausi Suomessa keskittyy pitkälti kesäkuukausille, jolloin parhaimmassa (tai pahimmassa) tapauksessa joka ikinen viikonloppu voi osallistua ainakin yhteen kilpailuun jossain päin Suomea ja tavoitella menestystä. (Jyrinki & Laaksonen 2007, 21.) Koiranäyttelymatkat niin kotimaassa kuin erityisesti ulkomailla ovat palveluita tarjoaville yrityksille bisnestä. Matkoja näyttelyihin on tarjolla jokaisena viikonloppuna vuoden ympäri, parhaimpina viikonloppuina jopa useaan kohteeseen. Tarjolla on myös ”täyden palvelun näyttelymatkoja”, joille matkanjärjestäjä ottaa matkalle mukaansa muutamia koiria, valmistelee koirat näyttelyä varten ja esittää koirat näyttelyssä, omistajan istuessa kotisohvalla seuraten näyttelyn kulkua *Facebookin* livevideon välityksellä. Aktiivisten koiraharrastajien matkustusta voidaan kutsua koiraturismiksi, jossa jopa usealla linja-autolla lähdetään matkustamaan kilpailuihin ympäri maailmaa.

Tojkander (2008) on selvittänyt keskiverto rotukoiran kustantavan elinaikanaan noin 11 000 euroa. Tämä kustannus pitää sisällään suoranaisesti koiraan kohdistuvat kulut, kuten ruokinnan ja terveyden ylläpidon (Tojkander 2008). Tutkimustulos vastaa hyvin Eato-

nin (1994) edellisellä vuosituhanella vastaavaa tutkimusta, jossa selvitettiin koiran muodostamia kustannuksia koiran elinaikana. Todellisuudessa koira voi aiheuttaa välillisesti suuriakin investointeja, kuten suuremman auton tai asunnon hankinnan, puhumattakaan huonekaluista ja niiden uusimisesta. Kulutus koirakotitalouksissa on huomattavan jakautunutta, sillä tarkasteltaessa perheen lemmikkikoiran kulutusta verrattuna aktiiviseen kilpailukoiraan ero on huomattava. Jos lemmikkikoiran vuosikustannukset liikkuvat 500–1000 euron haarukassa (vrt. Eaton 1994; Tojkander 2008), voi aktiiviseen harrastuskoiraan kulua kaikkinsa yli 10 000 euroa vuodessa, jopa enemmänkin. Näyttelyharrastuksesta on tehty paljon laskelmia. Riippuen koirasta voi Suomen muotovalion hinta vaihdella 500 ja 5000 euron välillä. Muotovalion hintaan vaikuttavat muun muassa se, kuinka moneen näyttelyyn koira osallistuu saadakseen tarvittavat sertifikaatit muotovalionarvoon, kuinka kaukana näyttelyt järjestetään ja joudutaanko pitkän matkan vuoksi yöpymään matkalla.

Tutkimuksissa yhteisenä linjana on voitu todeta omistajien olevan valmiita kuluttamaan lemmikkeihinsä ja niiden hyvinvointiin. Myös lemmikkien ympärille muodostuvat kulusympyrät ovat kasvaneet ja kehittyneet vuosien varrella. Lemmikeille tarjottujen palveluiden ja hyödykkeiden voidaan nähdä vakiinnuttaneen asemansa kotitalouksien kulutus- kentällä.

2.2 Koirat kulutustutkimuksessa

Kulutustutkimus lemmikeistä ja koirista on pitänyt sisällään laajan kattauksen erilaisia aihepiirejä. Kolme parhaiten tunnettua teemaa lemmikeistä kulutustutkimuksessa ovat lemmikit ystävinä, lemmikit perheenjäseninä lapsiin ja sisaruksiin verrattavissa olevina olentoina sekä oman itsen jatkeena olevina olentoina (Hirschman 1994). Lemmikkien ja ihmisten välisen kanssakäymisen tutkimuksessa on keskitytty pääasiassa ihmisen saamaan hyötyyn ihmisten ja lemmikkien välisestä suhteesta, kuten kumppanuuteen ja empatiakyvyn kehittymiseen. Ihmisen ja eläimen välinen suhde on ollut laajalti tutkittu aihepiiri, johon on vaikuttanut 1970-luvulta *Human-Animal-Bond*-tutkimus (Hines 2003). Belk (1988) toi ensimmäisenä kuluttajakäyttäytymisen keskusteluun lemmikit ja hänen mukaansa lemmikit saattoivat tarjota ihmiselle oman minän jatkoa. Tätä keskustelua lähti jatkamaan ja laajentamaan Sanders (1990), joka keskitti keskustelun eläinten ja ihmisen väliseen kumppanuuteen tutkimalla eläimen vaikutusta omistajan sosiaaliseen identiteettiin ja omistajan käsitukseen omasta itsestä sekä siitä, miten omistaja ja lemmikki ovat osa sosiaalista vuorovai-

kutusta.

Kulutustutkimuksen kentällä tutkimusta lemmikinomistajien elämäntyylistä ja arvoista verrattuna lemmikittömiin tekivät Kropp, Smith, Rose ja Kahle (1992). He havaitsivat tutkimuksensa perusteella, että nämä kotitalouksien väliset erot voisivat vaikuttaa ja kehittää markkinointitekniikoita. Tätä tutkimusaukkoa lähtivät osittain täyttämään Spears, Mowen ja Chakraborty (1996), jotka laajensivat aikaisempaa tutkimusta mainonnasta systemaattisella tutkimuksella käyttämällä koiranpentuja ja vauvoja lisätäkseen mainoksen kiinnostavuutta. He huomasivat, että eläimet ovat tehokas keino markkinoinnissa, koska ne ovat luonnostaan sympaattisia ja avaavat kuluttajille kulttuurisesti määriteltyjä merkityksiä.

Hirschman (1994) erotteli lemmikin roolin omistajalleen kahteen kategoriaan: lemmikki on joko objekti eli omistajansa omaisuutta tai kumppani. Lemmikit voidaan nähdä koristeina, statussymboleina tai yhdenlaisina välineinä, jotka täyttävät omistuksen tarpeen. Toisaalta lemmikki tarjoaa omistajalleen rakkautta, ystävyyttä ja tukea ja näin ollen täyttää myös kumppanin määritelmän. (Hirschman 1994.) Hirschmanin (1994) lisäksi lemmikin kumppanuuden roolia omistajalleen ja kiintymystä lemmikkiin ovat tutkineet muun muassa Belk (1996) sekä Holbrook, Stephens, Day, Holbrook ja Strazar (2001). Holbrook (1996) esitti lemmikin omistamisen olevan kokemuksellista kuluttamista. Belk (1996) sekä Holbrook (1996) molemmat mainitsevat tutkimuksissaan lemmikit mielihyvän tuottajina ja yhdenlaisina viihdykkeinä, mutta toisaalta lemmikit voidaan nähdä toisinaan myös ongelmina, sillä ne voivat olla välillä hankaliakin. Lemmikkien on tutkittu tarjoavan yhteyttä ihmisille luontoon ja kulttuuriin (Hirschmann 1994; Holbrook ym. 2001) ja Hirschmanin (1994) mukaan lapsuudenaikainen sosiaalistuminen lemmikkien kanssa luo todennäköisemmin elämänmittaisen matkan lemmikinomistajana.

Holbrook (1996) sekä Holbrook ym. (2001) tutkivat lemmikin omistamisen kokemuksellisen kuluttamisen puolta. Holbrook (1996) käytti tutkimuksessaan hyödyksi oman kissansa Rockyn tuomaa nautintoa tutkijalle ja toisaalta myös tutkijan kehittämää syvää kunnioitusta lemmikkiään kohtaan, vaikka kissa aiheutti omistajalleen välillä ongelmia ja fyysistä kärsimystä omistajan ollessa itse allerginen kissoille. Tutkija kuvasi kuitenkin puhtaan ilon kissan omistamisesta olevan hänelle tärkeämpää, kuin ne oireet, joita hän kokee allergian takia. (Holbrook 1996.) Tässä tutkimuksessa esille tuotiin lemmikin ja ihmisen välinen vahva suhde, joka kestää myötä- ja vastamäessä.

Tutkimuksessa ”*A Collective Stereographic Photo Essay on Key Aspects of Animal Companionship: The Truth About Dogs and Cats*” kuvattiin niitä tapoja ja asioita, mitä ihmiset liittävät lemmikkeihinsä. Tutkimus kytkeytyy ehdottoman rakkauden (*unconditional love*) termin ympärille, kuvaamaan niitä lemmikinomistajien kokemuksia, joissa lemmikki nähdään kumppanina. Tutkimuksessa keskityttiin erityisesti lemmikkeihin liittyviin kulutuskokemuksiin ja siihen, miten lemmikit kuuluvat mukaan myös kaikista yksityisimpiin hetkiin ja niitä rakastetaan ja kohdellaan perheenjäseninä. Omistajat kuvailivat lemmikkejään lapsina, ystävinä tai leikkikavereina. Tutkimuksessa kuvattiin, miten kulutuskokemukset lemmikkien kanssa lisäsivät tarkoituksia ja loivat merkityksiä tutkittujen henkilöiden elämään. Tutkimuksessa todettiin lemmikkien olevan osa kulutuskokemusta monille ihmisille, sellaisella tasolla, jota ei yleensä huomioida markkinointi- ja kulutustutkimuksissa. Tutkimuksen johtopäätöksenä havaittiin lemmikkieläimillä olevan erityinen, jopa pyhä rooli omistajiensa elämässä, joka nostaa lemmikit korkeammalle tasolle verrattuna lemmikin näkemiseen pelkkänä omistusesineenä. Tutkimuksessa tuotiin esille myös lemmikistä luopuminen ja sen sairastaminen. Nähtäessä lemmikki kumppanin kaltaisena olentona, koki osa omistajista tarpeen pitää lemmikki elossa, hinnasta riippumatta, vaikka lemmikki kärsi vakavasta sairaudesta. Omistajien kasvava kuluttaminen lemmikkeihin ja niiden hyvinvointiin on yhdistetty vahvaan emotionaaliseen yhteyteen lemmikin omistajan ja lemmikin välillä. Tutkimuksessa esitettiin kolme syytä lemmikin hintaviin hoitokuluihin panostamiseen ja omistajan päätöksentekoon: emotionaalinen kiintymys, toipumisennusteet sekä taloudelliset uhraukset. Tutkimuksessa esitettiin päätöksentekoon vaikuttavina syinä niin sisäiset tekijät, kuten lemmikinomistajan kokema syyllisyys sekä ulkoisina tekijöinä perhe ja eläinlääkäri. Tutkimuksen pohjalta voitiin havaita lemmikkien aiheuttavan omistajilleen vahvoja tunteita, mutta myös paineita ulkopuolisilta tahoilta lemmikin pitämisestä ja hoitamisesta. (Holbrook, Stephens, Day, Holbrook & Strazar, 2001.)

Brockman, Taylor ja Brockman (2008) haastattelivat tutkimuksessaan lemmikinomistajia ja pohjasivat tutkimuksensa Hirsemanin (1994), Holbrookin (1996) sekä Holbrookin ym. (2001) tekemiin aikaisempiin tutkimuksiin. Brockmanin ja kumppanien (2008) tutkimuksesta kävi ilmi, että lemmikin sairastuessa päätökseen lemmikin hoitamisesta ja siihen panostettavasta rahamäärästä vaikuttaa vahvasti omistajan ja lemmikin välinen emotionaalinen kiintymys (ks. Holbrook ym. 2001). Toisaalta Brockmanin ja kumppanien tutkimuksen tulokset vastasivat aikaisempien tutkimusten tuloksia myös sen osalta, että lemmikin hoi-

topäätökseen vaikuttaa myös olennaisesti lemmikin rooli omistajalle. Perheissä, joissa lemmikki nähtiin yhtenä perheenjäsenenä, lemmikkiin oltiin vahvasti kiintyneitä ja jossa lemmikit nähtiin jopa henkisinä olentoina, oltiin valmiimpia sijoittamaan lemmikin hoitoon suurempia summia rahaa. (Brockman ym. 2008, 399.)

Jyrinki (2010) on tutkinut muun muassa sitä, miten kuluttajan kokemus lemmikistä minän laajentumana kiinnittyy lemmikkeihin kohdistuvaan kuluttamiseen. Jyringin (2010) tutkimuksen tuloksena muodostui näkemys siitä, miten lemmikit nivoutuvat moniulotteisesti kuluttajien henkilökohtaisesti koettujen minuuksien ja sosiaalisesti tulkittujen identiteettien rakentumiseen. Lemmikki voidaan kokea ystävänä, perheenjäsenenä ja harrastusvälineenä (Jyrinki 2010). On todettu lemmikinomistajan kuluttavan lemmikkiinsä jopa itseään enemmän kokiessaan lemmikin olevan minän laajentuma (Jyrinki ym. 2009).

Beverland, Farrelly ja Ching Lim (2008) ovat kuvanneet lemmikin omistamisen muodostuvan kahden roolin kautta; joko rakastettavana kumppanina tai leluina, statuksen nostattajana ja brändin muodostajana. Aikaisemmassa tutkimuksessa on havaittu lemmikin ollessa statuksen nostattaja riskin eläimen laiminlyöntiin kasvavan. (Beverland ym. 2008.) Maher ja Pierpoint (2011, 407) tutkivat statuskoirien roolia ja sen suhdetta koirien kaltoinkohteluun. Statuskoiran rooli on perinteisesti katsottu liittyvän pieniin ”asustekoiriin”, joita omistajat voivat kantaa mukanaan paikasta toiseen. Käsite on kuitenkin laajentunut käsittämään myös toisenlaisia statuskoiria, joita käytetään aggressiivisessa tarkoituksessa ja laittomuuksissa nuorisojengien välillä. Tutkimuksen tuloksista kävi selväksi, että taistelukoiraotuisen koiran omistaminen oli jengiin kuuluvalla enemmän sääntö kuin poikkeus. Tutkimuksessa ilmeni myös eläinten laiminlyöntiä ja pahoinpitelyä. Tutkimuksen mukaan taistelukoirien suosion kasvaessa statuskoirina huomattiin tilastoissa myös kyseisten koirien määrän kasvaneen hylättyjen koirien tilastoissa sekä koirataisteluista tehtyjen ilmoitusten kasvaneen merkittävästi. Statuskoiran omistamisen syy oli tutkittavien mukaan yksiselitteinen: kumppanuus ja sosiaaliset suhteet ystävien välillä. Koira voitiin nähdä myös yhtenä osana jengiä ja yhtenä tasavertaisena ystävänä. Toisaalta osa näki koiran myös aseena. Tutkimuksessa löydettiin selkeä yhteys nuorisojengien ja koirien laiminlyönnin välillä. Koirille löydettiin kolme keskeistä avainasemaa; ystävä, statussymboli ja ase. Keskeisin löydös tutkimuksessa oli kuitenkin se, että koira nähtiin kumppanina ja sosiaalistavana tekijänä ryhmässä (Maher & Pierpoint 2011, 407–416). Tutkimuksesta voidaan johtaa myös päätelmänä lemmikkien ympärille voivan muodostua erilaisia ryhmittymiä, kuten

harrastustoiminta, jossa lemmikki on olennaisena osana ryhmää.

Kestävän kehityksen kulutustutkimukseen lemmikkien osalta toivat Brenda ja Robert Vale (2009) sekä Gregory Okin (2017). Koira voidaan nähdä kuluttajan roolissa Brenda ja Robert Valen (2009) tutkimuksessa, jossa verrattiin koiran ja katumaasturin saastuttamista ja tutkijat totesivat koiran olevan puolet saastuttavampi suhteessa katumaasturiin. Valet lasivat koiran hiilijalanjälkeä ja tulivat siihen tulokseen, että se vastaa samaa kokoa kuin kehitysmaalaisen ihmisen. Tutkimuksessaan Brenda ja Robert Vale (2009) listaavat koirille tarjottavia palveluita, kuten hotelleja, päivähoitoa, kuntosaleja, kauneushoitoloita sekä lemmikkiambulansseja. Näiden palveluiden pohjalta tutkijat esittävät, ettei koira ehkä olekaan enää kokonaan koira ja eläin, vaan joku ihmisen ja eläimen välissä oleva. Koira ei ole nykyään ”se”, vaan ”hän”. Tutkijoiden mukaan koira on kokenut muutoksen, jossa perheen lemmikki alkaa muuttua ihmisenkaltaiseksi, jolla on oikeuksia ja kyky ymmärtää. Valet (2009) viittaavat tutkimuksessaan aikaisempiin löydöksiin siitä, että tutkimusten mukaan länsimaalainen koira kuluttaa enemmän kuin esimerkiksi bangladeshilainen ihminen. Tutkijat huomauttavat, että etenkin länsimaissa koirat eivät heidän mukaansa ole enää oikeastaan kanssakuluttajia (*co-consumers*), vaan oikeastaan kuluttajia omina itseinään. (Vale & Vale 2009.)

Myös Okin (2017) tutki lemmikkien; kissojen ja koirien, ruokinnasta muodostuvaa hiilijalanjälkeä. Tutkimuksessaan Okin (2017) toteaa lihaan perustuvan ruokavalion vaativan enemmän energiaa, maita, vettä ja aiheuttavan huomattavasti enemmän tuhoa ympäristölle muun muassa eroosion ja jätteen määrän osalta, verrattuna kasvipohjaiseen ruokavalioon. Koirat ovat alun perin lihansyöjiä, joten niitä tulee ruokkia lajilleen soveltuvalla tavalla ja trendit koiranruokinnassa ohjaavat koko ajan lisäämään lihan määrää koiran ruokinnassa. Tutkimuksessa kerrotaan lihan kulutuksen kasvavan entisestään kehittyneissä maissa talouskasvun kivutessa ylöspäin ja elintason kasvaessa. Tämä tutkimus keskittyy USA:han, mutta on verrattavissa myös muihin kehittyneisiin valtioihin. Tutkimuksen mukaan jopa 60 %:ssa Yhdysvaltain kotitalouksista asuu lemmikki, mutta tutkittaessa kulutusta ja hiilijalanjälkeä on unohdettu täysin tutkia lemmikkien vaikutusta kotitalouden kokonaiskulutukseen, ympäristövaikutukseen sekä hiilijalanjälkeen. Mielenkiintoiseksi Okinin tutkimuksen tekee hänen laskelmansa, jonka mukaan lemmikit muodostavat Yhdysvalloissa kasvihuonekaasuja saman verran kuin 13,6 miljoonaa autoa. Suomeen suhteutettuna, huomioon ottaen Suomen kotitalouksissa olevien lemmikkien määrä, tämä tarkoittaisi suoma-

laisten lemmikkien tuottavan kasvihuonekaasuja reilun sadan tuhannen auton verran. Aiempien tutkimustulosten mukaisesti myös Okin toteaa tutkimuksensa pohjalta ihmisten rakastavan lemmikkejään. Hän listaa myös lemmikkien hyötyjä ihmiselle: lemmikit tarjoavat kumppanuutta, lisäävät fyysistä aktiivisuutta, kehittävät psyykkistä terveyttä sekä sosiaalisia voimavaroja, ovat hyödyksi lasten kehitykselle ja antavat sosiaalista statusta. Koirat voivat kuitenkin toimia myös työkoirana, roolissa johon ne alun perin kesytettiin, kuten avustajakoirina, turvatakseen meitä puolustusvoimissa, tullissa tai poliisissa sekä tietysti myös perinteisesti maataloilla paimentamassa ja vahtimassa. Okinin tutkimustulokset vastaavat näiltä osin aiemmissa tutkimuksissa saatuja tuloksia. (Okin 2017.)

Henna Syrjälä, Ari Kuismin, Eliisa Kylkilahti ja Jaakko Autio (2014) tutkivat arvon kokemisen dynaamisuutta ja moniulotteisuutta lemmikkikulutuksessa. Tutkijat kuvaavat lemmikin olevan subjekti, jolla on olennainen asema arvon syntymisessä. Tutkijoiden mukaan lemmikki on keskeinen toimija omistajan kulutuskokemuksissa ja tätä kautta liittyvän materiaaliseen kulutukseen. (Syrjälä ym. 2014.) Aiemmassa lemmikkeihin liittyvässä kulutus-tutkimuksessa voidaan nähdä pääroolissa olleen ihmisen ja lemmikin välinen suhde ja siihen liittyvät käytännöt ja merkitykset. Lemmikkeihin liittyvässä kulutustutkimuksessa tulisi ottaa huomioon lemmikin olevan itsenäinen yksikkö, joka jakaa ihmisen kokemukset ja käytännöt kulutuksessa sekä luo arvoa ihmiselle. Ihmisen kokema kulutuskokemus (*consumption experience*) voi syntyä kulutushyödykkeen hankkimisesta, käyttämisestä tai ihmisen sosiaalisissa suhteissa, kuten lemmikin kanssa (Carù & Cova, 2003). Näin ollen voitaisiin esittää lemmikin olevan olennaisena osana kulutuskokemusta ja –käytäntöjä.

Aiemmissa tutkimuksissa on havaittu lemmikin roolin olevan läsnä kuluttajan kulutuskokemuksissa, mutta voidaanko lemmikin nähdä olevan kulutuskäytäntöjä muovaavana tekijänä ja kenties jopa kulutuskäytäntöjä luovana olentona? Tässä tutkimuksessa pyritään saamaan vastaus tähän kysymykseen. Koira, etenkin koiranpentu, nähdään koiranomistajan näkökulmasta usein lapsenkaltaisena ja lapseen verrattavana yksilönä. Koirat herättävät ihmisissä erilaisia tarpeita ja muodostavat käytäntöjä, kuten hoivaamiskäytäntöjä, huolenpitokäytäntöjä sekä kulutuskäytäntöjä, joita myös vanhemmuus pitää sisällään. (Vale & Vale 2009, 270–271.) Omassa tutkimuksessani pyrin avaamaan muun muassa näitä käytäntöjä siten, että käytännöt sijoittuvat koiran elinkaaren mukaisesti. Koiraan ja koiranpitoon muodostuu erilaisia käytäntöjä, jotka voivat vaihdella koiran iän mukaan ja tähän pyritään vastaamaan koiran elinkaaren eri vaiheissa, lemmikin tarpeiden mukaisesti. Pohjaan tutki-

mukseni teoriapohjaa aikaisempaan tutkimukseen lemmikeistä kulutustutkimuksessa.

3 KÄYTÄNTÖTEORIA JA KULUTUSTUTKIMUS

Tämä tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena käytäntöteoreettisesta näkökulmasta. Laadullinen tutkimus huomioi kulttuurin ja siihen liittyvät tekijät, selittäen toimintaa ja siihen kietoutuneita merkityksiä (Alasuutari 1999, 24). Tutkimukseni käytäntöteoreettinen näkökulma pohjautuu pitkälti Andreas Reckwitzin (2002) ymmärrykseen käytännöistä.

3.1 Käytäntöteoria yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa

Käytäntöteoreettinen lähestymistapa voidaan tunnistaa yhteiskuntatieteen piirissä jo vuosisadan takaa. Sosiologian kautta käytäntöteoria sai jalansijaa muillakin tieteenaloilla, mutta kiinnostus käytäntöteoriaan tutkimusmenetelmänä kasvoi vasta 2000-luvulla muun muassa Reckwitzin (2002) ja Schatzkin (2002) myötä. Schatzkin, Knorr-Cetinan sekä Savignyn (2001, 10) mukaan käytäntöteoreetikoissa on alun alkaen ollut neljä eri tutkijatyyppeä: *filosofit* (Wittgenstein, Dreyfus, Taylor), *yhteiskuntateoreetikot* (Bourdieu, Giddens), *kulttuuriteoreetikot* (Foucault, Lyotard) sekä *tieteen ja teknologian teoreetikot* (Latour, Rouse, Pickering). Yhteiskuntateoreetikot ovat yhtä mieltä siitä, ettei ole olemassa täysin yksiselitteistä käytäntöteorian määritettä, vaan määritelmä muodostuu tutkijan ymmärryksestä, joka pitää sisällään käytännön ja sen suorittamiseen liittyvät aspektit. (Postill 2010, 6.) Käytäntöteorian ymmärryksen laajentumisessa ja sen muotoutumisessa omaksi käsitteekseen voidaan katsoa olleen keskeisessä asemassa muun muassa jo yllä mainitut Bourdieu, Giddens, Taylor sekä Foucault. Myöhemmässä vaiheessa käytäntöteorian oppi-isinä voidaan katsoa olleen Reckwitz, Schatzki sekä Warde (Røpke 2009).

Käytäntöteoria on osa kulttuurisia teorioita, joiden tarkoituksena on kuvailla ja ymmärtää sosiaalisia toimintoja, ihmisten välisiä suhteita ja sosiaalisuutta, kuten erilaisten ryhmien ja yhteisöjen rakentumista. (Reckwitz 2002, Schatzki 2002). Reckwitzin (2002) mukaan kulttuuristen teorioiden voidaan katsoa pohjautuvan strukturalismista, semiotiikasta, fenomenologiasta sekä hermeneutiikasta. Reckwitzin (2002) mukaan kulttuuriteorioita (*mentalismi, tekstualismi, intersubjektivismi* sekä *käytäntöteoria*) yhdistää se, että niiden avulla maailmaa voidaan tarkastella erilaisesta näkökulmasta, verrattuna vakiintuneisiin *homo economicus* tai *homo sociologus* -ihmiskäsityksiin. Reckwitzin (2002) näkemyksen mukaan kulttuuriset teoriat näkevät ihmisen käyttäytymisen sekä sosiaalisen järjestyksen eri tavalla verrattuna aikaisempaan näkemykseen. Hänen mukaansa kulttuuriteorioiden avulla

voidaan selittää ja ymmärtää ihmisten toimintaa, hyödyntämällä tiedon symbolisia merkityksiä. Näiden merkitysten pohjalta ihmiset käyttäytyvät tietyllä tavalla ja tulkitsevat asioita. (Reckwitz 2002, 245–248.)

Homo economicus

- systemaattinen toimija
- riippumaton muista
- toimii rationaalisesti
- ohjaa omat intressit
- henkilökeskeinen



Homo sociologus

- riippuvainen yhteisöstä
- toimii yhteisön sääntöjen mukaan
- jaettu yhteisymmärrys
- ohjaa yhteisön normit
- yhteisökeskeinen

Kuvio 2. Homo economicus vs. Homo sociologus (Reckwitz 2002, 245–248).

”*Homo economicus*”-käsite syntyi Adam Smithin kirjoitusten pohjalta jo 1700-luvulla. Käsitteen mukaan *homo economicus* nähdään systemaattisena toimijana, joka on täysin riippumaton muista ja kykenee toimimaan täysin rationaalisesti tehdessään taloudellisia päätöksiä. *Homo economicuksen* toimintoja ohjaavat ainoastaan omat henkilökohtaiset intressit ja tavoitteet. Tätä mallia on käytetty perinteisesti taloustieteissä ja Reckwitzin (2002) mukaan yksilön toiminta nähdään tässä mallissa henkilökeskeisenä, jolloin sosiaalinen järjestys on yksittäisten tarpeiden myötä syntynyt sivutuote. (Reckwitz 2002, 245; Schatzki, Knorr-Cetina & Savigny 2001.) ”*Homo sociologus*”-käsitteen mukaan ihmistä ja ihmisen toimintaa ohjaavat yhteiset säännöt ja arvot sekä niiden noudattaminen. Erona näissä kahdessa käsitteessä on siis se, että *homo economicuksen* sosiaalisuus rakentuu toimijoiden rationaalisissa teoissa, jolloin sosiaalinen järjestys on yksittäisten tekojen yhteissumma, kun taas *homo sociologuksen* sosiaalinen järjestys muodostuu jaetusta yhteisymmärryksestä ja noudatetuista yhteisistä säännöistä. Kulttuuriteorioissa ihminen ei kuitenkaan käytännössä edusta vain ”*homo sociologusta*” tai ”*homo economicusta*”, sillä ymmärrys ja tietoisuus maailmasta on muodostunut jaetusta tietoisuudesta, joka on pitää sisällään symbolisia, kognitiivisia sekä yhteisöllisiä rakenteita. Perinteiset ihmiskäsitykset eivät huomioi ymmärryksen ja tiedon hiljaista puolta, mutta kulttuuriteorioissa ymmärtäminen mahdollistaa erilaisten symbolien tulkitsemisen. Sosiaalisen järjestyksen voidaan siis nähdä kietoutuneen yhteiseen tietoisuuteen (*shared knowledge*). (Reckwitz 2002, 245–248.)

<p>KÄYTÄNTÖTEORIA</p> <ul style="list-style-type: none"> - sosiaalisuus muodostuu <u>käytännöissä</u> 	<p>MENTALISMI</p> <ul style="list-style-type: none"> - sosiaalisuus muodostuu ihmisten <u>mielen sisällä</u>
<p>TEKSTUALISMI</p> <ul style="list-style-type: none"> - sosiaalisuus muodostuu <u>diskursseissa</u> (puhe, teksti, merkitykset) 	<p>INTERSUBJEKTIVISMI</p> <ul style="list-style-type: none"> - sosiaalisuus muodostuu <u>vuorovaikutuksessa</u>

Kuvio 3. Kulttuuriteorioiden suhtautuminen sosiaalisuuteen (Reckwitz 2002, 249).

Käytäntöteoria on osa kulttuuriteorioita, mutta miten käytäntöteoria eroaa muista kulttuuriteorioista eli mentalismista, tekstualismista sekä intersubjektivismista? Reckwitzin (2002, 246–248) näkemyksen mukaan tärkein ero näiden teorioiden välillä on niiden suhtautuminen sosiaalisuuteen (*social*). Mentalismissa sosiaalisuus nähdään olevan ihmisten mielen sisällä. Tekstualismissa sosiaalisuus muodostuu erilaisissa diskursseissa, kuten puheessa, tekstissä ja merkityksissä. Intersubjektivismissa sosiaalisuus on vuorovaikutuksessa. Käytäntöteoriassa sosiaalisuus on käytännöissä. (Reckwitz 2002, 249.) Reckwitzin (2002, 259) mukaan käytäntöteorian voidaan sanoa jakautuvan mieleen, teksteihin ja keskusteluun eli keskiöön nousevat ruumiin liikuttaminen, tavarat, käytännön tietämys sekä rutiinit.

<p>KÄYTÄNTÖTEORIA</p> <ul style="list-style-type: none"> - yksilö rutinoituneiden <u>käytäntöjen toimija</u> 	<p>MENTALISMI</p> <ul style="list-style-type: none"> - yksilö <u>tiedostamattomien kategorioiden rakennelma</u>
<p>TEKSTUALISMI</p> <ul style="list-style-type: none"> - maailma rakentuu <u>diskursseista</u> (puhe, teksti, merkitykset), jossa yksilö <u>erillisenä toimijana</u> 	<p>INTERSUBJEKTIVISMI</p> <ul style="list-style-type: none"> - yksilö <u>osallistujana keskusteluissa</u>

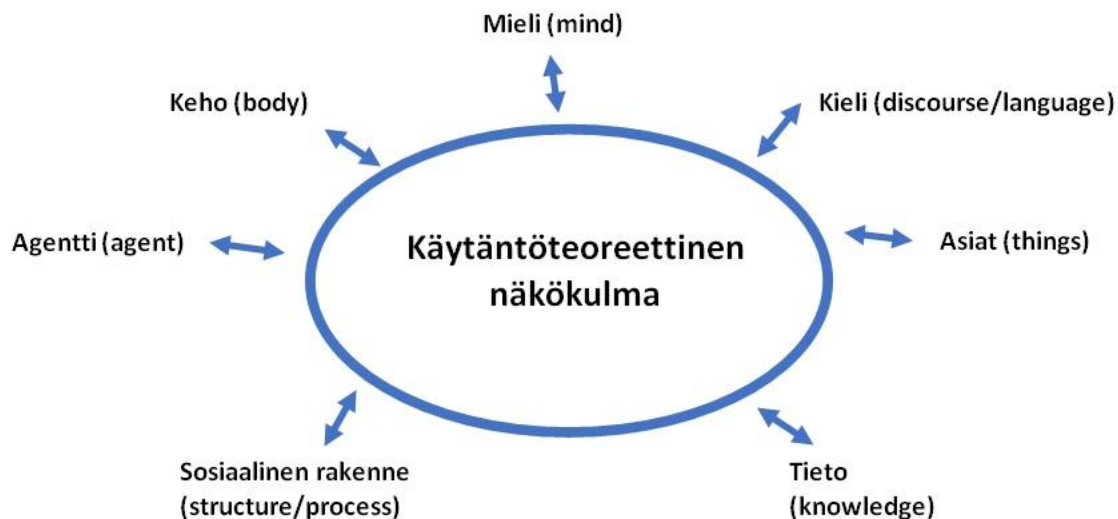
Kuvio 4. Yksilön rooli kulttuuriteorioissa (Reckwitz 2002, 259).

Käytäntöteorian sekä muiden kulttuuriteorioiden välisiä eroja voidaan tarkastella myös sen pohjalta, millaisena yksilö ymmärretään eri teorioissa. Tekstualismissa yksilö nähdään maailman rakentuvan erilaisista diskursseista, symboleista ja vuorovaikutuksesta, jossa

agentti (yksilö) ymmärretään erillisenä toimijana. Mentalismissa yksilöä ei nähdä agenttina, vaan tiedostamattomien päänsisäisten kategorioiden rakennelmana. Intersubjektivismissa yksilö on osallistujana erilaisissa keskusteluissa. Käytäntöteoriassa keskitytään käytäntöihin, joissa agentti nähdään ajassa rakentuneiden rutinoituneiden toimien kantajana. (Reckwitz 2002, 259.)

Yhteisöjä tutkittaessa käytäntöteoria keskittyy siihen, kuinka erilaiset käytännöt muodostuvat kehollisten toimien, tiedon, asioiden ja esineiden yhteydestä. Käytäntöteoria myös pyrkii erottamaan yksilön *homo economicuksesta*, siitä että yksilö on ainoastaan rationaalinen ja älyllinen toimija. Toisaalta käytäntöteoria ei myöskään keskity *homo sociologukseen* ja mieleen, tekstiin sekä keskusteluun, vaan on kiinnostunut kehollisesta toiminnasta, esineistä ja käytännön tiedosta sekä muovautuneista rutiineista. (Reckwitz 2002, 261–262.) Käytäntöteoreettisessa tutkimusnäkökulmassa nähdään ihmisten sosiaalisen elämän rakentuvan erilaisista käytännöistä liittyen esimerkiksi työhön, koulutukseen tai vapaa-aikaan (Rantala, Valtonen & Markuksela 2011, 289). Usein käytännöt nähdään kuitenkin nimenomaan rutiineina (Gherardi 2009, 115). Näin ei kuitenkaan ole, kun puhutaan tieteessä käytäntöteoreettisesta tutkimusnäkökulmasta, sillä käytännöt pitävät sisällään myös rutinoitunutta toimintaa, mutta pelkästään rutiinit eivät ole käytäntöteorian keskiössä.

Reckwitz erottaa toisistaan käsitteet ”*praxis*” ja ”*praktiken*”, jotka molemmat suomennettuna tarkoittavat käytäntöä. Käsitteellä ”*praxis*” tarkoitetaan toimintaa, jossa on mukana teoreettinen tietämys ja sillä voidaan kuvata ihmisen toimintaa kokonaisuudessaan (Reckwitz 2002, 249; Skålen & Hackley 2011, 190.). ”*Praktiken*” puolestaan on rutinoituneen tyyppistä käytöstä, joka koostuu useammasta yhteen liittyneestä elementistä: erilaisista kehollisista ja mentaalista toimista, erilaisista esineistä ja niiden käytöstä sekä kaikesta siitä tiedosta, joka ihmisten ymmärryksen muodostaa, tieto-aidosta sekä tunteiden säätelystä ja motivoituneesta tiedosta. Erilaiset rutiinit ovat siis osa muodostunutta käytäntöä, vaikka joskus rutiinien ja käytäntöjen voidaan ajatella tarkoittavan samaa asiaa. (Reckwitz 2002, 249–250.) Tässä tutkimuksessa keskitytään ensisijaisesti käytäntöihin ”*praktiken*”, joilla kuvataan rutinoitunutta käytöstä.



Kuvio 5. Käytäntöteoreettinen näkökulma muodostuu näiden prosessien yhteydestä (Reckwitz 2002, 250).

Käytäntöteoreettinen näkökulma muodostuu kehon (*body*), mielen (*mind*), asioiden (*things*), tiedon (*knowledge*), kielen (*discourse/language*), sosiaalisen rakenteen (*structure/process*) sekä agentin (*agent*) yhteydestä ja näiden osa-alueiden luomista merkityksistä (Reckwitz 2002, 250).

Käytäntöteorian käsitys kehosta tai ruumiista (*body*) poikkeaa muista kulttuuriteorioista, sillä toiminnot nähdään rutinoituneina kehon aktiviteetteina, joissa keskinäisessä yhteydessä ovat käytöksen aiheuttamat toiminnot, jotka näyttäytyvät kehon liikkeenä. Käytäntö voidaan nähdä ihmisen kehon esityksenä, jossa keho ei ole agentin työkalu, vaan rutinoituneet toiminnot itsessään ovat kehollisia käytäntöjä. Keholliset toiminnot pitävät sisällään myös rutinoituneita mentaalisia ja tunteellisia käytäntöjä, jotka voidaan nähdä myös ruumiillisina toimina. Keskeisenä ajatuksena voidaan kiteyttää ihmisen olevan kehon käyttäjä, mutta kehon tietynlaisen käyttämisen vuoksi ihmisen voidaan ajatella oppivan olemaan kehollinen toimija tietyllä tavalla. Tällä tarkoitetaan kehon oppivan ilmaisemaan ihmisen oppimaa ja harjoittamaa käytäntöä. (Reckwitz 2002, 251.)

Käytäntöteoreettisessa tutkimusmenetelmässä käsitys ihmisen mielestä (*mind*) luo myös merkityksiä. Sosiaaliset käytännöt muodostuvat rutinoituneista kehollisista suorituksista, mutta suoritus pitää sisällään myös mentaalisia toimintoja. Nämä mentaaliset toiminnot pitävät sisällään rutinoituneita tapoja ymmärrykseen maailmasta, jonkin asian haluamisesta ja tiedosta sekä taidosta, miten jokin asia tehdään. Mieli on erottamaton osa kehollista suo-

ritusta. Reckwitz (2002, 251–252) käyttää kuvaavana esimerkkinä jalkapallo-ottelua, jossa kehollisten suoritusten lisäksi oma roolinsa on myös mentaalilla puolella; oman osuutensa antavat tulkinta (toisten pelaajien käytös), asetetut tavoitteet ja tunteellinen (*emotional*) toiminta. Myös ympäröivä kulttuuri on osana ihmisen mieltä ja täten myös rajoittamassa yksilön toimia.

Myös asiat tai esineet (*things*) ovat yhtenä palana kehon ja mentaalisten toimien kanssa muodostamassa erilaisia käytäntöjä. Erilaisten toimintojen suorittaminen vaatii usein tiettyjä esineitä, käytettynä tietyllä tavalla. Tässäkin Reckwitz (2002, 253) käyttää esimerkkinä jalkapalloa. Pelataksemme jalkapalloa tarvitsemme itse pallon, joka on käytäntöä 'jalkapallon pelaaminen' suoritettaessa korvaamaton osa käytäntöä. Samalla tavalla arjessa tarvitsemme lukuisia esineitä suorittaaksemme erilaisia käytäntöjä, kuten siivotessamme tarvitsemme siivousvälineitä. Ilman näitä esineitä käytäntöä ei voida suorittaa, jolloin ne ovat keskeinen osa käytännön onnistumista. (Reckwitz 2002, 252–253.)

Käytäntöteoriassa tieto (*knowledge*) nähdään hyvin laajana käsitteenä, joka pitää sisällään erilaiset tavat ymmärtää, tietotaidon, tavan haluta jotakin ja tavan tuntea jotakin. Nämä edellä mainitut asiat liittyvät toisiinsa erilaisten toimintojen ja käytäntöjen kautta. Yksinkertaisuudessaan voidaan yleistää tiedon olevan jonkinlainen tapa ymmärtää maailmaa, joka taas pitää sisällään erilaisten objektien ymmärtämisen, ymmärryksen ihmisistä sekä ymmärryksen omasta itsestä. (Reckwitz 2002, 253–254.)

Käytäntöteoriassa kieli tai diskurssi (*discourse/language*) ei ole keskeisenä tekijänä verrattuna tekstualismiin ja intersubjektivismiin. Kielelliset käytännöt nähdään yhtenä toiminnan tyyppinä muiden käytäntöjen joukossa. Reckwitzin (2002, 254–255) mukaan kieli näyttäytyy ainoastaan sen rutinoituneessa käytössä. Diskursiiviset käytännöt sisältävät erilaisia muotoja, joissa maailma on muotoutunut kielen ja objektien pohjalta. Ihmiset muodostavat merkityksiä kielen ja objektien pohjalta, jonka lopputuloksena tavoitellaan jotain toimintoa. Käytäntöteoriassa on tärkeää huomata, että kieli on olemassa ainoastaan rutiineissa, tarkemmin sanottuna rutinoituneessa tavassa ymmärtää asioita. Diskursiivisissa käytännöissä ei ajatella niiden sisältävän merkityksiä. (Reckwitz 2002, 254–255.)

Käytäntöteoriassa sosiaaliset rakenteet (*structure/process*) pohjautuvat rutiineihin. Sosiaaliset käytännöt ovat itse asiassa rutiineja: rutiineja liikuttaa kehoa, rutiineja ymmärtää ja

haluta, rutiineja käyttää asioita ja esineitä, yhdistyneenä käytäntöön. Tästä johtuen sosiaalinen rakenne ei ole samaistettavissa ihmisten mielestä tai erilaisista käyttäytymismalleista, vaan ihmisen toiminnan rutiinit sisällään pitävästä luonteesta. Sosiaaliset rakenteet voivat kuitenkin muuttua tai rikkoutua, sillä ne ovat mukana jokapäiväisessä arjessa ja ovat omalla tavallaan myös aikaan sidottuja. (Reckwitz 2002, 255–256.)

Käytäntöteoriassa agentti (*agent*) on kehon ja mielen yhdistelmä, joka ”kantaa” erilaisia sosiaalisia käytäntöjä. Agentin voidaan nähdä muodostuvan erilaisten käytäntöjen suorittamisesta. Ollessaan käytännön suorittajana agentti ei ole täysin itsenäinen päätöksentekijä tai normeihin mukautuva, vaan ihmisen nähdään ymmärtävän maailman ja itsensä, käyttävän tieto-taitoaan sekä motivoitua tietoaan käytäntöjä suorittaessaan. Käytäntöteoriassa yksilöstä tulisi ymmärtää sen olevan ikään kuin käytäntöjen yhdistymispiste, koska maailman ajatellaan pitävän sisällään erilaisia agenttien suorittamia sosiaalisia käytäntöjä. (Reckwitz 2002, 256–257.)

Keskeisenä ytimenä käytäntöteoriassa verrattuna muihin kulttuuriteorioihin on suhtautuminen keholliseen toimintaan. Käytäntöteoriassa käytännöt nähdään rutinoituneina kehollisina toimina, jolloin ihmisen oppiessa jonkun käytännön opimme myös tietynlaisen kehollisen toiminnon. (Reckwitz 2002, 253–254.) Heiskala (2000, 116) tuo esimerkin kehollisista toiminnoista koiratappeluissa. Koiratappelussa koirien eleet suhteessa hyökkäykseen ja alistumiseen vuorottelevat ja muodostavat ikään kuin merkityksen kudoksen. Tämä kudosis johtaa asteittain eksplisiittisiin tulkintoihin, joka ei ole mahdollista koirille, vaan ihmisille. Taistelussa koirat vastaavat ainoastaan toistensa eleisiin, mutta eivät kykene tulkintoihin. (Heiskala 2000, 116.)

Käytännöt muotoutuvat jo rutiiniksi muodostuneesta käyttäytymisestä, joka pitää sisällään useita osia, kuten kehollisen toiminnan, mentaalisen toiminnan, oman tieto-taidon sekä ymmärryksen ja käsityksen asioista ja niiden toiminnasta (Reckwitz 2002). Kaikki aiemmin mainitut käytännön muodostavat osa-alueet kuuluvat keskeisesti käytännön muodostumiseen, eikä käytäntöä voida kuvata vain yhden osa-alueen sisältämänä toimintona. Erilaisiin käytäntöihin liittyy hyvin keskeisesti oma asemamme yhteiskunnassa ja henkilökohainen tausta, jonka pohjalta omaamme muun muassa tieto-taidon ja olemme muodostaneet rutinoituneita käytäntöjä toimiimme.

Mauss (1979) havaitsi tutkimuksissaan tietynlaisten kehollisten käytäntöjen olevan yhteiskuntasidonnaisia. Hän määritteli kehon toimia tavoiksi, joilla yhteiskunnasta toiseen ihmiset tietävät, kuinka käyttää kehojaan. Nämä kehon toiminnot pitävät sisällään fyysisen, henkisen ja sosiaalisen yhteyden. (Mauss 1979.) Crossley (2007) käsitteli syvällisemmin näiden kolmen yhteyttä ja sitä, miten ne ovat sitoutuneet toisiinsa. Crossleyn mukaan historiallinen ja kulttuurien välinen erilaisuus tuo näkyville kehon toimintojen sosiaalisen puolen. Toiminnot eivät ole universaaleja, mutta eivät myöskään yksilöllisiä. Toiminnot voidaan nähdä Crossleyn mukaan sosiaalisena, koska ne ovat ihmisen ulkopuolisia, olemassa ennen yksilöä ja yksilön jälkeen ja yksilön tulisi oppia ne. Toisaalta ne ovat yhteisön tuottamia, eli eivät ainoastaan yhden ihmisen tuottamia. Yksilöllä on älyllinen, sosiaalinen ja muovailtava mahdollisuus kehittää, opetella ja oppia tietynlaisia toimintoja. Kehollamme on kuitenkin tietyt raamit, fyysinen muoto ja rakenne, joka asettaa rajoitteita ja mahdollisuuksia kehollisuudelle. Keholliseen toimintaan sisältyy itse fyysisten liikkeiden lisäksi ihmiseen ruumiillistunutta tietoa ja ymmärrystä. (Crossley 2007.) ”*Habitus*” kuvaa yhteisöllistä tietoa, joka liittyy kehon toimintoihin. Kehon toiminnot ”*habituksen*” yhteyteen liitettynä ovat käytännöllisen järjen muotoja. Nämä voivat kuitenkin vaihdella eri yhteiskuntien, koulutuksen, moraalikäsitteiden ja toimintamallien välillä. Voidaan todeta kehon toimintojen olevan sidoksissa ympäröivään kulttuuriin, jossa ne saavat erilaisia merkityksiä. (Mauss 1979.) Esimerkkinä kehollisten käytäntöjen yhteiskuntasidonnaisuudesta voidaan nähdä ruuanvalmistukseen liittyvä ymmärrys: toisissa kulttuureissa ruoka valmistetaan tulella ja toisissa sähköllä. Oli kiehuva kattila sisältöineen asetettu avotulelle tai sähköliedelle, ymmärtää ihminen aiemman kokemuksen ja ymmärryksen pohjalta levyn olevan kuuma, vaikkei olisi ruuanvalmistusta liedellä ennen nähnytkään, havaitessaan höyryävän kattilan sen päällä.

Kun puhutaan tutkimuksessa käytäntöteoreettisesta lähestymistavasta, ollaan kiinnostuneita siitä mitä tehdään, miten tekeminen muodostui, miten ympärillä vallitsevat resurssit hyödynnettiin toiminnassa ja miten toiminto on kehittynyt ajassa (Korkman, Storbacka & Harald 2010). Ei siis olla kiinnostuneita suoranaisesti siitä, mitä joku tekee tai ajattelee vaan siitä miten erilaiset käytännöt kuvaavat yleistä ymmärrystä asioista ja ohjaavat meitä tietynlaiseen toimintaan (Schatzki, Knorr-Cetina & Savigny 2000, 11).

3.2 Käytäntöteoria kulutustutkimuksessa

Käytäntöteoreettinen lähestymistapa on vakiutunut kulutustutkimukseen tutkittaessa ihmisten elämää ja sen jokapäiväistä kulutusta, sillä käytäntöteoria kiinnittää huomiota arkipäiväiseen rutinoituneeseen toimintaan (Nicolini, 2012; Warde, 2014). Arkisessa elämässä esiintyvät käytännöt voidaan tunnistaa sekä toistuviksi toiminnoiksi, että vähemmän vakiintuneiksi kokonaisuuksiksi. Käytäntöteoreettista näkökulmaa kulutustutkimuksen kentällä ovat hyödyntäneet muun muassa Holt (1995), Närvänen (2014), Shove ja Pantzar (2005), Röpke (2009), Valtonen (2009) sekä Warde (2005).

Käytäntöteoria pitää sisällään joukon kulttuurisia kuvauksia, jotka avaavat käytäntöjen toteutumista erilaisissa olosuhteissa sosiaalisessa elämässä (Halkier, Katz-Gerro & Martens 2011). Schatzki määrittelee sosiaalisten käytäntöjen olevan organisoituja yhteyksiä toimintojen välillä, jolloin toiminnot ja sanat muodostavat yhtenäisen kokonaisuuden: käytännön (Schatzki 2002, 77). Myös Warden (2005) mukaan käytännöt muodostuvat teoista ja puheesta, joten keskiössä on käytännön toiminta ja se, miten toiminta muodostuu. Warden (2005, 146) ymmärrys käytäntöteoriasta kulutustutkimuksessa keskittyy kuvaamaan enemmän erilaisten ryhmien toimintatapoja kuin yksilöiden toimia.

Tutkimuksessaan Holt (1995) kuvaa kulutuksen olevan yksi toiminnan malli, jossa kuluttajat käyttävät kulutusobjektia eri tarpeisiin. Hän kuvaa kuluttajien erilaisia kulutuskäytäntöjä ja hänen mukaansa kulutuskäytännöt voidaan jakaa neljään osaan. Ensimmäisenä hän esittää ihmisten laajentavan ymmärrystään kulutusobjektia kohtaan. Toisena hän esittää kulutuskäytäntöjen ja kulutusobjektien parantavan kuluttajien välistä yhteyttä. Kolmantena hän esittää kulutuskäytäntöjen kuvaavan kulutuksen institutionaalisia rakenteita. Viimeisenä hän esittää kulutuskäytäntöjen tarjoavan puitteet kuvaamaan aikaisemmin tuntemattomien metaforien yhteydelle kulutustutkimuksessa. (Holt 1995.)

Tavaroilla ja palveluilla on käyttöarvoa kuluttajayhteisöille, mutta erilaiset hyödykkeet käytäntöön yhdistettynä voivat myös luoda merkityksiä kuluttajille (Baudrillard 1998). Warde (2005) kuvasi kulutuksen olevan yhdenlainen viestinnän muoto, mutta Campbell (1995, 1998) kuvasi kulutuksella olevan hyvin rajallinen mahdollisuus viestintään. Tutkijat olivat yhtämielisiä siitä, että toiminto voi olla ymmärrettävissä ilman etukäteen sovittua ja vakiintunutta merkitystä. Huomioitava oli kuitenkin, että kulutushyödykkeen hallinta ei

tarkoita suoranaisesti viestintää ja toisaalta viestin vastaanottaminenkaan ei tarkoita sitä, että perimmäisenä aikeena olisi ollut lähettää minkäänlaista viestiä. Kaikki suoritettavat käytännöt eivät ole tarkoitettu viestintään, vaan vastaamaan kuluttajan tarpeisiin. Tämä on syynä sille, että käytäntöteoreettisessa kulutustutkimuksessa on käsitelty paljon tehokkuutta, tehokkuuden vaikutusta toimintoihin ja niiden toteuttamiseen, eli käyttöarvojen (*use-values*) toteuttamiseen. (Warde 2005; Campbell 1995, 1998.)

Käytäntöteorian tarkoituksena ei ole tarjota kulttuurille lisämerkityksiä, vaan kuvata kulttuurin kehollistuneita, sosiaalisesti rakentuneita tapoja (Warde 2005). Warden (2005) mukaan käytäntöteorian kannalta katsottuna kulutus tapahtuu niin käytäntöjen yhteydessä kuin myös käytäntöjen luomiseksi. Kulutetut tuotteet otetaan käyttöön erilaisissa käytännöissä, joista suoriutumiseen tarvitaan tiettyjä tuotteita, jotta halutut käytännöt voidaan suorittaa onnistuneesti. Käytäntö siis edellyttää sitä, että kuluttaja kykenee hallitsemaan tiettyjä kulutustarvikkeita suorittaakseen halutun toiminnon. Näiden lisäksi kuluttajalla on oltava myös ymmärrys ja taito toiminnon suorittamiseen sekä käytännön on luotava kuluttajalle jotakin arvoa. (Warde 2005.) Tutkittaessa kulutusta käytäntöteoreettisesta näkökulmasta, on kulutus nähtävä ilmiönä, johon kuuluu ostamisen ja hankkimisen lisäksi myös kulutuskohteen käyttö erilaisissa kehollisissa toiminnoissa. Käytäntöteoriassa kulutukseen ohjaavat erilaiset tarpeet, jotka syntyvät käytäntöön liittyessään (Warde 2005, 137). Erilaiset käytännöt ja niiden suorittaminen ohjaavat kulutukseen, mutta kulutusta itsessään ei nähdä käytäntönä, vaan osana käytännön suorittamiselle. Jos mietitään esimerkkinä ruuanlaittoa, se pitää sisällään useiden kulutushyödykkeiden kulutusta. (Røpke 2009.) Kulutus muodostuu erilaisten käytäntöjen suorittamisesta ja se on osana erilaisia käytäntöjä (Warde 2005: 146). Olennaisena osana käytäntöjä ovat erilaiset käytäntöihin olennaisesti liittyvät kulutushyödykkeet, voidaan todeta käytäntöteorian tarjoavan kulutustutkimukselle relevantin lähestymistavan.

Kotitalouksissa tapahtuvat käytännöt pitävät sisällään erilaisia jokapäiväisiä, rutinoituneita tapoja ja toimia ja toisaalta taas kulutusta voidaan käsitteellistää erilaisten käytäntöjen kautta (Warde, 2005; Hargreaves, 2011.) Erilaiset tavat ja rutiinit, kuten ruuanlaitto, esiintyvät jokapäiväisessä arjessamme ja joita tarkastelemalla voimme havaita kulutuksen säännöllisyyden (Heinonen 2012). On havaittava, että samaa käytäntöä voidaan toteuttaa eri tavoilla, sillä ihmiset voivat liittää käytäntöön erilaisia merkityksiä ja käyttää käytännön suorittamiseen erilaisia kulutushyödykkeitä. Esimerkkinä ruuanlaitto, joka pitää sisällään

useita vaihtoehtoja ruuan kypsennykseksi, mutta jokainen vaihtoehto johtaa samaan lopputulokseen: kypsennettyyn ruokaan. Kuitenkin lopputuloksen esteettisessä ulkonäössä ja maussa on vaihtelevuutta valmistajasta, mutta myös valmistuskerrasta riippuen. Toisaalta käytännöt myös muuttuvat ja muovautuvat, kokeilemisen ja improvisoinnin kautta. Näin voidaan todeta käytännön tekemisenä ja käytännön kokonaisuutena olevan jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään. Myös lemmikin omistamiseen liittyy erilaisia käytäntöjä, jotka vaihtelevat ja muovaantuvat omistajien arkisessa elämässä. (Närvänen 2014b; Shove & Pantzar 2005; Shove & Walker 2010; Warde 2005.)

Warden (2005) mukaan yleinen käsitys kulutuksesta käytäntöteorian osalta pitää sisällään rutiinin. Käytäntöteoria kulutuksessa pitää sisällään myös käsityksen siitä, että käytännöt ovat ihmisestä riippuen erilaisia ja eri ihmiset tekevät saman toiminnan eri tavalla. Käytäntöihin vakiintuneet toimintatavat ohjaavat kulutukseen. (Warde 2005.) Esimerkiksi koiranäyttelyn seuraamisen käytäntöä toteutetaan eri tavalla, riippuen siitä, ollaanko itse osallistumassa näyttelyyn oman koiran kanssa, vai tutustumassa koiranäyttelyyn harrastuksena. Käytäntöä toteuttaakseen tulee ihmisen tuntee käytäntö, eli osallistua käytännön toteuttamiseen sosiaalisessa ympäristössä muiden kanssa. On kuitenkin huomattava käytäntöjen muuntautuvan, sillä jokainen käytäntöä toteuttava antaa käytännölle uuden muodon sitä toteuttaessaan (Giddens 1984, 2). Käytännön lopputulos kahden eri ihmisen suorittamana ei koskaan ole täysin identtinen, sillä ihminen soveltaa aiemman kokemuksen ja oppimansa pohjalta käytäntöä suorittaessaan (Askegaard & Linnet 2011, 388).

Kulutuksella on rooli myös käytäntöjen mukautumisessa, koska kulutuselementtien käyttäminen mukana käytännön suoritusta on olennaisena osana käytäntöä (Warde 2005, 140). Vaikka kulutushyödyke on vain osa käytäntöä, on sen rooli käytännön suorittamisen kannalta olennainen käytäntöjen jatkumon osalta. Shove ja Pantzar (2005, 45) havaitsivat käytäntöjen muokkauksessa myös kulutushyödykkeiden roolissa muutoksia ja totesivat, että toimijat tulisi nähdä kuluttajan roolin lisäksi myös tuottajan roolissa. Tällä tarkoitetaan siis sitä, että käytäntöjä suoritettaessa tapahtuu mukautumista ja uusia käytäntöjä syntyy käytännön suorittajien improvisoinnin myötä, mutta myös toisiinsa kiinnittyneiden käytäntöjen irtautuessa omiksi käytännöikseen (Hargreaves 2011, 83–84). Voidaan todeta ihmisten käyttäytymisessä ja kulutuksessa tapahtuvien muutosten johtuvan käytäntöjen mukautumisesta ja kehittämisestä (Warde 2005, 140).

Matschoss, Kajoskoski, Laakso, Apajalahti, Heiskanen ja Luomaniemi (2019) tutkivat artikkelissaan ”*Kokeilemalla kestäviin energiakäytäntöihin – yksin vai yhdessä?*” sitä, miten erilaiset kokeilut voivat ohjata muutoksiin energiankulutuksessa. Artikkelissa keskitytään pyykinpesu- ja lämmityskäytäntöihin, mutta sivutaan myös yhteisöllisyyttä kotitalouksien käytännöissä. (Matschoss ym. 2019.) Viitaten Matschossin ym. (2019) tutkimukseen voidaan havaita kotitalouksien käytäntöjen pitävän sisällään muitakin yhteisöllisiä käytäntöjä kotona ja sen ulkopuolella, kuten harrastustoiminnassa.

Väitöskirjassaan ”*Extending the Collective Consumption of Brands*” Närvänen (2014a) tutki tuotteiden ympärille syntyvää yhteisöllistä toimintaa, toisin sanoen yhteyksiä kuluttamisen ja yhteisöllisyyden välillä. Tutkimuksessaan Närvänen havaitsi, ettei itse kulutusobjekti ole aina keskeinen tekijä kulutuksessa. Hän havaitsi myös, että kulutusyhdyke itsessään voi olla olemassa pitkään ja saada brändin roolin vasta myöhemmässä vaiheessa. Kulutus käytäntönä on joukko toimintoja, joissa tapahtuu muutoksia, joiden pohjalta tuote voi saada brändin aseman. Brändin muodostumiseen vaikuttavat siihen liitetyt merkitykset ja luonnollisesti myös tuote itsessään käyttöobjektina. Merkitykset siirtyvät tuotteesta ja käytännöstä toiseen, jossa ihmisen kehollisuus on yhtenä osana merkitysten ja brändien muodostumista. Kuluttajien harjoittamat käytännöt laajentavat brändin käyttöä ja muodostavat yhteyksiä, jotka voivat saada lisää ihmisiä käyttämään brändiä ja liittymään yhteisöön. Kuten tuotemerkki, myös lemmikki, on jatkuvasti muuttuva kokonaisuus, johon liitetään aikasidonnaisia merkityksiä ja toimintoja erilaisissa konteksteissa. Rotukoira voidaan rinnastaa tuotemerkkiin, sillä rotukoira pitää yhtäläillä sisällään tuotemerkin, eli rodun, sekä ulkoisen tunnistettavan olemuksen. Närvänen (2014a) väitöskirjassa osoitetaan yhteisöllisen toiminnan olevan avainroolissa brändin aseman säilyttämisessä. Myös erilaiset rotuyhteisöt ja harrastusseurat koirien parissa pitävät yllä rotujen brändiä ja toimivat rodun tai harrastuksen puolestapuhujana (Närvänen, 2014a; Autio, 2011; Jyrinki, 2010). Närvänen väitöskirjan havainnot ovat sovellettavissa myös materiaalisista tuotteista eläviin tuotteisiin, koiriin. (Närvänen 2014a.) Erilaiset käytännöt kulutusyhteisöissä ovat olleet keskiössä myös tutkimuksessa ”*Online lifestyle consumption community dynamics: A practice-based analysis*”, jonka tarkoituksena oli tunnistaa erilaisia käytäntöjä, joita ilmenee verkossa olevissa kulutusyhteisöissä. Tutkimuksessa osoitettiin miten elämäntapa, identiteetti ja yhteisö kehittyvät yhdessä. (Närvänen, Kartastenpää & Kuusela 2013.)

Väitöskirjassaan ”*Demanding energy in everyday life: Insights from wood heating into*

theories of social practice” Rinkinen (2015) tutki käytänteoreettisesta näkökulmasta kotimaista energiankäyttöä, puulla lämmittämistä. Kun yleensä sosiaalisia käytäntöjä tutkittaessa on keskitytty käytännöllisyyden ja mukavuuden tutkimiseen ihmisen käyttäytymisessä, Rinkisen (2015) tutkimuksessa havaitaan puulämmityksen käytäntönä olevan vaativa ja käytännön arvottuvan saavutuksella, mikä puiden polttamisesta käytäntöineen seuraa. Puulla lämmittäminen kuuluu osana kulttuuriimme ja käytännössä jokaisessa suomalaisessa omakotitalossa on tulisija. Aivan kuten puulla lämmittäminen käytäntönä on työläs, voidaan myös lemmikin pitämisen käytäntöä pitää työläänä; lemmikki on osana kotitalouden jokaista päivää ja se muodostaa omistajalleen ylimääräistä työtä muun muassa siivoamisen, ulkoilemisen ja vapaa-ajan viettämisen osa-alueilla. Näissä käytännöissä on kuitenkin huomattava, että vaativia käytäntöjä suorittaessa käytäntöjen lopputulemalla on keskeinen rooli, oli kyse sitten lämpimästä kodista tai tyytyväisestä lemmikistä, joka voi olla omistajansa minän jatkeena, kumppanina tai perheenjäsenenä. (Rinkinen 2015.)

Koskinen, Mattila, Närvänen ja Mesiranta (2018) käsittelevät tutkimuksessaan, millä eri tavoin hoiva ilmenee ruokahävikin vähentämisen arjen käytännöissä. Tutkijat havaitsivat ruokahävikin olevan erilaisten materiaalien ja toimijoiden välinen, kontekstisidonnainen, moniulotteinen suhdeverkosto, jossa käytännöt, kehollisuus sekä valta ja politiikka ovat lähestymistavasta riippuen eri tavalla painottuneina. (Koskinen ym. 2018, 27.) Tämä korostuu myös erilaisissa kotitalouksissa, voidaanko katsoa lemmikin olevan osana kotitalouden kulutuskäytäntöjä myös siksi, että se osaltaan auttaa ruokahävikin vähentämisessä hyödyntäen ruuantähteet lemmikin ravinnossa?

Valtonen (2009) käsitteli tutkimuksessaan kehon mitan ympärille rakentuvia kulttuurisia merkityksiä kiinnittäen huomiota arkipäiväisiin käytäntöihin, jotka ovat nivoutuneet kulutuskulttuurin ympäristöihin, kuten mediaan, palvelukohtaamisiin sekä materiaalisiin käytäntöihin. Tutkimuksessaan Valtonen (2009) toi esille käytäntöjä, jotka ovat olennaisena osana pienuutta kulttuurissamme, kuten päähän taputukset, vitsit ja ylettämisongelmat. Valtosen (2009) tutkimuksesta ilmenee selkeästi pienuuden olevan esillä arkielämässä ja hän kuvasi pieneen kokoon liittyviä käytäntöjä, joilla korostetaan pienuutta. Valtosen tutkimuksesta johdettuna voidaan laajentaa kokokäsitettä myös ihmisen parhaaseen ystävään, koiraan. Olettamana yhteiskunnassamme on, että pariskuntien koko on suhteessa toinen toiseensa (Valtonen 2009) ja samoin voidaan nähdä oletettavan myös lemmikkien osalta: pienelle ihmiselle oletetaan lemmikkieläimeksi pienikokoinen koira ja toisaalta kook-

kaammalle ihmiselle suurempi koira. Valtosen (2009) kokohavainnot voidaan tunnistaa siis muuallakin kulttuurimme sitoutuneissa käytännöissä, eivätkä ne ole kiinnittyneinä ainoastaan ihmiseen, vaan myös lemmikkeihin.

Harrastamiseen ja vapaa-aikaan liittyviä käytäntöjä kulutustutkimuksen piirissä ovat tarkastelleet muun muassa Holt (1995) baseball-pelin katselemisen osalta sekä Warde (2005) autoilun osalta. Näissä tutkimuksissa on kuitenkin keskitytty pääasiassa kuvaamaan harrastukseen liittyvää materiaalista kulutusta. Vesa Markuksela (2013) tutkii väitöskirjassaan harrastusyhteisön muodostumista ja harrastamista kehollisena moniaistisena toimintana. Hän avaa uuden keskustelun kulutustutkimuksen kentälle esittäessään harrastusyhteisön muodostuvan kehollis-aistillisena, yhdessä toimimisena sekä tuotteiden käytön kautta. Tutkimuksessaan hän kuvaa yhteisön olevan monikerroksellinen, jossa hyödykkeillä on rooli aistien jatkeena ja osana yhteisön rakentumista. Osana harrastusyhteisön rakentumista on Markukselan (2013) mukaan myös ihmisen vaikutusalueen ulkopuoliset tekijät, kuten sää, joka vaikuttaa olennaisesti yhteisön toimintaan ja käytäntöihin. Markuksela (2013, 15) kuvaa harrastajien kehollisina toimijoina sopeuttavan yhdessä toiminnan vallitsevaan, muuttuvaan, toimintaympäristöön hyödyntäen kulutushyödykkeitä harrastustoiminnan kontekstissa suorittaessaan harrastuskäytäntöjä. Markukselan (2013) tutkimuksesta voidaan jatkaa keskustelua harrastustoiminnan ja harrastusyhteisöjen rakentumisesta koiratalouksissa.

3.3 Käytäntöteoria tämän tutkimuksen teoreettisena viitekehyksenä

Tutkimukseni teoreettisena viitekehyksenä toimii käytäntöteoria, jota hyödyntäen pyrin luomaan ymmärrystä kulutuskäyttäytymisestä lemmikkitalouksissa. Tutkimus perustuu Reckwitzin (2002) määritelmään käytäntöteoriasta, joka muodostuu käytännöistä, jotka ovat rutiininomaista käyttäytymistä. Se pitää sisällään fyysiset ja mentaaliset toiminnot, ympäröivät esineet ja niiden hyödyntämisen sekä kaiken sen tiedon, jota meillä on. Näiden linkittyessä yhteen syntyy erilaisia käytäntöjä sekä meidän tapamme suorittaa näitä käytäntöjä, kuten työskennellä, valmistaa ruokaa ja kuluttaa. (Reckwitz 2002.) Erilaiset käytännöt nousevat esille myös lemmikkitalouksien arjessa.

Sekä Reckwitzin (2002) että Schatzkin (2002) määrittelemässä käytäntöteorian käsitteessä käytäntö muodostuu rutinoituneiden ja organisoitujen toimien välille, ihmisen suorittama-

na. Koska toimen suorittamiseen vaikuttaa olennaisesti myös ihmisen oma tieto, käsitys, opitut rutiinit jne, voidaan todeta myös ympäröivän kulttuurin vaikuttavan erilaisiin muodostuneisiin käytäntöihin. Onhan melko selkeää, että kulttuurin ja ympäristön, opitun tiedon ja kokemuksen pohjalta esimerkiksi ruuanlaiton käytännössä on selkeitä eroja verrattaessa ruuanlaitonkäytäntöä Suomessa ja Afrikassa. Voidaan siis todeta, että kulttuuri ja ympäristö vaikuttavat osaltaan vahvasti erilaisten käytäntöjen suorittamiseen. Näin ollen myös omassa tutkimuksessani käytäntöteoreettista viitekehystä katsotaan länsieurooppalaisesta näkökulmasta, nivoutuen omaan kulttuuriimme ja sen sisältämiin tapoihin ja käsityksiin.

Oma tutkimukseni kytkeytyy kulutuskäytäntöihin, sillä lemmikit voidaan nähdä perheenjäseninä ja näin ollen ne voidaan nähdä tärkeäksi osaksi omistajien sosiaalista elämää. Koska Warden (2005) mukaan käytännöt muodostuvat teoista ja puheesta, voidaan nähdä lemmikkeihin liittyvän kulutuksen muodostuvan niistä kulutuskäytännöistä ja keskusteluista, joita voidaan havaita lemmikkitalouksissa tapahtuvan. Toisaalta käytännöt muodostuvat myös erilaisista kulttuuriin liittyvistä seikoista, kuten opitusta tavasta käsittää lemmikki suomalaisessa kotitaloudessa. Sosiaalisuus kulutuksessa kietoutuu myös erilaisiin ryhmiin, kuten perheisiin sekä harrastus- ja työyhteisöihin. Käytännössä jokainen meistä kuuluu jonkinlaiseen yhteisöön ja elää arjessa mukana erilaisten yhteisöjen tapoja ja käytänteitä, kuten kulutusta. Bagozzi (2000) katsoo, että nykypäivän kulutuksessa sosiaalisuus on yhtenä osana, kuten matkustelussa ja harrastamisessa. Sosiaalisuus on myös yhtenä osana lemmikkeihin liittyvää kulutusta, koska lemmikkien kanssa myös matkustellaan perheen kesken ja usein koiran kanssa harrastetaan erilaisissa harrastusryhmissä.

Korkmanin (2006, 20) näkemyksessä käytäntöteoriasta elämme elämämme erilaisten käytäntöjen läpi, joissa hyväksikäytämme erilaisten käytäntöjen sisällään pitämät kompetenssit ja käytäntöjen suorittamisessa käytämme erilaisia työkaluja. Tässä tutkimuksessa keskiössä on kotitalouden kuluttaja ja lemmikki, jonka pohjalta pyritään selvittämään, onko lemmikillä osana kotitaloutta osansa myös kotitalouden kulutuskäytännöissä. Korkmanin näkemyksessä elämä muodostuu erilaisista käytännöistä, joista lemmikkitalouksessa osaan kuuluu olennaisena osana lemmikki.

Schau, Muniz ja Arnould (2009) havaitsivat tutkiessaan brändiyhteisöjä, että yhteisöjen kokeneempien jäsenten tieto siirtyy nuoremmille jäsenille yhteisön käytännöissä ja sosiaalisissa suhteissa. Tässä tutkimuksessa voidaan havaita yhtäläisyyksiä tiedon siirtymisessä

yhteisön sisällä, etenkin harrastustoiminnassa. Aktiiviset harrastajat hyödyntävät vanhempien harrastajien tietoa ja samalla omaksuvat käytäntöjä. Tässä tutkimuksessa voidaan nähdä tiedon siirtyvän yksilöltä toiselle, mutta myös rakentuvan harrastusyhteisöjen sosiaalisissa käytännöissä kollektiivisesti. Harrastusyhteisössä jäsenten välillä vallitsee keskinäinen ymmärrys ja suoritettaessa käytäntöjä tulisi käytäntö suorittaa oikealla tavalla (Barnes 2001, 34). Barnesin (2001) mukaan käytäntöjen suorittamista voi myös arvioida. Tämä tulee korostuneeksi myös koiraharrastuksissa ja sen ympärille muodostuneissa yhteisöissä. Esimerkiksi koiranäyttelyissä käytännön suorittamista arvioi yhteisön jäsenten lisäksi myös tuomari. Harrastusyhteisöille on muodostunut keskinäisiä käytäntöjä, jotka eivät välttämättä ole yhteisön ulkopuolisille tuttuja.

Käytännöt voidaan nähdä jonoon muodostuneina yhtyminä, jotka tulee suorittaa ollakseen olemassa (Warde 2005, 134). Ihminen on näiden käytäntöjen suorittaja ja siksi jokainen käytäntö voidaan nähdä ainutlaatuisena, ihmisen henkisenä ja kehollisena yhtymänä (Reckwitz 2002, 256). Ihminen on erilaisten käytäntöjen muokkaama toimija, joka ymmärtää ja sisäistää yhteisön normit ja suorittaa käytäntöjä ymmärryksensä, halujensa ja tarpeidensa täyttämiseksi (Reckwitz 2002, 250). Näin ollen voidaan todeta käytäntöjen olevan erilaisiin toimintoihin liittyvän tiedon ja ymmärryksen pohjalta syntyneitä (Schatzki ym. 2001, 11). Myös lemmikin omistaja suorittaa erilaisia käytäntöjä päivittäin, erilaisten yhteisöjen normeja noudattaen. Käytäntöjä tutkittaessa on havaittava, että yksilön osalta sosiaalinen järjestys ja ympäröivä kulttuuri asettaa omat norminsa käytännöille, jota yksilöt eivät välttämättä tiedosta toimiessaan. Käytäntöjen suorittamiseen vaikuttaa ymmärrys toimista ja niiden soveltuvuudesta kulttuurin kontekstissa. Askegaard ja Linnet (2011, 388) ovat myös havainneet yksilön toimintojen ja sen myötä kulutuksen perustuvan erilaisiin käytäntöihin, jotka noudattavat yhteisön rajoitteita ja kulttuurisia normeja. Koiran omistaminen koostuu myös erilaisista yhteisöistä; on rotuyhdistyksiä, harrastusseuroja ja naapurusto, jossa koira elää osana.

Vaikka käytäntöteorioissa kiistetään ihmisen toimien perustuvan satunnaisuuteen, vaan nähdään noudettavan rutiineja, on kuitenkin huomioitava ulkoisten tekijöiden aiheuttamat muutokset käytäntöjä suoritettaessa (Schatzki 2002, 14). Ihmisten toiminnot ovat riippuvaisia ulkoisista rakenteista, mutta ihmisten improvisoidessa käytäntöjä suorittaessaan rakenteet muovautuvat. Syynä improvisoisille on sosiaalisen yhteiskunnan abstraktit säännöt, jotka eivät kykene tarjoamaan ihmiselle selvää käytännön suorittamisen mallia.

Näin ollen voidaan nähdä sosiaalisten rajojen muovaantumista käytäntöteoriassa. (Askegaard & Linnet 2011, 388.) Aivan kuten Matschossin ym (2019) artikkelissa energian kulutuksen vähentämisessä pyykinpesussa ja lämmityksessä, voidaan koirakotitalouksissa kiinnittää huomiota kulutukseen ja sen vähentämiseen. Vaikka tässä tutkimuksessa keskiössä ei ole kestävä kehitys lemmikkitalouksissa, se on yhtenä osana kotitalouksien kulkulttuuria ja nivoutuu myös lemmikin ympärille.

Tutkimuksessani tarkastellaan, voidaanko lemmikki, tässä tapauksessa koira, nähdä yhtenä käytäntöjä muodostavana tekijänä ja näin ollen yhtenä kulutuskäytäntöjä muovaavana osana kotitaloudessa. Tässä tutkimuksessa keskitytään nimenomaan kotitalouksiin ja kotitalouksien kulutuskäytänteisiin, erilaiset lemmikkeihin liittyvät palvelut ja muut kaupalliset toimijat on jätetty tämän tutkimuksen ulkopuolelle, niitä käsitellään ainoastaan välillisesti kotitalouksien kulutuskäytäntöjen osana.

4 AUTOETNOGRAFIA

Tutkimukseni aineisto koostuu autoetnografisesta päiväkirjastani, mutta tutkimuksessa hyödynnetään myös netnografian tutkimusperinnettä. Jyrinki (2010) on käyttänyt autoetnografista tutkimusperinnettä tutkiessaan tavoitteellista koiraharrastamista. Tutkimuksessaan Jyrinki on havainnut, kuinka lemmikkeihin liittyvissä tutkimuksissa tutkijan omia kokemuksia käytetään usein aineistonkeruussa (Jyrinki 2010, 80). Hyödynnän Jyringin (2010) viitoittamaa tietä autoetnografisesta tutkimuksesta lemmikeistä kulutustutkimuksen piirissä. Autoetnografinen tutkimus sekä netnografia pohjautuvat etnografian tutkimusmenetelmään, joten lähdän avaamaan tutkimusmenetelmiä etnografian tutkimusperinteen pohjalta, jonka jälkeen avaan laajemmin autoetnografian sekä netnografian käsitteitä.

4.1 Etnografinen tutkimusmenetelmä tutkimuksen lähestymistapana

Etnografiaa on käytetty erityisesti sosiaalitieteissä antropologian ja kulttuurin tutkimuksissa. Tutkimusmenetelmä on kuitenkin laajentunut myös muille tieteenaloille ja löytänyt paikkansa myös markkinoinnin sekä erityisesti kulutustutkimuksen kentällä. (Moisander & Valtonen 2006, 45.) Etnografiaa voidaan määritellä monin eri tavoin, mutta pääasiassa etnografia tarkoittaa kulttuurin tutkimista sisältäpäin: mitä instituutiot, toiminnot, kuvat, tavat, asiat ja muut ilmiöt merkitsevät niille ihmisille, jotka elävät niiden keskellä (Tolonen 2001). Etnografian tavoitteena voidaan katsoa olevan monipuolinen kulttuuristen prosessien sekä toimijoiden muodostamien merkitysten analysointi (Lappalainen, Hynninen, Kankkunen, Lahelma & Tolonen 2007, 9).

Etnografian tutkimusprosessissa tutkimuskohde jakautuu konkreettisesti ja symbolisesti menemiseksi sinne (*going there*), olemiseksi siellä (*being there*) ja olemiseksi täällä (*being here*). Etnografisessa tutkimuksessa tutkija osallistuu henkilökohtaisesti tutkimuskentälle ja opettelee toimimaan sen sosiaalisissa ja kulttuurisissa piireissä. Etnografi kuvailee kokemuksiinsa kentällä ja tulkitsee saamiaan tuloksia avaten myös omaa toimintaansa kentällä. (Geertz 1988.) Etnografiassa tulee toteuttaa reflektiivistä tutkimusotetta, jolloin tutkijan tulee koko tutkimusprosessin ajan olla läsnä tekemässään tutkimuksessa. Tutkijan tulee pohtia tutkimuskysymyksiään ja muotoilla ne hyvin, sillä etnografisen tutkimuksen onnistumisen kannalta on tärkeää asettaa oikeat kysymykset ja päästä tutkimukseen sisälle. (Latvala 2004.) Etnografisessa tutkimuksessa on kuitenkin huomattava se, ettei tutkimus

etene ennalta määritellyn kaavan mukaisesti, vaan tutkimuksen etenemiseen vaikuttaa tutkittavien elämä ja arki, jolloin tutkimuksen kulku voi olla hyvinkin vaihtelevaa ja näin ollen myös tutkimuskysymykset voivat tutkimusprosessin aikana muovaantua uudelleen (Anttila 2005, 344). Tutkimusmuotona etnografia alalajeineen on levinnyt laajalti eri tiedekuntiin ja sitä kautta myös kulutustutkimuksen piiriin. Kulutustutkimuksessa etnografiaa ovat hyödyntäneet muun muassa Arnould ja Wallendorf (1994) tutkiessaan käyttäytymistä markkinointitutkimuksen kannalta sekä Elliot ja Jankel-Elliott (2003) tutkimuksessaan, jossa he havaitsivat tutkimuskysymysten asettavan omat rajoitteensa saadulle aineistolle sekä sen, että ihmiset eivät kuitenkaan aina toimi siten, miten sanovat.

4.2 Autoetnografia

Etnografinen tutkimus asettaa tutkijalle haasteen: tutkijan tulisi päästä tarpeeksi lähelle tutkittavia ja kyetä rakentamaan luottamus tutkittaviin saadakseen mahdollisimman validia tutkimusaineistoa. Tähän haasteeseen kehittyi vastaamaan autoetnografia, joka sittemmin kehittyi omaksi tutkimusmetodikseen. Autoetnografinen tutkimus noudattaa kolmea näkökulmaa, jotka toisaalta erottavat, mutta myös yhdistävät autoetnografian muihin etnografiisiin tutkimusmenetelmiin. Ensimmäiseksi etnografisen tutkimusmenetelmää seuraten myös autoetnografiassa tutkija seuraa tiettyä etnografista prosessia keräten ja analysoiden tietoa. Toiseksi etnografiaa jatkaen autoetnografian tavoitteena on tekemänsä analyysin pohjalta saavuttaa kulttuurinen ymmärrys. Autoetnografia ei kuitenkaan keskity ainoastaan tutkijaan, vaan tavoitteena on muun yhteisön sekä kulttuurin ymmärtäminen tutkijan oman itsen kautta. Tutkijan oma itseys tulee nähdä linssinä, jonka läpi tutkittavaa ilmiötä katsotaan ja pyritään muodostamaan ymmärrys sosiaalisesta kulttuurista. Kolmas näkökulma erottaa autoetnografian muista etnografisista tutkimustavoista, sillä autoetnografit käyttävät henkilökohtaisia kokemuksiaan ensisijaisena tiedon lähteenä. (Chang 2008, 48–49.)

Etnografisessa tutkimusmenetelmässä tutkija osallistuu tutkittavan kohteen jokapäiväiseen elämään, kerää itselleen dataa havainnoimalla ja osallistumalla ja lopuksi kirjoittaa tämän kaiken auki (Moisander & Valtonen 2006, 45). Autoetnografinen tutkimus poikkeaa etnografisesta tutkimuksesta siten, että autoetnografisessa tutkimuksessa tutkimusta tehdään ikään kuin omaelämäkerrallisesti. Tutkimuksen aineisto voi muodostua useista eri muodoista, kuten kertomuksista, runoista, novelleista, valokuvista ja päiväkirjoista, tutkijan omien kokemusten pohjalta, joista aineisto muodostuu. Kun aikaisemmassa etnografisessa

tutkimuksessa haasteita aiheutti pääseminen tarpeeksi sisälle tutkittavaan yhteisöön, antaa autoetnografia uuden mahdollisuuden etnografian kehittämiseen. Aluksi autoetnografia mahdollisti tutkijan lisätä tutkimukseen omia kokemuksiaan tutkittavaan aiheeseen, ikään kuin tukemaan kenttätöön tuloksia, mutta sittemmin käsitteen laajentuessa nykyiseen muotoon tutkimusmenetelmä tarjoaa erilaisia vaihtoehtoja tutkijan ilmaisuun. Autoetnografia on tutkimusmenetelmänä tutkijan henkilökohtaisista kokemuksista koostuva menetelmä, jossa tutkijan tulee liittää kokemuksensa kulttuuriseen ja sosiaaliseen kontekstiin. Tutkija voidaan autoetnografisessa tutkimuksessa nähdä sekä tarkkailijana, mutta myös tarkkailun kohteena, kerätessään luomaansa aineistoa. Autoetnografisessa tutkimuksessa on huomioitava aineiston olevan sidoksissa tutkimushetkeen siten, että tutkijan ikä ja konteksti ajan ja paikan lisäksi ovat olennaisena osana tutkijan tuottamaa aineistoa. Autoetnografia tutkimusmenetelmänä pitää sisällään tutkijan tunteet, jotka värittävät aineistoa. Näin ollen tapahtumia, tässä tutkimuksessa käytäntöjä, ei kuvata välttämättä juuri siten miten ne ovat tapahtuneet, vaan siten, miten tutkija on kokenut ne tapahtuneeksi. (Ellis 2009, 13–16; Ellis & Bochner 2000, 739–742.) Tässä tutkimuksessa on huomattava, että tutkimusprosessissa teoria ja tutkijan tuottama aineisto kulkevat hyvin vahvasti käsi kädessä. Tutkijan havainnot linkitetään aikaisempaan tutkimukseen, jolloin aikaisempi tutkimus toimii tutkijan havaintojen pohjana.

Moisander ja Valtonen (2006, 54) kuvaavat etnografisen kirjoittamisen olevan enemmän tekstuaalista konstruktiota todellisuudesta, eikä läpinäkyvää, selkeää kuvausta jostakin olemassa olevasta kulttuurista. Tämä kuvaa myös hyvin omaa tutkimustani, sillä tässä tutkimuksessa ei ole tarkoituksena luoda mahdollisimman kattavaa ja yleistävää kuvausta tutkittavasta ilmiöstä, vaan luoda keskustelua lemmikeistä kulutukseen ohjaavana tekijänä erilaisten käytäntöjen kautta. Tutkimuksessa on tarkoituksena esittää yhdenlainen tulkinta tutkittavasta ilmiöstä, sillä jossain toisessa yhteydessä, toisen tutkijan tutkimana, tulkinta ilmiöstä voisi olla toisenlainen. Aineistona tutkimuksessa ovat omat päiväkirjamerkintäni, joita olen kirjannut nimenomaan tätä tutkimusta silmällä pitäen. Päiväkirjamerkintöjä olen kirjannut arjessa ja harrastustoiminnassa havaitsemistani tilanteista, jotka ovat liittyneet oleellisesti koiriin, kulutukseen ja käytäntöihin. Omien päiväkirjamerkintöjeni lisäksi tutkimus pitää sisällään jonkin verran myös netnografista aineistoa, johon palaan myöhemmin netnografiaa koskevan kappaleen alla.

Autoetnografisen tutkimuskohteen löytäminen ja tarkka määrittäminen ei ole useinkaan

helppoa, sillä tutkimuksen edetessä alkuperäinen tutkimuskohde elää omaa elämäänsä; se hioutuu ja joskus jopa muuntautuu tutkimuksen aikana. Periaatteessa autoetnografisen tutkimuksen tutkimuskohteeksi voi muotoutua mikä tahansa asia tai ilmiö. Toisaalta tutkimuskohde voi olla tutkijalle hyvinkin henkilökohtainen, yksittäinen ilmiö tai hyvinkin yleinen arkinen ilmiö. Tutkimusilmiön rajaamattomuus on tietyllä tapaa autoetnografisen tutkimuksen vahvuus, kun autoetnografit suorittavat tutkimuksen omassa ympäristössään, eli itsessään. (Chang 2008, 49–50.) Tutkimuksen kohteen tulisi olla tutkijalle mielekäs, jotta tutkimus antaisi tutkittavasta kohteesta selkeän kuvan (Lofland & Lofland 1995). Oma tutkimukseni on hyvin henkilökohtainen, koska se pureutuu omaan arkiseen elämään, jossa koirat ja niiden ympärille muodostunut arki ovat jopa keskeisimmässä osassa sekä minun, tutkijana, että puolisoni elämää. Päiväkirjamerkintäni koostuvat omista henkilökohtaisista havainnoista ja pitävät sisällään myös lähipiirini ajatuksia ja kommentteja, joita minua, koiriani ja harrastustoimintaani kohtaan on suunnattu. Aineistona päiväkirja vie tutkimuksen lukijan sisälle maailmaani ja ymmärrykseeni koirien ja kulutuksen sekä niihin liittyvien käytäntöjen maailmasta. Minulle tutkimuksen tekijänä tutkimus asettaa oman haasteensa siinä, ettei tutkimus etene suoraviivaisesti, vaan elää omaa elämäänsä muodostuen omaksi tarinakseen päiväkirjamerkintöjen pohjalta. Tutkimuskohde on minulle mielekäs, onhan se osana arkista elämääni ja määrittää myös minua ihmisenä.

Changin (2008, 51) mukaan autoetnografian vahvuutena voidaan nähdä sen olevan miellyttävä tutkimuskäytäntö niin tutkijalle, mutta myös lukijalle. Tutkijalle mielekkyyttä tuo helppous aineiston lähestymiseen, aineiston ollessa tutkijassa itsessään. Lukijalle taas mielekkyyttä tuo tutkimuksen henkilökohtainen sävy, sillä tutkimuksen kirjoituksessa tutkijan henkilökohtainen kirjoitustyyli tuo tutkimukseen oman mausteensa, verrattuna perinteisiin tutkimusmenetelmiin. Toisaalta autoetnografinen tutkimus kehittää niin tutkijan kuin lukijankin kulttuurista ymmärrystä, sillä omien ajatusten ja havaintojen arvioiminen antaa ymmärrystä omasta itsestä. Tutkija ja lukija voivat molemmat saada tutkimuksen kautta oivalluksia omasta kulttuurisesta positiosta, havaita omia ennakkoluuloja jostain ilmiöstä sekä toisaalta havaita yhtäläisyyksiä ja eriävyyksiä. Näin ollen voidaan todeta autoetnografiaa tekemällä, jakamalla ja lukemalla parhaassa tapauksessa saavuttavamme oivalluksia ja muutoksia niin tutkijassa itsessään, mutta myös lukijassa. (Chang 2008, 51–53.)

Vaikka autoetnografian tavoitteena on ensisijaisesti kuvata tutkittavaa ilmiötä tutkijan näkökulmasta, voi se parhaassa tapauksessa avata lukijalle toisenlaista maailmankuvaa ja

muuttaa lukijan ja jopa suuremman ihmisjoukon ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä.

Artikkelissaan Winkler (2018) ottaa keskusteluun tutkijan muistelemisen autoetnografisessa tutkimuksessa. Hänen mukaansa muistelemisen voi muuttaa alkuperäistä tutkimusaineistoa ja ohjata tutkimuksen suuntaa. Usein autoetnografisessa tutkimuksessa suositellaan aineiston otteiden julkaisemista osana tutkimusta. Tämän ”kovan aineiston” (*hard evidence*) tarkoituksena olisi tuoda tutkimukselle luotettavuutta. Tämä kuitenkin voi vahingoittaa autoetnografisen tutkimuksen ontologisia ja epistemologisia oletuksia. (Winkler 2018, 238.) Tutkimuksen luotettavuutta lisää aineiston kytkeminen aiempiin tutkimustuloksiin. Kaikissa autoetnografisissa tutkimuksissa ei kuitenkaan ole tarpeellista julkaista tutkimusaineistoa tutkimusraporttiin. Tässä tutkimuksessa päiväkirjamerkinnot on haluttu tuoda esille, koska ne värittävät tutkimuksen kulkua ja antavat lukijalle toisaalta maistiaisia tutkijan tekemästä tutkimusmatkasta, mutta myös esittävät lukijalle aineiston ja aiemman tutkimuksen keskustelua.

Tutkimuksessaan Winkler (2018) kertoo autoetnografian tutkimuksen kahdesta suuntauksesta, analyttisestä (*analytic*) autoetnografiasta ja muisteluun (*evocative*) pohjautuvasta autoetnografiasta. Analyttisessä autoetnografiassa tarkoituksena on luoda laajemmalti teoreettista ymmärrystä sosiaalisista ilmiöistä. Muisteluun pohjautuvassa autoetnografiassa suositaan emotionaalista itsereflektiivisyyttä (*emotional reflexivity*) rikkaana tietolähteenä tutkimukselle. Winkler (2018) kertoo itse suosivansa erilaisia lähestymistapoja tutkimukselle, sillä jokaisella tutkimusmenetelmällä on omat haasteensa, mutta erilaiset tutkimusmenetelmät tarjoavat erilaisia mahdollisuuksia tutkijoille. (Winkler 2018, 239–240.) Analyttinen autoetnografia tutkimusmenetelmänä voidaan nähdä perinteisen etnografian ja muisteluun perustuvan autoetnografian välissä olevana tutkimusmenetelmänä. Analyttinen autoetnografia ei tarjoa tutkijalle samanlaista roolia muisteluun perustuvan autoetnografian kanssa. Tässä tutkimuksessa ei pyritä luomaan laajaa teoreettista faktaa tutkittavasta ilmiöstä, vaan enemmänkin kuvaamaan tutkittavaa ilmiötä yhdestä näkökulmasta muisteluun pohjautuvan autoetnografian keinoin.

Autoetnografisessa tutkimuksessa on myös haasteita. Vaikka tutkimus tehdään tutkijan kokemusten ja maailmankatsomuksen pohjalta, ei tutkijan tulisi keskittyä vain itseensä eristyksissä muista. Tutkijan tulee muistaa, ettei tutkimus keskity ainoastaan tutkijan tuottamaan aineistoon, vaan aineistoa tulee analysoida ja tulkita. Tutkijan tulee muistaa myös

arvostaa eettisiä asioita tutkijan läheisten ihmisten osalta. (Chang 2008, 54–55.) Kerron seuraavaksi hieman enemmän autoetnografisen tutkimuksen asettamista haasteista.

Changin (2008, 54–55) mukaan antropologiassa kulttuuri ja ihmiset toimivat symbioosissa keskenään. Siksi kulttuuria käsiteltäessä tutkimukseen kietoutuu myös muita ihmisiä, vaikka tutkimuksen keskiöön nostetaan tutkijan tekemät havainnot ja kokemukset. Autoetnografiassa keskeistä on pohdiskelu tutkijan itsensä ja muiden välisestä yhteydestä. Vaikka autoetnografisessa tutkimuksessa aineisto kerätään tutkijasta, tulee tutkijan ymmärtää asemansa tutkittavaan ilmiöön ja arvioida tutkimukseen kerätyn tiedon validiteettia. Siksi tutkijan aineistoa vastaan tulee kerätä aineistoa tukevaa materiaalia ja tutkijan tulee tutkimuksessaan pohjata omaa aineistoaan aikaisempaan tutkimukseen. Näin tutkija saa tukea argumenteilleen ja tutkimukselleen validiteettia. (Chang 2008, 54–55.) Elävyyttä tekstile tuovat aineiston yksityiskohtaiset kuvaukset, tunteet ja kulttuurin sävyttämät tarinat (Ellis & Bochner 2000). Näiden tarinoiden tulisi kuvata sitä, miten tutkija kokee tutkimusilmiön omasta positiostaan katsottuna (Valtonen 2009).

Tutkimusmenetelmänä autoetnografia soveltuu hyvin kuvaamaan kehollisia ja aistillisia kokemuksia ja käytäntöjä (Ellis 2004). Autoetnografian avulla voidaan kuvata erilaisia kehollisia aktiviteetteja ja siihen liittyviä käytäntöjä, kuten harrastuksia. Se sopii erinomaisesti kuvaamaan moniaistillisia kokemuksia, koska tutkijan on helpompi kuvata omaa kokemustaan kokonaisvaltaisesti kaikki aistit mukaan lukien, verrattuna saman kokemuksen kuvaamiseen toisen ihmisen kokemana. Autoetnografian osa-alueita aistietnografiaa kulututkimuksen kentällä ovat tutkineet Valtonen, Markuksela ja Moisander (2010) sekä Markuksela (2013) väitöskirjassaan. Valtonen (2009; 2012) tutki fyysisen kehon pienuutta ja sen ympärille liittyviä käytäntöjä autoetnografisesta näkökulmasta. Jyrinki (2010) puolestaan tutki kuluttajasubjektista lemmikkeihin liittyvää kulutusta osittain myös autoetnografian keinoin.

Grönfors (2010, 125–126) kuvaa autoetnografian keskeisen toiminnan havainnoinnin kytkeytyneen yhteiskuntatieteissä osallistumiseen. Tämä asettaa oman haasteensa tutkimukselle, sillä havainnointia tarkasteltaessa osana osallistumisen käsitettä, voidaan tutkijalla nähdä olevan tutkimuksessa kaksi roolia; tutkija ja ihminen. (Grönfors 2010, 125–126.) Tutkijana emme luonnollisesti voi näitä kahta roolia itsestämme erottaa, mutta toisaalta omat havaintomme ja kokemuksemme tekevät tutkittavasta ilmiöstä ainutlaatuisen. Oman

haasteensa autoetnografiselle tutkimukselle asettaa myös luottamus tutkijan havainnoista. Vaikka tutkimusaineisto koostuu tutkijan tuottamasta aineistosta, todellisuudessa tutkijan aineistoon kietoutuu myös muiden ihmisten kertomuksia. Tutkijana elämme muiden ihmisten kanssa, jotka ovat osa elämäämme ja sosiaaliset suhteemme vaikuttavat ymmärrykseemme maailmasta ja ohjaavat käytäntöjämme. Tutkijan on siis kyettävä säilyttämään luottamuksellisuus ympärillään olevien ihmisten suhteen. (Chang 2008, 55–56.) Tässä tutkimuksessa aineisto koostuu myös erilaisissa sosiaalisissa suhteissa tapahtuneista käytännöistä ja havainnoista. Tutkijana haluan tarjota lähipiirilleni ja muille päiväkirjamerkinnoissä mukana olleille, ihmisille ja lemmikeille, anonymiteetin ja siksi muun muassa ihmisten ja lemmikkien nimet on päiväkirjamerkinnoissani muutettu. Vaikka tutkimusaineisto pohjautuu omiin päiväkirjamerkintöihini, tutkimusaineisto ei ole omistamaani, sillä kokemuksistani kirjoittaessani aineistoon liittyy väistämättä myös muita ympärilläni olevia ihmisiä. (Winkler 2018, 240.)

4.3 Netnografia

Etnografia tutkimusperinteenä on autoetnografian laajentunut myös toiseen tutkimusperinteeseen, netnografiaan. Netnografiassa tutkimusaineisto muodostuu erilaisista online- ja verkkoyhteisöiden keskusteluista. Tutkimusaineisto voi pohjautua jossakin verkkoyhteisöissä oleviin keskusteluihin, sähköpostiviesteihin tai erilaisiin blogikirjoituksiin. Tutkija voi itse osallistua keskusteluihin tai ainoastaan havainnoida muiden keskusteluita. (Kozinets 2002.) Kozinets (2002) toi netnografian tutkimuksen kulutustutkimuksen kentälle.

Netnografia pohjautuu siis etnografian tutkimusperinteeseen, mutta aineistossa hyödynnetään Internet-kulttuuria. Tutkimuksen suorittaminen netnografisella menetelmällä poikkeaa etnografian perinteestä yllättävän paljon. Kun aineiston tutkiminen tapahtuu verkossa, voi aineistoa havainnoida tutkijan valitsemassa fyysisessä ympäristössä, kuten tutkijan kotona. Netnografisessa tutkimuksessa tutkijan ei tarvitse siirtyä fyysisesti tutkittavaan paikkaan, jolloin tutkimusmenetelmää voidaan pitää perinteistä etnografiaa kustannustehokkaampana tutkimusmenetelmänä. Netnografiaa voidaan pitää myös perinteistä etnografiaa nopeampana tutkimusmetodinä aineiston ollessa sähköisessä muodossa, jolloin aineisto on hyödynnettävissä sellaisenaan. Toisaalta voidaan myös ajatella netnografian olevan nyky-yhteiskunnassa luonnollisempi tapa hankkia tutkimusmateriaalia ja toisaalta tutkittavien osalta vähemmän heidän ihon alle menevä käytäntö, sillä tutkija ei ole fyysisesti osana

tutkittavia ilmiöitä. (Kozinets 2002, 61; Kozinets 2006, 279–280; Kozinets 2010, 4–5.) Nyky-yhteiskunnassa verkossa viestiminen on etenkin nuorelle sukupolvelle luonnollista ja verkkoon voidaan anonyymisti kirjoittaa vaikeistakin aiheista. Näin ollen tutkijan ja tutkitavan (henkilön tai yhteisön) välille ei ole ensisijaisen tärkeää saada muodostettua ehdotonta luottamussidettä, koska tutkittavan yhteisön yksittäisten jäsenten henkilöllisyyttä ei ole periaatteessa pakko paljastaa.

On kuitenkin huomattava, että myös netnografinen tutkimus asettaa haasteita tutkijalle. Koska verkossa oleva aineisto koostuu pääasiassa tekstistä ja symboleista (muun muassa hymiöt, gif-animaatiot sekä memet), eikä siinä ole mukana puheen rinnalla kulkevia elementtejä, kuten ilmeitä, eleitä, kehonkieltä, ääntä ja äänenpainoa, korostuu tutkimuksessa tutkijan oma ymmärrys luetusta tekstistä. Netnografiassa tutkija saa toisaalta seurata rauhassa muun muassa tutkittavan yhteisön kieltä, kulttuuria, käytäntöjä sekä jäseniä, vaikka yhteisön jäsenet toimisivatkin nimimerkkien takana. Tutkijan on kuitenkin sitouduttava yhteisöön ja sen seuraamiseen ja mahdollisesti pyrkiä myös keskustelemaan yhteisön jäsenten kanssa. (Kozinets 2006.) Langerin ja Beckmanin (2005, 195) mukaan tutkijan ei joka tutkimuksessa tarvitse osallistua verkossa tutkittavan yhteisön toimintaan, etenkin mikäli tutkimuksen aihe on tutkittavien kannalta herkkäluontoinen. Netnografian tutkimusmenetelmään perehtyneen Kozinetsin (2002, 2006, 2010) mukaan tutkijan tulisi osallistua keskusteluihin aktiivisesti ja toisaalta myös olla aktiivisena tarkkailijana, koska ainoastaan näin hän pääsee sisälle yhteisöön sekä tarpeeksi lähelle tutkittavaa ilmiötä.



Kuvio 6. Tutkijan osallistuminen netnografisessa tutkimuksessa

Kuten yllä olevassa Kozinetsin (2007, 133) mukailevassa kuviossa esitetään, tutkijan osallistuvuus tutkittavan yhteisön toimintaan voi vaihdella netnografiassa. Kuten aiemmin

mainittiin, tutkimuksen aiheesta riippuen tutkijan osallistuvuus voi olla matala, jolloin tutkija lähinnä tarkkailee ja havainnoi tutkittavaa yhteisöä verkossa. Kuvion keskimmaisessä sarakkeessa kuvataan ”keskimääräisesti” osallistuvaa tutkijaa, joka osallistuu verkossa tutkittavan yhteisön toimintaan, mutta myös havainnointiin ja tarkkailuun. Viimeisenä vaihtoehtona on tutkijan vahva osallistuminen tutkittavaan yhteisön toimintaan, jolloin aletaan toimia netnografian ja autoetnografian rajamailla. Omassa tutkimuksessani pysyttyädyn matalan osallistuvuuden puolella. Tässä tutkimuksessa pääasiallisena menetelmänä on autoetnografia, jota tuen netnografian menetelmällä ja havainnoimalla kahta verkossa toimivaa koirayhteisöä. Pyrin tutkimuksessani havainnoimaan Facebookissa *Coton de Tuléar – Suomi*-ryhmässä sekä *Koiranäyttelyt*-ryhmässä muodostuneita käytäntöjä ja osittain näitä havaintoja esiintyy myös omissa päiväkirjamerkinnöissäni johdettuna omiin kokemuksiini erilaisista käytännöistä. Netnografia tutkimusmenetelmänä ei ole omassa tutkimuksessani ensisijaisena menetelmänä, vaan sulautuu autoetnografisiin päiväkirjamerkintöihini ja toisaalta verkossa tapahtuva viestintä, joka sekkin on osaltaan päiväkirjanmerkintöjeni sisällä, on osa minun ja koiriin liittyvien ihmisten välistä kommunikointia.

4.4 Aineistonkeruu ja aineiston analyysi

Tutkimuksen aineisto koostuu tekemistäni havainnoista lemmikkeihin liittyvässä kulutuskäyttäytymisessä, jotka olen kirjannut päiväkirjaani. Päiväkirja toimii tämän tutkimuksen pääasiallisena aineistona. Päiväkirjamerkinnät koostuvat omassa arjessa esiin tulleista tilanteista, lähipiirin kanssa käydyistä keskusteluista, *Coton de Tuléar - Suomi* sekä *Koiranäyttelyt* Facebook-palstojen kirjoituksista, jotka herättivät mielenkiintoa kulutuskäyttämisen osalta.

Omassa tutkimuksessani olen itse osana tutkittavaa joukkoa, joten koen haasteena tutkimuksessani olevan objektiivisuuden ja sen, osaanko lähestyä tutkimusongelmaa riittävän monisäikeisesti. Vaikka autoetnografia tutkimusmenetelmänä pohjautuu omiin kokemuksiini ja havaintoihini, pyrin katsomaan tutkimusongelmaa mahdollisimman avoimin silmin. Haasteena tutkimuksessani pidän irrottautumista omista kokemuksistani siten, että ne löytävät kontekstinsa aikaisemman tutkimuksen kanssa. Koska elän itse vahvasti lemmikkien ja niiden ympärille kietoutuvan kulutuksen parissa, voi minulle olla haastavaa irrottaa kokemuksiani tutkimukseen siten, että lukija ymmärtäisi lähtökohdat tutkimukselle. Tutkijana minun on myös huomioitava luokittelun muokkautuvan tutkimuksen edetessä, kun työs-

kentelyssä aineiston kanssa nousee uusia näkökulmia. Tutkijan on huomioitava alustavan luokittelun olevan joustava ja hyväksyttävä joustavuus luokittelua muodostaessa. Koska tutkimuksen aineisto pohjautuu tutkijan omiin kokemuksiin, on luokitteluja tehtäessä muistettava kiinnittää tutkimus jo olemassa olevaan teoriaan.

Tässä tutkimuksessa kenttätyötä ei suoranaisesti toteuteta tietyllä ajanjaksolla tiukasti aika-tauluun sidottuna, koska ensimmäiset päiväkirjamerkinnot ovat vuodelta 2014. Tutkimuksessa on mukana koiran elinkaari, jolloin tutkimuksessa pyritään kuvaamaan sitä, miten eri-ikäisten lemmikkien tarpeet ovat mukana muodostamassa käytäntöjä. Näin saadaan tutkimuksen tuloksista kattavampi, kun tutkimus ei keskity vastaamaan vain yleisellä tasolla lemmikkeihin liittyvien kulutuskäytäntöjen muodostumiseen. Päiväkirjaa pidin epäsäännöllisesti siten, että kirjasin päiväkirjaan arjessa ja harrastustoiminnassa tekemiäni havainnot. Välillä päiväkirjaan tuli enemmän merkintöjä, jotka eivät kuitenkaan olleet tutkimuksen kannalta relevantteja. Ensimmäiset päiväkirjamerkinnot ovat keväältä 2014, viimeiset keväältä 2020. Päiväkirjamerkinnot koostuvat näin ollen pitkältä ajalta, jonka aikana myös minä koiranomistajana, kasvattajana sekä koiraharrastajana olen muuttanut matkan varrella. Oma ”kehittyminen” otetaan huomioon myös tutkimuksessani ja se korostuu etenkin koiran elinkaarta käsittelevässä osiossa.

4.5 Tutkijapositio ja tutkimusetiikka

Tutkimusetiikassa otetaan usein keskusteluun tutkijan subjektiivisuus. Tutkija roolissaan muodostaa yhteyden tutkittavan ilmiön ja aiempien tutkimusten välille, tarkoituksenaan luoda uudenlaista keskustelua tutkimuskentälle ja tarjota uudenlaisen katsantokannan tutkittavaan ilmiöön. Tutkijan on kuitenkin pyrittävä olemaan objektiivinen tutkimuskohteensa suhteen, huomioiden oman taustansa suhteessa tutkittavaan ilmiöön. (Eskola & Suoranta 2003.) Autoetnografisessa tutkimuksessa tutkija on väistämättä enemmän läsnä tutkimuskohteessa moniin muihin tutkimusmuotoihin verrattuna, koska autoetnografiassa tutkimusaineisto pohjautuu tutkijan omiin havaintoihin, hyödyntää tutkija myös lähipiiriään tutkimuksessaan tutkimusaiheesta riippuen. Vaarana autoetnografisessa tutkimuksessa on oman kokemusten vaikutus tutkittavaan ilmiöön siten, että tutkimus kadottaa kuvauksen kulttuurin ilmiöistä ja selostaa ainoastaan tutkijan, yksittäisen henkilön, kokemuksia (Morse 2002). Tästä syystä aineisto ja tutkijan havainnot on asemoitava aiempaan tutkimukseen siten, että aiempi tutkimus peilaa tutkijan tekemiä havainnot ilmiöistä (Ellis 2004, 37).

Toisaalta aineiston koostuessa yksittäisen ihmisen tuottamista päiväkirjoista on otettava huomioon myös tutkijan kyky kuvailla ilmiöitä ja tuottaa tekstiä. Aineiston tulee vastata tutkimusaineistolle vaadittavia määreitä, joten tutkijan on kyettävä tuottamaan aineistoa, joka avautuu tutkijan itsensä lisäksi myös lukijoille. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 86.)

Toteutettiin tutkimus haastatteluihin tai omiin kokemuksiin pohjautuvana, ei tutkijan osallisuutta tulosten muodostumisessa voida täysin poistaa. Tutkija toimii ihmisenä, joka kantaa sisällään omia arvoja, ymmärryksen ja kulttuurin, jotka väistämättä vaikuttavat tutkimuksen tuloksiin jossain määrin. Tutkijan on mahdotonta täysin irrottautua omista kokemuksistaan ja näkemyksistään, joka voi vaikuttaa muun muassa siihen, minkä suunnan tutkittava ilmiö saa tutkimuksen edetessä. Tutkija voi huomaamattaan sivuuttaa omasta mielestään tutkimuksen kannalta irrelevantteja asioita, joihin taas toinen tutkija voisi kiinnittää enemmän huomiota, jolloin tutkimuksen lopputulos on aina riippuvainen tutkijasta ja tämän ymmärryksestä tutkittavasta ilmiöstä. (Eskola & Suoranta 2003.)

Olen koiranomistaja, koirankasvattaja sekä koiraharrastaja ja omat kokemukseni kulutusikäytännöistä muodostuvat näiden roolien pohjalta. Koska omat sosiaaliset ympyrät koostuvat perheen ja ”koirattomien” läheisten lisäksi muista koiraharrastajista ja koiranomistajista, voi minulle tutkijana olla haasteellista irrottaa omia kokemuksia tutkimukseen siten, että lukija ymmärtää tutkimuksen lähtökohdat sekä päiväkirjamerkintöjen ja aikaisempien tutkimusten välille muodostuvan yhteyden. Tutkijana elän vahvasti tutkimuksen kohteena olevassa ilmiössä ja yhteisöissä, enkä toisaalta välttämättä huomaa kaikkia käytäntöjä, joita omassa arjessani tapahtuu tutkimusta ajatellen. Minulle tutkijana on helpompaa kirjoittaa päiväkirjamerkintöjä tekemistäni havainnoista ulkopuolisten ihmisten lemmikkeihin liittyvistä kulutuskäytännöistä, koska koen ulkopuolisena havaitsevani tilanteet eri tavalla, sivustakatsojana. Omat kulutuskäytännöt ovat osana normaaleja arkirutiineja ja koska olen elänyt yli 20 vuotta koirien parissa, olen oppinut tietyt kulutuskäytännöt jo lapsuudenkodissani, ymmärtämättä kiinnittää käytäntöihin huomiota. Omakohtaisten kokemusten esilletuonti ei aina tunnu mielekkäältä, koska tällöin avaan lukijalle oven henkilökohtaiseen elämäni, jota kaikki läheisetkään eivät ole päässeet tarkastelemaan.

5 KULUTUSKÄYTÄNNÖT LEMMIKIN ELINKAAREN MUKAISESTI – KESKIÖSSÄ KOIRA YKSILÖNÄ

Kulutuskäytäntöjen voidaan nähdä muokkautuvan erilaisista tarpeista, joista osa on rutini-
nomaisia käytäntöjä, joihin emme kiinnitä toimiessamme suurempaa huomiota. Lemmi-
kin ruokinta on yksi rutinoitunut käytäntö, joka on olennainen osa lemmikin ylläpitoa ja
kuuluu olennaisena osana lemmikkitalouden arkeen. Lemmikin ruokinta on käytäntö, mut-
ta luo myös kulutusta ja näin muodostaa kulutuskäytännön. (Røpke 2009, 2496.) Vaikka
koira ei itse voi suoranaisesti valita mitä ruokaa kuppiinsa saa, on sillä kuitenkin mahdolli-
suus olla osana valitsemassa syömäänsä ruokaan. Harva lemmikinomistaja kykenee pitä-
mään koiraansa nälässä, kun omistajan valitsema kuivamuona ei lemmikille maistu. Koska
useissa kotitalouksissa lemmikki nähdään käytännössä perheenjäsenenä, sen mieltymyksiä
ruoan suhteen ”kuunnellaan”. Pyrkimyksenä on löytää mieleinen ruoka karvaiselle per-
heenjäsenelle. Kun lemmikki ”valitsee” itse ruokansa omistajan avustukselle, voidaan to-
deta lemmikin olevan osana kotitalouden kulutusta ja kulutuskäytäntöjä.

Koiran ruokinta on vain yksi esimerkki siitä, miten koirilla on tassunsa pelissä kotitalouden
kulutuksessa ja tässä osiossa käsittelen erilaisia kulutukseen liittyviä tekijöitä koiran elin-
kaaren mukaisesti. Tutkimuksessa elinkaari on jaettu kolmeen osa-alueeseen; koiran pen-
tuikään, koiran aikuisikään sekä koiran vanhuus- eli veteraani-ikään. Näissä osioissa käsi-
tellään pääosin koiraan liittyviä kulutuskäytäntöjä muilta kuin harrastamisen osa-alueilta.
Koiraharrastusta ja siihen liittyviä käytäntöjä käsitellään lähemmin tutkimuksen luvussa 6
YHTEISÖLLISET KÄYTÄNNÖT – KESKIÖSSÄ KOIRA OSANA SOSIAALISIA
KÄYTÄNTÖJÄ.

5.1 Koiran pentuikään liittyvät kulutuskäytännöt

Tässä tutkimuksessa koiranpentua lähestytään kahdesta eri näkökulmasta: koiran kasvatta-
jan näkökulmasta sekä uuden perheen näkökulmasta. Seuraavassa päiväkirjamerkinnässä
lähdän käsittelemään koiran pentuvaihetta kasvattajan roolissa:

*”Tänä keväänä syntyi kuudes pentue kennelnimeni alle. Jos vertaan omaa
suhtautumistani pentuihin, niiden kasvuun ja kehitykseen sekä tarpeisiin nyt*

verrattuna siihen, miten ajattelin ensimmäisen pentueeni aikana, on muutos selkeästi havaittavissa. Ensimmäisten pentujen aikaan pennuista tuli otettua kuvia päivittäin kännykällä ja niitä sitten ihasteltiin ystävien kesken sosiaalisessa mediassa. Pennuille myös ostettiin kaikenlaisia leluja ja pennut kulkiivat autossa mukana joka paikassa. Nykyään pennuista otan ”viralliset” kuvat kerran viikossa ja julkaisen ne koiraystävien kesken sosiaalisessa mediassa. Kuvien täytyy olla laadultaan erinomaisia, ei suttuisia kännykkäkuväräpsäyksiä. Kuvissa pennuista tulee pyrkiä tuomaan esille kaikki parhaat puolet. Kuvien tulee olla mahdollisimman edustavia ja sitä kautta edistää oman kennelini brändiä. Koen kasvattajan roolissa muuttuneeni ostajasta myyjäksi. Ensimmäisen pentueen aikana koin olevani ostajan roolissa, kaikki oli uutta ja halusin hankkia pennuille niin tarpeellista ja tarpeetonta sekä ihastella pentuja muiden kanssa. Myyjän roolissa koen toimivani nykyään siksi, että olen ylpeä myymästani tuotteesta (itse kasvattamastani koirasta) ja markkinoin sitä, tunnen tuotteen taustat (tunnen kasvattamieni pentujen taustat ja kerron niistä myös avoimesti ostajille) sekä pyrin antamaan ammattimaisen kuvan niin itsestäni kuin tuotteestani (koirista ja pennuista)”. (Oma päiväkirjamerkintä 16.4.2015.)

Kuten päiväkirjamerkintäni osaltaan kertoo, etenkin kääpiökoirarotujen pentuja esineellistetään ja niitä käytetään jopa asusteiden kaltaisina pukeutumiskeinoina. Kasvattajalle koirapentujen kuvien julkaiseminen on markkinointia, oman nimen ja kennelbrändin esille tuontia. Lemmikejä käytetään myös taitavasti markkinointikeinona, sillä niiden avulla saadaan kuluttajien huomio kiinnitettyä haluttuun, oli kyseessä lemmikkeihin suoraan tai välillisesti liittyvä tuote tai palvelu. Lemmit mainoksissa kiinnittävät etenkin sellaisten kuluttajien huomion, joilla itsellään on lemmikki ja jotka kokevat lemmikkinsä kanssa vahvaa emotionaalista yhteyttä. (Holbrook ym. 2001.)

Oma rooliani koiran omistajana, koirankasvattajana ja aktiivisena koiranäyttelyharrastajana olen miettinyt usein ja etenkin sitä, miten olen ajautunut näihin rooleihin ja omaksunut niihin liittyviä käytäntöjä. Seuraavassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan minuun mahdollisesti lapsuusaikana vaikuttaneita tekijöitä, jotka muovasivat kiinnostuksen kohteiksi koiran omistamisen, kasvattamisen ja näyttelyharrastamisen:

”Lapsuudenkodissani oli terrieri, musta ja pieni. Muistan saaneeni syntymäpäivälahjaksi valkoisen pitkäkarvaisen puudeli-mopin, jota ylpeänä esittelin kaikille. Tämä puudeli-moppi on muuten edelleenkin ”hengissä”. Lapsena minulla oli myös leluna koira, joka ”synnytti” kolme pentua, koiran vatsassa oli tarranauha, jolla pennut sai pysymään sisällä vatsassa. Löytyipä lelulaatikostani myös koiranäyttelyvermeitä; palkintopalli, koiran turkinhoitovälineet ja pienet puudeli-koirat.” (Oma päiväkirjamerkintä 14.3.2020.)

Tutkimuksessaan Vänskä (2014) kuvaa oman lapsuudenaikaista kiintymystään tarinaan Buck-koirasta ja siitä, miten tarina opetti hänelle emotionaalista vastuullisuutta sekä myötuntoa muita eläviä kohtaan. Perinteisesti puhutaan ihmisen ja lemmikin välisestä emotionaalisesta siteestä, jotka muodostuvat muistoista ja hetkistä lemmikkien kanssa. (Vänskä 2014, 263–264.) Voin samaistua Vänskän (2014) havaintoon siitä, miten perheemme koira opetti vastuuta ja toisaalta myös antoi oppia huolenpidosta ja siihen liittyvistä käytännöistä. Vastuu ja huolenpito eivät kuitenkaan selitä sitä, miten päädyin rooliini kasvattajana ja aktiivisena koiraharrastajana. Kotonamme ollut terrieri ei ollut ”turkkirodun” edustaja, eivätkä turkinhoidon käytänteet ole kotoa opittuja. Myöskään kasvatustoimintaa ei meillä kotona harjoitettu. Voisiko toimintani ja tekemäni valinnat olla lapsuuden kulutusyhteiskunnan ohjaamia? Varovasti olen alkanut mieltää, että nämä minulle lapsuudessa tehdyt hankinnat ovat ohjanneet minua toimimaan tietyllä tavalla, muokanneet mieltymyksiäni tiettyihin piirteisiin koirassa ja sen kanssa elämisessä.

Oma rotuni voidaan nähdä myös hieman asusteen kaltaisena omistajan lisänä. Myös Vänskä (2014) nostaa keskusteluun vauvankaltaiseen asemaan tuodut koirat ”babyfied dogs”, jossa koirasta oli tullut omistajansa asusteenkaltainen lisä. Vänskän (2014) mukaan tähän on johtanut kehitys, jossa koiran alkuperäinen rooli työkoirana muuttui ensin lemmikiksi. Kun sitten lasten leluteollisuus alkoi tuottaa erilaisia nallekarhumaisia pehmolelukoiria, kehittyivät markkinat rekisteröidyille lemmikkikoirille. Vänskän mukaan pehmolelukoiran ja nykyaikaisen rekisteröidyn lemmikkikoiran tarinat kulkevat käsi kädessä. Molemmat voidaan nähdä tuotteina, mutta myös osana modernin yhteiskunnan vaikutusta. (Vänskä 2014, 265.) Voisivatko mainonta ja pehmolelukoirat vaikuttaa osaltaan myös koirien määrään kotitalouksissa? Jos muistelen omaa lapsuuttani, en muista kenelläkään tutulla olleen yhtä koiraa enempää kotonaan ja lenkkeilijöilläkin näki ainoastaan enintään kahta koiraä käsipuolella. Tätä suurempi määrä olisi varmaan leimattu mielenterveysongelmaksi. Ny-

kyään on kuitenkin melko yleistä, että perheessä on useampi koira, jotta niille olisi toisistaan seuraa. Onko kyse tutkimustuloksista ja tiedon kehittymisestä vai voidaanko asialle löytää tieteellistä ja järjellistä selitystä? Vai onko kyseessä vain omaksuttu käytäntö koiran ylläpidosta ja seurallisuudesta?

Jos mietitään koiranhankintaa käytäntönä, voidaan hankintaa jäsentää erilaisiin vaiheisiin. Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä avaan omaa prosessiani:

”Miksi ihminen ylipäätään haluaa hankkia kotiinsa koiran? Ja mitä tekijöitä mietitään koiraa hankkiessa? Mitä koiranhankintaprosessi ylipäätään pitää sisällään? Omalla kohdallani voin täysin rehellisyyden nimissä todeta, ettei koiraa hankkiessa tullut mietittyä hetkeäkään sitä, onko koira aktiivisuudeltaan sopiva itselleni. Tai ylipäätään sitä, onko koira helposti koulutettava vai ei. Saati sitten sitä, kuinka vaativa koiran turkinhoito on normaalissa arjessa. Oli vain se kuume, että koira on saatava. Koska puolisoni on allerginen koirille, pyrin tutkimaan ns. ”allergiaystävällisiä” koirarotuja. Kyllä, tiedän, ettei täysin allergisoimatonta koiraa ole olemassakaan. Joka tapauksessa, Charlotan saavuttua taloomme muutaman valkoisen valheen ja kiertelyn ja kaartelun kautta olin täysin myyty, niin oli muuten puolisoikin. Ei vielä tuossa vaiheessa kukaan tiedetty, millainen matka meillä olisi edessä, monen monta asiaa muutti tämä leidi tullessaan.” (Oma päiväkirjamerkintä 5.5.2015.)

Syitä koiranhankintaan perheillä on lukuisia, kuten aiemmissa tutkimuksissa on havaittu. Koiranpennun hankintaa suunniteltaessa ensimmäisenä esille nousevana käytäntönä ovat tiedonhaun käytännöt; haetaan tietoa erilaisista koiraroduista ja niiden vaatimuksista. Kun rotu on valittu, siirrytään hakemaan tietoa kyseisen rodun erityispiirteistä ja tarpeista sekä yleisesti koiran koulutukseen liittyvistä käytännöistä. Tiedonhaun käytännöissä korostuu ihmisen oma taito käyttää etenkin sähköisiä palveluita, joissa tietoa koiraroduista ja koiran koulutuksesta on tarjolla lukematon määrä. Toisaalta tiedonhaussa oma aiempi kokemus koirista vaikuttaa olennaisesti, tarvitseeko tietoa hakea koiran kouluttamiseen liittyvissä käytännöissä ja omaako lukija minkälaisen lähdekritiikin. Yleensä rotuvalintaa mietittäessä mietitään koiran käyttötarkoitusta; hankitaanko koira metsästyksen vai ihan rehellisesti sohvan valtaajaksi? Millainen koira sopii kotitalouteen aktiivisuutensa puolesta, sillä kovin kiireiseen arkeen koira ei välttämättä sovi ollenkaan. Perheeseen, jossa ei olla kiinnostuneita

ta lenkkeilemään pitkiä lenkkejä, ei varmasti saksanseisoja aktiivisuutensa puolesta ole ihanteellisin vaihtoehto. Myös omaa viitseliäisyyttä tulee miettiä turkinhoidon ja toisaalta myös siivoamisen osalta, näihin asioihin käytettyyn aikaan voit vaikuttaa huomattavasti rotuvalinnalla. Erilaiset käytännöt omassa arjessa tulevat koiranhankintaa mietittäessä vastaan, kuten matkustaako perhe paljon ja tulisiko koiran matkustaa mukana? Varmaa on joka tapauksessa se, ettei elämä ja siihen sitoutuneet käytännöt koiran saavuttua kotiin ole ennallaan. Koira muovaa jo olemassa olevia käytäntöjä, mutta synnyttää myös uusia.

5.1.1 Koiranpennun odotusvaiheen käytännöt

Kun rotuvalinta on tehty ja koirankasvattajia haastateltu pentutilanteen osalta, sovitaan kasvattajan kanssa tapaaminen. Sananlaskun mukaan: ”Odottavan aika on pitkä”. Koiran odotusvaiheessa tavataan kasvattaja ja pennut yleensä ainakin kerran, hankitaan koiralle tarpeelliset tarvikkeet, luetaan koirakirjoja ja lasketaan päiviä siihen hetkeen, kun pentu vihdoinkin muuttaa uuteen kotiinsa. Voidaan huomata, kuinka paljon erilaisia käytäntöjä liittyy jo odotusvaiheeseen, jolloin pentu ei vielä ole muuttanut uuteen kotiinsa. Lähden käsittelemään asiaa alkuvaiheesta, siitä pisteestä, kun tiedetään että pennut ovat syntyneet ja odotetaan sitä päivää, että pentuja ja kasvattajaa päästään tapaamaan. Näin kasvattajan roolissa kuvailen ensimmäistä tapaamista pentuperheiden kanssa:

”Tänään on se päivä, kun ensimmäiset pennunkatsojat saapuvat katsomaan tulevia perheenjäseniään ja tapaavat minut kasvattajana ensimmäistä kertaa. Tämä on heille suuri ja jännittävä päivä, koska tästä tapaamisesta riippuu se, saavatko he minulta pennun noin kuukauden kuluttua. On tärkeää, että minun ja perheen välillä kemiat pelaavat yhteen. Molempien osapuolien tulee osata keskustella asioista fiksusti ja ymmärtää, ettei meistä kukaan voi luvata toiselle tähteä taivaalta. Kuten yksikään ihminen, ei myöskään koira ole täydellinen. Perheelle ensimmäinen tapaaminen on yleensä työhaastattelun kaltainen jännitysmomentti. Toisaalta päivää on odotettu jo parhaimmillaan kuukausia ja kasvattajan kanssa keskusteltu puhelimesta lukuisia kertoja, mutta siltikin tapaaminen ja sen seuraukset jännittävät. (Oma päiväkirjamerkintä 18.10.2019.)

Kuinka yhteen päivään, yleensä tuntiin – kahteen, voikin olla latautuneina valtavasti tuntei-

ta ja hetkeä on valmisteltu pitkään ja hartaasti. Minkälaisia käytäntöjä valmistautuminen tapaamiseen pitää sisällään kasvattajan puolelta? Alla kasvattajan perspektiivistä kuvailua:

”Ollaan sovittu tapaaminen klo 13. Kello on nyt 12 ja pennut nukkuvat sopivasti. Toivottavasti ne nyt tulee sitten klo 13 eikä 12.40, koska en viitsi lähteä juuri nyt vaihtamaan puhtaita alustoja pennuille, koska ne herää siihen ja laittavat sitten sopivasti nukkumaan pennunkatsojien saapuessa pihaan. Menen vaihtamaan alustat puhtaisiin 12.50, niin heräävät samalla silloin ja kuitenkin jaksavat olla vierailijoiden aikana ainakin suurimman osan ajasta hereillä.” (Oma päiväkirjamerkintä 25.10.2019.)

Kuten päiväkirjamerkinnässä kuvataan, on kasvattajan antamaa aikataulua pyrittävä noudattamaan. Vierailuajankohtaa ei ole sovittu tarpeettomasti, vaan ihan käytännön syistä. Etenkin viikonloput ovat ainoa mahdollinen ajankohta tulla pentuja katsomaan pidemmän matkan päästä ja siksi kasvattaja tekee aikataulun, jota noudattamalla varmistetaan jokaiselle vierailijalle heidän ansaitsemansa hetki pentujen kanssa. Toisaalta myös pennuille on annettava niiden tarvitsema määrä unta ja rauhaa. Kasvattajalta täytyy löytyä suunnitelmallisuutta ja organisointikykyä, nämä käytännöt tulevat tarpeeseen, kun sovitaan aikatauluja perheiden kanssa. Kasvattaja on kokemuksen kautta oppinut aikatauluttamaan erilaisia käytäntöjä, kuten sen, miten kauan menee pentujen alustojen vaihtamisessa ennen vierailijoiden saapumista. Kasvattajan tulee tuntea pentujen päivärytmi ja se, miten pitkään ne jaksavat olla kerrallaan hereillä. Pentuperheiden tapaaminen voidaan nähdä useiden eri käytäntöjen sarjana, joka vaatii esisuunnittelua ja lukuisia toimia ennen itse tapaamista. Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan kasvattajan näkökulmasta tapaamista perheen kanssa:

”Parinkymmenen pentueen kokemuksella on nähnyt usein samojen kaavojen toistuvan pennunkatsojien käynneillä. Ihmiset hullaantuvat täysin pennuista, esittävät jotain kysymyksiä, mutta suurimman osan ajasta eivät ole ollenkaan tässä maailmassa. Välillä tuntuu, että olen kuin puhuva pää, jonka volümet on väännetty nollille, eivätkä ympärillä olevat ihmiset kiinnitä juttuihini minikäänlaista huomiota.” Oma päiväkirjamerkintä 20.10.2019.

Tapaamisiin liittyy pentujen ihastelun ohella myös käytännön teorian läpikäymistä: kes-

kustellaan ja opastetaan turkinhoitoon ja siihen liittyviin käytäntöihin, oleellisessa osassa ovat myös koiran ruokintaan sekä koulutukseen liittyvät käytännöt. Pentuperheet saavat ensimmäisellä tapaamisella mukaansa kirjalliset hoito-ohjeet, joihin heillä on aikaa tutustua ennen pennun saapumista uuteen kotiinsa. Ensimmäisellä tapaamisella harvat osaavat esittää vielä kovin tarkkoja kysymyksiä, joten keskustelut painottuvat hyvin yleiselle tasolle. Kun pentu sitten saavuttaa 8 viikon luovutusiän, on perheillä ollut aikaa tutustua myös kirjallisiin hoito-ohjeisiin ja he osaavat jo esittää tarkempia kysymyksiä erilaisista arjessa kohdattavista asioista, jotka tulisi pennun kanssa kyetä suorittamaan. Pysähdytään kuitenkin hetkeksi vielä siihen vaiheeseen, kun pentu on kasvattajan luona ja tulevassa perheessä valmistaudutaan pennun kotiutumiseen:

”Meille tulee koira. Kasvattajalta saamme koiralle mukaan tarvittavat turkinhoitovälineet, ruokaa ja leluja. Meidän täytyy hankkia koiralle hihna, panta, peti ja kuljetuskoppa. Eläinkaupasta poistuessamme meillä on yllämainittujen lisäksi myös muutamia leluja, luuta, pissa-alustoja sekä erityisesti pennuille tarkoitettua ravintoöljyä.” (Coton de Tuléar - Suomi Facebook-ryhmä 14.5.2015.)

Tämä katkelma Facebookin roturyhmässä kuvaa pennunhankinnan synnyttämiä toimia tulevassa perheessä. Tämän ovat havainneet myös Jyrinki ja Laaksonen (2007, 13), jotka kertovat tutkimuksessaan lemmikkeihin liittyvän kulutuksen kolminkertaistuneen viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana. Markkinointi lemmikinomistajille on tehokasta, sillä jo rekisteripaperien mukana Suomen Kennelliitto antaa uudelle koiran omistajalle mainoksia yhteistyökumppaninsa ruuista. Usein ensimmäistä koira hankkivat hullaantuvat tavarapaljoudesta ja ostavat mitä erilaisimpia tarvikkeita koiralleen. Pennun odotusvaiheessa esille nousevat siis hankinnat koira varten ja niihin liittyvät käytännöt; hoidetaanko ostokset verkkokaupasta kotiin kuljetettuna vai kuuluuko ostokäytäntöön olennaisena osana paikan päällä tavaroiden koskettelu ja hypistely. Ostolustan, oli se sitten kivijalkaliike tai verkkokauppa, lisäksi ostokäytäntöihin vaikuttaa olennaisesti myös kuluttajan aiempi kokemus koirista. Jos kyseessä on perheen ensimmäinen lemmikki, usein hullaannutaan ja ostetaan kaikki toppatakeista ja tossuista lähtien eteiseen odottamaan uuden perheenjäsenen saapumista.

5.1.2 Koiran hellimis- ja hoivaamiskäytännöt pentuvaiheessa

Olennaisena osana koiran kanssa elämisessä on helliminen ja siihen liittyvät käytännöt. Dotsonin ja Hyattin (2008) tutkimuksessa puhutaan ihmisen ja koiran välisestä symbioottisesta suhteesta, jolla kuvataan molempia osapuolia hyödyttävää sidettä koiran ja ihmisen välillä. Tämä suhde pitää sisällään muun muassa sen, että ihminen saa nautintoa koiran hoivaamisesta ja toisaalta myös koira saa hyötyä ja hyvinolontunnetta ollessaan hoivattuna. Tutkimuksessa kuvataan suhteen tekevän ihmisestä onnellisemman, vähemmän stressaantuneen, vähemmän yksinäisen sekä ihmisen kokevan turvallisuudentunnetta ja toisaalta koirasta pidetään huolta, niin fyysisesti kuin psyykkisestikin. Tutkimuksessa tuetaan myös aiempien tutkimusten päätelmää, jossa koiran ja omistajan välinen vahva emotionaalinen yhteys kasvattaa omistajan mielenkiintoa hoivaamiseen ja huolenpitoon. Tällaisessa koiran ja ihmisen välisessä suhteessa etenkin pentukoiran kanssa on huomattu samanlainen käytäntö ihmisten puhuessa koiralle, kuin miten ihmiset usein puhuvat vauvoille, lässyttäen. Koira nähdään myös selvästi perheenjäsenenä, jolla on ihmisenkaltainen asema perheessä. (Dotson & Hyatt, 2008, 459–462.)

Onko hellimiskäytännöissä eroja koirien ja koiranpentujen välillä? Tästä kuvaus alla olevassa päiväkirjamerkinnässä:

”Muistan aikoinaan, kun meidän Lulu oli pentu. Lulu oli pentueessaan ehdottomasti se rauhällisin ja helpoin pentu, joka seuraili muiden touhuja ja antoi siskonsa Lilin mennä aina suuna päänä ensimmäisenä joka paikkaan. Lulu nautti jo pienenä pentuna ollessaan rauhassa lähellä ilman jatkuvaa sähellystä, jota siskonsa piti aivan kiitettävästi yllä. Lulu tykkäsi olla ja köllötellä sylissä, ei kuitenkaan koskaan selällään. Lulun poika Toivo ei pienenä pentunakaan nauttinut sylissä olemisesta. Toivo tykkäsi ja tykkää edelleen tulla sohvalla makaamaan viereen, muttei tykkää, että häntä kovin aktiivisesti silitellään tms., vaihtaa hyvin nopeasti paikkaa sohvan toiseen päähän. Toivon tyttö Tilda taas on jatkuva hässäkkä päällä, haluaa olla vieressä, sylissä, toisella puolella, siellä, täällä, silitettävänä, rapsutettavana...” (Oma päiväkirjamerkintä 7.4.2020.)

Pennun muuttaessa uuteen kotiin alkaa tutustumisvaihe, jolloin tuoret koiranomistajat

tutustuvat uuteen karvaiseen perheenjäseneseen ja siihen, mikä on omalle lemmikille paras tapa osoittaa hellyyttä ja huolenpitoa. Koiranpentu oppii nopeasti viestimään omistajalleen tarpeitaan ja näin myös omistaja oppii ja kehittää koiranlukutaitoaan. Käytännöt muodostuvat ja vakiintuvat ajan kanssa, kun havaitaan oman lemmikin käytöksen pohjalta sille mieluisimmat tavat ottaa vastaan hellyyttä ja huolenpitoa. Käytännön syntyminen noudattaa Warden (2005) kaavaa, jossa käytäntö muodostuu *ymmärryksestä, menettelytavoista ja sitoutumisesta*. Osana pentukoiran hoivaamista ja hellimistä tulevat esille myös turkinhoidon käytännöt. Koska niistä tulisi tehdä pennulle mahdollisimman mielekäs toimenpide, tulisi niitä harjoittaa ainoastaan silloin, kun ei ole mihinkään kiire. Turkinhoidon käytännöt tulee yhdistää pennulle positiiviseen yhteyteen eli leikkiin ja hellimiseen. Kun näitä käytäntöjä aletaan harjoitella, tulee omistajan olla hyvin kärsivällinen ja pitkäjänteinen. Tarkoituksena on saada muodostettua pennulle mahdollisimman positiivisia kokemuksia, jolloin pentu kokee käytännöt mukaviksi ja on yhteistyökykyinen. Mietitään esimerkkinä: pentua opetetaan rauhallisin ja hitain harjanvedoin leikin lomassa, koko ajan kehuja ja kannustaen. Kaikki liikkeet ja toimet tehdään hyvin rauhallisesti ja määrätietoisesti, viestien samalla luottamusta. Jos toiminnot tehdään kiireesti, pakottaen ja kovakouraisesti, koira oppii kyllä sietämään toimenpiteet, mutta todennäköisimmin jännittää niitä lopun elämäänsä.

Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan pentukoiran ja omistajan välistä suhdetta. Vaikka pentukoira voi pahimmillaan olla rasittava purressaan varpaita, lattialistoja ja maton kulmaa, on se siltikin omistajalleen tärkeä ja läheinen ja herättää hoivaamisentarvetta:

”Huh, vihdoinkin iltavillit ohi ja pentu simahti jalkojen juureen. Vaikka heireillä ollessa ollaan kunnon termiittejä, niin sitten väsyneenä hakeudutaan lähelle ja tullaan oikein kerjäämään silityksiä.” (Oma päiväkirjamerkintä 29.7.2019.)

5.1.3 Koiran ohjaus- ja koulutuskäytännöt pentuvaiheessa

Pentuaika on koiralle kiivaimman oppimisen aikaa ja koira saa pentuvaiheessa valtavasti uusia kokemuksia. Pentuaikana omistajan tulisi kasvattaa lemmikistään kelpo koirakansalainen, joka aiheuttaisi mahdollisimman vähän haittaa ja vahinkoa muille ympärillä oleville. Mitä kaikkea koiralle tulisi pentuaikana opettaa? Pääasiana pentuvaiheessa on oppia

oman perheen vaatimia asioita, kuten sisäsiisteys, hihnassa kulkeminen, erilaisissa kulku-neuvoissa matkustaminen, sallitut leikkikalut, yksinoleminen sekä jo aiemmin mainittu turkinhoito. Pennun kanssa ei yleensä lähdetä aktiivisesti vielä harrastamaan mitään, har-rastukset aloitetaan yleensä pentuvaiheen lopussa. Jokaisessa pentukoiran kanssa suorite-tussa käytännössä on yksi keskeinen tekijä: koiran rauhallinen omistaja. Rauhallisuus on ensisijainen lähtökohta, koska omistajan tai ohjaajan oma mielentila on keskeisesti mukana käytännössä, heijastuu pentuun ja vaikuttaa lopputulokseen.

Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan kasvattajan roolista yhtä pennulle opetetta-vaan käytäntöä, sisäsiisteyttä:

”Useat pentukyselijät tiedustelevat, koska voi olettaa pennun olevan täysin sisäsiisti, kun heidän ystävänsä pentu oli täysin sisäsiisti jo 4 kuukauden iäs-sä. Kysymyksenä yksinkertainen, mutta vastaus onkin sitten jotain ihan muu-ta. Ensinnäkin mitä kenellekin sisäsiisteys on? Toiselle se on sitä, että koira kykenee pidättämään tarpeitaan työpäivän ajan ja toisille se on sitä, että koi-ra ei tee tarpeitaan sisälle, kun sitä käytetään vähintään neljän tunnin välein ulkona.” (Oma päiväkirjamerkintä 21.3.2020.)

Kuten päiväkirjamerkinnästä voidaan havaita, jokaisella ihmisellä on oma käsityksensä käytännöstä ja siitä, mitä käytännöt pitävät sisällään. Sisäsiisteyden käytäntöön liittyy olennaisesti myös ulkoilukäytännöt, kun koira opetetaan tekemään tarpeensa ulos. Itse nä-en sisäsiisteyden käytännön oman ymmärryksen mukaisesti: koira kykenee pidättelemään koko yön, jopa yli 10 tunnin ajan, rauhassa nukkuen. Sisäsiisteyden käytäntö meidän koti-taloudessa tarkoittaa sitä, että koirat ulkoilevat keskimäärin 3-4 kertaa vuorokaudessa: aa-mulla herättyämme, päivällä/iltapäivällä töistä tullessamme sekä illalla kerran tai kahdesti. Meillä sisäsiisteys pitää sisällään mahdollisuuden vahinkoihin päiväaikaan koirien ollessa keskenään, ei kuitenkaan päivittäin, eikä edes viikoittain. Jos mietitään terminä absoluuttis-ta sisäsiisteyttä, sehän tarkoittaa sitä, että koira on sisäsiisti eli ei tee tarpeitaan sisälle kos-kaan. Omassa rodussani näen tällaisen absoluuttisen sisäsiisteyden mahdottomana. Jokai-nen koiranomistaja ymmärtää käytännön omalla tavallaan, muodostaa käytännön yhdessä lemmikkinsä kanssa ja vaatii sen noudattamista oman ymmärryksensä mukaisesti. Sisäsiis-teyden käytäntöön liittyy myös tiettyjä tarvikkeita. Aluksi sisäsiisteyden opettelussa olen-naisena osana on sanomalehdet tai muut pissa-alustat. Koira oppii nopeasti muutamalla

toistolla tekemään tarpeensa lattian tai maton sijaan sanomalehdelle. Kun sitten aletaan huomata, että koira osaa etsiä sanomalehtipaperin tarpeitaan varten, lehtiä aletaan viedä koko ajan lähemmän ulko-ovea. Useimmiten pentua ja sen käytöstä seurattaessa opitaan huomaamaan tietyt toiminnot ennen tarpeiden tekemistä, joista osataan ennakoida uloslähteminen.

Useimmilla perheillä sisäsiisteyden käytännön harjoitteluun olennaisena osana on panta ja hihna, jotta koira voidaan turvallisesti ulkoiluttaa. Panta ja hihna ovat olennaisena osana myös hihnakäyttämisen käytäntöjen opettelemista. Seuraavassa päiväkirjamerkinnässä on kuvattu hihnakäyttämisen alkeita kasvattajan huomassa:

”Laitetaan pentu ensimmäisen kerran hihnaan kiinni ja lähdetään ulkoilemaan. Pantaan ollaan totuteltu jo muutaman viikon ajan, jotta se ei tuntuisi ikävältä. Yleensä panta on se, mikä pentuja eniten ärsyttää ja siksi ulkoileminen ei aluksi uudessa kodissa onnistu. Tästä syystä opettelemme pannaan käytön jo ennen muuttoa uuteen kotiin. Kun hihna kytketään pantaan kiinni, voidaan karkeasti jakaa pennut kahteen ryhmään: toiset eivät välitä hihnasta ollenkaan. Toiset taas eivät siedä hihnan kiristyvän ollenkaan ja laittavat jarrut päälle. Koska koirissakin on luonne-eroja aivan kuten ihmisissäkin, yleensä miellyttämisenhaluisemmat pennut eivät välitä hihnasta, vaan seuraavat ihmistä minne vaan. Taas itsenäisemmät ja omapäisemmät pennut kokevat hihnan ärsyttävänä liekana, jossa ei voi pomppia ja juosta miten itse halutaan, vaan pitää tylsästi ja hienosti seurata ihmistä vierellä.” (Oma päiväkirjamerkintä 4.4.2020.)

Yhtenä osana pentukoiran koulutusta on opettaa koira matkustamaan. Matkustamiseen liittyvät käytännöt pitävät sisällään mitä erilaisimpia toimintoja ja tarpeita, riippuen kulkuvälineestä. Lentokoneessa matkustamisessa on tarkasti määritellyt yksityiskohdat koiran matkustuskassin ja -häkin osalta sekä ohjeistus, miten tulee toimia lemmikin kanssa matkustettaessa, lentokentällä ja -koneessa. Mikäli kulkuvälineenä on julkinen liikenne, tulee koiran olla matkakaverina mahdollisimman huomaamaton, jottei se häiritse kanssamatkustajia. Matkustamiseen liittyvät käytännöt ovat koiran kannalta tärkeitä, koska riippuen omistajan elämäntyylistä, koira voi matkustaa paljonkin omistajansa mukana ja on keskeistä, että matkustaminen olisi mukavaa ja vaivatonta molemmille osapuolille.

Joskus pentu on hyvin aktiivinen ja aiheuttaa perheelleen päänvaivaa etenkin yksin ollessaan, kuten päiväkirjamerkinnässä kuvataan:

”Pentu jää ensimmäistä kertaa yksin kotiin. Tämä tilanne jännittää omistajaa, koirahan ei vielä tuossa vaiheessa tiedä mitä edessä on. Eikä muuten omistajakaan, jännityksellä odotetaan mitä kotona on tehty omistajan poissa ollessa. Toiset pennut eivät huomaakaan omistajansa poissaoloa, vaan nukkuvat tyytyväisenä rauhallisena päivän ajan. Toiset taas ohimennen pyöristelevät listan nurkkia, purevat sähköjohtoja, syövät kenkiä ja lasten leluja. Lapsena minulla oli tapana jättää leikit ja lelut levälleen, olinhan ainoana lapsena tottunut siihen, ettei kukaan tule sotkemaan leikkejäni. Muistan vieläkin sen 5-vuotiaan tytön, joka hysteerisenä itki, kun pikkunukeilta oli kädet purtu poikki. Tuolloin terrierimme oli pentu ja nähnyt mielenkiintoisen väriset lelut lattialla. Myös aikuisiällä, parikymmentävuotta edellisen pentuajan jälkeen, oli totuttelemista siihen, että talossa on taas pentu. Täytyy myöntää, että kyllä se kirpasi, kun pikkuneiti oli maistellut muutaman sadan maksaneita kenkiä.” (Oma päiväkirjamerkintä 17.9.2019.)

Vaikka päiväkirjamerkinnässä kuvattu pentu ei ensimmäinen minulle ollutkaan, oli aikuisiälläkin opettelemista pennun tullessa taloon. Tuolloin muodostui myös aivan uudenlaisia käytäntöjä: takit ja kengät menevät paikoilleen kappiin, eivätkä jää venymään eteiseen. Myös siivoaminen pentuaikana on normaalia aktiivisempaa, koska pennulla kun on tapana löytää kaikki, mitä lattialla voi olla. Siksi imurin- ja luutunvarteen tule tartuttua entistä innokkaammin. Koiranpentu tuo mukanaan arjen keskelle siivoamisen käytäntöjä, jotka ennen koiran saapumista eivät olleet päivittäisiä käytäntöjä. Myös lapset oppivat koiran tullessa keräämään lelunsa ja olemaan paiskomatta ovia. Pienen pennun kanssa ei sisällä saa myöskään juosta, koska pentu jää herkästi jalkoihin. Pennun kotiutuessa perheessä opetellaan siis monia uusia käytäntöjä, kuten käveleminen ”hihtämällä”. Aina kotoa lähtiessä tulee myös tarkistaa, ettei pentu ole ovenraossa lähdössä mukaan ja lasten ystäville tulee myös selventää uusia toimintamalleja vierailuilla. Pentu voi myös terrorisoida lapsen ystävien tavaroita vierailuiden aikana. Yksinollessaan pentu voi myös haukkua ja ulvoa häiriten naapureita päivittäisillä haukkukonserteillaan.

Koiran pentuvaiheessa koko perhe oppii väistämättä toimimaan eri tavoilla ja mukautuu suorittamaan erilaisia käytäntöjä koiran kanssa, koiran vuoksi ja taatakseen sekä koiralle että perheelle itselleen mahdollisimman helpon ja miellyttävän elämän. Koiran pentuvaihe on ensimmäinen käytäntöjä muovaava vaihe koiran elinaikana ja käytännöt muuttuvat koiran ikääntyessä.

5.2 Koiran aikuisikään liittyvät kulutuskäytännöt

Koiran pentuaika on koko perheelle uutta ja ihmeellistä. Koiran pentuajan taituttua aikuisikään perheissä arkinen elämä koiran kanssa muuttuu ja samalla käytännöt muuttuvat sen hetkiseen tilanteeseen sopivammiksi. Perheille muodostuu erilaisia rutiineja ja kokemuksen kautta perheiden kulutustottumukset kehittyvät usein ”koiraystävällisempään” suuntaan, kuten alla olevasta päiväkirjamerkinnässä kuvataan:

”Ennen koira meillä kotona oli mattojen hapsut järjestyksessä. Imuroitiin kerran viikossa, eikä nurkissa ja sohvan alla ollut juurikaan pölyä. Eteisen lattialla ei ollut käytännössä koskaan hiekkaa, lehtiä tai kuusenhavuja. Nyt meillä imuroidaan joka toinen päivä ja siltikin tuntuu, että kun selän käännät, on roskia siellä täällä. Ennen koira valkoinen kangassohva oli myös valkoinen. Pian koiran saapumisen jälkeen sohva muuttui mustaan nahkaiseen, helppohoitoisuutensa vuoksi. Matot vaihtuivat nukka- ja tupsumatoista sopivampiin, ei ehkä sisustuslehdessä valittuihin, mutta helpommin pestäviin. En usko, että näitä muutoksia olisi tapahtunut, jos ei olisi tullut koira.”
(Oma päiväkirjamerkintä 5.7.2018.)

Jo pentuvaiheessa omistajat huomaavat siivouskäytäntöjen kotitaloudessa muuttuneen koiran saapumisen myötä, eikä näistä käytännöistä päästä eroon koiran aikuistuttuakaan. Kodin sisustus muuttuu useissa kotitalouksissa ”helppohoitoisemmaksi” ja nimenomaan sellaisiin materiaaleihin, jotka on helppo pitää puhtaana tai ainakin pestä tarpeen tullessa. On huomattava, että vaikka sisustusvalinnat tehdään täysin omistajan toiveiden täyttämiseksi, on koiralla merkittävä vaikutus omistajan päätöksentekoon, tehdäänhän muutokset nimenomaan muuttuneen elämäntilanteen, koiran, vuoksi.

Tutkimuksessaan Dotson ja Hyatt (2008, 462) ottavat huomioon käsitteen halukkuudesta sopeutua. Tällä tarkoitetaan nimenomaan koiranomistajan kykyä sopeutua elämään koiran kanssa ja suhteuttamaan myös omat kulutusvalinnat koira mielessä pitäen. Tutkimuksessa erityisinä kulutukseen liittyvinä tekijöinä on mainittu muun muassa asunto, jossa koiran kanssa eletään sekä kulkuneuvo, jolla koiran kanssa kuljetaan. Tällä tutkijat haluavat osoittaa, että kulutus koiraan ei tarkoita ainoastaan kulutusta koiran pakollisiin tarpeisiin kuten koiranruokaan ja leluihin, vaan asettuu paljon laajemmalle kentälle kulutuskäytäntöjen osalta. (Dotson & Hyatt, 2008, 462.) Tätä mielipidettä myös oma tutkimukseni mukailee, laajentaen keskustelua myös koiraan kulutuskäytänteiden luojana ihmisen rinnalla. Koirat asettavat perheilleen epäsuoria vaatimuksia kulutuksen suhteen. Mikäli suurikokoinen koira matkustaa paljon autossa, tulisi sille olla autossa oma tila, jossa matkustaminen olisi myös turvallista. Tutkijan roolissa rohkenen väittää, ettei monikaan perhe suunnittele kesälomareissua siten, että perheen tanskandoggi matkustaisi takapenkillä lasten sylissä. Koiran asema ja rooli perheessä vaikuttanee vahvasti siihen, miten koiran tarpeisiin vastataan. Toisissa perheissä koira nähdään lemmikkinä, joka opettaa lapsille sosiaalistumista, tunteiden käsittelyä ja elämän kulkua, mutta matkoille lähdettäessä koira jää lomasuunnitelmien ulkopuolelle ja sille hankitaan hoitopaikka. Toisissa perheissä koira taas nähdään yhtenä perheenjäsenenä, jonka tarpeita tulee huomioida päätöksenteossa, jotta koirakin voi muun muassa osallistua perheen matkoille ja olla mukana kokemassa yhdessä perheen kanssa. Huomattava on kuitenkin se, että koira aiheuttaa joka tapauksessa muutoksia kulutuskäytäntöihin matkailun osalta. (Dotson & Hyatt, 2008, 460–461.)

Koiran asettamiin tarpeisiin kulutuksessa ja toisaalta myös muodostuneisiin kulutuskäytäntöihin vaikuttaa siis oleellisesti koiran ja omistajan tai perheen välinen emotionaalinen suhde ja kiintymys lemmikkiin. Toisaalta muun muassa koiran kanssa matkustamiseen voi vaikuttaa myös koiran oma fyysinen tilanne, jos koira kärsii matkapahoinvoinnista, vaikuttaa se perheen matkustuskäytäntöihin, joko siten että lemmikki jää hoitoon tai perhe huolehtii koiran hyvinvoinnista matkalla. Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan yhtä matkustamiseen liittyvää käytäntöä:

”Ystäväni koira oli reilun vuoden vanha, kun perheessä todettiin, ettei koira ja sen kuljetuskoppa mahdu sedan-malliseen autoon. Niinpä mentiin auto-kaupoille ja ostettiin Mauno-koiralle oma auto. Nyt kun autolla lähdetään reissuun, täytyy Maunolta pyytää lupa, saako autoa lainata.” (Oma päiväkir-

jamerkintä 10.10.2014.)

Kuten ylläolevasta tekstistä ilmenee, koira on selvästi otettu osaksi perhettä ja sen nähdään omaavan ihmistenkaltaisen kyvyn tehdä valintoja ja olla osana tekemässä kulutus päätöksiä. Omat halut ja tarpeet muodostetaan lemmikin ympärille, jolloin lemmikki tuodaan osaksi kulutuskäytäntöä. Lemmikillä ei välttämättä ole mitään todenmukaista tarvetta, joka tukisi kulutuskäytäntöä. Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan yhden koiran muodostavan useita erilaisia tarpeita omistajan mielessä:

”Kasvattikoirani Aino muutti perheeseensä pari vuotta sitten. Kun Aino oli pentu, sille hankittiin paljon leluja, kaikki parhaimmat turkinhoitovälineet, useampi hihna- ja panta eri käyttötarkoituksiin (oli omansa asuinalueella tapahtuviin ulkoiluihin, kaupunkikävelyihin ja näyttelyihin) sekä tietysti peti. Kuitenkin Ainon lempipaikka oli olohuoneen sohvan alla tai makuuhuoneessa sängyn alla. Kun Aino sitten kasvoi suuremmaksi, ei se enää mahtunutkaan sohvan alle. Koska se oli päivisin Ainon lempipaikka nukkua, oli hankittava uusi sohva, jonka alle Ainolla oli helppo päästä. Uusi viidentuhannen sohva ostettiin Ainon tarpeita vastaavaksi. Kun sittemmin perheen äiti alkoi miettiä Ainon turkin kuluneen päästä lyhyemmäksi ja alkoi esittää uuden korkeamman Hästensin sängyn ostoa Ainoa ja Ainon kulkemista sängyn alle helpottamaan, hermostui perheen isä ja kieltäytyi uuden sängyn ostosta. Ainolle oli kuitenkin ostettava uusi auto, pari vuotta vanhan tilalle, jotta Ainoa mahtuisi paremmin matkustamaan autossa perheen lomareissuilla. Kyseessä on viisikiloinen koira, joka tosiasiallisesti mahtuisi matkustamaan vaikka auton jalkatilassa.” (Oma päiväkirjamerkintä 20.5.2015.)

Tavallisimpia koiran vuoksi vaihdettavia kulutushyödykkeitä ovat sohva; sellaiseen, joka on helppo pitää puhtaana ja joka toisaalta peittäisi koirankarvat; auto, sellaiseen, jossa koiralla on hyvin tilaa matkustaa sekä matot, sellaisiin jotka on helppo pestä ja kuivata vahingon sattuessa. Toisilla koira on mukana vaikuttamassa myös omistajan elämän suurimpaan investointiin, kodin ostoon. Päiväkirjamerkintöjen pohjalta voidaan havaita, että koiran myötä ollaan valmiita tekemään suuria investointeja ja muuttamaan omaa kulutusta.

5.2.1 Aikuisen koiran hellimis- ja hoivaamiskäytännöt

Pentuvaiheessa tehty panostus kannattaa, sillä aikuisen, asianmukaisesti opetetun koiran kanssa elämä arjessa on helppoa. Eritoten koiran hoitotoimenpiteet hoidetaan sujuvasti yhteistyössä. Alla oleva päiväkirjamerkintä kuvaa saumatonta yhteistyötä koiran kanssa:

”Asianmukaisesti opetetun koiran huoltaminen sujuu kuin tanssi, kun koiraa osaa olla aloillaan esimerkiksi turkinhoidon aikana. Parhaimmat osaavat todella rentoutua, nukkuvat lattialla tai trimmauspöydällä turkkia kuivattaessa. Sitten on niitä, joille on pentuna annettu kaikki periksi ja jotka vielä 10 vuoden iässäkin pyörivät hyrränlailla stressaantuneena pöydällä. Koska turkinhoito on olennainen osa useankin rodun kanssa elämistä, tulisi jokaisen opettaa koiransa turkinhoitoon jo pentuaikana, jolloin seuraavat, parhaassa tapauksessa 15 vuotta, toimenpiteet saataisiin hoidettua ilman molempien osapuolien stressitasojen nousua. Myös ammattitrimmaajat kertoilevat, kuinka haastavaa on useiden, etenkin pienten koirien, trimmaaminen. Syynä tähän on valitettavasti hihnan toinen pää, joka ei ole opettanut ja kouluttanut koiraansa. Niin lemmikkien kuin lastenkin kasvatuksessa on monta eri käytäntöä, yhtä monta kuin kasvattajaakin.” (Oma päiväkirjamerkintä 19.9.2019.)

Koiran hoivaamiskäytäntöihin kuuluu aikuisiässä turkinhuoltotyöt. Aikuisiässä turkinhoidon käytännöt itseasiassa jopa korostuvat, koska koiran aktiivinen kilpailu-ura näyttelyissä ajoittuu useimmiten aikuisikään. Aikuisen koiran kanssa turkinhoidon käytäntöihin ei kuulu enää olennaisena osana leikki ja harjoitus, vaan työskentelyn tulisi sujua rutiinilla ja olla osana hellyyttä ja huolenpitoa. Aikuisen koiran kanssa elämä ei ole jatkuvaa opettelua, jolloin aikaa jää myös yhteiselle levolle ja rauhoittumiselle, kuten alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan:

”Parasta aikuisen koiran tai koirien kanssa on iltojen rauhallisuus. Voi syksyllä istua pimeässä sohvalla viltin alla, koirat kiinni molemmissa kyljissä. Yhdessä katsotaan tv:tä, ollaan vaan ja tiedetään, ettei meillä ole mihinkään kiire. Silittelen karvaisia kavereita ja nautitaan läheisyydestä ja yhdessäolosta.” (Oma päiväkirjanmerkintä 12.10.2018.)

Ylläolevassa kappaleessa kuvataan hyvin keskeisiä hellimiskäytäntöjä aikuisen koiran kanssa. Illalla arjen askareiden jälkeen rauhoitutaan yhdessä aloilleen ja ollaan vuorovaikutuksessa, vaikkei sanaakaan vaihdeta. Aikuisen koiran kanssa helliminen ja hoivaaminen kiteytyvät yhdessä tekemisen ja -olemisen käytäntöihin. Koira ei terveenä ollessaan tarvitse erityistä hoivaa tai huolenpitoa ja perusterveellä koiralla pienet vaivat voidaan hoitaa kotikonstein ilman eläinlääkärin palveluita. Joskus kuitenkin terve koira tarvitsee erityistä hoivaa ja huolenpitoa, kuten alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan:

”Eilen oli Lululla 63 vuorokautta odotusta takana, joten on saavutettu täydet päivät. Minulla kuitenkin oli hieman epäileväinen olo ja varasin ajan eläinlääkärille iltapäiväksi. Jotenkin vaan oli sellainen filis, että kaikki ei ollut kunnossa. Eläinlääkäri teki tarvittavat tutkimukset vastahakoisesti, sanoen minulle että kyllä vielä voisi parikin päivää odotella huoletta tutkimatta. Vaadin kuitenkin tekemään haluamani tutkimukset ja niiden pohjalta paljastui, ettei kaikki ollut kunnossa. Kohdusta löytyi vain yhdet heikot sydänäänät ja nekin olivat heikot, ei siis ollut millään tavalla selvää, että tätä ainoaa elossa olevaa pentuakaan voitaisiin pelastaa sektion avulla. Eläinlääkäri ryhtyi toimenpiteeseen ja lopputulemana yksi pikkuruinen pentu, muut olivat menehtyneet. Tämän pennun ja mamman kanssa tultiin kotiin, ensimmäinen yö meni vierivieressä sohvalla nukkuen siten, että Lulu oli minun ja sohvan selkänojan välissä ja pentu oli koko yön kädessäni siten, että sai olla kiinni mamman tississä. Lulu on selvästi kipeä ja sekaisin lääkityksestä ja vaatii nyt seurantaa. Toivottavasti tilanne tasoittuu pian ja saadaan huokaista helpotuksesta, ei ole helppoa katsoa vierestä toisen kipuilua.” (Oma päiväkirjamerkintä 16.2.2016.)

Lemmikin vuoksi ollaan valmiita olemaan töistä palkattomalla vapaalla, käyttämään omat vuosilomat lemmikin kuntoutuksiin leikkauksen jälkeen ja jopa ollaan sairauslomalla töistä lemmikin vuoksi. Lemmikkien hoidossa ei myöskään säästetä, sen sijaan tingitään omista menoista lemmikin sijaan. Koiran hoiva ja huolenpito on omistajalle kunnia-asia ja kuuluvat olennaisena osana koiran omistamiseen liittyviin käytäntöihin. Maiden ja kulttuurien välillä on kuitenkin havaittavissa eroja käytännöissä koiran sairastuessa. Kun Suomessa koira pyritään hoitamaan kaikin mahdollisin keinoin ja lopettaminen nähdään viimeisenä mahdollisena vaihtoehtona, voidaan Etelä-Euroopassa lemmikki hylätä tai lopettaa itse, jos

omistajalla ei ole varaa lemmikin lopettamiseen. Suomessa taas hyvin harva kykenee hylkäämään lemmikin, vaan se pyritään mahdollisuuksien mukaan uudelleensijoittamaan toiseen perheeseen. Mikäli tämä ei ole mahdollista, hoitaa omistaja lemmikin lopettamisen pääasiassa eläinlääkärin toimesta. Suomessa ja muissa Pohjoismaissa lemmikkien kanssa arkielämä poikkeaa sekin paljolti Etelä-Euroopan vastaavasta. Suomessa lemmikit ulkoilutetaan omistajan läsnä ollessa kytkettyinä, mutta Euroopan eteläisissä osissa koira myös usein päästetään vapaana ulkoilemaan kohtalaisen vilkkaillakin asuinalueilla. Suomessa koiran irti pitoa säädellään myös laissa. Toki Suomessakin haja-asutusalueilla lemmikit saavat usein ulkoilla vapaana lakia ja muiden eläinten pesimäaikaan uhmaten. Voimme kuitenkin näiden esimerkkien pohjalta havaita, että myös kulttuuri ja sieltä nousevat tavat ja käsitykset ovat omalta osaltaan muovaamassa lemmikkien pitämisen käytäntöjä.

5.2.2 Aikuisen koiran kanssa elämisen sivutuotteet: arjen havainnot

Useimman koiran kanssa aktiivisin harrastusikä on koiran ollessa aikuinen. Käsittelen aikuisen koiran ohjaus- ja koulutuskäytäntöihin kuuluvia harrastuskäytäntöjä tutkimuksessani omana lukunaan, luvussa 6 YHTEISÖLLISET KÄYTÄNNÖT – KESKIÖSSÄ KOIRA OSANA SOSIAALISIA KÄYTÄNTÖJÄ. Käsittelen sen sijaan tässä osiossa arjessa tehtyjä havaintoja aikuisen koiran kanssa elämisestä ja koiran kanssa elämisen ympärille muodostuneista käytännöistä.

Seuraavaksi kuvaan käytäntöä, jota harjoitetaan oletettavasti useassakin lemmikkejä omistavassa kotitaloudessa:

”Olemme lähdössä juhliin. Kirjoitan korttia päiväsankarille ja kirjoitan loppuksi korttiin oman ja puolisoni nimen sekä vaistomaisesti koiriemme nimet. Se herättää hämmennystä minussa, miksi koirien nimien kirjoittaminen korttiin tapahtui niin vaistomaisesti? Miksi kirjoitan koirieni nimet onnittelukorttiin?” (Oma päiväkirjamerkintä 20.9.2014.)

Selityksiä tälle käytännölle on varmasti monia. Useissa lemmikkitalouksissa koira koetaan osana perhettä. Useassa perheessä koira puhutellaan ”hän”, eikä kieliopillisesti oikein ”se”. Koira on osa omistajansa minäidentiteettiä, eikä sen ymmärretä olevan ihmisen seuraaja, vaan se nähdään ihmisen vertaisena olentona. Tutkimuksessaan Dotson ja Hyatt

(2008, 461) tuovat esille koiraorientoituneen käsityksen itsestä. Käsitys keskittyy koiran tärkeyteen ihmisen ymmärryksestä itsestään ja ihmisen sosiaalisesta itseystensä. Koira nähdään sekä ihmisen jatkeena, mutta myös ihmisen parhaana ystävänä. Tutkijoiden mukaan ihminen viettää mahdollisesti vähemmän aikaa muiden ihmisten kanssa verrattuna aikaan, jota koiran kanssa vietetään, mutta ihmisellä on paremmat suhteet muihin ”koiraihmiisiin” ja niihin, jotka hyväksyvät koiran osana ihmistä. Ihmiset, jotka näkevät itsensä ”koiraihmiisinä”, pitävät koiria keskeisessä asemassa elämässään. (Dotson & Hyatt 2008, 461.) Miten meidän tulisi toimia silloin, kun korttia kirjoitetaan ihmiselle, joka on tuttu meille ihmisille, mutta ei koskaan ole tavannut koiriamme? Mitä kirjoitamme joulukorttiin, joka lähetetään kasvatintajalle, joka ei ole koskaan tavannut puolisoani tai karvatonta jälkikasvuani, vaan meidän yhteytemme perustuu ainoastaan koiriin? Olen päätenyt tekemään linjauksen käytännön osalta: kortin vastaanottaja määrittää kortin allekirjoittajan. Omassa lähipiirissäni on myös sukulaisia ja tuttavuuksia, jotka eivät välitä lemmikeistä, joten heidän osaltaan olen tuskaillut kortin allekirjoitusten kanssa, laitetaanko koirat korttiin vai ei. Toivon käytäntöä siten, että mikäli vastaanottaja ei pidä koirista, ei koirien nimiä ole kortissa mukana. Jos vastaanottaja ei ole koskaan tavannut puolisoani tai lastani, kuin korkeintaan ohimennen ”Hei:n” verran, ei korttiin heidän nimiään tule.

Ongelmallisempina tässä käytännössä näen kuitenkin itse kortin kuvineen. Jokainen meistä korttia valitessaan miettii kortin vastaanottajaa ja sitä, mistä hän pitäisi. Harvoin viisivuotiaan syntymäpäiväonnittelukorttia koristaa kukkakimppu, vaan pikemminkin *Muumipeikko*. Viimeisen kymmenen vuoden ajan olemme joka vuosi ottaneet koiristamme kuvat joulukorttiin. Viimeisimmässä joulukortissa keskellä komeili myös tyttäremme. Luonnollinen jatkumo minulle koiran omistajana ja kasvattajana sekä äitinä, mutta kaikki eivät välttämättä koe asiaa samalla tavalla. Koiraihmiset luonnollisesti olivat kortista haltioissaan. Joidenkin sukulaisten osalta päädyimme kuitenkin siihen ratkaisuun, että heille toimitetaan korttina niin yhteiskuva koirien kanssa meidän perheen ”virallisena” joulukorttina ja sen lisäksi yksittäiskuva tyttärestämme jouluisesti puettuna. Koimme tämän sopuratkaisuna. Ennen lemmikkien tulemistä osaksi kotitalouttamme emme lähettäneet joulukortteja lainkaan, mutta lemmikkien myötä käytäntö on jäänyt voimaan ja jatkuu edelleen. Mietitään seuraavaksi yleisellä tasolla joulukorttien lähettämisen käytäntöä, kortin valintaa ja kortin allekirjoittamista. Mielestäni kortin valintaan vaikuttaa olennaisesti vastaanottaja: kuinka hyvin osapuolet tuntevat toisensa ja kuuluvatko samaan kulttuuriin? Esimerkkinä voidaan miettiä joulukorttia työpaikan yhteistyökumppanille: jos osapuolet tuntevat toisensa vain

työelämässä, eivätkä tunne toistensa perhe-elämää, tuntuisi turhan henkilökohtaiselta lähettää joulukorttina kuva omista lemmikeistä ja lapsista. Tällaisessa tilanteessa valitsisin jonkun perinteisemmän joulukortin marketista. Sama pätee kortin allekirjoituksen kanssa, jos puolison yrityksen yhteistyökumppanit eivät henkilökohtaisella tasolla tunne koko perhettä, korttiin kirjoitetaan ainoastaan sen henkilön nimi, joka on vastaanottajalle tuttu. Kortin vastaanottajan osalta tulisi miettiä myös vastaanottajan uskonnollista vakaumusta, toisissa uskonnoissa ei vietetä esimerkiksi joulua lainkaan ja toisissa uskonnoissa taas koirat eivät ole mielekkäitä.

Lemmikin kanssa eläessä korostuvat kodin ylläpitoon liittyvät käytännöt. Lemmikin saapumisen myötä huomataan omien käytäntöjen muokkautuvan: kotona siivotaan useammin ja siivousvälineiden toimivuus tulee esille. Myös tavarat muistetaan pentuajan tuhojen myötä asettamaan heti käytön jälkeen omille paikoilleen, eikä roskapussi jää hetkeksikään eteisen lattialle odottamaan jäteastiaan viemistä. Lemmikin voidaan todeta olevan mukana muodostamassa näitä käytäntöjä. Kodin siivoukseen ja ylläpitoon liittyvät käytännöt kuitenkin tulevat esille myös kodin ulkopuolella. Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan koiranomistajan järjestelyitä ja käytäntöjä matkalla:

”Olemme lähdössä matkalle ja ajattelimme ottaa koiran mukaan. Ne kun ovat niin tottuneita matkustajia, etteivät muut samassa hotellissa yöpyvät ainakaan meidän turreista häiriinny. Mutta koiran kanssa matkustaminen onkin monin kerroin työläämpää kuin mitä pienen lapsen. Koska koiria katsotaan monissakin hotelleissa kovastikin kieroon, tulee kaikki huoneessa olevat huonekalut suojata mahdollisimman hyvin sotkuilta välttyäksemme. Lähtökohtaisesti kuitenkin koira on hotellivieraana hyvinkin siisti. Joskus minulle on tullut vastaan teksti, jossa kerrotaan koirien olevan tervetulleita yöpymään, koska ne eivät ole koskaan tupakoineet huoneessa, varastaneet pyyhkeitä tai olleet humalassa ja rikkoneet huonekaluja. Jotta kuitenkin jättäisimme huoneen mahdollisimman siistiin kuntoon, on meillä mukana useampia vilttejä, joilla peitämme huonekalut. Koirille on myös mukana omat pyyhkeet, jos karvakavereita on tarpeellista pestä ulkoilujen jälkeen. Hotellit veloittavat koirayöpyjiltä ylimääräisen maksun siivouslisänä. Itse lukuisia kertoja koiran kanssa hotellissa yöpyneenä heittäisin myös pienen vinkin hotelleille: laittakaa huoneen kylpyhuoneeseen lasta, jolla voi paitsi kuivata

kylpyhuoneen lattian, myös siivota hotellihuoneen lattialta roskat ja karvat. Näin nopeutetaan siivoajan työtä ja voidaan jättää huonekin sellaiseen kuntoon, mihin halutaan. Väitän, että koiraihmiset ovat tottuneet siivoamaan jälkensä, koska eihän kotonakaan kuka tule siivoamaan koirien jälkiä.” (Oma päiväkirjamerkintä 5.6.2017.)

Koiranomistaja huomioi koiran kanssa matkustamisen sekä siisteyden ylläpidon myös kodin ulkopuolella. Vieraassa paikassa omistaja ei voi vaikuttaa tehtyihin materiaalivalintoihin, joten erilaisilla suojaamiskäytännöillä omistaja toteuttaa itselleen sopivaa siisteystasoa ja -käytäntöjä koiran kanssa matkaillessa. Toisaalta koiranomistaja voi kokea myös ahdistavana sen, ettei kykene ilman asianmukaisia siivousvälineitä pitämään hotellihuonetta sellaisessa kunnossa, missä on tottunut lemmikin kanssa elämään. Myös hotelleille on muodostunut selkeät käytännöt lemmikin kanssa yöpymisestä. Hotelleissa on tietty määrä huoneita, joihin koiran kanssa voi majoittua. Paljon koirien kanssa matkaneena olen kiinnittänyt huomiota, että yleensä hotellien koirahuoneissa ei ole kokolattiamattoa. Käytännön kautta hotelleissa on voitu todeta, että huoneen siivous sujuu joutuisammin, kun karvaiset matkustajat eivät pääse lepäämään kokolattiamatolle.

Lemmikin karvat aiheuttavat päänvaivaa myös kodin ulkopuolella, nimittäin vaatteissa. Koiran omistajalle tarraharja on tuttu väline, jolla vaatteet pyritään puhdistamaan ennen kotoa poistumista. Kuvitellaan seuraava tilanne:

”Olen lähdössä työhaastatteluun, mustissa housuissa ja mustassa villakangastakissa. Ennen kotoa lähtöä harjaan vaatteet vielä tarraharjalla, jotta vaatteeni eivät olisi täynnä koirankarvoja. Miksi näin muuten tehdään? Eikö periaatteessa ole aivan sama, vaikka vaatteissa olisikin koirakarvoja, se on vain elämää... Mutta mitä jos haastattelija itse ei pidä koirista? Jos epäsiisteys vaikuttaa siihen, etten saa hakemaani työpaikkaa?” (Oma päiväkirjamerkintä 28.3.2020.)

Lemmikki ei ole olennainen osa omistajaa kodin ulkopuolella. Lemmikki ei tee useimmissa tapauksissa töitä omistajan puolesta, mutta siltikin se voi herättää voimakkaita tunteita ihmisissä. Toista on koira voinut lapsena purra ja siksi koirat eivät ole mieluisia. Toisella taas voi olla allergiaa, eivätkä koirat siksi innosta ajatuksena. Kaikissa kulttuureissa lem-

mikki ei ole haluttu perheenjäsen. Vaatteiden siistiminen ennen muodolliseen tapaamiseen menemistä on kulttuurisidonnainen tapa toimia. Länsimaisessa sivistisyhteiskunnassa olennaisena osana siistiä pukeutumista on puhtaat vaatteet, joissa ei ole myöskään lemmikkien karvoja.

Seuraavissa päiväkirjakappaleissa kuvataan lemmikkien tuomaa sosiaalista aspektia kotona ja kotona järjestetyissä juhlissa:

”Meille tulee pennunkatsojia ja tilanne etenee kuten lukuisia kertoja aiemminkin: koirat ottavat ihmiset iloisesti vastaan ja vieraat istuvat eteisen lattialla koiria silitellen ja paijaten. Siinä tilanteen hieman rauhoituttua vieraat saavat ulkovaatteensa riisuttua ja tietysti koirat esitellään ensin, useimmiten jo ennen kuin me ihmiset olemme esitelleet.” (Oma päiväkirjamerkintä 15.10.2019.)

”Meillä on juhlat suunnitteilla, itseasiassa tyttären kastejuhlat. Aiemmin kaikissa juhlissa koiramme ovat olleet läsnä, ne rakastavat ihmisiä ja ovat juhlinnassa mukana loppuun saakka. Niille parasta juhlaa taitaa olla se, kun paikalla on lukuisia käsipareja rapsuttamassa ja voi vaihtaa rapsutuspaikkaa kyljestä toiseen illan aikana. Nyt kuitenkin tuntuu siltä, että nämä juhlat voitaisiin pitää koirattomina. Minne koirat sitten laitetaan juhlien ajaksi?” (Oma päiväkirjamerkintä 2.12.2019.)

Päiväkirjamerkinnöistä huokuu läpi koirien keskeinen rooli perheessä. Koirat ovat mukana arjessa ja juhlissa, osaavat käyttäytyä niille asetettujen sääntöjen mukaisesti ja kuuluvat olennaisena osana kotitalouden elämään. Koiraperheessä asunut tunnistanee ilmiönä eteisen lattialla istumisen ja sen, että koirat tervehditään usein ennen ihmisiä, ovella ovat ensimmäisenä vastassa koirat ja pienet lapset. Jos mietitään uuden ihmisen kohtaamista, on tilanne harvemmin kiusallinen, kun läsnä on lemmikki. Osapuolet voivat ”piiloutua” läsnä olevan lemmikin touhujen taakse ja lemmikki toimii osapuolten välillä yhteisenä tekijänä. Uuden ihmisen tapaamisessa ollaan usein käytökseltä melko muodollisia, mutta lemmikin läsnä ollessa ihminen avautuu ja muodollinen puoli ensitapaamisessa saa pienemmän roolin. Vieraan ihmisen saapuessa kotiisi tuntuisi omituiselta, jos vierailija istuisi eteisen lattialle ja ojentautuisi kättelemään sinua kohti sieltä. Kuitenkin koirien läsnä ollessa tämä on

aivan tavallinen käytäntö.

Käytäntöön koirien tervehtimisestä eteisen lattialla istuen kuuluu myös olennaisena osana vaatetus: voidaanko pitää hyväksyttävänä sitä, että vieraat istuisivat juhlavaatteissaan eteisen lattialla koiria tervehtimässä? Käytäntö riippuneekin myös juhlien muodollisuudesta, onko kyseessä syntymäpäiväjuhlat vai hautajaiset. Itse olemme rajanneet juhlien osalta siten, että koirat eivät ole läsnä ristiäisissä, häissä eivätkä hautajaisissa, eivät siis ole mukana niissä juhlissa, joihin pappi osallistuu. Näin olen muodollisemmista juhlista jää koirien silmälläpito pois. Syntymäpäiväjuhlat, valmistujaiset ja esimerkiksi tupaantuliaiset ovat luonteeltaan vapaampia ja vähemmän muodollisia juhlia, eikä niissä koirien läsnäolo aiheuta erityisjärjestelyitä. Koirien ollessa perheenjäseniä, voidaanko pitää epäoikeudenmukaisena sitä, että juhlia vietettäessä kotiloissa koirat joutuvat eristetyiksi muista? Omassa kotitaloudessamme päädyimme ristiäisjuhlien osalta siihen, että vietämme niitä kodin ulkopuolella. Näin koirat eivät kokeneet jäävänsä paitsi juhlista, kun eivät tieneet juhlien olemassaolosta, eivätkä kokeneet jääneensä ulkopuolisiksi. Useissa koiratalouksissa esimerkiksi ylioppilasjuhlia järjestettäessä koirille pyritään saamaan hoitopaikka juhlien ajaksi, jotta juhlissa vältytään ylimääräiseltä stressiltä koirien huoltamisen osalta. Myös koira voi stressaantua kotona olevasta ylimääräisestä väestä ja äänistä, karata omille teilleen oven ollessa jatkuvasti auki tai päästä maistelemaan tarjoiluja niin, ettei ihmisvieraille riitäkään tarjottavaa. Moni koiranomistaja kokee muun muassa näistä syistä helpompana sen, ettei lemmikki ole kotona muun kotiväen juhlissa. Olivat koirat mukana juhlissa tai eivät, on selvää, että perheen juhlimiskäytännöissä myös koirat aiheuttavat käytäntöjä, joko hoitopaikan muodossa tai kotona läsnä ollessa ja vahdittavana.

Kulttuurimme pitää sisällään käsityksen hyvistä tavoista ja vieraillessa olisi kohteliasta tuoda tullessaan jotain tulusina. Pitääkö koirille tuoda lahjoja tai tulusia? Jos pitää, riittääkö se, että lahja tai tulus tuodaan ainoastaan lemmikille? Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan tulusia osana matkustuksen käytäntöjä:

”Olimme vastikään lomamatkalla ilman koiria. Aiemmin matkustaessamme oli hyvin tärkeää, että jokaiselle koiralle tuodaan omat tulusiaiset. Nyt kuitenkin vuosien saatossa tilanne on muuttunut siten, että tulusia tuodaan ainoastaan, jos koetaan tavara tarpeelliseksi tai hyödylliseksi. Tosiasia on kuitenkin se, että lemmikeille paras tulusainen on se, kun sinä saavut kotiin. Kyllä

koirille kerran vuodessa lahjat annetaan, koska nekin tykkäävät avata paketteja yhdessä muiden kanssa jouluaattona. Koirien syntymäpäiviä emme juhli, emmekä osta erityisiä syntymäpäivälahjoja. Syntymäpäivien aikaan voimme antaa koirille herkkuluut, jolloin merkkipäivä on huomioitu.” (Oma päiväkirjamerkintä 3.5.2019.)

Lemmikkien lahjakäytännöissä on yhtä monta tapaa kuin kotiakin. Tutkijana rohkenen väittää, että suuri osa kotitalouksista muistaa lemmikkiään lahjalla tai tuliaisella vähintään kerran vuodessa, oli se sitten jouluna, lemmikin syntymäpäivänä tai lomalta kotiin palattaessa.

5.3 Koiran veteraani-ikään liittyvät kulutuskäytännöt

Marylouise Caldwell kommentoi artikkelissaan (2008, 442) Gardyn (2002) aikaisempaa tutkimusta, jossa yli kolmannes lemmikin omistajista olisi valmiita käyttämään rajoittamattoman summan rahaa pelastaakseen lemmikkinsä. Caldwellin (2008) artikkelissa hän kertoo lemmikkielänteollisuuden käyttävän hyväkseen tätä tietoa, joka heijastuu käytäntöön myös kotitalouksien kulutuskäytännöissä ja – valinnoissa. Yhtenä selityksenä Caldwell (2008) pitää sitä, että kuluttajat etsivät lemmikeistään kumppania ja sitä, että lemmikki edustaa kuluttajille perhettä. Aikaisemmissa tutkimuksissa on osoitettu, että esimerkiksi avioeron läpikäyneet ihmiset usein hankkivat itselleen lemmikin. (Caldwell 2008, 442–443.) Vaikkei avioliitto kestäisi elämän loppuun saakka, koiran kanssa solmittu, koiran elämän mittainen liitto voi kestää jopa viisitoista vuotta. Elämä koiran kanssa muuttuu koiran elämän myötä ja tietyt käytännöt muodostuvat keskeisiksi. Lemmikin ikääntymisen myötä teemme muutoksia myös aiempiin käytäntöihimme, tietyt käytännöt korostuvat ja osa käytännöistä muuttuu tarpeettomiksi ja jäävät pois. Alla olevissa kappaleissa kuvataan koiran veteraani-ikään liittyviä ohjaus- ja koulutuskäytäntöjä, hellimis- ja hoivaamiskäytäntöjä sekä muita erityisiä käytäntöjä, jotka ovat liitoksissa koiran vanhuuteen.

5.3.1 Koiran ohjaus- ja koulutuskäytännöt veteraani-iässä

Vanhan koiran ohjaaminen muodostuu lähinnä uusista tilanteista, joita koiran kanssa kohdataan arjessa. Pentuaikana koiralle on opetettu tiettyjä käskyjä ja käsimerkkejä, joiden pohjalta se on oppinut tietyn omistajan haluaman tavan toimia. Opittua käytäntöä on voitu

toistaa jopa vuosikymmenen ajan, mutta koiran ikääntyessä vanhat käytännöt eivät välttämättä enää olekaan toimivia. Lemmikin kuulo- tai näköaisti alkavat iän myötä heiketä, eikä lemmikki välttämättä kuule omistajan kutsuja pitkän matkan päästä. Irti ollessaan koira voi myös eksyä ulkoillessa, jos sen näkö tai kuulo alkaa heiketä. Näön heiketessä koira voi kotonakin törmäillä huonekaluihin. Kotona tutussa ympäristössä vanhakin koira liikkuu useimmiten vaivatta, koska ilman näköaistiakin koira muistaa huonekalujen paikat ja liikkuu kokemuksensa pohjalta. Ongelmia muodostuu siinä vaiheessa, jos kodin huonekaluja tai niiden järjestystä muutetaan. Myös perheen matkustaminen hankaloituu, jos koiralle halutaan tarjota mielekäs hoitopaikka perheen matkojen ajaksi. Vieraassa paikassa koira ei tunne ympäristöään ja sen liikkuminen on haastavaa hoitopaikassa vieraan pohjaratkaisun ja mahdollisten tasoerojen kanssa. Koiran tullessa vanhaksi voidaan kodinvaihtoa lykätä, ettei vanhalle koiralle luoda tarpeettomasti stressiä muuttuneesta ympäristöstä. Alla kuvataan matkustuskäytännön muutoksia lemmikin ikääntyessä:

”Muistan nuoruudestani sen, kuinka vanha koiramme vaati diabetekseen sairastuttuaan erityistä huolenpitoa. Usein emme noina muutamina vuosina käyneet perheenä yhdessä lomamatkoilla, vaan joku jäi kotiin hoitamaan koiraa tai koira jäi muutamaksi päiväksi isovanhempien luo hoitoon.” (Oma päiväkirjamerkintä 12.11.2014.)

Lemmikin ikääntyessä perhe voi alkaa jaksottaa lomiaan siten, että aikuisikään ehtineet lapset tulevat hoitamaan koiraa muun perheen lomaillessa. Toisaalta iäkkäälle lemmikille matkustaminen kesämökille voi olla jo itsessään raskasta, mutta itse mökkeily jopa vaarallista. Koiran kuulon heikentyessä se ei osaa välttämättä vastata perheen kutsuihin ja voi luonnossa vapaana ollessaan olla alttiina myös petoeläimille. Vanhuusiässä olevan koiran kanssa ei enää aktiivisesti kilpailla, vaan harrastaminen keskittyy pääasiassa yhdessä liikkumiseen lemmikin ehdoilla. Koska aktiivinen kilpailu-ura on päättynyt, myös matkustaminen koiran kanssa vähenee jo siltäkin osin.

5.3.2 Koiran hellimis- ja hoivaamiskäytännöt veteraani-iässä

Kuten käytäntöteorian osuudessa kerrottiin, erilaisten käytäntöjen muodostumiseen vaikuttaa muun muassa asioiden ja sosiaalisen rakenteen luomat merkitykset. Jos lemmikki nähdään perheenjäsenenä, voidaanko sen hoitamiseen asettaa ylärajaa? Mary Gilly (2008)

kommentoi artikkelissaan koiran eläinlääkärikulujen kustannuksia ja sitä, miten perheessä tehdään päätös koiran hoitamisen suhteen. Gilly (2008) kertoo, että päätöksenteko lemmikin hoidon suhteen voi aiheuttaa jopa konfliktitilanteita perheenjäsenten välille ja päätöksentekoprosessi ei välttämättä lemmikin terveyteen liittyvissä asioissa noudata samaa käytäntöä, kuin mitä esimerkiksi television hankinta. Lemmikki, joka voidaan nähdä yhtenä ”äännettömänä” perheenjäsenenä, on useissa kotitalouksissa niin keskeisessä roolissa, että sen terveydenhoitoon liittyvissä asioissa myös perheen lapset ovat mukana päätöksenteossa. Jos perheen vanhemmilla on erilainen käsitys lemmikkikoiran roolista osana perhettä, voi se itsessään aiheuttaa erimielisyyttä ja erilaisia vakiintuneita käytäntöjä osapuolten välille. Gilly (2008) kuvaa artikkelissaan tuttavaansa, joka yhdessä tyttärensä kanssa olisi valmis tekemään mitä tahansa lemmikkikoiriensa eteen. Koska tyttären puoliso ei ole koirien roolista perheessä täysin samaa mieltä, vie tyttö koiransa äidilleen, joka käyttää koiran eläinlääkäriä, tyttären puolison tietämättä asiasta. (Gilly 2008, 406–407.) Äidin ja tyttären välille on tässä tapauksessa muodostunut selkeä käytäntö siitä, miten he toimivat lemmikin tarvitessa eläinlääkärin hoitoa. Tällä käytännöllä pyritään pitämään koko perhe tyytyväisenä, niin aviopuoliso kuin myös vaimolle tärkeä lemmikki.

Artikkelissaan *The price of unconditional love: Consumer decision making for high-dollar veterinary care* Brockman kumppaneineen (2008) tutkii päätöksentekoprosessia, jonka lemmikinomistajat käyvät läpi tehdessään päätöksiä koskien lemmikkiensä kallista eläinlääkärihoitoa. Tutkimuksessa tutkijat viittaavat aiempiin tutkimuksiin lemmikeistä ja niiden erilaisista rooleista ihmisille, kuten kumppanuuteen, ystävyyteen sekä kokemukselliseen kuluttamiseen. Tutkimuksessa viitataan Holbrookin ja kumppanien (2001) tutkimukseen, jossa kerrotaan termin rajaton/ehdoton rakkaus (*unconditional love*) kuvaavan lemmikinomistajan kokemuksia nähtäessä lemmikki kumppanina. Näillä kumppanilemmikeillä on erityinen ja jopa pyhä rooli, jossa omistajat asettavat lemmikkinsä tavallisen lemmikinomistamisen yläpuolelle. (Brockman ym. 2008, 397-398; Holbrook ym. 2001)

Mikä vaikuttaa päätöksentekoprosessiimme ja miten käytännöt astuvat kuvaan päätöksenteossa? Itse päätöksentekoprosessi voidaan nähdä yhdenlaisena huolenpito- ja hoivaamiskäytäntönä. Kun lemmikki tarvitsee hoitoa, toimimme oman tietomme, tuntojemme ja kokemuksemme ohjaamana ja teemme päätöksiä lemmikin puolesta, meidän parhaaksi katsomallamme tavalla. Holbrook ym. (2001) listaavat päätöksentekoomme vaikuttavan emotionaalisen kiinnittymisen lemmikkiin, toipumisennusteen sekä taloudelliset uhraukset.

Huolenpitokäytännöistä päättäessämme avainasemassa on lemmikinomistajan ja lemmikin välinen suhde. Seurakoiran ja työkoiran omistajien tekemiin päätöksiin vaikuttaa koiran rooli perheessä, onko se seurakoiran roolissa osa perhettä vai työkoiran roolissa suorittamassa sille annettuja tehtäviä. Seurakoiran tehtävänä on olla perheelleen seurana, kun taas työkyvytön työkoira ei enää kykene suorittamaan tehtäväänsä ja voidaan nähdä omistajalleen kulueränä. Mietittäessä erilaisten käytäntöjen muodostumista, vaikuttaa niihin muun muassa ymmärrys kulttuuristamme ja niistä arvoista, jotka ovat meille tärkeitä. Tehdes-sämme päätöksen lemmikin leikkauksesta, jonka avulla lemmikillä on mahdollisuus selvi-tä, se edellyttää meiltä erilaisia käytäntöjä lemmikin toipumisprosessissa. Minkälaisia käy-täntöjä toipumiseen voidaan liittää ja mistä ne muodostuvat? Toipumiseen liittyvät keskei-sesti huolenpito- ja hoivaamiskäytännöt. Nämä käytännöt pitävät sisällään myös erilaisia asioita ja esineitä, joiden avulla käytäntöjä voidaan suorittaa. Leikkauksen jälkeisessä hoi-dossa ja toipumisessa voidaan hoivaamiskäytännön suorittamiseksi tarvita lääkkeitä, sidos-tarpeita, puhdistusaineita tai haavapukua. Koiran omistajan kokemus ja rutiinit antavat käytännölle omat vaikutteensa, jos koira on aikaisemmin käynyt läpi jonkin leikkauksen, jossa haava on pitänyt suojata nuolemiselta, eikä koira ole pitänyt muovikaulurista, on hankittu haavapuku estämään haavaan käsiksi pääseminen lemmikin toimesta.

Osana hoivaamis- ja huolenpitokäytäntöjä on myös koiran silittäminen ja rapsuttaminen. Suorittaessaan silittämisen käytäntöä lemmikin omistaja näkee lemmikkinsä nauttivan kos- ketuksesta ja oppii tunnistamaan oman lemmikkinsä herkimät alueet, joiden koskettami- sesta lemmikki erityisesti nauttii. Silittäminen voidaan nähdä rutinoituneena toimena, joka tuottaa mielihyvää niin omistajalle kuin lemmikillekin. Se rauhoittaa ja luo yhteyttä osa- puolten välille. Koiralle voidaan tarjota myös hierontapalveluita lihaksia vetreyttämään ja virkistämään oloa. Iäkkäälle lemmikille halutaan tarjota pääasiassa mukavia eläkepäiviä ja usein myös turkinhoito pyritään järjestämään mahdollisimman helpoksi. Usein pitkäturkki- silta koirilta turkkia leikataan lyhyempään malliin, jolloin koiran turkinhoitotyöt minimoi- tuvat ja koira voi keskittyä omistajansa kanssa ensisijaisesti nauttimaan elämästään.

Koiran ikääntyessä omistaja väistämättä pohtii koiran kanssa yhdessä elettyä elämää, muis- telee matkan varrella tapahtuneita asioita ja miettii myös aikaa lemmikin menehtymisen jälkeen. Veteraani-ikäisen koiran omistaja näkee koirassaan tapahtuneita muutoksia ja ana- lysoi iän tuomia muutoksia, kuten alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan:

”Vanhin koiramme on pian 10-vuotias. Tuntuu välillä surulliselta ajatella, että sen elämä on jo ehtopuolella. Vanhat koirat ovat pentujen kaltaisesti hellyttäviä. Eivät siksi, että ne olisivat välttämättä pentujen kaltaisesti höpsöjä, vaan siksi, että niiden silmistä näkee eletyn elämän ja viisauden. Omalle mummokoiralle toki toivon pitkää ja tervettä elämää, mutta myöskin sitä, että osaan itse päästää irti kun sen aika on. Se ei tule olemaan helppoa, ovathan koirat meillä perheenjäseniä. Olen miettinyt, pitäisikö mummokoira käyttää eläinlääkärillä veteraanitarkastuksessa, ihan vaan varmistaakseni että kaikki on kunnossa. Vanhan koiran kanssa kuitenkin sitten herää myös semmoinen pelko, että mitä sitten jos kaikki ei olekaan kunnossa? Olisiko helpompi elää koiran kanssa loppuun saakka tietämättä siitä, että se sairastaa jotakin? En tietysti tahtoisi koiran kärsivän, mutta suhtautuisinko siihen eri tavalla, jos tietäisin sen sairastavan?” (Oma päiväkirjamerkintä 19.9.2018.)

Päiväkirjamerkinnässä kuvataan lemmikinomistajan huolta tulevasta, siitä miten lemmikin ikääntyminen aiheuttaa mietteitä. Omistaja pohtii myös lemmikin terveystarkastuksia ja mahdollisen ikävän tiedon lisäämää tuskaa sitä, ettei aikaa yhdessä ole välttämättä enää paljoa. Voidaanko havaita lemmikin käyttäytymisen muuttuvan iän myötä? Koiran käytös muuttuu jo siinä vaiheessa, kun se kasvaa pennusta nuoreksi aikuiseksi ja mitä enemmän koiralle tulee ikää, sen luonne jalostuu sen saamien kokemusten myötä. Kokemustensa pohjalta vanha koira tietää asioiden ja tavaroiden merkityksen, imuriinjohtoa seinään kiinnittäessä se osaa hakea itselleen sopivan ja rauhallisen lepopaikan ja toisaalta hihna kädes- sä oleva omistaja saa hyvin nopeasti koirakaverin vierelleen innostuneena häntää heilutta- en. Lemmikinomistajan roolissa on myös kyettävä tekemään karvaiselle ystävälle se vii- meinen rakkauden palvelus ja päästää lemmikki ajoissa koirien sateenkaarisillalle. Tässä korostuu ennen kaikkea koiranlukutaito eli se, että omistaja osaa tulkita lemmikistään sen voinnin. Omistajan on tärkeää kyetä erottamaan omat tunteet ja kiinnittyminen lemmikkiin päätöksenteosta, jotta lemmikin mahdollisia kärsimyksiä ei venytetä ihmisen ollessa kyke- nemätön luopumaan ja tekemään päätöstä. Päätöksenteko ei kuitenkaan lopu siihen, kun koira päätetään päästää sateenkaarisillalle. Alla olevassa kappaleessa kuvataan koiran hau- taamiseen liittyviä vaihtoehtoja:

”Koiran kuoltua vanhuuteen piti miettiä erilaisia vaihtoehtoja: haudataanko koira vai tuhkataanko? Jos tuhkataan, tehdäänkö se yksilötuhkauksena vai

muistotuhkauksena, jossa krematorio toimittaa tuhkat yhdessä muiden tuhkien mukana lemmikkihautaamaan muistolehtoon?” (Oma päiväkirjamerkintä 12.11.2014.)

Aivan kuten ihmisenkin menehtyessä ja hautajaisia suunnitellessa on lemmikkivainajan hautaamiseen tarjolla vaihtoehtoja. Kun ennen lemmikki oli helppo haudata omalle tontille metsän laitaan, ei kaupunkiolosuhteissa lemmikin menehtyessä omistajalla olekaan pihaa, jonne lemmikki haudata. Tähän kysyntään on vastattu lemmikkikrematorioiden muodossa. Lemmikin tuhkalta saa valita mieleisensä uurnan ja sen saa mukaansa, jolloin omistaja voi sirotella sen haluamalleen paikalle. Lemmikin menehtyessä ruumiin hävittämiseen liittyvät käytännöt ovat seuranneet ihmisten vastaavia, aivan kuten monet muutkin lemmikkeihin liittyvät palvelut aiemmin. Seuraavassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan lemmikin menettymisen jälkeistä aikaa:

”Koko lapsuusaikani meillä oli ollut Amanda-koira, joka jouduttiin lopettamaan melkein viidentoistavuoden iässä minun ollessani parikymppinen. Koiraton elämä tuntui aluksi vaikealta, ei ollut kukaan kotona hyvällä tuulella vastaanottamassa joka ikinen kerta kotiin saapuessa, ei ulkoilukaveria eikä sohvanvaltaajaa. Aluksi saatoit kuulla koiran kynsien rapinan lattiapinnoilla ja ulkona lumessa nähdä koiran tassunjälkiä. Puolen vuoden kuluttua koiran kuoleman jälkeen saattoi kuitenkin huomata, kuinka helppoa koiraton elämä on. Voi lähteä lomalle ex tempore miettimättä hoitopaikkaa, ei tarvitse kiirehtiä töistä kotiin koiraa ulkoiluttamaan, kotona ei tarvitse siivota enää niin ahkerasti. Siltikin jo tuolloin parikymppisenä mielessä oli kaipuu koirasta, joka vielä joskus tulisi olemaan osana perhettä.” (Oma päiväkirjamerkintä 5.5.2017.)

Yli kymmenen vuoden aikana koira ja omistaja ovat oppineet noudattamaan tietynlaisia rutiineja ja toimimaan niiden mukaisesti. Kun sitten yhtäkkiä lemmikkiä ei enää olekaan, voi omistaja alkaa kuulla ja nähdä lemmikkinsä olemassaolon, vaikei sitä todellisuudessa enää olekaan. Nämä ovat olleet omistajalle lemmikin läsnä ollessa täysin normaaleja asioita, kuinka lemmikki kulkiessaan lumella jättää tassunsa jäljet lumelle ja kuinka sen kynnet rapisevat lattialla kävellessä. Omistaja ei ole välttämättä aiemmin edes huomioinut näitä asioita, koska ne ovat olleet luonnollinen osa koiran kanssa elämistä. Kun koiraa ei enää

olekaan, alkaa kiinnittää huomiota asioihin, jotka koiran poismenon jälkeen eivät ole enää ennallaan. Koiran menehtyminen aiheuttaa myös surua. Omistaja voi joutua etsimään uusia toimintatapoja itselleen, koska lemmikin kanssa toteutetut käytännöt eivät ole enää samantaisia ilman lemmikkiä. Lemmikin myötä useaan kotitalouteen muodostuu tietynlainen rytmi ja käytännöt, jotka lemmikin menehtymisen jälkeen on täytettävä muilla toiminnoilla.

Koiranhankinta ja pito prosessina on parhaimmassa tapauksessa yli 15 vuoden pituinen sarja mitä erilaisempia käytäntöjä; rotuihin tutustumisvaiheesta siihen hetkeen, kun uskollinen ystävä siirtyy koirien sateenkaaren sillalle. Ympäröivä kulttuuri ja omistajan arvo maailma vaikuttavat olennaisesti muodostuviin käytäntöihin. Myös lemmikin elinkaaren voidaan nähdä vaikuttavan muodostuviin kulutuskäytäntöihin, aivan kuten ihmiselläkin ikä ja kehitys muuttavat kulutusta ja siihen sitoutuneita käytäntöjä.

6 YHTEISÖLLISET KÄYTÄNNÖT – KESKIÖSSÄ KOIRA OSANA SOSIAALISIA KÄYTÄNTÖJÄ

Lemmikki on olennaisena osana kotitalouksien vapaa-aikaa. Liikkasen (2005, 6) mukaan joka toinen suomalainen kokee vapaa-ajan harrastamisen tärkeäksi. Lemmikki on kotitaloutensa vapaa-ajassa aktiivisesti läsnä, onhan lemmikki aina kotona vastaanottamassa perheenjäsenet töistä ja koulusta. Lemmikin kanssa jaetaan arki, mutta usein myös harrastukset. Harrastus voi olla osana koiranomistajan identiteettiä ja ympäröivät sosiaaliset verkostot voivat muodostua harrastustoiminnan ympärille. (Kim, Scott & Crompton 1997.) Tutkimuksessaan brändiyhteisöistä Schau ja kumppanit (2009) määrittivät brändiyhteisöillä olevan yhteisenä käytäntönä muun muassa sosiaalisen verkostoitumisen sekä yhteisöön sitoutumisen. Brändiyhteisöjen muodostumisessa voidaan nähdä yhtenäisyyksiä koiranomistajien kanssa, onhan molemmissa tapauksessa kyseessä tietynlainen ”tuote”, joka muodostaa ryhmän yhteyden.

Ihmisten suorittamissa käytännöissä voidaan nähdä myös selkeitä sosiaalisia käytäntöjä, joko suoranaisesti käytäntöön sitoutuneina tai niistä seuraavina toimina. Kaikkea toimintaa ei voida nähdä ainoastaan jonkin fyysisen toimen saattamiseksi haluttuun lopputulokseen, vaan joihinkin toimiin liittyy myös selkeä sosiaalinen käytäntö ja aspekti. Esimerkkinä voidaan ajatella kouluun tulemisen ja oppimisen käytäntöjä. Lapset liittyvät oppimiseen myös sosiaalisen kanssakäymisen ystävien kanssa. Lasten tullessa kouluun, he odottavat opetuksen alkua ystäviensä kanssa ja haluaisivat istua ystäviensä vieressä oppitunneilla. Opetuksen aikana supatellaan ystävien kesken ja kirjoitellaan paperinpaloihin viestejä. Oppimiskäytännössä voidaan nähdä olevan myös sosiaalinen aspekti, joka koetaan tärkeäksi osaksi oppimiskäytäntöä. Sosiaalisia käytäntöjä liittyy myös koiraharrastuksiin. Koiraharrastuslajeihin, kuten agilityyn ja näyttelyihin matkustetaan usein yhdessä ystävien kanssa, jopa kokonainen bussi voi olla vuokrattuna tähän tarkoitukseen. Harrastamiseen liittyy itse konkreettisten harrastuskäytäntöjen lisäksi vahva sosiaalisten käytäntöjen sidos, sillä itse harrastamisessa sosiaalinen kanssakäyminen muiden harrastajien kanssa voi olla yhtä tärkeää, kuin itse laji. Tässä kappaleessa käsitelen koiraharrastajan perspektiivistä sosiaalisia käytäntöjä ostokäyttäytymisen ja harrastuskäytäntöjen osalta.

6.1 Koiranomistaja kuluttajana

Tutkimuksessaan Vänskä (2014, 266) toteaa lemmikkikoirien vahvistaneen asemaansa 2000-luvulla. Mainoksissa käytetään hyväksi lemmikkien keskeistä asemaa ihmisten elämässä ja ihmisten ja lemmikkien välistä kiintymystä. Tutkimukset ovat osoittaneet, että mikäli mainoksessa on mukana koira, mainos muistetaan todennäköisemmin ja siihen liitetään positiivisempia mielikuvia, verrattuna mainokseen, jossa koira ei ole. Mainonnalla herätetään kuluttajien haluja ja tarpeita. Seuraavassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan koiranomistajille suunnattua markkinointia:

”Televisiossa mainostetaan milloin minkälaista koiranruokaa ja koirille suunnattua dentastixiä, joka mainoksen mukaan vapautta omistajan koiran hammashuollolta. Mitä uskomattomampia terveysväitteitä esitetään koiran kuivamuonista ja namipaloja löytyy lukuisissa eri muodoissa; on sydämenmuotoisia, luunmuotoisia, tassunmuotoisia jne. Löytyy erilaisia tietokoneohjelmia, joilla voit seurata lemmikkisi toimia päivän aikana työssä käydessäsi. On erilaisia jäsenkerhoja, jotka perustuvat alennuksiin esimerkiksi ruuista tai harrastuskerroista. Mediaähky koiratarvikkeiden osalta alkaa olla jo melko valtava ja koirakerhojen jäsenlehtien välistä tursuaa koiratarvikekauppojen mainoksia. Edes postilaatikossa oleva ”Ei mainoksia”-teksti ei tähän vaikuta, kun mainoslehtiset ovat jäsenlehtien välissä toimitettavia.” (Oma päiväkirjamerkintä 15.3.2019.)

Itse ostoprosessi muodostuu neljästä vaiheesta: ensimmäiseksi kuluttajalle syntyy tarve, jonka jälkeen siirrytään suunnitteluun ja päätöksentekoon. Kolmantena vaiheena on itse ostotapahtuma, jonka jälkeen viimeisenä vaiheena on oston jälkeinen käyttäytyminen, jolla voi olla vaikutusta tulevaan ostokäyttäytymiseen. (Foxall & Goldsmith 1994, 25.) Vaikka markkinoinnilla pyritään herättämään kuluttajille tarpeita tehdä ostoksia, kaksi keskeisintä tekijää ostokäyttäytymisessä ovat ostokyky ja ostohalu (Bergström & Leppänen 2002, 30). Tässä tutkimuksessa ei keskeisessä osassa ole markkinointi ja sen keinot vaikuttaa tehtyihin kulutuspäätöksiin, vaan lemmikin rooli kulutuskäytännöissä ja niiden muodostumisessa. Voidaanko tarpeen kulutukseen katsoa syntyvän kuluttajalle vai lemmikille? Vai voidaanko ajatella lemmikin perustarpeesta jalostuvan tarpeen kuluttajalle siten, että molemmat osapuolet ikään kuin toimivat kulutus päätöksen ja -käytäntöjen luoja? Olemme ensi-

sijaisesti kiinnostuneita siitä, ohjaako lemmikinomistaminen sosiaalisena käytäntönä meitä tietynlaisiin kulutuskäytäntöihin.

Warden (2005) näkökulman mukaan on sosiaalisia ryhmiä, jotka ovat muotoutuneet tietynlaisen kulutuskäytännön ympärille. Näissä ryhmissä kulutuskäytänteet luovat yhteenkuuluvuutta, identiteettiä ja merkitystä ryhmän jäsenille, mutta ajan kuluessa muuttuvat rutinoituneeksi toiminnaksi (Dwyer 2009, 342–343). Ihmisten voidaan havaita oppivan elämänsä aikana suorittamaan mitä laajempia rutiineja, prosessia erittelemättä tai miettimättä (Alasuutari 2007, 31). Näin ollen voidaan nähdä kuluttamisen ja ostokäyttäytymisen olevan rutinoitunutta toimintaa, mutta myös toisaalta yhteisöllistä toimintaa (Schau ym. 2009, 30–32).

Erilaisten käytäntöjen välillä voidaan nähdä olevan yhtenäisyyksiä ja vuorovaikutusta, joka voi olla tietyn aihealueen sisällä olevaa (*intrathematic*) tai aihealueiden välistä (*interthematic*). Tällä tarkoitetaan sitä, että aihealueen sisällä käytännöt toimivat yhdessä saavuttaakseen tietyn tavoitteen, kun taas aihealueiden väliset käytännöt voivat olla toisiaan tukevia ja johtaa uusiin käytäntöihin (Schau ym. 2009, 35–37). Esimerkiksi imuroiminen, luuttuaminen ja astioiden asettaminen astianpesukoneeseen voidaan nähdä olevan tietyn aihealueen sisällä, koska näissä kaikissa toiminnoissa on yhteinen päämäärä. Jos mietitään astioiden asettamista astianpesukoneeseen ja jauheliinan ruskistamista, ovat nämä kaksi toimintaa sinällään eri aihealueisiin kuuluvia, mutta voivat tukea toinen toistaan. Sama asia voidaan nähdä koiraperheen arjessa: esimerkiksi imuroiminen ja luuttuaminen kuuluvat olennaisena osana lemmikkiperheen arkeen. Lemmikin ylläpito yleisenä käytäntönä pitää sisällään lukuisia pääkäytäntöjä, jotka jakautuvat alakäytäntöihin. Mietittäessä pääkäytäntönä lemmikin hoivaa ja hyvinvointia, sitä tukevia alakäytäntöjä ovat muun muassa turkinhoito, ruokinta, silittäminen, terveydenhoito jne.

Käytännöillä voidaan nähdä olevan kehityskaari ja -historia ja ne ovat aina asiayhteyteen ja aikaan sidottuja (Warde 2005, 139). Myös lemmikin pito käytäntönä on vuosien aikana jalostunut. Jos sata vuotta sitten seurakoirat olivat ensisijaisesti varakkaiden perheiden ja kuninkaallisten etuoikeus, nykypäivänä ne kuuluvat tavallisten suomalaisten perheenjäseniksi. Koiran pitäminen käytäntönä on laaja käsite, jonka ymmärtämiseen vaikuttaa olennaisesti ympäröivä kulttuuri. Samoin toteavat myös Shove ja Pantzar (2005, 52–55); käytäntöjä voidaan muokata ja luoda uusiksi eri konteksteissa, sillä käytäntö ei välttämättä

sovellu sellaisenaan paikasta ja kulttuurista toiseen. Verrattaessa koiran ylläpitoa Suomen Lapissa verrattuna Floridan aurinkoon, tulee muun muassa koiran ulkoilussa kiinnittää huomioita erilaisiin asioihin. Toisaalta myös käytännön suorittajan toiminnassa tapahtuu kehitystä, joka sekin muuttaa käytännön suorittamista. Käytännön itsensä lisäksi myös käytäntöön liittyvät esineet voivat muuttua, joka sekin vaikuttaa käytännön suorittamiseen (Hämeenaho 2011, 106). Turkinhoidonkäytäntöjen suorittamisessa erilaiset esineet ovat olennaisena osana käytännön suorittamista. Erilaisilla koiraroduilla on erilaisia vaatimuksia turkinhoidon suhteen, eivätkä kaikki turkinhoitovälineet sovi kaikille turkeille. Kun lyhytkarvaisen koiran turkkia pyyhkäistään ennen näyttelykehää säämiskällä, ei säämiskä auta mitenkään pitkäturkkisella koiralla. Samoin taas tiheä ja hieno kampa ei mene kaikenlaisista turkeista läpi ja lyhytkarvaista koira ei ole tarpeen harjata. Turkinhoidossa käytännön esine voi olla myös hoitosuihke, joka häviää markkinoilta ja vaikuttaa siten käytännön suorittamisen muuttumiseen.

On olemassa myös erilaisia kulutusyhteisöjä, joissa ostokäyttäytyminen määrittää koko ryhmän yhteenkuuluvuuden, kuten kasvissyöjät tai kestovaippailijat. Tiedyt käytännöt voivat myös jakautua alakäytäntöihin; esimerkiksi ruokailukäytännön voidaan katsoa pitävän sisällään tai jakautuvan erilaisiin alakäytäntöihin, kuten ruuanvalmistuskäytäntöön, ruuanhankkimiskäytäntöön jne. Samalla tavalla kuin ihmisten ruokailukäytännöt, myös koirien ruokintakäytännöt pitävät sisällään erilaisia alakäytäntöjä, kuten ruuanhankkimiskäytännön sekä ruuantarjoamiskäytännön (annetaanko ruoka esim. kupista vai lautaselta, kerran vai kahdesti päivässä jne.). Osana lemmikin ruokintakäytäntöä on myös itse ruoka, siis se, mitä koira kuppiinsa saa: toiset omistajat vannovat raakaruokinnan nimeen ja toiset syöttävät lemmikeilleen kotiruokaa. Tutkijan roolista havainnoiden voinen linjata kulttuurin vaikuttavan valittuun ruokintakäytäntöön. Myös aikanaan kotoa opituilla käytännöillä voi olla vahva vaikutus tulevaan lemmikinomistamiseen ja siinä roolissa tehtyihin päätöksiin sekä muodostuneisiin käytäntöihin. Osana kulttuuria käytäntöihin vaikuttavana tekijänä on myös koiran rotu ja kulttuuriimme kietoutuneet käsitykset koirista. Esimerkkinä voidaan ajatella pienen seurakoiran ruokintaa maalaistalon työkoiran vastaavaan; rohkenen väittää, ettei maatalon työkoiraa ruokita pelkällä koirille suunnatulla lihahyytelöllä, mutta seuraakoiran osalta tämä on hyvinkin mahdollista, ettei se syö muuta kuin herkkuruokaa purkista. Maatalon työkoiraa kohtaan asetetaan tiettyjä oletuksia: sitä ruokitaan koiran kuivamuonalla ja kotiruuan tähteillä. Koiran tarkoitus on tehdä töitä leipänsä eteen ja se palkitaan onnistuneesta työstä, ei kotisohvalla lepäämisestä. Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan

pienen seurakoiran ruokintaa, jossa voidaan havaita koiran tekevän päätöksen syömästään ruuasta ja olevan osaltaan muodostamassa ruokinnan käytäntöä:

”Meidän Martille ei maistu nappulat, ei kerrassaan ollenkaan. Tuttu virsi useammankin seurakoiranomistajan suusta. Jännä juttu, että kun Martti tulee hoitoon kasvattajan luo, jossa ruokinta toteutetaan mallilla ota-tai-jätä, alkaa Martillekin muutaman päivän päästä kuivamuona maittaa mukisematta. Koiran palatessa kotiin kuivamuonalinjalla pysytään muutaman päivän ajan, mutta pitäähän Martin saada kuivamuonan lisäksi myös kinkkuleikettä ja jauhelihaa, joten kuivamuonaa ei syödä kahden viikon kuluttua enää ollenkaan. Kuka päätti, mitä koira syö, kysynpä vain...” (Oma päiväkirjamerkintä 26.2.2019.)

Päiväkirjamerkinnästä voidaan havaita sosiaalinen aspekti ja se voidaan nähdä kokonaan yhtenä osana koirallisten kotitalouksien kulutusta. Lemmikin ruokintakäytäntöjä mietittäessä on huomioitava, että vaikkei lemmikki kykene ilmaisemaan itseään sanallisesti, on sillä kuitenkin kyky ilmaista itseään kehon kielellä. Koiran omistajan ja *Martin* välille on muodostunut sosiaalisia käytäntöjä. Mikäli omistaja ruokkii päiväkirjamerkinnässä kuvattua koiraansa vain kuivamuonalla, jättää koira syömättä ja aiheuttaa huolta omistajalleen. Koiran saadessa kinkkuleikkelettä ja pehmytruokaa on ruokahalua ja se saa puolestaan omistajan hyvälle tuulelle. Ruokintakäytäntöön kuuluu olennaisena osana myös ruokailukertojen määrä ja herkkupalat. Saako koira ruokaa kuinka monta kertaa päivässä ja tarjoillaanko koiralle pääruokien välissä myös välipaloja eli herkkuja. Sosiaalisia käytäntöjä muodostuu koiran ja omistajan välille etenkin välipalalohkujen muodossa; omistajan istuessa ruokapöytään koira tulee viereen istumaan ja tuijottaa omistajaansa herkeämättä anellen edes pienenpieniä leivänpalaa, parhaimmillaan jopa tassullaan läpsäisee omistajaa jalkaan ilmoittaakseen läsnäolonsa ja tarpeensa. Koiran ja omistajan välinen hellimisen käytäntö on myös osana lemmikin ruokintakäytäntöjä.

Lemmikin omistaminen aiheuttaa kuluttamisen osalta haasteita myös muiden kuin ruuan osalta. Kuten luvussa viisi mainittiin, voi lemmikinomistaminen vaikuttaa myös sisustukseen, kulkuneuvon sekä asumismuotoon. Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan koiran omistamisen vaikutusta omistajan ulkonäköön vaatetuksen muodossa:

”Kuluttajan ja koiranomistajan roolit yhdistettynä samaan pakettiin eivät aina ole helppo kombo. Minusta on mukavaa pukeutua juuri sellaisiin vaatteisiin, mitkä milloinkin tuntuvat hyvältä, mutta käytännössä se ei aina ole mahdollista. Miksi? Valkoisten pitkäkarvaisten koirien omistajana tietyt materiaalit ovat absoluuttinen ei, kuten sametti, siitä ei maailmanloppuun mennessäkään saa kaikkia karvoja irti. Haasteellisia ovat myös tietyt värit valkoisen karvan kanssa, mutta sen olen päättänyt, että väreistä en luovu. Toisaalta myös vaikkapa valkoiset farkut eivät ole lemmikin omistajalle ihanteellisin vaihtoehto, jos ylipäättään ovat kenellekään.” (Oma päiväkirjamerkintä 29.10.2018.)

Päiväkirjamerkinnässä kuvataan koiranomistajan tekemiä valintoja vaatetuksen suhteen, jota käsiteltiin jo edellisessä luvussa koiran karvojen osalta. Kuten jo aiemmassa luvussa havaittiin, vaikuttaa lemmikki osaltaan myös omistajan ulkonäköön ja pukeutumiseen. Tietyt materiaalit niin vaatetuksessa kuin kodin sisustuksessa ovat toimimattomia koiratalouksissa, mikäli omistaja haluaisi normaalissa arjessa minimoida koirien jättämät elämisenjäljet. Moni lemmikinomistaja pitää valkoista sohvia kauniina, mutta tiedostaa kuitenkin sen mahdottomuuden lemmikin kanssa; sohvia pitäisi jatkuvasti peitellä viltein ja taljoin, jotta sen saisi pidettyä mahdollisimman viihtyisänä ja siistinä. Painostus ja ohjaus ostokäytäntöihin voi tulla sekä lemmikin omistamisen ympärille muodostuneista kokemuksen kautta muotoutuneista käytännöistä, mutta myös koiraan liittyvistä sosiaalisista ryhmistä. Erilaisissa koiraharrastusryhmissä tietyt tuotteet vakiintuvat harrastuksen ympärille siten, että jokaisella harrastajalla tulisi ne olla. Koirataloudessa voidaan havaita sosiaalisten suhteiden vaikuttavan myös ostokäytäntöihin; millaisia huonekaluja hankitaan, millaisia pesuaineita käytetään, millaisia vaatteita itse käytetään jne. Miten sosiaaliset käytännöt esiintyvät kulutuskäytännöissä? Koirallinen kotitalous ei välttämättä huomaa vaatteissaan olevia koirankarvoja, mutta koirattomat sukulaiset, tuttavat ja työkaverit voivat asiasta huomauttaa. Koirallista ystävää ei ehkä likainen valkoinen sohva häiritse, mutta koirattomat sukulaiset voivat sitä kauhistella.

Pukeutuminen on lemmikinomistajalle myös kontekstisidonnaista, kuten seuraavassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan:

”Lemmikkien kanssa ulkoillessa tuulipuku ja säähän sopivat jalkineet ovat

olennaisena osana miellyttävää ulkoilua. Korkokengissä ja jakkupuvussa lenkkeily metsässä ei tunnu luontevalta. Koiranäyttelyissä kuitenkin pukeudutaan usein jakkuun ja hameeseen tai housuihin, harvemmin kuitenkaan korkokenkiin. Koiranäyttelyissä katsottaisiin kieroon, jos pienen seurakoiran kanssa näyttelykehään astelisi tuulipuku päällä. Koiranäyttelypaikalla täysin normaali varustus on jakkupuku ja koiranrattaat, kun taas tämä varustus tuntuisi täysin sopimattomalta koiran kanssa ulkoiluun lenkkipolulla.” (Oma päiväkirjamerkintä 15.6.2018.)

Sosiaaliset käytännöt näyttävät osaansa myös yllä olevassa päiväkirjamerkinnässä. Harrastuksissa on määritetyt pukeutumismormit, jotka eivät tunnu sopivilta muihin toimiin lemmikkien kanssa. Voidaan todeta lemmikkeihin liittyvän pukeutumisen olevan vahvasti kontekstisidonnaista, paikka ja tapahtuma määräävät olennaisesti käytäntöön sopivaa vaatetusta.

Olen lemmikkien myötä havainnut muutoksia myös vieraiden vastaanottamisessa. Yllätysvierailut ovat harvoin toivottuja, koska tällöin koiranomistaja ei osaa varautua imuroimaan ja siivoamaan koirien leluja lelukoriin. Jos yllätysvierailulle tulee tuttava, joka itsekin on koiranomistaja, en koe siisteydestä juurikaan painetta. Tietynlainen siisteystaso voidaan nähdä myös yhtenä kulttuuriin kietoutuneena tekijänä, meille on asetettu tietynlaiset normit, joiden sisällä tulisi pysyä. Koiranomistajan on ponnisteltava pysyäkseen asetetuissa ”siivousstandardeissa” ja siivouskäytännön harjoittamiseen eritoten hyvät välineet ovat keskeisessä roolissa. Kuten jo aiemmin tässä tutkimuksessa on havaittu, on siivous keskeisessä roolissa jokaisessa lemmikkikodissa. Jokainen meistä kuitenkin asettaa sopivalle siivoustasolle omat kriteerinsä. Eroja kotitalouksien välillä ilmenee suuresti, alle olevassa päiväkirjamerkinnässä on kuvattu yhden kotitalouden siivouskäytäntöjä:

”Kasvattajan roolissa keskustelin erään kasvattajakollegani kanssa ja keskustelimme perheestä, jossa perheenäiti oli suorastaan himosiivoaja. Kotona oli valkoiset kangassohvat ja matoissa hapsut suoraksi kammattuina. Perheen tullessa katsomaan pentuja tiedusteltiin perheeltä useamman kerran, ymmärtäväthän he sen, että koiran tultua taloon koti ei tule koskaan olemaan entisensä. Koira saattaa kantaa työpäivän aikana leluja ympäri asuntoa, se saattaa etenkin pentuaikana tehdä tarpeensa matolle. Koira tuo turkissaan

sisälle hiekkaa, oksia ja lehtiä ja koirasta lähtee karvaa. Kodin siivoustyöt takuulla lisääntyvät koiran saapumisen jälkeen ja myös koira itsessään aiheuttaa työtä. Koiran kanssa tulee ulkoilla, säällä kuin säällä ja sen turkki vaatii säännöllistä hoitoa.” (Oma päiväkirjamerkintä, 16.11.2018.)

Dotsonin ja Hyattin (2008, 462) tutkimuksessa puhutaan myös koiralle asetetuista rajoista. Tämä oli kasvattajan näkökulmasta katsottuna mielenkiintoinen asia, josko hyvinkin arkinen. Jokainen koiranomistaja asettaa omat rajansa sille, mitä koira saa tehdä (aiivan kuten jokainen vanhempi asettaa rajat lapsilleen), minne saa mennä jne. Tutkimuksessa oli havaittu, että sellaiset omistajat, jotka antavat koiransa nukkua sohvalla ja sängyssä ovat yleensä enemmän emotionaalisesti sitoutuneita lemmikkeihinsä, verrattuna sellaisiin perheisiin, joissa koiralla ei ollut asiaa huonekaluille. (Dotson & Hyatt, 2008, 462.) Emotionaalinen suhde koiran ja ihmisen välillä vaikuttaa siis myös perheen arjen käytäntöihin, kuten siivoamiseen. Jokaisella meillä on omat muodostuneet käytännöt siivouksen suhteen ja etenkin sen suhteen, kuinka usein siivoaminen on tarpeellista, säilyttääksemme kotonamme sellaisen siistiysasteen, joka on omasta mielestämme sovelias ja jossa viihdymme.

Miten koiranomistajan ostokäytännöt muodostuvat? Jos ajatellaan pelkästään kulutusvalintoja, voidaan niihin nähdä vaikuttavan ympäröivän kulttuurin ja ihmisten sekä maantieteellisen sijainnin, mutta myös omistajan omien mieltymysten. Harrastusympyröistä voi myös tulla paineistusta tietynlaisten tuotteiden hankintaan. Toisaalta myös kokemus tuo oman vaikutuksensa, kokemuksen karttuessa usein opitaan tuntemaan omalle koiralle sopivimmat tuotteet. Tuoreen koiranomistajan mietteitä ostoksista kuvataan alla olevassa päiväkirjamerkinnässä:

”Tuoreena koiranomistajana vuosia sitten oli kiva kierrellä eläintarvikeliikkeitä ja selailla eläintarvikkeita myyviä verkkokauppoja. Erilaisia tarvikkeita tuli vuosien varrella kerättyä vaikka minkälaisia, oli useampaa eri materiaalia olevaa kuljetushäkkiä, ruokakuppia, takkia jne. ”Punaisen lapun tuotteet” olivat täysi heikkous, pitihän meidän karvakavereiden saada ehdottomasti pinkki orava-lelu, vaikka lelukorit pursusivat vihreistä virtahevoista ja sinisistä kissoista. Ja pursusivat muuten itse virtahevot ja kissatkin, nimittäin täytteensä ulos, kun arvon vanhin koirarouva esitti niille tapporavistuksensa,

yleensä täytteet pysyivät leluissa sisällä ruhtinaalliset 5 minuuttia. Tällaisten lelujen hankkiminen oli yhtä tyhjän kanssa, koska tuossa elämänvaiheessa tuntui, ettei roudalla olisi ehjänä pysynyt kuin metrinen rataakiskon pätkä... Ajan saatossa alkoi huomata, etteivät punaiset laput tuo autuutta ja lelujenkin osalta alkoi käytännöllisyys viedä voiton, tuli ostettua ennemmin sellaisia leluja, joille annettiin ”puru-takuu” ja jotka jo lähtökohtaisesti vaikuttivat laadukkailta. Myös turkinhoitovälineissä ja muissa tarvikkeissa huomasi vaikiintuneet tuotteet ja käytännöt ja pikkuhiljaa turhat tarpeet alkoivat karsiutua joukosta.” (Oma päiväkirjamerkintä 3.4.2016.)

Mihin tarpeeseen ostokäyttäytyminen vastasi hankkiessani näitä sateenkaarenväreissä olevia pehmoleluja, joiden tiesin olevan kertakäyttöistä materiaa, koirilleni? Kuten aiemmin todettiin, ostokäyttäytymisen perimmäisenä tarkoituksena on jokin tarve. Pehmolelujen ostamiselle ei ole elintärkeää perustarvetta, jolloin ostokäyttäytymisen syytä katsotaan laajemmalla perspektiivillä. Mihin tarpeeseen käyttäytyminen sitten vastaa? Haluamme tuottaa hyvää oloa ja iloa lemmikeillemme ja siitä saamme vastavuoroisesti itsellemme hyvää mieltä, oloa ja yhteistä hellittelyaika lemmikkien kanssa. Voidaan siis ajatella ostokäytännön syntyneen hoivaamis- ja hellimiskäytännöiden tarpeesta. Varmaa on kuitenkin se, ettei lemmikki kykene muodostamaan kulutuskäytäntöjä ilman ihmistä. Ihminen on väistämättä osana käytäntöjä käytäntöjen toteuttajan roolissa (Shove, Pantzar & Watson 2012; Nicolini 2012). Ihmisten omaamat käytännöt muodostavat raamit tämän toiminnalle, mutta samalla myös lemmikin käytännöille. Ihmisen käyttäytymisen voidaan nähdä olevan osana sosiaalisia käytäntöjä, johon myös lemmikki on osana. Tiedetyt käytännöt ovat mahdollisia ainoastaan tietyissä konteksteissa. Käytäntöjen muodostumiseen vaikuttavat yksilön sosiaaliset ja taloudelliset tekijät. Yksilön kehollisuus ja esineet kuuluvat olennaisina osina käytäntöihin. (Reckwitz 2002; Whittington 2006; Nicolini 2017.)

Toisaalta koira voi muodostaa omistajalleen käytäntöjä myös omistajan aktiivisuuden osalta. Dotson ja Hyatt (2008, 462) esittävät tutkimuksessaan koiran lisäävän omistajansa aktiivisuustasoa, muun muassa nostamalla omistajan fyysistä aktiivisuutta. Omistaja haluaa ulkoilla koiransa kanssa ja leikkiä tämän kanssa, jolloin tästäkin muodostuu yhdenlainen käytäntö omistajan ja koiran välille, jossa koira voidaan nähdä ulkoilemisen osalta myös tarvittavana asiana, jotta käytäntö ulkoilu tulee suoritetuksi. (Dotson & Hyatt, 2008, 462.) Kuten aiemmassa luvussa todettiin, lemmikki voi vaikuttaa myös osana kotitalouden asu-

miskäytäntöihin. Alle olevassa päiväkirjamerkinnässä kerrotaan asunnon myymiseen liittyvistä asioista lemmikkien osalta:

”Keskustelin ystäväni kanssa asunnon myyntiin liittyvistä asioista, koska he olivat juuri myyneet omansa. Heidän kotitaloudessa asuu myös nelijalkaisia ystäviä ja välittäjä oli suoraan sanonut, että kannattaa asunnon myyntikuviin poistaa kotoa kaikki koiriin liittyvä materiaali, samoin asunnon näyttöihin. On olemassa ihmisiä, jotka inhoavat lemmikkejä niin paljon, etteivät edes katso asuntoa, jossa lemmikki on asunut.” (Oma päiväkirjamerkintä 7.1.2020.)

Yllä oleva päiväkirjamerkintä kuvaa koiriin liitettäviä mielikuvia ja sitä, miten osa ihmisistä suhtautuu lemmikkeihin. Tällaiset ihmiset osoittavat myös käytännöllään, etteivät ole lemmikeistä kiinnostuneita, eivätkä halua mitään kontaktia lemmikkeihin tai näiden omistajiin. Näin ollen asunnon vaihtaminen voi venyä, koska edellistä asuntoa ei lemmikkien vuoksi välttämättä saada kaupaksi toivotussa aikataulussa.

6.2 Koiraharrastaja kuluttajana

Jos koiran kanssa päädytään harrastamaan tiettyä lajia ja vielä tavoitteellisesti, vaikuttaa se koiraharrastajan myötä myös muuhun perheeseen. Koiraharrastus on läsnä kotona, eikä sitä voi sulkea pois silloin, kun se sopivalta tuntuisi. Monissa muissa harrastuksissa harrastusvälineet voi jättää säilöön autotalliin tai varastoon, mutta koiraharrastuksessa ”harrastusvälineet” ovat mukana arkisessa elämässä. Tätä kuvataan alla olevassa päiväkirjamerkinnässä:

”Harrastuksen varjopuolena on se, että koiraharrastajan harrastus on koko perheen arjessa läsnä 24/7. Muu perhe ei pysty välttymään harrastukselta, vaikka vain yksi perheenjäsenistä harrastaisi koirien kanssa. Avopuolisoni harrastaa autourheilua ja jo lähtökohtaisesti minusta olisi aika huvittavaa, mikäli hänen harrastusvälineensä olisivat keskellä meidän olohuonetta. Silti kuitenkin vaadin sitä häneltä, että hänen täytyy hyväksyä minun harrastukseni osaksi taloutemme arkea. Koira ja autohan ovat lainsäädännössä molemmat irtaimia esineitä, vaikkakin toinen on elävä ja toinen ei. Minun harrastukseni on varmasti enemmän arjessamme läsnä ja vaikuttaa enemmän koti-

taloutemme tekemisiin, kuin mitä hänen.” (Oma päiväkirjamerkintä 12.2.2016.)

Koiraharrastuksiin liittyy selkeästi myös erilaisia sosiaalisia käytäntöjä. Kuten Reckwitz (2002) kuvasi sosiaalisia käytäntöjä, pitävät ne sisällään vahvasti erilaisia rutiineja; rutiineja ja kehon liikkeissä, ymmärtää ja haluta käyttää asioita ja esineitä yhdistyneenä itse käytäntöön. Osana käytäntöjä on myös materiaallinen puoli, joka on osana käytäntöjä sekä rajoittamassa että mahdollistamassa käytännön suorittamista. Myös koiran kanssa harrastamisessa tarvitaan ymmärrys käytännön muodostumiseksi sisältäen materiaallisen ulottuvuuden. Tässä luvussa erittelen yhden tunnetuimman koiraharrastuksen, koiranäyttelyiden, ympärille muodostuneita käytäntöjä. Koska oma koiraharrastukseni kytkeytyy lähinnä koiranäyttelyiden piiriin, keskityn kuvaamaan siihen liittyviä käytäntöjä niiden ollessa omasta tutkijapositionista tutuimpia.

Koiranäyttelyharrastuksessa ohjaamiskäytännöt ovat yhtenä osana harrastuksen ympärille muodostuneita käytäntöjä. Koiranäyttelyharrastus ja siihen liittyvät käytännöt ovat koiraharrastuksista materiaalisin ja se vaatii erilaisia asioita ja esineitä käytäntöjen suorittamiseen. Vähintään näyttelyhihna on käytännön suorittamisen pakollinen osa, sillä koiran on oltava asianmukaisesti kytkettynä näyttelyssä ja kehään osallistuttaessa koiran on oltava kytkettynä rodulle sopivalla näyttelyhihnalla kehäkäytännön suorittamiseksi. Rodusta riippuen käytännön suorittaminen voi vaatia myös erilaisia esivalmisteluja ja niihin liittyviä esineitä, kuten koiran pesu- ja turkinhoitotarpeita. Pitkäkarvaisen koiran näyttelykäytäntö pitää sisällään myös käytännön turkinpesusta ja -valmistelusta näyttelyä varten. Kuvaan tässä luvussa koiranäyttelyyn liittyviä käytäntöjä omasta perspektiivistäni. Lähden avaamaan koiranäyttelyihin liittyviä käytäntöjä ilmoittautumisesta itse tapahtumaan osallistumiseen, kaikkine valmisteluineen ja siihen liittyvine käytäntöineen.

Koiranäyttelyyn valmistautuminen lähtee koiranäyttelyyn ilmoittautumisesta. Koiranäyttelyyn ilmoittautuminen on rutinoitunut toimenpide, jonne Suomessa Suomen Kennelliitto on antanut kaksi vaihtoehtoa, paperisen tai sähköisen ilmoittautumisen. Ilmoittautumisen jälkeen alkaa matkan todellinen suunnitteluosuus, majoitus- ja matkasuunnitelman tekeminen. Kun matkasuunnitelmat ovat valmiina, voidaan siirtyä matkan seuraavaan vaiheeseen, pukeutumissuunnitelmiin. Alla olevissa päiväkirjamerkinnöissä kuvataan pukeutumiseen liittyviä käytäntöjä:

”Olemme päättäneet osallistua Moskovan Maailman Voittaja 2016-näyttelyyn. Koska näyttely kisataan Venäjällä ja kyseessä on arvonäyttely, tulee näyttelyyn valmistautuminen myös esittäjän osalta olla kunnossa. Lähdin ostamaan itselleni näyttelyyn sopivia vaatteita ja katselin muutamassa liikkeessä ympärilläni. Myyjä tuli kysymään tarvitsisinko apua ja kerroin hänelle mitä etsin ja mihin tarkoitukseen. Näin hänen ilmeestään huvittuneisuuden, jonka olen kohdannut joskus aiemminkin samassa tilanteessa, kun olen ollut ostamassa näyttelyvaatteita. Usein kuulen myös kysyttävän, että eikös siellä näyttelyissä esitetä sitä koiraa eikä itseä. Kyllä, pääasiassa koiraa, mutta kääpiökoiraroduissa myös oletetaan esittäjän kunnioittavan tilaisuutta ja olevan huoliteltu näyttelykehään mentäessä. Jälkikäteen aloin miettiä asiaa, miksi koiranäyttelyistä ja siihen liittyvästä pukeutumisesta ja oheistarvikkeista puhuminen asiaan vihkiytymättömien kanssa on välillä todella hankalaa ja joskus jopa hävettävää kertoa harrastukseen liittyvistä kustannuksista? Miksi koiranäyttelyharrastus on jollain tapaa hävettävä verrattuna vaikkapa voimisteluun, jalkapalloon tai ratsastukseen?” (Oma päiväkirjamerkintä 30.5.2016.)

”Ensimmäisenä mietin sitä, mitä puen päälle näyttelyyn, kun oikein mikään ei sovi, eikä varsinkaan istu päälle suuren vatsan kanssa. Raskausaika oli muutoinkin haastavampaa näyttelyiden suhteen, matkasuunnitelmista tuli tehdä aiempaa väljempiä, koska oma jaksaminen ei kerta kaikkiaan riittänyt entiseen malliin. Raskausaikana huomasi myös sukulaisten muuttuneen asenteen, osa oletti koiraharrastuksen jäävän taka-alalle ja toiset olivat huolissaan matkusteluista ja sanoivat, että tulisi rauhoittua kotiin.” (Oma päiväkirjamerkintä 17.1.2020.)

Koiranäyttelyihin on asetettu tietynlainen kirjoittamaton koiranäyttelyetiketti, joka pitää sisällään muun muassa käytäntöjä pukeutumisesta. Pukeutumisen tulee olla konservatiivista, eikä esittäjän vaatetus saa häiritä koiraa, sillä koiran tulee olla pääosassa näyttelyissä. Pukeutumisen tulee antaa arvoa koiralle ja vaatetuksen tulee olla väritykseltään sellainen, että koira tulisi mahdollisimman hyvin esille. Tällä tarkoitetaan sitä, että mustaa koiraa esitettäessä ei esittäjän tulisi pukeutua mustaan, jotta koira pääsisi arvoonsa. Pukeutumis-

käytännöt ovat rutiininomaisia, mutta eniten ne korostuvat kuitenkin pienissä seurakoiraroduissa. On selvää, että esittäjä on pukeutunut mekkoon, hameeseen tai housuihin sekä jakkuun. Miehet pukeutuvat suoriin housuihin, pikkukenkiin ja/tai kauluspaitaan ja pikkutakkiin. Poikkeuksena pukeutumiskäytännöissä ovat metsästyskoirarodut, joissa esittäjällä voi olla päällä metsästyspuku. Myös näyttely itsessään vaikuttaa tapahtumaan: onko kyseessä pieni ulkona järjestettävä ryhmänäyttely vai parinkymmentuhannen osallistuvan koiran sisällä pidettävä maailmanvoittajanäyttely? Pienissä ryhmänäyttelyissä pukeutuminen on vähemmän muodollista verrattuna vuoden päänäyttelyihin, joissa kilpaillaan muun muassa maailman ja Euroopan kauneimman koiran arvosta. Parhaimmat käyttävät itsensä näyttelyvalmistautumiseen useamman tunnin, koiran valmistelemisesta puhumattakaan.

Koiränäyttelyetikettiin kuuluu hillitty ja asiallinen käytös, kuten jo edellä mainittiin, tulee koiran olla keskeisessä roolissa näyttelykehässä. Koiran esittäjä ei puhuttele tuomaria, mutta vastaa tuomarin esittämiin kysymyksiin koirasta, yleensä koskien koiran ikää. Koiränäyttelyharrastuksessa ja siihen liittyvissä käytännöissä yhdistyy selkeästi yksi käytäntöteorian peruseriaate; agentit eli esittäjät ovat erilaisten käytäntöjen yhdistymispiste yhdessä koiran kanssa, sillä maailman ajatellaan pitävän sisällään erilaisia agenttien suorittamia sosiaalisia käytäntöjä.

Koiränäyttelyt vaativat jatkuvaa työtä koiran kanssa koiran kunnan ja turkin ylläpidon osalta. Turkin ylläpito korostuu pitkäkarvaisissa roduissa, onhan koiran tarkoitus edustaa rotuaan parhaalla mahdollisella tavalla näyttelyssä ja kilpailla muita rodun edustajia vastaan. Omalta osaltani keskeisin ja aikaa vievin koiränäyttelyitä edeltävä käytäntö on turkinhoitoon liittyvät käytännöt. Koska kyseessä on valkoinen, pitkäkarvainen koira, liittyy näyttelyvalmistautumiseen erilaisia turkinhoitokäytäntöjä ja näihin käytäntöihin olennaisesti liittyviä asioita ja esineitä. Turkinhoidonkäytännöt koostuvat koiran pesemisestä sekä kuivaamisesta ja näiden toimien suorittamiseen tarvitaan koiralle sopivia pesuaineita, pyyhkeitä, harjoja, kampoja sekä tehokas kuivain. Ilman näitä kaikkia välineitä ei turkinhoidon käytäntöä voida suorittaa. Näyttelyvalmistautumisen osalta käytännöt ovat rutinoituneita toimenpiteitä, jolloin käytäntöjen aikataulut sujuu helpommin. Tätä kuvataan alla olevassa päiväkirjakappaleessa:

”Huomenna olisi näyttelyyn lähtö, herätys aamulla klo 6. Kello on jo kahdeksan illalla ja kaikki koirat pesemättä ja valmistelematta huomista kehää var-

ten. Jos nyt aloitan pesu-urakan, olen valmis pesupuuhista noin puolenyön aikoihin ja sen jälkeen vielä pakkaus aamua varten. Olisihan sitä voinut aikoinaan hieman helpommankin rodun valita, mallia ”ei pesua” ja pääsisi ajoissa nukkumaan...” (Oma päiväkirjamerkintä 22.2.2020.)

Kuten päiväkirjamerkinnässä kuvataan, koiranäyttelymatkustamiseen liittyy myös olennaisesti matkustus- ja pakkauskäytäntöjä. Koska matkat tehdään useimmiten omalla autolla matkan edullisuuden ja helpoimman perillepääsyn takaamiseksi, korostuvat myös pakkaamiskäytännöt matkustuskäytäntöjen ohessa. Ymmärryksemme pakkaamiskäytännöstä pitää sisällään esineiden pakkaamisen laukkuun ja laukun pakkaamisen kuljetusvälineeseen, kuten autoon. Eväitä pakatessani pakkaan ne pieneen matkakassiin mahtuvaan kylmälaukuun ison matkalaukun sijaan. Tavaroita autoon pakatessani pakkaan pienimmän laukun ylimmäiseksi ja asettelen autoon ensimmäisenä isoimmat tavarat. Lapsena opetellut palikkaleikit tulevat mieleen autoa pakatessani. Olennaista pakkaamiskäytännöissä on tavaroiden säilyminen ehjänä ja kaikkien tarpeellisten tavaroiden mukaan saaminen. Myös matka-seura vaikuttaa pakkauskäytäntöihin, kuten alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan:

”Olen lähdössä pidemmälle reissulle ensimmäistä kertaa uuden tuttavuuden kanssa. Saavun hänen kotipihaan ja aletaan pakkaamaan autoa. Tuttuun tapaan alkaa taivastelu, ”ei nämä kaikki tavarat millään mahdu mukaan” ja niin edelleen. Tähän hokemaan olen vuosien varrella jo niin tottunut, että totean pysymään pois pakkauksesta, minä hoidan pakkauspuolen ja hetken kulluttua kaikki tavarat ovat autossa ja matka valmiina alkamaan. Pari vuotta ja muutama kymmenen yhteistä reissua myöhemmin pakkaus hoituu tämän reissukaverin kanssa täydessä hiljaisuudessa kädenkäänteessä. Kokemus on opettanut, meitä molempia.” (Oma päiväkirjamerkintä 30.9.2018.)

Matkasuunnitelmat ja niihin liittyvät käytännöt ovat myös olennainen osa koiranäyttelyharastusta. Kokemus matkustamisesta ja suunnitelmien tekemisestä korostuu. Tutkittaessa matkareittiä on olennaisena osana muun muassa tien kunto: vaikka matka olisi kilometrimääräisesti mitattuna sama, voi mutkittelevan hiekkatien kautta kulkeva reitti verrattuna valtatiehen viedä kaksikertaisen matkustusajan. Kokemattoman matkaajan tulee varautua yllätyksiin matkasuunnitelmien osalta ja varata reilusti aikaa siirtymiin. Suomen rajojen sisäpuolella tehtävät matkat on helppoa suunnitella ajankäytön osalta, mutta ulkomaille

lähdeettäessä, lyhyenkin matkan tekemiseen voi mennä paljon aikaa ruuhkien ja tietöiden vuoksi. Matkasuunnitelmien teossa on otettava huomioon mahdolliset yllättävät tekijät, mahdollisesti jopa ajoneuvon rikkoutuminen.

Seuraavaksi käsittelen itse koiranäyttelyä tapahtumana ja koiranäyttelypaikalla tapahtuvia käytäntöjä. Noin viikkoa ennen näyttelyä julkaistaan näyttelyn aikataulut eli tieto siitä, mihin aikaan ja missä kehässä oma rotu arvostellaan näyttelyssä. Näyttelypaikalle tulee saapua hyvissä ajoin, viimeistään tuntia ennen oman rodun arvostelua. Näyttelypaikalle saavuttaessa siirrytään pysäköinnin ja rokotustentarkastusten jälkeen sen näyttelykehän laidalle, jossa oma rotu arvostellaan. Näin pysytään koko ajan mukana siinä, mitä kehässä tapahtuu ja koska oman rodun arvostelu alkaa. Kehäsihteeri pyytää arvosteltavat koirat kehään numerojärjestyksessä luokittain ja kehässä tulee olla ajoissa, myöhästymisiä ei sallita. Vaikka koira on pesty edellisenä iltana, se harjataan ja kammataan vielä näyttelykehän laidalla ennen kehään menoa, jotta turkki olisi mahdollisimman rodunomainen ja siisti. Turkinhoidonkäytännöt tulevat keskeiseen rooliin vielä tässäkin vaiheessa, eli käytännön suorittamiseen vaaditaan välineitä ja kehollisuuden ja ymmärryksen yhteyttä muodostuneen kokemuksen kautta. Turkinhoitokäytännöistä tulee huomioida suoritettavien käytäntöjen vaihtelevan merkittävästi niin rodun kuin ihmisenkin suhteen. Koska käytäntöjen suorittaminen syntyy kehollisesta toiminnasta, mentaalista toiminnasta ja ymmärryksestä, asiasta, henkilön omaamasta tiedosta ja tunnetiloista, tulee huomioida se, että jokaisen turkinhoitokäytäntöä suorittavan suoritus on erilainen (Reckwitz 2002). Annettaessa kahdelle henkilölle samat välineet, sama koira ja pyydetään henkilöitä valmistelevaan koira näyttelykehää varten, on lopputulos käytännön suorittajien välillä erilainen. Vaikka turkinhoitokäytännöt suoritettaisiin samoilla välineillä, ei käytännön suorittamisen lopputulos siltikään ole samanlainen kahden eri ihmisen suorittamana. Katsottaessa käytäntöä ainoastaan suorittamisen näkökulmasta, voidaan todeta molempien henkilöiden suorittaneen identtisen käytännön, kuten turkin harjaamisen. Arvioitaessa käytännön suorittamisen lopputulosta esteettisestä näkökulmasta, voidaan havaita ero lopputulosten välillä.

Näyttelykehään mentäessä koiran tulee olla kytkettynä sopivanlaiseen näyttelyhihnaan, joka on olennainen osa esiintymiskäytännön suorittamista. Koiran esittäjän tulee hallita kehäkäytännöt ja etenkin esittämiskäytännöt, koska esittäjän tulisi saada koira esiintymään mahdollisimman rodunomaisesti siten. Tässä korostuu esittäjän omaamat esittämiskäytännöt, sillä koiran yksilöesiintyminen kestää keskimäärin kahdesta kolmeen minuuttia ja sinä

aikana esittäjän tulisi saada koirasta kaikki parhaat puolet esille tuomarin arvostelua varten.

Koiranäyttelyissä keskeisenä roolissa ovat myös erilaiset sosiaaliset ja yhteisölliset käytännöt. Koiranäyttelyissä yhteisölliset käytännöt korostuvat, kuten myös henkilöiden ymmärrys käytäntöjen tilannesidonnoisuudesta. Koiranäyttelyihin liittyvät käytännöt, kuten oman vuoron odottaminen kuuluvat keskeisenä asiana harrastukseen ja on nimenomaan tilannesidonnoinen asia. Avataan käytännön tilannesidonnoisuutta: jos suuri määrä ihmisiä (tavallisessa koiranäyttelyissä olla jopa 2000 ihmistä koirineen) seisoi koiransa kanssa valmiudessa, koira viereen kytkettynä, saman jalkapallokentän tai raviradan reunalla ilman, että kyseessä olisi koiranäyttelytapahtuma, aiheuttaisi se muissa ulkopuolisissa ihmetystä. Sosiaaliset käytännöt näkyvät koiranäyttelyissä esimerkiksi tuomarin palkitessa ja järjestäessä koiria tiettyyn järjestykseen yksilöarvosteluiden jälkeen. Tuomari kättelee neljä parhaiten sijoitettua koirakkoa ja kättely voidaan nähdä yhtenä sosiaalisena käytäntönä. Toisiansa vastaan kilpailevat henkilöt eivät läheskään aina ole toisilleen entuudestaan tuttuja ja kilpailijat voivat olla kotoisin eri puolilta maailmaa. Tavallisesti tuomarin palkitessa voittajakoiran, voittajakoiran esittäjä sekä toiseksi tulleen koiran esittäjä halaavat toisiaan ja onnittelevat menestyksestä. Tämä on myös yksi selkeä harrastuksen piiriin muodostunut käytäntö ja se korostuu etenkin suuremmissa arvonnäyttelyissä. On kuitenkin huomattava, että halaaminen tapahtuu ainoastaan esittäjien välillä, tuomaria ei koskaan halata, eikä muutenkaan lähestyä tuttavallisesti.

Sosiaalisia käytäntöjä muodostaa myös valokuvaustavat näyttelyissä. Tuomarin valittua rotunsa paras ja vastakkaisen sukupuolen paras koira (kansankielellä tuomarin valittua parhaan uroksen ja parhaan nartun ja näistä kahdesta koirasta sitten vielä rodun voittajan), kerääntyy muita rodun harrastajia ottamaan kuvia voittajakoirista esittäjineen yhdessä tuomarin kanssa. Näitä kuvia harrastajat ja kasvattajat julkaisevat sosiaalisessa mediassa ja kotisivuillaan, tehdäkseen omia koiriaan tunnetuiksi myös ulkomaisille kasvattajille ja muille harrastajille. Näiden kuvien avulla verkostoidutaan ja harrastajien välillä muodostetaan erilaisia ryhmiä keskusteluun ja kuvien jakamiseen. Kun koiran suoritus valokuvauksineen on ohi, nousee turkinhoidon käytännöt jo kolmannen kerran esille. Ennen kuin koira päästetään lepäämään häkkiin, laitetaan sille poninhäntä etutukkaan. Jos karvat saavat olla auki, ne usein eksyvät koiran suuhun, menevät likaiseksi ja saavat jopa omatekoisen lyhennyksen.

Erilaiset sosiaaliset verkostot ja niiden toiminta ovat myös keskeisessä osassa koiranäyttelyharrastusta. Näillä erilaisilla foorumeilla, muun muassa Koiranäyttelyt-palstalla Facebookissa, harrastajat tiedustelevat muun muassa ulkomaisten näyttelypaikkojen tarkkoja osoitetietoja perille löytääkseen, ulkomaisia muotovalioarvosääntöjä sekä tarjoavat matkaseuraa näyttelyreissuille. Koiranäyttelyharrastuksessa ja näissä ryhmissä on yksi merkittävä piirre; näiden ryhmien jäsenillä ei ole mitään muuta yhteistä, kuin koiranäyttelyharrastus. Henkilöt eivät ole iältään, koulutukseltaan, asuinpaikaltaan tai sukupuoleltaan eroteltavissa ryhmän jäseniksi tai sen ulkopuolisiksi. Näillä foorumeilla on selkeästi muodostunut omia käytäntöjä, kuten keskustelukäytäntö, mitkä asiat kuuluvat palstalle ja mitkä muille koirafoorumeille.

Koiranäyttelyharrastajien vuoden kohokohtia ovat yleensä arvonäyttelyt, joissa kilpaillaan voittajatitteleistä. Suomessa voittajanäyttelyt asettuvat itsenäisyyspäivän lähetyville ja useille harrastajille Helsingin Messukeskuksessa järjestetyt näyttelyt ovat se tapahtuma, jossa tapaa laajimmin oman rodun omistajia ja kasvattajia. Alla olevassa päiväkirjamerkinnässä kuvataan ajatuksia ja näyttelyyn liitettyjä toimintoja:

”Näyttelyvuoden kohokohta, Helsingin voittaja-näyttelyt, alkavat lähestyä ja alkaa ainainen pohtiminen osallistumisen suhteen. Millä kulkuneuvolla reissuun lähdetään ja kenen kanssa reissu toteutetaan? Reissuun pitää kyllä päästä, vaikkei koiria näyttelyyn ilmoittaisikaan, onhan paikalla ”kaikki” ja messumyyjien osastoilla vuoden parhaat tarjoukset.” (Oma päiväkirjamerkintä 3.10.2018.)

Vuoden päänäyttelyyn on päästävä, vaikkei sinne koiria mukaan kilpailemaan ilmoitaisikaan. Tällainen viikonloppu Helsingissä hotellissa matkoineen kustantaa useamman sata-sen, eikä reissuun lähdössä voi vedota kilpailumatkaankaan, jos koirat jäävät kotiin. Mitä tarvetta tällainen matka koiraharrastajan kannalta täyttää? Koiraharrastaja toteuttaa matkustaessaan matkustamisen käytäntöjä, oli matka sitten koiranäyttelyyn osallistumista tai koiranäyttelyn katsomista varten. Yhtä tärkeä kuin itse matka ja määränpää, ovat seura ja sosiaaliset suhteet ja käytännöt yhdessä toimimisesta. Yhteisiin matkoihin liittyy myös yhdessä ostosten tekemistä, pääasiassa koiria varten, jossa ostoksien tekemisen käytäntöön yhdistyy olennaisena osana ostosten tekeminen yhdessä ystävien kanssa. Ehdottomasti sosiaaliset käytännöt nousevat ensisijaisena käytäntönä esille.

Koiraharrastus on harrastus muiden joukossa, mutta miksi siihen liittyviä käytäntöjä usein peitellään ja niistä vaietaan harrastuksen ulkopuolisten ihmisten kanssa? Välttämättä edes oma puoliso ei tiedä tarkkaa vuosittain koiraharrastukseen kuluvaan summaa, enkä itsekään ole uskaltanut pitää kirjaa koiriin menevistä kuluista. Seuraavissa kappaleissa pohdin koiraharrastusta ja siihen liittyvää häpeää ja salailua:

”Olen miettinyt vuosien varrella omia prioriteettejani. Näen aikuisen ihmisen elämän jakautuvan työn, perheen ja harrastusten ympärille. Jokainen meistä asettaa nämä komponentit itselleen sopivaan järjestykseen. Lukuisten mielipiteiden mukaan aktiiviset tavoitteet tulisi asettaa työuralle, ei harrastustoimintaan. Monelle ulkopuoliselle ei tunnu sopivan se, että minulle työ ja perhe eivät ole olleet ne ensimmäiset prioriteetit vaan harrastus on tärkeimmässä asemassa perheen ohella. Minulle ensimmäiset prioriteetit ovat perhe ja harrastukset, työ tulee vasta niiden jälkeen. Minun käsityksessäni perhe pitää sisällään myös karvaiset perheenjäsenet, joiden ympärille minun sosiaaliset käytäntöni ja ympyräni perustuvat.” (Oma päiväkirjamerkintä 10.11.2017.)

”Olen päättänyt, etten enää sen kummemmin puhele koiriin menevistä kuluista ja tulevista reissuista sukulaisten kuullen. Miksi? Siksi, koska tässä vaiheessa tulee aina saarna siitä, että eikö ne koirat ole saavuttaneet jo kaikki mitä voi saavuttaa ja eikö se jo riitä tuo koirahomma? Pitäisi alkaa keskittymään muihinkin hommiin ja heittää se turhanpäiväinen juokseminen ja rahanhaaskaaminen pois. Siksipä ajattelin, että helpommalla pääsee, kun ei puhu koiriin menevistä kuluista yhtään mitään. Omilla tuloillani elävänä aikuisena minulla on valta ja oikeus päättää itse menoistani.” (Oma päiväkirjamerkintä 18.6.2018.)

Edellä mainitut kommentit lähipiiriltä ovat varmasti tuttuja usealle aktiiviselle koiraharrastajalle, etenkin sellaisille, joiden omassa lapsuudenkodissa ei ole koirien kanssa harrastettu tai perheessä ei ole ollut koiraa laisinkaan. Jos perhepiirissä on harrastettu jotain kilpaurheilua, on suhtautuminen koiraharrastukseen kokemukseni mukaan hyväksyvämpi. Usein kuitenkin lähipiiri ei ymmärrä harrastusta, koska ensisijaisena ajatuksena ajatellaan sen olevan ainoastaan itse suoritus koiran kanssa näyttelykehässä, se vaatimaton pari-kolme minuuttia. Koiranäyttelyharrastajat kuitenkin tuntevan harrastuksen toisen puolen, itseasi-

assa sen tärkeämmän, sosiaaliset suhteet ja niihin liittyvän yhteisöllisyyden koiranäyttelyväen kesken. Avasin silmäni harrastuksen vähättelyn ja häpeän osalta Valtosen (2009) pienuuteen liittyvän tutkimuksen myötä, jossa tutkija kertoi kirjoittaneensa tutkimuksensa ensimmäisen version hieman vitsaillen. Hänelle huomautettiin tekstin tuovan pienuuden ydinmerkitystä esille vähättelyn ja nauramisen kautta, jolloin näitä käsityksiä vahvistetaan entisestään. Olen huomannut myös itse puoliksi vitsailevani harrastuksestani. Valtosen (2009) tekstin myötä pysähdyin miettimään, miten ulkopuoliset ihmiset tekevät julki omaa suhtautumistaan koiriin ja näyttävät sitä erilaisilla käytännöillä. Yhteiskuntamme ohjaa meitä toimimaan tietyllä tavalla, eikä mikään poikkeava asia, oli se sitten ulkonäköön, harrastuksiin tai arvoihin liittyvä asia ole toivottava. Myös koiraharrastajat vitsailevat keskenään harrastuksestaan, siitä, kuinka järjetöntä on tuhlata monta sataa kahden-kolmen minuutin suoritukseen. Tavatessa vanhoja koulukavereita koiraharrastaja voi kokea häpeää harrastuksestaan, etenkin mikäli harrastukseen on keskitytty aktiivisesti ja se on määrittänyt harrastajan tekemiä muita valintoja. Yhteiskunnassamme on annettu normit siitä, miten meidän tulisi elää ja mitä tavoitella: hyvää työpaikkaa, lapsia ja omakotitaloa. Mitä sitten, jos haaveena eivät olekaan nämä asiat, vaan tavoite harrastusmaailmassa? Tavoite poikkeaa valtavirran yleisestä käsityksestä ja käytännöistä hyvän elämän osalta. Harrastustoimintaan ja siihen asetettuihin tavoitteisiin liittyy oleellisena osana vähättelyn käytäntö ulkopuolisten toimesta. Toisaalta myös salaaminen ja asioiden kertomatta jättäminen ovat harrastajan oppimia käytäntöjä, jotka toimivat yhdenlaisena suojakilpenä ikävien kommenttien välttämiseksi. Sukulaisten kanssa keskusteluun voidaan opetella tietynlainen käytäntö, mistä on soveliasta puhua ja mitkä puheenaiheet on parempi jättää käsittelemättä. Harrastustoimintaa voi ulkopuolisilta piilotella, toisin kuin Valtosen (2009) tutkimuksessa esille otettua ihmisen fyysistä olemusta.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli esittää lemmikillä olevan rooli kotitalouksien kulutuskäytäntöjen muodostumisessa. Tutkimus toteutettiin käytäntöteoreettisesta näkökulmasta pohjautuen pääasiassa Reckwitzin (2002) ymmärrykseen käytäntöteoriasta. Tutkimus toteutettiin autoetnografisena tutkimuksena ja aineistona toimivat tätä tutkimusta varten kerätyt päiväkirjamerkinnot. Tuomen ja Sarajärven (2002, 87) mukaan laadullisen tutkimuksen tavoitteena ei ole tilastollinen yleistettävyyys, vaan tutkittavan ilmiön kuvaaminen, tulkitseminen ja ymmärtäminen. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli kuvata tutkittavaa ilmiötä yhdestä näkökulmasta, josta joku toinen tutkija voisi mahdollisesti saada aiheita jatkotutkimukselle lemmikeistä kulutustutkimuksessa. Tutkimuksen reliabiliteettia arvioidessa tulee huomioida tutkimuksen pohjautuvan päiväkirjamerkintöihini usean vuoden ajalta. Tuona aikana minä tutkijana olen elänyt lemmikkien ympäröimien sosiaalisten verkostojen sisällä ja havainnut vuosien aikana erilaisia kulutuskäytäntöjä sekä omassa, että lähipiirini elämässä. Mikäli tutkimusaineisto pohjautuisi lyhyelle aikavälille, olisi tutkimusaineistoni suppeampi ja näin ollen tutkimusaineiston kapea-alaisuus vaikuttaisi myös osaltaan saatuihin tutkimustuloksiin. Thompsonin (2000) mukaan kuluttaja etsii *aitoja kokemuksia, nostalgiaa ja muistoja*, joita hän luo käytännöillään uudelleen. Oma tutkimukseni tiedostaa kuluttajan kokemuksellisen puolen, mutta keskittyy pääasiassa kuvamaan arkisessa elämässä kohdattuja käytäntöjä, joihin lemmikit ovat kietoutuneet. Kulutuskokemus on kuitenkin yhtenä osana kulutuskäytäntöjä. Aikaisemmassa tutkimuksessa on havaittu tietynlaisten kehollisten käytäntöjen olevan yhteiskuntasidonnaisia (Mauss 1979). Tässä tutkimuksessa lähestyttiin käytäntöjä suomalaisen koiraharrastajan näkökulmasta ja käytännöt sitoutuvat pääasiassa suomalaiseen yhteiskuntaan.

Puhuttaessa kuluttamisesta ja sen tutkimisesta, voidaan sanoa kuluttamisen olevan mitä tahansa kuluttajan tekemistä, kuten lemmikin hellimistä ja toisaalta myös lemmikkiä varten tehtyjä ostoksia (Arnould, Price & Zinkhan 2002, 5–6). Holbrookin (1987) mukaan kuluttamiseksi voidaan määritellä sellainen ihmisen toiminta, joka luo kuluttajalle merkityksiä ja täyttymystä. Tästä voitiin johtaa, että lemmikin silittäminen tai sen kanssa ulkoileminen voidaan nähdä lemmikkiä kohtaan ja sen kanssa suoritettuina kulutuskäytäntöinä. Tutkimuksessa havaittiin elämisen koiran kanssa pitävän sisällään erilaisia käytäntöjä jokapäiväisessä arjessa. Useimmat näistä käytännöistä ovat niin rutinoituneita, ettei niiden suorittamiseen tarvita aktiivista ajatustyötä (Alasuutari 2007, 31). Käytännöt jakautuvat arjen

rutiineihin, kuten siivoukseen ja ruokintaan, mutta myös harrastustoimintaan, oli se sitten aktiivista näyttelyharrastamista tai vapaampaa yhdessäoloa ja ulkoilua. Jos mietitään näiden käytäntöjen rakentumista, voidaan viitata Warden (2005) ymmärrykseen siitä, että käytännöt koostuvat kolmesta eri perustekijästä. Ensimmäisenä tekijänä on *ymmärrys*, jonka käytäntö vaatii tullakseen toteutetuksi. Tällä tarkoitetaan sitä, että käytäntöä suorittava henkilö omaa tietotaitoa, johon yhdistettynä tekeminen muodostaa käytännön. Toisena perustekijänä Warde (2005) esittää *menettelytavat*, jotka voidaan nähdä käytännön suorittamisessa sääntöinä, ikään kuin ohjetauluina toiminnon suorittamiseen. Kolmantena tekijänä on *sitoutuminen*, joka toimii käytännön tavoitteena ja päämääränä. (Warde 2005, 133–134.) Näiden kolmen perustekijän yhteenliittymä muodostaa käytännön ja ohjaa ihmisen käyttäytymistä. Nämä kolme perustekijää muodostavat myös erilaisia käytäntöjä koiran omistamisen ympärille; omistajan on *ymmärrettävä* lemmikin tarpeita muodostaakseen käytäntöjä. Toisaalta omistajan on *ymmärrettävä* myös kotitaloutensa tarpeita lemmikkiään silmällä pitäen. Omistajan on myös *ymmärrettävä* *menettelytavat*, miten tulisi toimia saavuttaakseen toivotun käytännön onnistuneesti. *Sitoutuminen* on myös olennaisena osana lemmikin omistamista; omistajan tulee sitoutua suorittamaan erilaisia käytäntöjä lemmikilleen.

Käytäntöjä tutkimuksessa käsiteltiin kahdessa luvussa, joista ensimmäisessä tuotiin esille koiran elinkaareen liittyviä käytäntöjä ja toisessa harrastustoimintaan liittyviä käytäntöjä. Tässä tutkimuksessa koiran elinkaarta käsiteltiin kolmessa vaiheessa: koiran pentuiän, aikuisiän sekä veteraani-iän osalta. Tutkimuksessa havaittiin jokaisessa vaiheessa omia erityispiirteitä, mutta jokaisessa ikäryhmässä käsiteltiin koiran hoivaa ja koulutusta. Warden (2005) mukaan käytäntöteoreettisesta näkökulmasta katsottuna kulutus tapahtuu niin käytäntöjen yhteydessä kuin myös käytäntöjen luomiseksi. Tämä voitiin havaita myös omassa tutkimuksessani, kuten kulutusta tapahtuu käytäntöjen yhteydessä, kuten lemmikkiä hankkiessa, mutta myös käytäntöjen luomiseksi, kuten lemmikin hoitotarpeita hankittaessa.

Tutkimuksessani koiran pentuikäen liittyviä käytäntöjä lähestyttiin kasvattajan ja pennunomistajan näkökulmista ja keskityttiin kolmeen vaiheeseen: koiranpennun odotusvaiheen käytäntöihin, koiranpennun hellimis- ja hoivaamiskäytäntöihin sekä koiranpennun ohjaus- ja koulutuskäytäntöihin. Odotusvaiheen käytännöissä keskeisiksi käytännöiksi muodostuivat rotuun ja kasvattajaan tutustumisen käytännöt sekä koiran tarvikkeiden hankintakäytännöt. Hellimis- ja hoivaamiskäytännöissä keskiöön nousivat lemmikin hellimisen ja tur-

kinhoidon käytännöt. Koiran pentuiässä ohjaus- ja koulutuskäytännöt nousevat keskeiseen asemaan ja pitävät sisällään erilaisia käytäntöjä: sisäsiisteyden opettamista, hihnassa kulkemista, matkustamista, yksin olemista sekä leikkimistä ja leikkikaluihin liittyviä käytäntöjä.

Aikuisen koiran osalta käsiteltiin hellimis- ja hoivaamiskäytäntöjä sekä arjessa tehtyjä havaintoja. Aikuisen koiran ohjaus- ja koulutuskäytännöt käsiteltiin harrastuskäytäntöjä käsittelevässä luvussa 6. Aikuisen koiran kanssa arkirutiinit olivat tulleet tutuksi niin koiralle kuin omistajallekin. Omistajat olivat koiran kanssa eläessään havainneet tietyt kulutushyödykkeet sopimattomiksi koirakotiin ja useimmiten nuoren aikuisen koiran omistavissa kotitalouksissa tehtiin pentuikään verrattuna arvokkaampia hankintoja, kuten uuden sohvan tai auton hankintoja koiralle sopivammiksi. Myös jo pentuiässä esille tulleet kodin siisteyden ylläpitoon liittyvät käytännöt ja tarvikkeet pysyivät myös koiran aikuisiässä merkittävässä roolissa. Aikuisikää käsittelevässä osiossa otettiin esille myös kulttuureihin liittyviä käytäntöjä koiranpidossa, sillä koiranomistajan fyysisellä asuinpaikalla ja ympäröivällä kulttuurilla havaittiin olevan merkitystä muun muassa koiran ulkoiluttamisessa. Hellimis- ja hoivaamiskäytännöistä esille nousivat jo pentuaikana esille tulleet turkinhoidon käytännöt, mutta myös koiran sairastaminen ja siihen liittyvät käytännöt, joihin vaikutti omistajan kumppanuus lemmikin kanssa (Brockman ym. 2008, 397–398; Caldwell 2008; Holbrook ym. 2001). Arjen havaintoja käsittelevässä osiossa tuotiin esille käytäntö onnittelukorttien allekirjoittamisesta, siitä, onko korttiin sopivaa kirjoittaa myös lemmikin nimi. Myös matkustaminen koiran kanssa nostettiin esille osana arjen käytäntöjä. Koiran omistajan arjessa lemmikin karvat vaatteissa ja huonekaluissa tuotiin myös esille käytäntöineen. Lemmit vaikuttivat myös perheiden juhlimisen käytäntöihin sekä aiheuttivat etenkin vieraille päänvaivaa tuliaisten osalta.

Veteraanikoiraan liittyvissä käytännöissä käsittelyyn nostettiin ohjaus- ja koulutuskäytännöt sekä hellimis- ja hoivaamiskäytännöt. Ohjaus- ja koulutuskäytännöissä esille nousivat pääasiassa lemmikin vanhuusikäen ja sen tuomiin muutoksiin liittyvät tekijät, kuten heikentyneen kuulo- ja näköaistin vaikutus ulkoilu- ja hoitokäytäntöihin. Hellimis- ja hoivaamiskäytännöissä esille nousivat koiran terveydenhoitoon liittyvät käytännöt, hyvänä pitämisen käytännöt sekä turkinhoitokäytäntöjen muuttuminen. Veteraanikoira käsittelevässä osiossa esille nostettiin myös lemmikin menehtyminen ja sen ympärille muodostuneet käytännöt. Tutkimuksessa voitiin myös havaita lemmikkeihin liitettävän emotionaalisen siteen

vaikuttavan lemmikkiin liitettyihin käytäntöihin, kuten siihen, ettei vanhaa koiraa haluta viedä hoitoon ja sen elämä pyritään pitämään mahdollisimman tuttuna ja turvallisenä. (Vänskä 2014.)

Harrastustoimintaa ja siihen liittyviä käytäntöjä käsiteltiin tutkimuksessa näyttelyharrastuksen osalta. Koiran kanssa harrastamisen voitiin nähdä olevan keskittynyt etenkin sosiaalisiin käytäntöihin ja yhteisöllisyyteen. Lemmikin voitiin nähdä olevan mukana myös sosiaalisessa vuorovaikutuksessa sekä viestinnässä ja toisaalta muodostamassa erilaisia ryhmiä, mutta myös ihmisen jatkeena luomassa identiteettiä (Sanders 1990; Maher & Pierpoint 2011; Tojkander 2009). Koirat loivat ympärilleen erilaisia yhteisöjä, jotka vaikuttivat myös kulutukseen (Autio, 2011; Jyrinki, 2010). Sosiaalisuus kietoutui yhteen kaikissa koiran kanssa yhdessä suoritetuissa käytännöissä, sillä sosiaalisuuden havaittiin olevan keskeisenä osana lemmikin ja omistajan välistä suhdetta (Kim, Scott & Crompton 1997). Koiranäyttelyharrastukseen kuvattiin liittyvän monenlaisia käytäntöjä, jotka jakautuivat eri osa-alueisiin. Koiranäyttelyharrastuksen havaittiin jakautuvan lukuisiin alakäytäntöihin, kuten ohjaamiskäytäntöihin, materiaalsiin käytäntöihin, turkinhoidon käytäntöihin, pukeutumiskäytäntöihin, matkustuskäytäntöihin, pakkauskäytäntöihin, esiintymiskäytäntöihin sekä itse näyttelysuoritukseen eli kehäkäytäntöihin. Nämä alakäytännöt jakautuivat vielä omiin alakäytäntöihinsä, esimerkiksi turkinhoidon käytäntö jakautui muun muassa pesukäytäntöön, kuivaamiskäytäntöön, harjaamis- ja kampaamiskäytäntöön jne. Kaikkien koiranäyttelyyn liittyvien käytäntöjen, kuten pukeutumis-, käyttäytymis-, turkinhoito- sekä esittämiskäytännön suorittamiseen ihminen tarvitsi koiran lisäksi myös erilaisia esineitä. Nämä kolme päätekijää *koira*, *ihminen* ja *esineet* olivat läsnä myös yllä kuvatuissa käytännöissä liittyen koiranäyttelyharrastukseen ja siihen kuuluviin käytäntöihin. Tietyn rodun harrastajien tai tietyn kasvattajan ympärille muodostuneita yhteisöjä voidaan verrata myös brändiyhteisöihin (Närvänen, 2013; Autio, 2011; Jyrinki, 2010)

Lemmikin kanssa näyttelyitä harrastavan ja käytäntöjä harjoittavan henkilön oma ymmärrys ja kokemus olivat avainasemassa käytännön lopputuloksessa. Lopputulokseen vaikutti omistajan tai ohjaajan oma kokemuspohja, esimerkiksi se, miten koira osattiin lukea ja ohjata eri tilanteissa. Saman käytännön suorittamisessa havaittiin olevan eroja eri yksilöiden suorittamana (Askegaard & Linnet 2011, 388). Tutkimuksessa havaittiin käytäntöjen suorittajien näkevän ja kokevan käytännön suorittamisen päämäärän erilaisena ja pyrkivän kokemuksen sekä erilaisten oppimiensa rutiinien myötä siihen päämäärään, jonka näkivät

ihanteelliseksi. (Warde 2005.) Tutkimuksen edetessä päiväkirjamerkintöjä tarkasteltaessa huomattiin aktiiviseen koiraharrastukseen liittyvän myös paheksuntaa yhteisön ulkopuolisilta ihmisiltä, joka osaltaan vaikutti käytäntöjen syntymiseen ja suorittamiseen.

Jyrinki (2010) havaitsi tutkimuksessaan lemmikinomistajien kuluttavan lemmikkeihinsä jopa itseään enemmän. Omassa tutkimuksessani ei keskitytty vertailemaan omistajan ja lemmikin välistä kulutussuhdetta määrällisesti, vaan tutkimaan sitä, onko lemmikki mukana muovaamassa kotitalouden kulutusta itselleen sopivampaan suuntaan. Tutkimuksessani havaituista kulutuskäytännöistä osa oli suoraan lemmikkeihin liitettävissä, mutta osa johdettiin välillisesti lemmikin hankinnasta, kuten auto ja sohva. Vaikka lemmikki ei kykene omistajansa kanssa sanoin kommunikoidaan, havaittiin lemmikin ja omistajan välisen sosiaalisuuden ja heidän yhdessä muodostamiensa käytäntöjen olevan kiistaton kulutukseen vaikuttava tekijä (Schau ym. 2009, 30–32). Koiran ja omistajan välisen yhteyden lisäksi kulutuskäytäntöihin voitiin nähdä antavan osansa myös erilaisten yhteisöjen (Dwyer 2009, 342–343). Koiranomistajat olivat osana erilaisia yhteisöjä, kuten työyhteisöä, naapurustoa, Facebookin roturyhmää sekä koiraharrastusryhmää. Koiranomistajat toimivat joustavasti näiden yhteisöjen välillä, muokaten toimintaansa ja käytäntöjään yhteisön normeja vastaviksi. Tutkimuksessa havaittiin erilaisten yhteisöjen ohjaavan jäseniään kulutuskäytännöissä, joka asettaa haasteensa myös palveluita ja tavaroita myyville tahoille. On huomattava, että usein nämä yhteisöt kietoutuivat myös koiran ympärille siten, että lemmikki oli myös osana yhteisöä.

Tutkimuksessa havaittiin lemmikin muovaavan käytäntöjä, mutta luovan myös uusia. Aiemmissa tutkimuksissa on tutkittu ihmisen ja lemmikin välistä suhdetta, jonka pohjalta voimme tehdä johtopäätöksiä siitä, miksi ylipäätään hankimme lemmikkejä (Belk 1988; Hirschman 1994; Holbrook 1996; Holbrook ym. 2001; Jyrinki 2010; Jyrinki & Laaksonen 2007; Katcher & Beck 1986; Kropp ym. 1992; Sanders 1990). Näistä tutkimuksista voidaan myös johtaa päätelmiä siitä, miksi koemme tarvetta kuluttaa lemmikkeihimme. Holbrook (1996) ja Holbrook kumppaneineen (2001) ovat esittäneet lemmikkeihin liittyvän kulutuksen olevan kokemuksellista kulutusta, josta myös oma tutkimukseni antaa viitteitä: lemmikit ovat mukana kokemassa omistajiensa kanssa, lemmikkien kanssa matkustetaan ja niiden kanssa harrastetaan. Ne ovat osana kokemuksiamme, joihin liittyy yhtenä osaluueena myös kulutus. Kulutuskokemus voi myös muodostua kulutushyödykkeen käyttämisestä osana käytäntöä tai sosiaalisessa kanssakäymisessä lemmikin kanssa (Carù & Co-

va, 2003). Kulutuskokemus on osana kulutuskäytäntöä, jossa myös lemmikki on osallisena omistajansa kanssa. Dotson ja Hyatt (2008, 462) havaitsivat tutkimuksessaan lemmikkeihin liittyvän kulutuksen ohjautuvan myös lemmikin tarvikkeita laajempiin kokonaisuuksiin, kuten autoon ja asuntoon. Tämä vastaa myös oman tutkimukseni tuloksia. Lemmit ja niiden ympärille kehitetyt tuotteet ja palvelut eivät olleet ainoastaan ohjaamassa kotitalouksien kulutusta, vaan lemmikkien rooli kulutuskäytännöissä oli nähtävissä paljon laajemmin. Eläimiä pidettiin ihmisenkaltaisina subjekteina (Hirschman 1994), joten lemmikin ollessa subjekti voitiin se myös nähdä itsenäisenä toimijana, joka voi kuluttaa ja näin ollen luoda myös kulutuskäytäntöjä. Puhuttaessa lemmikistä kuitenkin ymmärrettiin, ettei lemmikki kykene muodostamaan kulutuskäytäntöjä ilman ihmistä. Väitöskirjassaan Jyrinki (2010, 119–120) havaitsi lemmikkien olevan subjekteja, mutta subjektiivisuus ei tarkoita inhimillisyyttä. Lemmikki on siis jotain ihmisen ja luonnon väliltä sekä ihmisen kumppani, mutta toisaalta myös ihmisen kesyttämä petoeläin (Koski 2006, 64–65).

Syrjälä ja kumppanit (2014, 29) ovat havainneet lemmikin toimivan aktiivisena subjektina lemmikin ja omistajan välisessä suhteessa. Oma tutkimukseni pohjautui tähän käsitykseen lemmikin ja omistajan välisestä suhteesta. Tutkimukseni tulokset puhuvat puolestaan ja lemmikki voidaan nähdä kotitalouden kulutusta ohjaavana tekijänä, omistajan rinnalla olevana aktiivisena toimijana. Lemmikki oli mukana tekemissämme kulutuspäätöksissä ja sen myötä on myös mukana muodostamassa kulutuskäytäntöjä. Sekä tämän tutkimuksen että aiempien tutkimusten pohjalta voimme havaita kiistatta lemmikin lisäävän kulutusta, mutta asettavan myös raameja kotitalouden kulutuskäytännöille. Tutkimuksen tuloksia voidaan selittää koiran ja omistajan välisellä suhteella, joka luo omistajalle muun muassa turvallisuutta ja hyvinvointitunnetta (Dotson & Hyatt, 2008). Tutkimuksessa esimerkkeinä esitetyt käytännöt ovat vain murto-osa kulutuskäytännöistä, joissa lemmikki on osana.

Tarkasteltaessa lemmikkeihin liittyviä kulutuskäytäntöjä laajemmasta näkökulmasta, on ymmärrettävä käytäntöjen muodostuvan ei ainoastaan omistajan ja lemmikin välille, vaan pitävän sisällään myös ulkopuolisia toimijoita (Syrjälä ym. 2014). Näitä ulkopuolisia toimijoita ovat muun muassa erilaisten tuotteiden ja palveluiden tarjoajat, kuten kauppiaat, eläinlääkärit, näyttelytuomarit; mutta myös automyyjät, sukulaiset ja harrastuskaverit. Tutkimuksen tuloksena voidaan nähdä lemmikkien kietoutuneen omistajansa elämään monesta eri näkökulmasta katsottuna; perheenjäsenenä, identiteetin muodostajina, hoivan ja hellyyden kohteina ja kaikista merkityksistä katsottuna pitävän tassunsa tiukasti ympärillämme

myös kulutuskäytäntöjen muodostumisessa (Kropp ym. 1992; Holbrook ym. 2001). Tutkimukseni tulokset vastaavat Jyringin ja Laaksosen (2007, 25) havaintoja siitä, että koirat luovat omistajilleen merkityksiä sosiaalisessa ja kulttuurisessa ympäristössä, jota myös kulutus ja siihen liittyvät käytännöt ilmentävät.

Jatkotutkimuksena voisi esittää, onko koira eniten kotitalouden kulutusta ja kulutuskäytäntöjä ohjaava lemmikki? Mielenkiintoista olisi myös tutkia koirien vaikutusta kotitalouksien kulutuskäytänteisiin eri kulttuureissa, mitkä tekijät tulevat ensisijaisesti esille kulutukseen liittyvissä käytännöissä ja mitkä ovat kulutuskäytäntöihin vähemmän vaikuttavia?

LÄHTEET

- Alasuutari, P. (1999). *Laadullinen tutkimus*. 3. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.
- Alasuutari, P. (2007). *Yhteiskuntateoria ja inhimillinen todellisuus*. (alkuteos Social Theory and Human Reality 2004, käänös Kaisa Koskinen) Helsinki: Gaudeamus.
- Anttila, P. (2005). *Ilmaisu, teos, tekeminen ja tutkiva toiminta*. Hamina: Akatiimi.
- Arnould, E., Price, L. & Zinkhan, G. (2002). *Consumers*. New York: McGrawHill.
- Arnould, E. J. & Wallendorf, M. (1994). Market-Oriented Ethnography: Interpretation Building and Marketing Strategy Formulation. *Journal of Marketing Research*, Vol. 31, 484–504.
- Askegaard, S. & Linnet, J. T. (2011). Towards an Epistemology of Consumer Culture Theory: Phenomenology, Structure and the Context of Context. *Marketing Theory*, Vol. 11, No: 4, 381–404.
- Autio, M. (2011). Kuluttaja- ja brändiheimot yhteisöllisyytenä nykykulttuurissa. Teoksessa: *Yksilöllinen yhteisöllisyys – Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen*, toim. Seppo Kangaspunta, 92–113. Tampere: Tampere University Press,.
- Autoilevien kotitalouksien osuus vakiintunut, lemmikkien omistaminen lisääntyy. (2016). Tilastokeskus. Osoitteessa:
https://www.tilastokeskus.fi/til/ktutk/2016/ktutk_2016_2016-11-03_tie_001_fi.html, haettu 21.5.2020.
- Bagozzi, R. P. (2000). On the Concept of Intentional Social Action in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, Vol. 27, No: 2, 388–396
- Barnes B. (2001). Practice as Collective Action. Teoksessa *Practice Turn in Contemporary Theory*, toim. Schatzki, T. & Knorr-Cetina, K. & Savigny, E., 17–28. London & New York: Routledge.
- Baudrillard, J. (1998[1970]). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, Vol. 15, No: 9, 139–168.
- Belk, R. W. (1996). Metaphoric Relationships with Pets. *Society and Animals: Social Scientific Studies of the Human Experience of Other Animals*: Vol. 4, No: 2, 121–145.
- Bergström, S. & Leppänen, A. (2002). *Markkinoinnin maailma*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Beverland, M.B. & Farrelly, F. & Ching Lim, E. (2008). Exploring the dark side of pet ownership: Status- and control-based pet consumption. *Journal of Business Research*, Vol. 61, No: 5, 490–496.

- Brockman, B. & Taylor, V. & Brockman, C. (2008). The price of unconditional love: Consumer decision making for high-dollar veterinary care. *Journal of Business Research*, Vol. 61, No: 5, 397–405.
- Caldwell, M. (2008). Pet loves, rants, and raves: Commentary on Downey and Ellis's article. *Journal of Business Research*, Vol. 61, No: 5, 442–443.
- Campbell, C. (1995). The Sociology of Consumption. Teoksessa *Acknowledging Consumption*, toim. D. Miller, 96–126. London & New York: Routledge.
- Campbell, C. (1998). Consumption and the rhetorics of need and want. *Journal of Design History*, Vol. 11, No: 3, 235–246.
- Carù, A. & Cova, B. (2003). Revisiting Consumption Experience: A More Humble but Complete View of the Concept. *Marketing Theory*, Vol 3, No: 2.
- Chang, H. (2008). *Autoethnography as method*. California: Left Coast Press, Inc.
- Crossley, N. (2007). Researching Embodiment by way of 'Body Techniques'. *The Sociological Review*, Vol. 55, No: 1, 80–94.
- Dotson, M. & Hyatt, E. (2008). Understanding dog-human companionship. *Journal of Business Research*, Vol. 61, No: 5, 457–466.
- Dwyer, R. (2009). Making a Habit of It. Positional Consumption, Conventional Action and the Standard of Living. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 9, No: 3, 328–347.
- Eaton, L. (1994). Hey Big Spenders. *New York Times* 11.9.1994, 1–6. Osoitteessa <https://www.nytimes.com/1994/09/11/business/hey-big-spenders.html>, haettu 15.5.2015.
- Elliott, R. & Jankel-Elliott, N. (2003). Using Ethnography in Strategic Consumer Research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 6, No: 4, 215–223.
- Ellis, C. (2004). *The Ethnographic I: A Methodological Novel About Autoethnography*. Walnut Creek: Alta Mira.
- Ellis, C. (2009). *Revision: autoethnographic reflections on life and work*. Walnut Creek: Left Coast.
- Ellis, C. & Bochner, A. (2000). Autoethnography, Personal Narrative, Reflexivity. Researcher as Subject. Teoksessa *Handbook of Qualitative Research*, toim. Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln, 733–768. Thousand Oaks: Sage.
- Eskola, J. & Suoranta, J. (2003). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Jyväskylä: Gummerus.
- Foxall, G. & Goldsmith, R. (1994). *Consumer psychology for marketing*. London: Routledge.

- Gardyn, R. (2002). Animal magnetism. *American Demographics*, Vol.24, No: 5, 30–37.
- Geertz, C. (1988). *Work and Lifes. The Anthropologist as Author*. Cambridge: Polity Press.
- Gherardi, S. (2009). Introduction: The Critical Power of the 'Practice Lens'. *Management Learning*, Vol. 40, No: 2, 115–128.
- Giddens, A. (1984). The Constitution of Society. Polity: Cambridge. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 5, No: 2, 131–153.
- Gilly, M. (2008). The price of peace in the household: A commentary on "The Price of Unconditional Love: Consumer Decisions Concerning High-Dollar Veterinary Care". *Journal of Business Research*, Vol. 61, No: 5, 406–407.
- Grönfors, M. (2010). Havaintojen teko aineistonkeräyksen menetelmänä. Teoksessa *Ikku-noita tutkimusmetodeihin*, 3. painos, toim. Juhani Aaltola & Raine Valli, 154–170. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Halkier, B. & Katz-Gerro T. & Martens, L. (2011). Applying practice theory to the study of consumption: theoretical and methodological considerations. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 11, No: 1, 3–13.
- Hargreaves, T. (2011). Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to pro-environmental behaviour change. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 11, No: 1, 79–99.
- Heinonen, V. (2012). Arkielämän tutkimusperinteet, kulutus ja rutiinit. Kulutustutkimus. *Nyt* 1/2012, 60–74. Osoitteessa http://kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2012/05/Heinonen__KTS_1_2012.pdf, haettu 12.2.2020.
- Heiskala, R. (2000). *Toiminta, tapa ja rakenne: Kohti konstruktivistista synteesiä yhteiskuntateoriassa*. Gaudeamus. Helsinki.
- Hines, L. (2003). Historical Perspectives on the Human-Animal Bond. *American Behavioral Scientist*, Vol. 47, No: 1, 7–15.
- Hirschman, E. (1994). Consumers and their animal companions. *Journal of Consumer Research*, Vol. 20, No: 4, 616–632.
- Holbrook, M. B. (1987). What is consumer research? *Journal of Consumer Research*, Vol. 14, 128–132.
- Holbrook, M. B. (1996). Reflections on rocky. *Society and Animals: Social Scientific Studies of the Human Experience of Other Animals*, Vol. 4, No: 2, 147–168.
- Holbrook, M. B. & Stephens, D. & Day, E. & Holbrook, S. & Strazar, G. (2001). A Collective Stereographic Photo Essay on Key Aspects of Animal Companionship: The Truth About Dogs and Cats. *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 1.

- Holt, D. (1995). How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices. *Journal of Consumer Research*, Vol. 22, No: 1, 1–16.
- Hämeenaho, P. (2011). Inhimillisen kulttuurin reunaehtoja tutkimassa. *Elore*, Vol. 18, No: 1, 105–109. Osoitteessa http://www.elore.fi/arkisto/1_11/ajank_hameenaho.pdf, haettu 19.9.2016.
- Joka kolmannessa kodissa asuu lemmikki. (2014). *Tieto&trendit 2/2014*. Tilastokeskus: Helsinki. Osoitteessa <http://tietotrendit.stat.fi/mag/article/60/>, haettu 15.4.2014.
- Jyrinki, H. (2010). *Lemmikinomistajan monet kasvot*. Vaasan yliopisto.
- Jyrinki, H. & Leipämaa-Leskinen, H. & Laaksonen, P. (2009). Lemmikinomistajat ruuan kuluttajina — tarkastelussa oman ja lemmikin ruuan kulutuksen erot ja yhtäläisyydet. *Kulutustutkimus.Nyt*. 1/2009. Osoitteessa <http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2009/04/4jyrinkietal-09.pdf>, haettu 15.5.2015.
- Jyrinki, H. & Laaksonen, P. (2007). Koiramainen yhteiskuntamme muutoksessa. *Kulutustutkimus.Nyt*. 1/2007. Osoitteessa http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2007/10/kts-jyrinki_2.pdf, haettu 15.5.2015.
- Kalevan koiranpentulive hurmaa tuhansia netissä – Kennelliiton hallituksen puheenjohtaja: Pentujen kysyntä selvässä kasvussa korona-aikana. (2020). *Kaleva* 19.4.2020. Osoitteessa: <https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/kalevan-koiranpentulive-hurmaa-tuhansia-netissa-kennelliiton-hallituksen-puheenjohtaja-pentujen-kysynta-selvassa-kasvussa-korona-aikana/838912/>, haettu 8.5.2020.
- Kansantalouden tilinpito – kulutusmenot. (2013). Tilastokeskus: Helsinki. Osoitteessa <http://tilastokeskus.fi/til/vtp/index.html>, haettu 9.2.2015.
- Katcher, A. & Beck, A. (1986). Dialogue with Animals. *Transactions & Studies of the College of Physicians of Philadelphia*, Vol. 8, No: 2, 105–112.
- Kim, S. & Scott, D. & Crompton, J. L. (1997). An Exploration of the Relationships Among Social Psychological Involvement, Behavioral Involvement, Commitment, and Future Intentions in the Context of Birdwatching. *Journal of Leisure Research*, Vol. 29, No: 3, 320–341.
- Korkman, O. (2006). Customer Value Formation In Practice. A Practice-Theoretical Approach. *Publications of the Swedish School of Economics and Business Administration*, No 155.
- Korkman, O. & Storbacka, K. – Harald, B. (2010). Practices as markets: value co-creation in e-invoicing. *Australasian Marketing Journal*, Vol. 18, No: 4, 236–247.
- Koski, L. (2006). Koira jälkimodernissa yhteiskunnassa. Teoksessa *Merkityksellistymien pohjansäikeet. Kirsi Määttäsen juhlaKirja*, toim. P. Kosonen & T. Nevanlinna, 49–70. Helsinki: Tutkijaliitto.

- Koskinen, O. & Mattila, M. & Närvänen, E. & Mesiranta, N. (2018). Hoiva ruokahävikin vähentämisen arkisissa käytännöissä. *Alue Ja Ympäristö*, Vol. 47, No: 2, 17–31. Osoitteessa <https://doi.org/10.30663/ay.72986>, haettu 4.3.2020.
- Kotitalouksien kulutusmenot lemmikkeihin. (2000). Kansantalouden tilinpito. Tilastokeskus: Helsinki.
- Kozinets, R. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, Vol. 39, No: 1, 61–72.
- Kozinets, R. (2006). Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising. *Journal of Advertising Research*, Vol. 46, No: 3, 279–288.
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage.
- Kropp, F. & Smith, M. & Rose, G. & Kahle, L. (1992). Values and Lifestyles of Pet Owners. Teoksessa *Proceedings of the Society for Consumer Psychology*, toim. Michael Lynn & Jeffrey M. Jackson, 46–49. Clemson: CtC Press.
- Langer, R. & Beckman, S. (2005). Sensitive Research Topics: Netnography Revisited. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 8, No: 2, 189–203.
- Lappalainen, S. & Hynninen, P. & Kankkunen, T. & Lahelma, E. & Tolonen, T. (2007). *Etnografia metodologiana. Lähtökohtana koulutuksen tutkimus*. Tampere: Vastapaino.
- Latvala, J. (2004). Monivaimoisuutta ja perhesalaisuuksia. Reflektiivistä antropologiaa Keniassa. Teoksessa: *Tutkija kertojana. Tunteet, tutkimusprosessi ja kirjoittaminen*, toim. Johanna Latvala, Eeva Peltonen & Tuija Saaresmaa. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 79, 259–291.
- Liikkanen, M. (2005). Vapaa-aika muutoksessa – merkitykset, rajoitteet ja valinnat. Teoksessa: *Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä*, toim. Mirja Liikkanen, Riitta Hanifi & Ulla Hannula. Helsinki: Tilastokeskus.
- Lofland, J. & Lofland, I. (1995). *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*. Belmont: Wadsworth.
- Lounasmeri, L. (2002). Eläinruoka on rakkaudella ostettu. *Sparraaja*, Vol. 4, 34–38.
- Maher, J. & Pierpoint, H. (2011). Friends, status symbols and weapons: the use of dogs by youth groups and youth gangs. *Crime Law Soc Change*, Vol. 55, 405–420.
- Markuksela, V. (2013). ”Aisti kuin kala”. Etnografia vetouistelun veljeskunnan kilpailukäytännöstä. Lapin yliopisto. Osoitteessa: https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/61778/Markuksela_actaE_114pdfA.pdf?sequence=5&isAllowed=y, haettu 8.5.2020.

- Mauss, M. (1979). *Body Techniques. In Sociology and Psychology*. London: Routledge, 95–123.
- Matschoss, K. & Kajoskoski, T. & Laakso, S. & Apajalahti E. & Heiskanen, E. & Luomaniemi, V. (2019). Kokeilemalla kestäviin energiakäytäntöihin – yksin vai yhdessä? *Kulutustutkimus.Nyt*. 2/2019, 6–29.
- Moisander, J. & Valtonen, A. (2006). *Qualitative Marketing Research: A Cultural Approach*. London: Sage.
- Morse, J. (2002). Writing My Own Experience... *Qualitative Health Research*, Vol. 12, No: 9, 1159–1160.
- Nicolini, D. (2012). *Practice theory, work & organization*. Oxford: Oxford University Press.
- Nicolini, D. (2017). Practice Theory as a Package of Theory, Method and Vocabulary: Affordances and Limitations. Teoksessa: *Methodological Reflections on Practice Oriented Theories*, toim. Jonas M. & Littig B. & Wroblewski A. Springer, Cham. Osoitteessa: https://doi.org/10.1007/978-3-319-52897-7_2, haettu 14.4.2020.
- Närvänen, E. & Kartastenpää, E. & Kuusela, H. (2013). Online lifestyle consumption community dynamics: A practice-based analysis. *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 12, No: 5, 358–369.
- Närvänen, E. (2014a). Extending the Collective Consumption of Brands. Tampereen yliopisto. Osoitteessa <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9257-0>, haettu 29.3.2020.
- Närvänen, E. (2014b). Studying marketplace cultures and communities using practice theories: Methodological challenges. *Kulutustutkimus.Nyt* Vol. 8, No: 2, 4–15.
- Okin, G. (2017). Environmental impacts of food consumption by dogs and cats. *PLoS ONE*, Vol. 12, No: 8.
- Postill, J. (2010). *Introducing: Theorising Media and Practice*. New York: Berghahn Books.
- Rantala, O. & Valtonen, A. & Markuksela, V. (2011). Materializing tourist weather: ethnography on weather-wise wilderness guiding practices. *Journal of Material Culture*, Vol. 16, No: 3, 285–300.
- Reckwitz, A. (2002). Theorizing toward a theory of Social practices: A development in culturalist. *European Journal of Social Theory*, Vol. 5, No: 2, 243–263.
- Rinkinen, J. (2015). *Demanding energy in everyday life. Insights from wood heating into theories of social practice*. Tampereen yliopisto.
- Röpke, I. (2009). Theories of practice – New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological Economics*, Vol. 68, No: 10, 2490–2497.

- Sanders, C. (1990). The Animal 'Other': Self-Definition, Social Identity and Companion Animals. Teoksessa: *Advances in Consumer Research*, toim. Marvin E. Goldberg & Gerald Gorn & Richard W. Pollay, 662–668. Association for Consumer Research, Vol. 17.
- Schatzki, T. (2002). *Site of the Social: A Philosophical Account of the Constitution of Social Life and Change*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press.
- Schatzki, T. & Knorr-Cetina, K. & Savigny, E. (2001). *Practice turn in contemporary theory*. London: Routledge.
- Schau, H. & Muñiz, A. & Arnould, E. (2009). How Brand Community Practices Create Value. *Journal of Marketing*, Vol. 73, No: 5, 30–51.
- Shove, E. & Pantzar, M. (2005). Consumers, Producers and Practices; Understanding the Invention and Reinvention of Nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 5, No: 1, 43–64.
- Shove, E. & Pantzar, M. & Watson, M. (2012). *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and how it Changes*. Thousand Oaks: Sage.
- Shove, E. & Walker, G. (2010). Governing transitions in the sustainability of everyday life. *Research policy*, Vol. 39, No: 4, 471–476.
- Skålén, P. & Hackley, C. (2011). Marketing-as-practice. Introduction to the special issue. *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 27, No: 2, 189–195.
- Spears, N. & Mowen, J. & Chakraborty, G. (1996). Symbolic Role of Animals in Print Advertising; Content Analysis and Conceptual Development. *Journal of Business Research*, Vol. 37, 87–95.
- Suomen Kennelliitto. (2020). Rotujen rekisteröintimäärät Suomessa. Osoitteessa <https://www.kennelliitto.fi/koirat/rotujen-rekisterointimaarat-suomessa>, haettu 4.5.2020.
- Syrjälä, H. & Kuismin, A. & Kylkilahti, E. & Autio, J. (2014). “Aina Tassun parhaaks” Arvon kokeminen lemmikkikulutuksessa. *Kulutustutkimus.Nyt*, Vol. 8, No: 1, 22–44.
- Thompson, C. J. (2000). Postmodern consumer goals made easy!!!! Teoksessa *The Why of Consumption*, toim. S. Ratneshwar & C. Huffman & D. G. Mick, 120–139. London: Routledge. 120–139
- Tojkander, M. (2008). Ystävä sä kallis. *Talouselämä*, Vol. 71, No: 35, 36–45.
- Tojkander, M. (2009). Koira tekee johtajan. *Talouselämä*, Vol. 72, No: 37, 38–42.
- Tolonen, T. (2001). *Nuorten kulttuurit koulussa. Ääni, tila ja sukupuolten arkiset järjestykset*. Helsinki: Gaudeamus.

- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2002). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Vale, R. & Vale, B. (2009). *Time to Eat the Dog? The Real Guide to Sustainable Living*. London: Thames and Hudson.
- Valtonen, A. (2009). Pikkujuttu – tarina koon tuottamisen käytänteistä. *Kulutustutkimus.Nyt*, Vol. 1, 36–52. Osoitteessa <http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2009/04/3valtonen1-09.pdf>.
- Valtonen, A. (2012). Height Matters: Practicing Consumer Agency, Gender, and Body Politics. *Consumption, Markets, and Culture*, 1–26.
- Vänskä, A. (2014). New kids on the mall: babyfied dogs as fashionable co-consumers. *Young Consumers*, Vol. 15, No: 3, 263–272.
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 5, No: 2, 131–153.
- Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 14, No: 3, 279–303.
- Whittington, R. (2006). Completing the Practice Turn in Strategy Research. *Organization Studies*, Vol. 27, No: 5, 613–634. Osoitteessa https://www.researchgate.net/publication/228381960_Completing_the_Practice_Turn_in_Strategy_Research, haettu 29.3.2019.
- Winkler, I. (2018). Doing Autoethnography: Facing Challenges, Taking Choices, Accepting Responsibilities. *Qualitative Inquiry*, Vol. 24, No: 4, 236–247. London: Sage.