

Helsingin yliopisto
Taloustieteen osasto
Kuluttajaekonomia

Lemmikit kotia sisustamassa – Lemmikkikotien
sisustusratkaisut ja lemmikin rooli kodinsisustajana

MAISTERINTUTKIELMA KULUTTAJAEKONOMIASSA
MAATALOUS-METSÄTIETEIDEN MAISTERIN TUTKINTOA VARTEN

Heidi Tenkanen

Syksy 2019



Tiedekunta – Fakultet – Faculty Maatalous-Metsätieteellinen tiedekunta		Koulutusohjelma – Utbildningsprogram – Degree Programme Kuluttajaekonomia	
Tekijä – Författare – Author Heidi Tenkanen			
Työn nimi – Arbetets titel – Title Lemmikit kotia sisustamassa – Lemmikkikotien sisustusratkaisut ja lemmikin rooli kodinsisustajana			
Oppiaine/Opintosuunta – Läroämne/Studieinriktning – Subject/Study track Kuluttajaekonomia			
Työn laji – Arbetets art – Level Maisterintutkielma		Aika – Datum – Month and year 12/2019	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages 59 + liitteet 2 sivua
Tiivistelmä – Referat – Abstract <p>Tutkielma tarkastelee lemmikkejä kodinsisustuksen kontekstissa. Tavoitteena on analysoida sitä, miten lemmikkieläimet vaikuttavat kodinsisustukseen ja millaisia ratkaisuja lemmikkikodeissa tehdään. Lisäksi tutkin minkälaisia rooleja lemmikeillä on osana kodinsisustusta. Tutkimuksen aineistona on 13 teemahaastattelua. Haastatteluissa hyödynnän projektiivista tekniikkaa käyttämällä IKEA-kuvastoa. Tarkoituksena on saada monipuolisia kommentteja ja näkemyksiä lemmikkikotien sisustamisesta. Aineiston analysointimenetelmänä käytän teemoittelua.</p> <p>Lemmikkikodeissa on useita lemmikeille hankittuja tuotteita kuten raapimappu, kissanvessa, lemmikin peti, juomakippo, lelut ja ruoansäilytysastiat. Omistajilla voi joskus olla jopa ristiriitainen suhde lemmikkien välttämättömiin tuotteisiin. Myös kodin huonekaluhankinnoissa otetaan lemmikit huomioon. Lemmikinomistajat pyrkivät kodissaan helpoahoitoisuuteen, käytännöllisyyteen ja turvallisuuteen.</p> <p>Lemmikeillä voi tutkimuksen perusteella olla kolme erilaista roolia osana kodinsisustusta. Lemmikki voi olla 1) sopeutuja, 2) päättäjä tai 3) sisustuselementti. Yhdessä kotitaloudessa lemmikki voi esiintyä tilanteen mukaan eri rooleissa. Lemmikin ollessa sopeutujan roolissa, on selvää, että lemmikki opetetaan elämään kodissa ihmisten toivomalla tavalla. Valintoja ei pääosin rajoitettu lemmikin takia. Lemmikin ollessa päättäjän roolissa, lemmikillä on iso vaikutus siihen, mitä huonekaluja ja tarvikkeita kotiin hankitaan. Tämä näkyy erityisesti niissä kodeissa, joissa lemmikillä on jonkinlaista ongelmakäytöstä. Kun lemmikki on sisustuselementtinä, se rinnastetaan koriste-esineeseen. Lemmikki korvaa kodin muut koriste-esineet. Kotiin valitaan neutraaleja kuoseja, jotta lemmikki erottuu niistä mahdollisimman hyvin.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords koti, sisustus, lemmikki			
Ohjaaja tai ohjaajat – Handledare – Supervisor or supervisors Eliisa Kylkilahti			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited Taloustieteen osasto, kuluttajaekonomia			
Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information			

Sisällysluettelo

1. Johdanto	1
2. Lemmikki kulutuskulttuurissa ja kodinsisustuksessa.....	4
2.1. Kodin merkitykset ja sisustaminen	4
2.2. Lemmikit tutkimuskohteena	10
3. Tutkimuksen toteuttaminen, aineisto ja menetelmät	16
3.1. Tutkimusaineisto.....	16
3.2. Aineiston analysoiminen.....	24
4. Lemmikkikotien sisustusratkaisut	26
4.1. Lemmikki tuotteisiin liittyvä sisustus	26
4.2. Lemmikkien vaikutus kodinsisustusratkaisuihin	40
5. Lemmikkien roolit kodinsisustuksessa	47
5.1 Lemmikki sopeutujana.....	47
5.2 Lemmikki päättäjänä.....	49
5.3 Lemmikki sisustuselementtinä.....	51
6. Johtopäätökset	54
Lähteet.....	60
Liitteet	65

Kuviot, kuvat ja taulukot

Kuvio 1 Kulutuksen ulottuvuudet ja toiminnalliset asemat (Ilmonen, 1993, 207) s. 8

Kuvio 2 Syrjälän ja Norrgrannin (2019) esittämä nelikenttä s. 13

Kuva 1 Kuva IKEA kuvaston kodista 1 s.20

Kuva 2 Kuva IKEA kuvaston kodista 4 s.20

Kuva 3 Kuva IKEA kuvaston kodista 2 s.21

Taulukko 1 Haastateltavien taustatiedot s.22-23

1. Johdanto

Jo tuhansien vuosien ajan koirat ovat kuuluneet osaksi ihmisten elämää. Koirien määrä lemmikkieläiminä, ihmisten seuralaisina, kasvaa koko ajan (Miller ja Howell 2008). Suomessakin koirien määrä on kasvanut, ja vuoden 2016 alussa 800 000 koira eli suomalaisissa kotitalouksissa. Toiseksi yleisimmän lemmikin, kissan, määrä on pysynyt vuodesta 2012 lähes samana. Kissoja kotitalouksissa on noin 600 000. Toki näiden lisäksi kotitalouksissa on monenlaisia harvinaisempiakin lemmikkejä, kuten esimerkiksi akvaariokaloja, hevosia, poneja, jyrksijöitä tai matelijoita. Vuoden 2016 alussa noin 35 % suomalaisista kotitalouksista omisti jonkun lemmikin. Yksi tai useampi koira oli 22 % kotitalouksista ja yksi tai useampi kissa 15 % kotitalouksista. Muiden lemmikkien osuudet ovat huomattavasti pienempiä. (Suomen virallinen tilasto 2016.)

Useammassa kuin joka kolmannessa suomalaisessa perheessä elää lemmikki. Se mikä mielletään perheeksi, on myös muuttunut ajan kuluessa. Yesilova (2009, 21) kirjoittaa, että ennen 1800-lukua perhe on liitetty taloon, työyhteisöön, palvelijoihin ja sukulaisiin. Samassa taloudessa asui useita ihmisiä, eikä heillä välttämättä ollut tunnesidettä tai sukulaisuussuhdetta toisiinsa. Nykyisenkaltaista ydinperhettä ei silloin ollut olemassakaan. Yesilovan (2009, 24) mukaan 1800- ja 1900- lukujen kuluessa perhe alkoi rajautua vanhempien ja lasten intiimeiksi suhteiksi. 1900-luvulla Suomessa vielä vallitsi talonpoikainen kulutuseetos (Heinonen 1998, 380–381). Talonpoikaisessa elämässä eläimet ovat olleet tärkeässä osassa elannonhankinnassa, ja ihmisillä on pääosin ollut eläimiä hyötykäytössä. Seurakoirien määrä on tämän ajan jälkeen hiljalleen lisääntynyt (Jyrinki & Laaksonen 2007).

Jyrinki ja Laaksonen (2007) avaavat tutkimuksessaan koirallisen yhteiskunnan muutoksia. Heidän mukaansa seurakoirien määrän lisääntyminen on ollut yhteydessä maalta kaupunkiin muuttoon. Vuonna 1970 seura- ja kääpiökoirarotuisia koira oli kolmasosa. Kaupungistumisen yhteydessä myös vapaa-aika ja kulutustottumuksen muuttuivat. (Jyrinki & Laaksonen 2007.) Sohvaryhmät ja televisiot yleistyivät olohuoneessa ja niistä tuli paikkoja, jossa viettää aikaa (Sarantola-Weiss 2003, 11). Vapaa-ajan vieton muuttuminen voi olla myös yhtenä syynä seurakoirien suosion kasvulle. (Jyrinki & Laaksonen 2007.)

Lemmikit asuivat pääosin ihmisten kanssa samassa asunnossa ja niihin oltiin valmiita käyttämään rahaa. Oliko lemmikistä tullut osa perhettä? Yesilova (2009, 26) määrittelee ydinperheen viittaavan tietynlaisiin emotionaalisesti värittyneisiin sukupuolten ja sukupolvien välisiin suhteisiin. Yesilovan mukaan ydinperheellä ei viitata kotitalouteen, sukulaisuussuhteisiin, emännyyteen tai isännyyteen. Tämän määrittelyn perusteella lemmikit voivat olla osa perhettä, jos niihin on muodostunut tietynlainen emotionaalinen side. Holbrookin (2008) mukaan lemmikkien voidaan katsoa olevan tärkeitä perheenjäseniä ja merkitseviä hahmoja, joiden kanssa muun muassa jaetaan omia kulutuskokemuksia. Jyrinki (2010, 112) tutkimuksessaan nousi esille, että perheenjäsenen lisäksi lemmikillä voi olla myös muita merkityksiä omistajalleen. Lemmikki voi olla statussymboli, työkaveri, harrastus, elämäntapa, minän laajentuma, ongelma tai seuralainen.

Jyrinki ja Laaksonen (2007) nostivat tutkimuksessaan esille, että syvimmän laman aikaan 1993 koiria rekisteröitiin enemmän, kuin sitä ennen tai sen jälkeen. Samalla myös lemmikkitarvikkeisiin kuluttaminen lisääntyi. Vaikka taloudellinen tilanne oli monelle haastava ja kulutuksesta yleisesti jouduttiin tinkimään, lemmikeistä oltiin valmiita pitämään huolta. (Jyrinki & Laaksonen 2007.) Lemmikkikoirien ympärille onkin muodostunut miljoonabisnes (Kerola ym. 2017). Suomessa koirille on tarjolla lukuisia eri palveluita, kuten koirauimaloita, koirahierontaa, trimmausta, koiraharrastuksien valmennuspalveluita, eläinlääkinnästä puhumattakaan. Näiden lisäksi on lukuisia koiratarvikkeita myyviä yrityksiä. Näistä yksi erittäin hyvin menestynyt yritys on Musti ja Mirri, jonka vuoden 2016 liikevaihto oli yli 91 miljoona euroa. Yrityksen tekemä voitto oli yli 9,7 miljoonaa. Suomessa perustettu yritys on laajentunut kattavasti myös muihin Pohjoismaihin. (Mts. 220.) Yrityksen menestyminen kertoo siitä, että lemmikkeihin ja niiden hyvinvointiin ollaan valmiita käyttämään rahaa.

Koirat ja kissat erottaa muista lemmikeistä se, että ne elävät ihmisten kanssa samoissa elintiloissa. Niille ei ole omia tallitiloja, terraarioita tai akvaarioita, kuten monella muulla lemmikillä on. Toki osa koirista asuu erillisissä ulkotarhoissa, mutta suurimmalla osalla koirat asuvat sisällä ihmisten kanssa. Kodinsisustusratkaisut vaikuttavat siis myös kissojen ja koirien elinympäristöön. Lemmikkien ympärille muodostunut business kertoo siitä, että lemmikkien hyvinvointiin ollaan valmiita

panostamaan. Toistaiseksi tiedetään kuitenkin vähän siitä, näkyykö panostus lemmikkien hyvinvointiin myös kodin tuotteissa. Kodin tuotteet ovat monesti sekä lemmikin että ihmisen käytössä samanaikaisesti. Esimerkiksi sohva hankitaan kotiin lähtökohtaisesti ihmisiä varten, mutta se on myös lemmikin käytössä.

Sisustaessa tila varustetaan ja järjestetään huoneen tarkoituksen mukaan. Sisustuksessa tulee ottaa tilan käyttäjän tarpeet huomioon. Usein huomiota kiinnitetään visuaalisiin tekijöihin, kuten väreihin, materiaaleihin ja rakenteisiin. Visuaalisuuden lisäksi tärkeää on käytännöllisyys ja ympäristöeettiset ratkaisut. Luonnollisesti varallisuudella on myös oma merkityksensä. Sisustusvalintojen täytyy olla omalle lompakolle sopivia. Keskimäärin suomalaiset kuluttivat vuonna 2016 kodintuotteisiin ja kodinkoneisiin 1050 euroa asukasta kohden (Suomen virallinen tilasto 2016). Kaikilla kotitalouksilla sisustusvalintoihin vaikuttavat monet eri tekijät. Kotitaloudet painottavat eri tekijöitä omien intressien mukaan.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on analysoida sitä, miten lemmikkieläimet vaikuttavat kodinsisustukseen ja millaisia sisustusratkaisuja lemmikkikodeissa tehdään? Lisäksi tutkin, minkälaisia rooleja lemmikeillä on osana kodinsisustusta.

Luvussa kaksi tarkastelen tarkemmin lemmikkeihin ja sisustamiseen liittyvää aikaisempaa tutkimusta. Olen jaotellut tarkastelun erikseen kodinsisustamiseen liittyvään tutkimukseen ja lemmikkitutkimukseen. Luvussa kolme kirjoitan tutkimuksen aineistosta, menetelmistä ja aineiston analysoimisesta. Luvuissa neljä ja viisi analysoin aineistoista nostamiani aiheita ja tulkintoja yhdessä teorian kanssa. Luvussa kuusi kirjoitan tarkemmin tutkimukseni johtopäätöksistä.

2. Lemmikki kulutuskulttuurissa ja kodinsisustuksessa

Tässä luvussa tarkastelen tarkemmin lemmikkeihin ja sisustamiseen liittyvää aikaisempaa tutkimusta. Koska aikaisempaa tutkimusta lemmikkien vaikutuksesta kodinsisustamiseen on varsin niukasti, olen päättänyt tarkastella erikseen kotiin ja sisustamiseen liittyviä tutkimuksia sekä lemmikkeihin liittyvää tutkimusperinnettä.

2.1. Kodin merkitykset ja sisustaminen

Koti voidaan yksinkertaisimmillaan nähdä paikaksi, joka tarjoaa suojaa ja paikan lepäämiselle. Tämän tulkinnan perusteella koti voi olla asunto, asuntoauto tai esimerkiksi vene. Koti on paikka, josta päivä lähtee aamulla käyntiin, ja jonne päivän päätteeksi palataan. (Scott 2009, 49.) Tämä on hyvin yleisen tason määritelmä kodille. Scott (2009) esittelee myös muita merkityksiä kodille, kuten että koti tarjoaa asukkaalleen tuttuja rutiineja sekä yksityisyyttä. Koti voi myös olla paikka, missä ihminen voi olla täysin oma itsensä ja rentoutua (mts. 50).

Sirpa Uimosen (2019) väitöskirjassa *Toimivasta tilasta mielenrauhan tyyssijaan – Kulttuurinen kuluttajatutkimus kodin tunnun jäsentymisestä merkityskokonaisuuksiksi pääasiallisessa kodissa ja kakkoskodissa*, Uimonen selvittää, millaiseksi merkityskokonaisuudeksi kodin tuntu jäsentyy. Kodin tuntu koostuu eri osatekijöistä, kuten viihtymistä, mukavuudesta, kotoisista käytännöistä, paikkaan kiinnittymisestä tai ihmissuhteista. Analyysin tuloksena Uimosen keräämästä aineistosta nousi esille neljä erilaista kodin tuntua: 1) pesäkolo, 2) mielen sisäinen olotila, 3) toimiva tila ja 4) tunnelmointia ja yhdessäoloa.

Pesäkolo -kodin tilaan haettiin mukavuutta ja oleskelua. Tila kuvasti yksityisyyttä ja siellä saattoi olla asukkaalle historiallisesti merkitseviä esineitä. Mielen sisäinen olotila – koti kuvastaa kodin tuntua, joka on asukkaan pään sisällä. Asukas kokee vapautta velvoitteista ja aikatauluista. Hänellä on vapaus elää omaa elämää, eikä se ole riippuvainen tietystä tilasta. Toimiva tila -koti merkitsee helppoa arkea ja kodin toiminnallisuutta. Ikävät asiat piilotetaan pois näkyvistä ja koti on puhdas ja siisti. Tunnelmointia ja yhdessäoloa -kodin asukas hakee elämyksiä kodin sisällä ja sen

ulkopuolella. Tunnelman luoja toteuttaa itseään, mutta haluaa osaksi myös muita ihmisiä. (Uimonen 2019.) Kodin merkitykset ovat siis riippuvaisia asukkaasta.

Hyvinvoinnin kannalta koti on yksi ihmisen tärkeimmistä paikoista. Jotta asuminen voi tuottaa hyvinvointia, tulee asunnon sijainnin ja varustelutason olla juuri asukkaalle sopiva ja toimiva (Raijas 2008, 118, 127). Purhonen, Gronow, Heikkilä, Kahma, Rahkonen ja Toikka (2013) ovat kirjoittanut teoksen *Suomalainen maku kulttuuripääoman, kulutuksen ja elämäntyylin sosiaalinen eriytyminen*. Tässä teoksessa nousi esille tiettyjä yhtäläisyyksiä ja havaintoja suomalaiseen asumiseen liittyen. Asumisen peruspuitteet, kuten asuinalue, koko ja tyyppi, ovat vahvasti yhteydessä henkilön ikään ja koulutukseen. Nuoret ja korkeasti koulutetut asuvat useammin kaupungin keskustoissa, vähemmän koulutettuja ja ikääntyneitä on vastaavasti maalla suhteessa enemmän. Koska kaupungeissa on paljon kerrostaloja, asuu nuoria ja korkeasti koulutettuja niissä muita ryhmiä useammin. Taajamat, lähiöt ja esikaupungit on tasaisemmin jakautuneita. Myös kotitalouden koolla on merkitystä. Pienet kotitaloudet asuvat pääosin kerrostaloissa. Mitä isompi kotitalous on kyseessä, sitä suuremmalla todennäköisyydellä asutaan omakotitalossa. Rivitaloasumisessa ei ole havaittavissa selkeää linjaa kotitalouden koon tai tulotason kanssa. (Purhonen ym. 2014, 227–229.) Koska työni käsittelee kodinsisustamista, keskityn jatkossa analysoimaan kodin sisällä olevia asioita ja jätän sijaintiin ja asunnon kokoon liittyvät seikat tarkasteluni ulkopuolelle.

Millaista suomalainen sisustaminen sitten on? Suomalaisissa kodeissa on viimeisen 100 vuoden aikana tapahtunut useita muutoksia. Kuluttajien suhtautuminen kodin laittamiseen ja sisustamiseen on myös muuttunut. Koska koti peilaa yleiseen kulutukseen on hyvä tarkastella muutoksia kulutuksessa ensin yleisellä tasolla.

Suomalaista kulutusta voidaan hahmottaa tarkastelemalla erilaisia eetoksia. Autio, Huttunen ja Puhakka (2010) määrittelevät eetoksien olevan yhteisön jäsenten muodostamia käsityksiä siitä, mikä on hyvää ja pahaa, sekä kuinka heidän tulisi elää ja toimia. 1900-luvun alussa Suomessa vallitsi talonpoikainen kulutuseetos. Suomi oli tällöin maa- ja metsätalousyhteiskunta. Työllä oli suuri merkitys. Ahkeruus, omavaraisuus ja säästäväisyys liittyivät sen hetken kuluttajuuteen. (Heinonen 1998, 380–381.)

Historiantutkija Minna Sarantola-Weiss (2003) on tarkastellut kodinsisustamista suhteessa yhteiskunnallisiin muutoksiin. Hän nostaa tutkimuksessaan askeesin ja hedonismien keskeiseksi jakolinjaksi. Jako koskee yleisen kulutuskulttuurin keskustelua ja kodinsisustuksen ympärillä käytävää keskustelua. Askeettisuudella tarkoitetaan järkevää ja rationaalista kulutusta, joka liittyy säästäväisyyteen ja vaatimattomuuteen. (Sarantola- Weiss 2003, 27.) Askeettinen kuluttaminen on ollut tyypillistä perinteiselle talonpoikaiselle kuluttamiselle (Heinonen 1998, 378). Hedonistisen kulutuksen taas katsotaan liittyvän nautintoon ja huviin. Hedonistinen kulutus on nähty myös joukkojen kulutuksena, johon voi liittyä myös elementti vastarinnasta (Sarantola-Weiss 2003, 27).

Kodinsisustuksessa askeesi ja hedonismi on näkynyt muun muassa rationaalisena sisustamisena, askeettisena muotokielenä ja joukkotuotannon kritisoimisena. Maatalousyhteiskunnassa kodin hyvä maku oli hyvin erilainen kuin 1960-luvun eliitillä. (Sarantola-Weiss 2003, 39.) 1900-luvun puolivälissä moderni tuli osaksi ihmisten arkipäiväistä elämää uudenlaisen kalustamisen myötä (Saarikangas 2002, 502). Kodinsisustuskeskustelua hallitsi elinvoimainen ja näkyvä kauniin arjen diskurssi. Perinteisessä porvarillisessa kotikulttuurissa asumisen laatua haluttiin parantaa muun muassa uudistamalla asuntojen pohjakaavioita ja esinemaailman muotokieltä (Sarantola-Weiss 2003, 385). Esineillä on esimerkiksi tuotu ilmi asukkaan persoonaa tai perheenemännän asemaa kodissa. Rationalisointikeskustelussa taas on esineiden ja sisustuksen runsaus nähty tarpeettomana ja kritiikki on kohdistunut erityisesti runsauteen, koristeellisuuteen ja näitä tuottavaan kulutuskulttuuriin. Tässä mielessä 1950-luvulla kuluttamista arvioitiin askeettisesta, ylellisyyttä tuomitsevasta näkökulmasta. (mts. 386.)

Rationaalisessa kalustehanteessa etsittiin helposti siirreltäviä ja muuntautumiskykyisiä kalusteita, jotka mukautuivat asukkaiden arkielämän tarpeisiin. Muotokieli oli yksinkertainen ja suosiossa oli sileät helposti puhdistettavat pinnat. (Sarantola- Weiss 2003, 386.) Saarikankaan (2002, 102) mukaan puhtaus ja järjestys on ollut ihanteena jo aikaisemmin, mutta korostui modernissa asuntoarkkitehtuurissa. Valkoisesta väristä tuli suosittu osittain puhtauden korostamisen takia. Valkoisesta oli helppo havaita mahdolliset liat ja siivota ne pois. Toisaalta valkoinen antoi myös vaikutelmaa puhtaudesta. Kiiltävät pinnat, pyöristetyt kulmat ja vaaleat värit olivat suosiossa helppohoitoisuuden takia. (Saarikangas 2002, 105.) Vieraita silmällä pitäen

sisustettu edustuskoti oli kuitenkin tänä ajanjaksona vieras. Sohvaryhmä muun muassa ei soveltunut moderniin askeettiseen ihanteeseen. Sitä voitiin käyttää pääasiassa vain oleiluun ja raskaita kalusteita oli hankala siirtää. (Sarantola- Weiss 2003, 387.) Porvarillisen tradition tapaan kodinsisustaja pyrki kuitenkin ilmentämään omaa yksilöllistä persoonaansa. Esimerkiksi koriste-esineiden katsottiin olevan edukseen yksittäin mahdollisimman neutraalia taustaa vasten. (mts. 386.)

Sarantola-Weissin (2003, 390) mukaan koti on paikka, missä kansalaiset käyttävät yhteiskunnallista vaikutusvaltaansa kuluttamalla. 1960-luvulla vaurauden ja kulutusmahdollisuuksien lisääntyessä tuli mahdolliseksi uusi keskiluokkainen kotikulttuuri. Tämä mahdollisti aikaisemmin ahtaasti asuneelle työväenluokalle oman olohuoneen, jota pystyi sisustamaan. Voidaankin sanoa, että 1950-luvun kiihtyneen muuttoliikkeen seurauksena huonekalujen kysyntä lähti kasvuun. 1960- ja 1970-lukujen vaiheessa kysyntä kasvoi entisestään noin 12% vuosivauhdilla. 1973 tapahtuneen öljykriisistä seurannut laskusuhdanne kuitenkin katkaisi kasvun. (Sarantola-Weiss 2003, 11.)

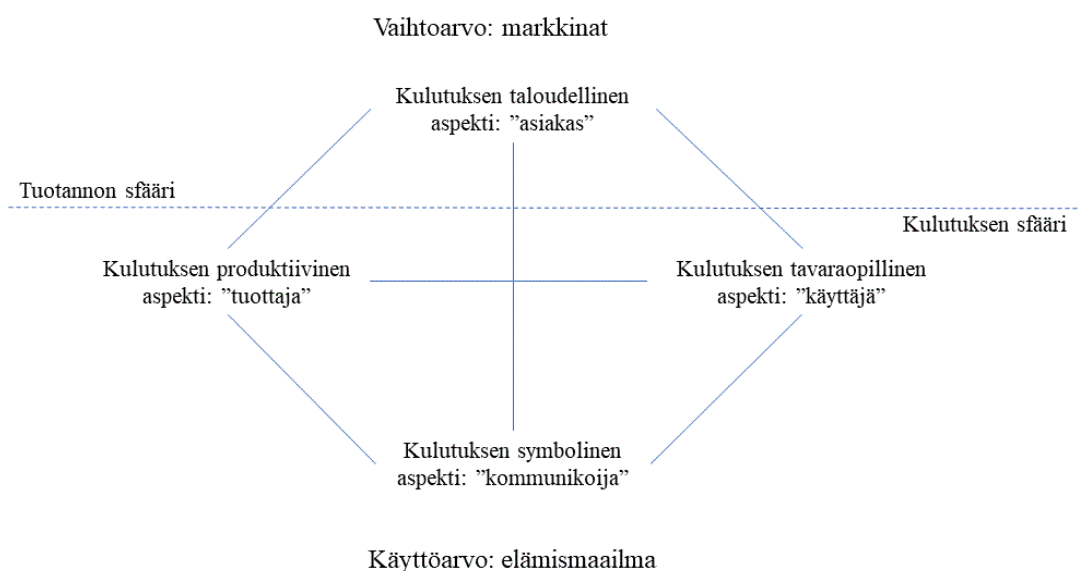
Autio ja Autio (2009) toteavat suomalaisessa kodinlaittamisessa ja sisustuksessa vallitsevan askeettinen hedonismi. Nautinto on haluttu pitää piilossa ja hedonistista kulutusta on jopa paheksuttu. Mahdollisesti tästä syystä suomalaiset ovat kätkeneet hedonismin kodin seinien sisäpuolelle. Askeettisessa hedonismissa kodinrakentamisen ideaalit, vapaus työstä ja ulkomaailmasta sekä kauneuden ja persoonallisuuden täyttämä oma tila, määrittävät nautinnon lähteiksi. Uimosen (2019) keräämän aineiston perusteella vaikuttaisi siltä, että osittain perinteisestä skandinaavisesta vaaleasta ja askeettisesta sisustusihanteesta ollaan luopumassa. Koti voidaan rakentaa persoonalliseksi, elämäntyyliä tai harrastustoimintaa myötäileväksi tilaksi. (mts. 190). Koti antaa mahdollisuuden oman tyylin ilmentämiseen. Inspiraatiota voi hakea nykyisin tarjolla olevista lukuisista sisustuslehdistä sekä -ohjelmista. (Purhonen 2014, 222.)

Sanatola-Weiss (2003) tarkastelee tutkimuksessaan kulutuskulttuurin muutosta suomalaisissa olohuoneissa sohvaryhmän kautta. Yksittäinen huonekalu voi kertoa paljon. Se miksi huonekaluja hankitaan, perustuu aina johonkin tarpeeseen. Ihmisillä on kahdenlaisia tarpeita, perustarpeita ja johdettuja tarpeita. Perustarpeet ovat fysiologisia tarpeita, joiden tyydyttämisen katsotaan olevan hengissä pysymisen ehto.

Esimerkkejä perustarpeista on nukkuminen, syöminen ja juominen. Johdetut tarpeet eivät ole elintärkeitä hengissä selviytymiseksi. Johdettuja tarpeita voi olla esimerkiksi sänky, jossa voi nukkua ja siten tyydyttää nukkumisen perustarpeensa. (Ilmonen 1993,74.)

Kotiin liittyy paljon tarpeita, jotka ovat ihmiselle välttämättömiä. Ihminen tarvitsee lämpöä ja turvallisuutta, ja sitä koti mahdollistaa ihmiselle. Monet kodin toiminnot on luotu helpottamaan perustarpeiden tyydyttämistä, kuten keittiö ja kylpyhuone. Myös jonkinlainen makuupaikka on tärkeä riittävän levon takaamiseksi. Kotona on kuitenkin myös paljon tavaroita, joilla ei ole tällaista funktiota. Monessa kodissa on tavaroita, jotka lukeutuvat muotitavaroiksi. Muotitavaroissa käyttöarvo on usein tuotteen symbolisessa puolessa (Ilmonen 1993, 85). Kuluttajat kiinnostuvat tavaroista tarpeiden perusteella, mutta hankinta riippuu tavaran todellisesta ja kuluttajankokemasta käyttöarvosta. Kun tavaran käyttöarvo vastaa hyvin tarpeeseen, muodostaa kuluttaja ostopäätöksen. (mts. 72.)

Kaj Ilmonen (1993, 203–207) kuvaa kuluttajan tavarasuhdetta mallilla, jossa on kulutuksen eri ulottuvuudet, sekä niihin suhteessa olevat kuluttajan toiminnalliset asemat. Malli on esitetty kuviossa 1.



Kuvio 1 Kulutuksen ulottuvuudet ja toiminnalliset asemat (Ilmonen, 1993, 207)

Kulutus voidaan nähdä neljästä eri aspektista. Kun tarkastellaan kulutuksen taloudellista aspektia, toimii kuluttaja asiakkaana. Tällöin tavarahan arvo on markkinoilla oleva vaihtoarvo. Vaihtoarvon vastaparina voidaan nähdä käyttöarvo, jonka kuluttaja saa tavarasta. Käyttöarvo sisältää kulutuksen symbolisen, tavaraopillisen ja produktiivisen näkökannan. Tavaraopillisessa ulottuvuudessa tavarahan kulutus on funktionaalista ja kuluttaja toimii tuotteen käyttäjänä. Symbolisessa ulottuvuudessa tavarahan kulutukseen liittyy kulttuurisia merkityksiä ja kuluttaja toimii näiden kommunikoijana. Produktiivisessa tai luovassa ulottuvuudessa kuluttaja luo jotain uutta tavarahan avulla ja siten toimii tuottajan roolissa. (Ilmonen 1993, 203–207.)

Ilmosen (2004) mukaan esineisiin liittyy erilaisia asenteita. Erityinen suhde muodostuu omana pidettyihin esineisiin. Kiintymyksen muodostamiseen tarvitaan kaksi vaihetta: kognitiivinen omaksuminen ja hyödykkeen sisäistäminen tunnetasolla osaksi omaa elämää. Kun käyttäjä maksuu tuotteen omakseen, muuttuu tuotesuhde henkilökohtaiseksi. Myös Csikszentmihalyin ja Rochberg-Haltonin (1981, 14–15) mukaan esineet liittyvät yksilön identiteetin muodostumiseen. He toteavat, että kuluttaja voi ilmentää itseään myös massatuotettujen tavaroiden kautta. Kuluttaja voi valita ja yhdistää tavaroita sekä niiden osia mieleisellään tavalla (mts. 94). Csikszentmihalyin ja Rochberg-Haltonin (1981, 15) mukaan esineet kehystävät kokemuksia, jotka voidaan liittää omaan minuuteen. Myös Belkin (1988) mukaan minuuden jatkeena voidaan nähdä objektit. Kuitenkaan tämä ei koske pelkästään yksilöä, vaan minuus voidaan laajentaa myös kollektiivisella tasolla, jolloin se koskettaa koko perhettä (Belk 1988). Kun kyse on kodin hankinnoista, on tuotteet useimmiten tarkoitettu koko perheen yhteiseen käyttöön.

Sen lisäksi, että kodin tarvikkeita hankitaan tarpeiden tyydyttämistä varten, lisäävät kodin tavarat kodin viihtyvyyttä. Csikszentmihalyi ja Rochberg-Halton (1981, 84) tiedustelivat tutkimuksessaan materian merkitystä vastaajille. Useimmat ajattelivat omaa viihtymistään ja kokivat kodin tavaroiden vaikuttavan siihen. Kun mietitään kuinka paljon aikaa ihminen kodissaan viettää, on omassa kodissa viihtyminen oleellista. Tavaroilla voi olla kuluttajille yllättäviä merkityksiä. Samassa tutkimuksessa nousi esille se, että ihmiset liittävät tavaroihin yhteyksiä heille tärkeisiin ihmissuhteisiin. Esineisiin voi liittyä syvällisiäkin merkityksiä. (mts.68.)

Kotia ja sisustamista on tutkittu aikaisemmin kuluttajaekonomian oppiaineessa. Jani Varpa teki vuonna 2016 maisterintutkielman: *Det hemtrevliga och imponerande: paradox i det svenska hemmet*. Tutkielmassa Varpa analysoi ruotsalaisten suhtautumista kotiin sekä skandinaavisen designin merkitystä haastateltavien lempi huonekalujen avulla. Tutkimuksessa nousi esille kahta erilaista suhtautumista kotiin ja sisustamiseen. Koti nähtiin lepopaikkana, jossa huonekalut olivat toiminnallisia ja huonekaluilla oli jokin historia tai jonkinlainen merkitys asukkaalle. Koti voitiin nähdä myös niin sanotusti edustustilana, jossa sisustuksella ja designilla oli iso merkitys. Koti piti olla tyylikäs muun muassa vieraita varten. Myös Inkeri Hakala (2014) on tehnyt tutkielman kotiin ja sisustukseen liittyen. Tutkielmassa ”*Olen juuri niin tiedostava, kuin minun on varaa olla*” – Nuorten saksalais- ja suomalaiskuluttajien suhde kodin sisustamiseen ja puuhuonekaluihin, Hakala tarkastelee nuorten kuluttajien liittämää merkityksiä kodinsisustukseen ja puuhuonekaluihin. Aihetta tarkastellaan elämäntyylin ja tavarasuhteen näkökulmasta. Tutkimuksessa ulkonäkö, hinta ja laatu nousivat merkittävimmiksi tekijöiksi. Näiden lisäksi haastateltavat mainitsivat arvostavansa käytännöllisyyttä ja ekologisuutta.

Jokainen kuluttaja arvostaa erilaisia asioita sisustustuotteita hankkiessaan. Usein kodinsisustushankinnat ovat perheen yhteisiä, joten kompromisseja joutuu mahdollisesti tekemään, jotta kaikki perheen jäsenet olisivat tyytyväisiä. Holbrookin (2008) mukaan lemmikit ovat tärkeitä perheenjäseniä ja merkitseviä hahmoja, joiden kanssa muun muassa jaetaan omia kulutuskokemuksia. Seuraavassa kappaleessa tarkastelen tarkemmin lemmikin ja kuluttajan välistä suhdetta, sekä aikaisempaa lemmikkeihin liittyvää tutkimusta.

2.2. Lemmikit tutkimuskohteena

Lemmikin ja kuluttajan välisen suhteen tarkastelu on yksi suosituimmista lemmikkeihin liittyvistä tutkimusaiheista. Jyrinki (2010, 28) kirjoittaa, että Human Animal bond eli HAB on monitieteinen, perinteinen ihmisen ja eläimen kanssakäymistä käsittelevä tutkimusperinne. Käsite otettiin käyttöön 1970-luvun loppupuolella, jolloin ensimmäiset ihmisiä ja lemmikkieläimiä koskevat tutkimukset saivat alkunsa. Hinesin (2003, 7–8) mukaan ensimmäinen termin käyttäjä oli Konrad

Lorenz. Hänen lisäksi erityisesti psykologit tekivät kokeellisia tutkimuksia, jossa selvitettiin eläinten vaikutusta ihmisiin (Jyrinki 2010, 28). Keskeisiä henkilöitä aiheen kannalta ovat Beck & Katcher, jotka ovat kirjoittaneet kaksi alan peruskirjaa (kts. Beck & Katcher 1996). He tarkastelevat aihetta lähinnä sosiologisesta näkökulmasta (Jyrinki 2010, 29). Ihmisiä ja eläimiä onkin tutkittu monipuolisesti eri tieteenalojen lähtökohdista, muun muassa psykologian, biologian, eläinlääketieteen, sosiologian, antropologian, historian ja politiikan tutkimuksen kantilta (Hines 2003).

Myös kuluttajatutkijat ovat kiinnostuneet tutkimaan aihetta. Usein on kuitenkin hankalaa hahmottaa, liikutaanko puhtaasti kuluttajatutkimuksen vai HAB-tutkimuksen parissa, sillä näillä on paljon yhtymäkohtia ja päällekkäisyyksiä. Russel Belkiä voidaan pitää yhtenä ensimmäisistä lemmikkien ja kuluttajien suhteita tarkastelleista kulutustutkijoista (Jyrinki 2010, 30–31). Belkin (1988, 139–141) mukaan yksi tapa ymmärtää lemmikkien ja kuluttajien välistä suhdetta on omistuskohdeiden kokeminen minän laajentumana. Kuluttajat voivat määrittää, oppia ja laajentaa itseään esimerkiksi lemmikkien kautta.

Jyrinki (2010, 31) kirjoittaa, että toinen keskeinen kuluttajatutkija Elizabeth Hirschman eritteli tutkimuksessaan, millaisia erilaisia rooleja lemmikeillä on kuluttajan elämässä. Jyringin (2010,31) mukaan Morris B. Holbrookilla on myös ollut tärkeä rooli aiheen merkityksen korostamisessa ja oman tutkimuksen tekemisessä. Tästä syystä heidät on aiheellista nostaa esille keskeisinä henkilöinä.

Käsitteeseen ”minän laajentuminen”, voidaan katsoa kuuluvan myös esimerkiksi lemmikeistä huolehtiminen, niiden ruokkiminen ja rahan käyttäminen niihin (Belk 1988, 145–146). Lemmikin omistajilla on usein myös tarve hallita lemmikkiensä olemista ja tekemistä. Tällöin omistaja laajentaa minuuttaan lemmikin ulkomuodon ja käyttäytymisen välityksellä. Lemmikin ulkomuotoon voi vaikuttaa esimerkiksi trimmaamalla tai pukemalla lemmikkiään, mutta myös huolehtimalla sopivasta ruokinnasta, jolloin lemmikin turkki kiiltää. (Belk 1996, 132–133.) Voidaan katsoa, että tämä liittyy myös lemmikin asumisolosuhteista huolehtimiseen, joka liittyy oman tutkimuksen aihealueeseen.

Lemmikin omistajat usein myös haluavat, että lemmikit tottelevat ja kuuntelevat heidän antamiaan käskyjä (Belk 1996, 132–133). Nykyään lemmikkien kouluttaminen ja harrastukset ovatkin suosittuja, ja kuluttajat ovat valmiita käyttämään niihin yhä

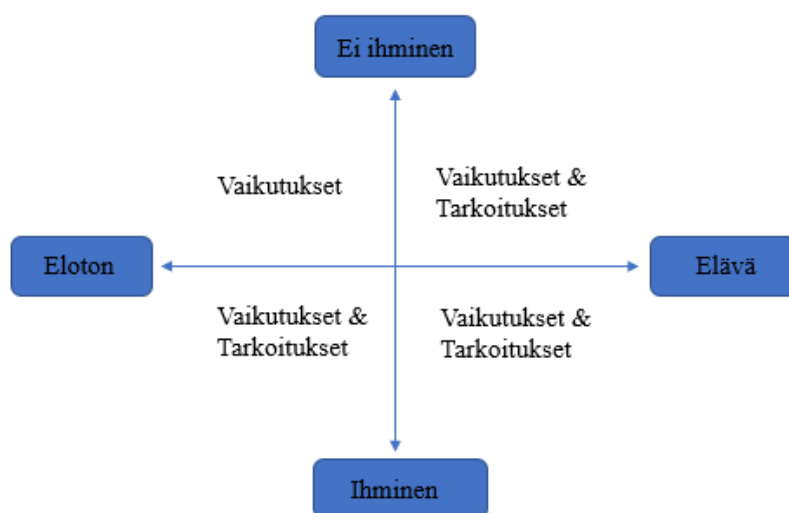
enemmän rahaa (Syrjälä ym. 2014). Lemmikkien menestyminen esimerkiksi kilpailuissa ja omistajan kokema ylpeyden tunne voidaan katsoa myös olevan minän laajentuma. Lemmikkeihin liittyneiden tunteiden voimakkuus voidaan katsoa osaksi minän laajentumista. Tästä syystä myös lemmikin saama kritiikki voi saada omistajassa aikaan negatiivisia tuntemuksia. Erityisesti lemmikin menettäminen saa usein omistajassa aikaan voimakkaita surun tunteita. (Belk 1996, 126–128; Sanders 1990, 665–666.)

Bettanyn & Dalyn (2008) mukaan lemmikin ollessa minän laajentuma, nähdään se hyvin muuttumattomana kokonaisuutena, jota omistaja hyödyntää minänsä viestimiseen ja rakentamiseen. Aylesworth, Chapman ja Dobscha (1999) esittelee tutkimuksessaan lemmikin eri elinkaaret ja eri vaiheissa tehtäviä kulutuspäätöksiä. Heidän mukaansa voidaan ajatella, että suhde lemmikkiin vaikuttaa siihen, millaisia kulutuspäätöksiä lemmikin osalta tehdään.

Jyrinki (2010, 112) toteaa, että aikaisemman tutkimuksen perusteella lemmikit voidaan nähdä subjekteina tai objekteina. Subjekteina lemmikit nähdään ihmisten kaltaisina, jopa kuluttajina. Tällöin lemmikkejä pidetään ystävinä, perheenjäseninä ja minän laajentumana. Objektina lemmikit nähdään kulutuskohteina tai tuotteina. Ollessaan objekteja lemmikkejä voidaan pitää harrastusvälineenä, koristeena tai statussymbolina. Jyrinki (2010, 112) kuitenkin toteaa, ettei tämä jaottelu tee oikeutta kuluttajan ja lemmikin väliselle suhteelle. Jyrinki (2010, 112) kirjoittaa, että ”kuluttajan suhde lemmikkiinsä on väistämättä monitahoinen, limittäinen ja ristiriitainenkin”. Myös Syryälä, Kuismin, Kylkilahti ja Autio (2014) osoitti, että lemmikki on aktiivinen subjekti, eikä ainoastaan passiivinen objekti ja toiminnan kohde.

Suomessa lemmikkikulutusta on tutkinut erityisesti Henna Syryälä (Jyrinki). Hän on tutkinut muun muassa lemmikkituotteiden kulutusta kuluttajan identiteetin luojana (kts. Jyrinki, 2012). Jyrinki on myös kirjoittanut artikkeliväitöskirjan *Lemmikin omistajan monet kasvot, moniparadigmmainen tutkimus kuluttajasubjektista lemmikkeihin liittyvässä kuluttamisessa*. Tutkimuksessa aihetta on käsitelty kolmelta kantilta, ja se esittelee lemmikkikulutuksen teoreettista viitekehystä monipuolisesti (kts. Jyrinki 2010).

Varsinaista tutkimusta lemmikkeihin ja sisustukseen liittyen on tehty varsin vähän. Henna Syrjälä ja Anu Norrgrann (2019) ovat tuoreessa tutkimuksessaan tarkastelleet sisustustarvikkeiden ja lemmikkien toimijuutta yhdessä ihmisen kanssa kodinsisustusprosessissa. He tarkastelivat aihetta neljältä eri kantilta. Olen suomentanut heidän artikkelissaan käyttämänsä termit ja esittelen nyt heidän tutkimuksensa neljä eri tarkastelunäkökulmaa: 1) elävä (living) – ihminen (human), 2) elävä (living) – ei ihminen (non-human), 3) eloton (non-living) – ihminen (human) ja 4) eloton (non-living) – ei ihminen (non-human). Kuviossa 2 on esitetty tutkimuksen nelikenttä, josta hahmottaa paremmin jaottelun suhteet toisiinsa.



Kuvio 2 - Syrjälän ja Norrgrannin (2019) esittämä nelikenttä.

Oman tutkimusaiheen kannalta erityisen kiinnostava on elävän ja ihmisen välinen tarkastelu. Syrjälän ja Norrgrannin (2019) keräämästä aineistosta nousi esille esimerkkejä, jossa lemmikeillä on merkittävä rooli kuluttajan päätöksenteossa. Yhtenä esimerkkinä lemmikki voi vaikuttaa merkittäviin asioihin, kuten asuinpaikkaan ja asunnontyyppiin. Lemmikit näkyvät myös pienemmissä päätöksissä. Kotiin saatetaan ostaa lemmikin kuvalla varustettuja esineitä, kuten tauluja, tai edesmenneen lemmikin uurna voi koristaa kirjahyllyä. Lemmikkien tarvikkeiden sijoittelu on myös merkityksellistä, jotta päivittäiset toiminnot, kuten lemmikin ulkoiluttaminen, käy sujuvasti.

Toinen tarkastelun kohde elävä – ei ihminen liittyy myös lemmikkeihin, mutta niiden toimintaa tarkastellaan suhteessa muuhun kuin ihmiseen, esimerkiksi tavaroihin.

Syrjälä ja Norrgrann (2019) antavat esimerkiksi lemmikin, joka on vallannut ihmisen sängyn tai sohvan, vaikka lemmikille olisi omakin tarjolla. Myös kissoista annettiin esimerkki, jossa perheen kissan raapimapuuta jouduttiin siirtämään työhuoneesta olohuoneeseen, sillä kissat eivät halunneet viettää aikaa puussa, kun se ei ollut samassa tilassa, missä ihmiset viettivät aikaa.

Kolmantena tarkastelussa oli eloton – ihminen. Tässä tarkastelussa pääosassa olivat kodin huonekalut, tekstiilit, koriste-esineet ja pintamateriaalit. Nämä vaikuttavat ihmiseen eri tavalla kuin lemmikit, mutta niillä voi olla iso merkitys ihmisen hyvinvointiin. Esimerkiksi mukavassa sängyssä ihminen nukkuu paremmin, tai aamurutiinit sujuvat pariskunnalta jouhevammin, kun heillä on kaksi suihkua käytettävissä.

Neljäntenä tarkastelussa oli eloton – ei ihminen. Tähän kategoriaan voimme ottaa tarkasteltavaksi lemmikkien tuotteet, jotka toki ovat ihmisen hankkimia, mutta lemmikki käyttää niitä itse. Tällaisia tarvikkeita ovat esimerkiksi: lemmikin ruoka- ja juomakipot ja lattialla lojuvat lelut. Syrjälä ja Norrgrann (2019) antoivat tästä esimerkiksi myös perheen, minkä koira katseli mielellään ikkunasta ulos. Koiralle hankittiin olohuoneeseen koroke, jotta koira sai paremman näkökentän ikkunasta. Vaikka ihminen on tuotteen hankkinut, on tarve lemmikistä lähtöisin, ja lemmikki käyttää hankittua tuotetta.

Lemmikkikulutusta on tutkittu myös kuluttajaekonomian oppiaineessa. Muun muassa lemmikkien ja niiden omistajien välistä yhteiskulutusta ovat tutkineet Kylkilahti, Syrjälä, Autio, Kuismin ja Autio (2016). Tutkimuksen perusteella lemmikit vaikuttavat monella tavalla omistajan kuluttamiseen. Omistaja voi kuluttaa lemmikin takia, lemmikille tai lemmikin tarjoamia palveluita. Tutkimuksen perusteella lemmikki voidaan nähdä yhteiskuluttamisessa kolmessa eri roolissa: välittäjänä, kokijana tai tuottajana. Lemmikin ollessa välittäjän roolissa se huomioidaan jokaisessa arkipäiväisessä päätöksenteossa. Ihminen kuitenkin toimii päättäjän roolissa. Lemmikin ollessa kokijana se hyötyy sille hankituista palveluista ja tuotteista. Lemmikillä on aktiivinen rooli kokijana ja tuotteiden loppukäyttäjänä. Lemmikin ollessa tuottajana omistajan hyvinvointi lisääntyy lemmikin kautta, ja se tarjoaa omistajalle kokemisen mahdollisuuksia. Tulen hyödyntämään kyseisen tutkimuksen löydöksiä oman tutkimukseni analyysivaiheessa luvuissa 4 ja 5.

Kuluttajaekonomian oppiaineessa lemmikkeihin liittyviä opinnäytetöitä on tehty muutamia. Seuraavaksi esittelen lyhyesti muutaman oman aiheen kannalta kiinnostavan opinnäytetyön. Rintanen (2013) teki tutkimuksen nimeltä *Lemmikinomistaja eläinlääkärin asiantuntijapalveluiden kuluttajana*. Tutkimuksessa Rintanen selvittää, mistä koiranomistajat etsivät tietoa, kun koira sairastuu, sekä mitkä asiat vaikuttavat eläinlääkäriaseman valintaan. Tutkimuksessa tarkastellaan myös, kuinka hoito toteutuu, ja millaisena kuluttajat näkevät eläinlääkärien ammattitaidon ja aseman. Tutkimuksessa haastateltavat kertoivat lemmikkiensä terveydenhoidon olevan tärkeää, ja he luottivat eläinlääkärin ammattitaitoon. Eläinlääkäriaseman valinnassa keskeistä olivat sijainti ja suositukset. Oireilua omistajat selvittivät tuttavilta, sosiaalisesta mediasta, kasvattajalta ja eläinlääkäreiltä. Nuutisen (2014) tutkielma *Koiranomistajat kulutusvalintoja ja vakuuttamista järkeilemässä: laskelmointia, rutiinia ja turvanhakuista keskittämistä* tarkastelee koiranomistajia kuluttajina, kulutus päätösten tekijöinä ja vakuutusten ottajina. Tutkimuksessa kuluttajien puheesta on eritelty neljä eri heuristiikkaa, joiden avulla pyritään selittämään, miksi koiralle otetaan tai ei oteta vakuutusta, ja miten tämä päätös tehdään.

3. Tutkimuksen toteuttaminen, aineisto ja menetelmät

Itse koiranomistajana huomaan kotini olevan täynnä lemmikeille suunniteltuja tavaroita. Kiinnostuin, onko muillakin lemmikinomistajilla tilanne samanlainen. Lemmikkien kasvava määrä suomalaisissa kodeissa tekee aiheesta myös ajankohtaisen. Osaavatko kodinsisustustuotteita myyvät yritykset huomioida lemmikkien kasvaneen määrän suomalaisissa perheissä? Kuinka paljon lemmikit vaikuttavat kodinsisustusratkaisuihin?

Tämän tutkimuksen tavoitteena on analysoida sitä, miten lemmikkieläimet vaikuttavat kodinsisustukseen ja millaisia ratkaisuja lemmikkikodeissa tehdään. Lisäksi tutkin minkälaisia rooleja lemmikeillä on osana kodinsisustusta. Seuraavaksi kerron tarkemmin keräämästäni tutkimusaineistosta. Selostan seikkaperäisesti, miten tutkimushaastattelut on toteutettu. Lisäksi kirjoitan, millaisia menetelmiä olen käyttänyt aineiston analysoimisessa ja miksi.

3.1. Tutkimusaineisto

Tutkimukseni aineisto koostuu yhteensä 13 haastattelusta. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluna. Teemahaastattelu on laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Teemahaastattelussa ei ole valmiita ennalta määrättyjä yksityiskohtaisia kysymyksiä, vaan haastattelu etenee tiettyjen keskeisten teemojen varassa (Eskola & Suorannan 1998, 86; Hirsjärvi ja Hurme 2004, 48) Päädyin toteuttamaan tutkimusaineiston keruun teemahaastattelemalla, sillä halusin saada mahdollisimman kokonaisvaltaisen kuvan haastateltavien kodinsisustusratkaisuista sekä mielipiteitä kodinsisustukseen liittyen. Haastattelemalla mahdollistin lisäkysymykset ja perustelujen saamisen haastateltavien vastauksiin.

Tekemissäni haastatteluissa kävimme kaikkien haastateltavien kanssa teemat samassa järjestyksessä läpi. Koin tämän luontevaksi järjestykseksi, ja pääsimme etenemään loogisesti käymällä yhden teeman kerrallaan läpi.

Haastattelut tehtiin yksilöhaastatteluina lukuun ottamatta kahta haastattelua, joista toisessa haastattelussa vastaajana oli kolme saman talouden henkilöä. Yhdessä haastattelussa oli samaan aikaan vastaamassa sekä äiti että tytär, jotka tosin asuvat

haastatteluhetkellä eri talouksissa. Haastateltavat toivoivat yhteishaastattelua aikataulusyistä. Hirsjärven & Hurmeen (2004, 61) mukaan yksilöhaastattelu on tavallinen tapa tehdä haastatteluja. Koska tarkoituksena on selvittää yksittäisten lemmikkitalouksien käytäntöjä ja ratkaisuja olisin toivonut tutkimukseen useampia parihaastatteluja, missä useampi samassa taloudessa asuva henkilö olisi ollut paikalla. Parihaastattelu on ryhmähaastattelun alalaji, jota on käytetty esimerkiksi aviopareja haastateltaessa, kun asia on koskenut molempia osapuolia (mts. 61). Aikataulusyistä enempiä parihaastatteluja ei kuitenkaan ollut mahdollista tehdä. Lisäksi osa puolisoista ei ollut kiinnostunut osallistumaan tutkimukseeni.

Haastateltavat olivat iältään 21-54 vuotiaita. Haastateltavista kaksi oli miehiä ja loput 14 naisia. Miespuolisia haastateltavia oli huomattavasti hankalampi löytää. Kaikilla haastateltavilla oli lemmikkinä joko kissoja tai koiria. Haastateltavista kahdella oli pelkkiä kissoja, kahdella oli kissoja ja koiria ja loppuilla oli pelkkiä koiria. Tarkemmat taustatiedot haastateltavista on esitetty taulukossa 1. Osalla haastateltavista oli myös muita lemmikkejä, kuten kilpikonna tai jyrjä. Tässä tutkimuksessa keskityin kuitenkin kissoihin ja koiriin. Tein tämän rajauksen, koska kissat ja koirat ovat yleisimpiä kotieläimiä, sekä asuvat ihmisten kanssa samoissa elintiloissa.

Haastateltavat löysin Facebookin kautta. Suurin osa oli tuttuja, koska he harrastavat agilityä kanssani samassa seurassa. Lisäksi haastateltavana oli heidän tuttujaan tai sukulaisiaan, joita haastateltavat ehdottivat oman haastattelunsa jälkeen. Hyödynsin siis jossakin määrin lumipallomenetelmää (ks. Hirsjärvi & Hurme 2004, 59–60). En valinnut haastateltaviksi liian läheisiä ihmisiä, jotta minulle ei olisi muodostunut heidän kodistaan tai sisustamisestaan ennakkokäsitystä. Yksi haastateltava asui Inkoossa ja muut pääkaupunkiseudulla. Ainoana vaatimuksena osallistumiselle oli, että omistaa lemmikin sekä kodin.

Hirsjärvi & Hurme (2004, 74) totesivat, että kaikki haastateltavat eivät halua vierasta haastattelijaa kotiinsa. Koska aiheen kannalta koin kodin parhaaksi haastattelupaikaksi, ehdotin kaikille haastateltaville tapaamista heidän kotonaan. Kerroin, että haastattelu on mahdollista tehdä heidän halutessaan myös muussa rauhallisessa paikassa. Haastateltavalla oli siis mahdollisuus valita haastattelupaikka. Seitsemän haastattelua tein haastateltavien kotona. Kuusi haastattelua tein muualla, jolloin paikkoina oli kahvila, yliopisto tai agilitiseuran tilat. Suurimpana syynä

haastattelun tekemiseen muualla oli ajankäyttö. Haastateltavalle oli aikaa haastattelulle paremmin muualla kuin kotona. Myös kodin sotkuisuus kerrottiin syyksi siihen, että haastateltava toivoi haastattelun tapahtuvan muualla. Yksi haastateltava viestitti paikasta keskustellessamme seuraavasti: ”Koira järkyttyy kaikista meille tulevista vieraista sen verran syvästi, että varmaan kaikille mukavampaa nähdä jossain muualla.” Keskimäärin kotona tehdyt haastattelut olivat hieman muita pidempiä. Omaa kotia koskevissa kysymyksissä oli helpompi esittää kysymyksiä, kun näki tilan. Sain kuitenkin hyvän käsityksen vastaajan kodista myös niissä haastatteluissa, mitkä tehtiin muualla.

Haastattelut tehtiin 17.9.- 12.10.2018 välisenä aikana. Ne kestivät noin 40-95 minuuttia. Useimpiin niistä kului aikaa yli 60 minuuttia. Nauhoitin kaikki haastattelut puhelimellani. Varmistin kaikilta haastateltavilta, että nauhoittaminen sopi heille.

Hyödynsin haastatteluissa projektiivista tekniikkaa käyttämällä IKEA-kuvastoa. Moisander ja Valtonen (2006, 79–81) kirjoittavat, että projektiivisessä tekniikassa voidaan hyödyntää erilaisia tekstimuotoisia tai visuaalisia materiaaleja haastattelun tukena. Projektiivisellä tekniikalla pyritään stimuloimaan keskustelua ja ohjaamaan haastateltavan huomio tutkittavaan aiheeseen. Lisäksi tekniikalla pyritään laajentamaan ajatusprosessia ja lisäämään haastateltavan mielikuvitusta. Tavoitteena on saada monipuolisempia kommentteja aiheesta. (Moisander & Valtonen 2006, 79–81.)

IKEA on suurimmalle osalle suomalaisista tuttu yritys. IKEA julkaisee vuosittain syksyllä uuden kuvaston, missä se inspiroi kuluttajia erilaisilla kuvilla huonekokonaisuuksista ja esittelee uutuustuotteitaan. Aikaisemmin tehdyssä kuluttajaekonomian opinnäytetyössä Inkeri Hakala (2014) tutki nuorten aikuisten suhteutumista sisustamiseen ja puuhuonekaluihin. Hänen tekemissään haastatteluissa nousi toistuvasti IKEA esiin, kun kuluttajat puhuvat huonekaluihin ja materiaaliin liittyvistä toiveista ja arvostuksista. Tämä kertoo siitä, että IKEA on monelle suomalaiselle tuttu yritys. Myös tämän löydöksen perusteella katson, että pääosalle kuluttajista tuttua ja aikaisemmin mahdollisesti nähtyä kuvastoa oli perusteltua käyttää. Riskinä oli, että haastateltavilla on jo vahva miellelyhtymä yritystä kohtaan, jolloin tekniikalla ei välttämättä haastattelussa saada neutraalia näkemystä.

Haastattelu oli jaettu kolmeen osioon. Ensin kävimme taustatietoja vastaajasta läpi. Tämän jälkeen haastateltava sai tutkittavakseen IKEA-kuvaston, jossa on seitsemän erilaista mallikotia. Kuvastotehtävän tarkoituksena oli poimia erilaisista mallikodeista asioita, joista hän pitää tai ei pidä. Lisäksi koteja tuli tarkastella lemmikki mielessä pitäen. Mitkä asiat kodeissa olivat lemmikkien kannalta toimivia ja mitkä taas sellaisia ratkaisuja, jotka eivät lemmikkien kanssa eletessä olleet järkeviä?

Koska tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää haastateltavien kodeissa olevia ratkaisuja ja käytäntöjä, mutta samalla myös haastateltavan mielipiteitä lemmikkikodinsisustamisesta, koin hyödylliseksi keskustella myös muista kuin heidän omista kodeistaan. Kaikki mallikodit olivat tyyliään erilaisia, ja niissä oli tehty erilaisia ratkaisuja. Kuvia katsomalla haastateltavat poimivat paljon asioita, mitä eivät ottaisi kotiinsa ja asioita, mistä haaveilevat. Mallikotien kuvien avulla sain kattavamman kuvan siitä, mistä haastateltava pitää ja toisaalta siitä, mitä hän pyrkii välttämään kodissaan.

Päädyin käyttämään juuri IKEA-kuvastoa, koska se sisälsi seitsemän hyvin eri tyyllillä sisustettua kotia. Jokaisesta kodista oli esillä monta huonetta, ja huoneista oli useita kuvia. Pyysin kaikilta haastateltavilta, että he kommentoisivat vain mallikoteja ja niissä olevia ratkaisuja. Eivätkä ottaisi huomioon sitä, että kyseessä on juuri IKEA-kuvasto. Kuvissa 2-4 näkyy esimerkkikuvia kuvastossa olleista kodeista. Osassa kodeista kuvat keskittyivät olohuoneeseen, ja osassa kodeista oli kuvia lähes kaikista kodin huoneista.



Kuva 1 – Kuva IKEA kuvaston kodista 1



Kuva 2 – Kuva IKEA kuvaston kodista 4



Kuva 3 – Kuva IKEA kuvaston kodista 2

Haastateltavat kertoivat lähes kaikki jo kuvastotehtävässä myös omasta kodistaan. He peilasivat kuvissa näkyviä asioita oman kodin jo olemassa oleviin ratkaisuihin tai tulevaisuuden toiveisiin. Kolmannessa osiossa käytiin kuitenkin tarkemmin läpi haastateltavan omaa kotia. Millaisia hankintoja kotiin on tehty viimeisen vuoden aikana? Mitä asioita vastaaja pitää tärkeänä uusia tuotteita hankkiessa. Näiden lisäksi käytiin koti huone kerrallaan läpi. Millaisia ratkaisuja huoneessa on? Miten lemmikit näkyvät kyseisessä huoneessa? Lisäksi keskusteltiin vastaajan viihtyvyydestä omassa kodissaan, ja millaisena paikkana hän kodin näkee.

Päätin, että katsomme kuvia ensin, ja vasta sitten käymme haastateltavan omaa kotia läpi. Tämä toimi hyvin, sillä kuvastotehtävä rentoutti haastateltavat, ja he innostuivat kertomaan mietteitään kodista ja sisustamisesta mallikoteja katsellessaan. Kuvaston katsomisesta nousseiden asioiden avulla oli myös minulla jo jonkinlainen käsitys haastateltavan mausta ennen oman kodin läpikäyntiä.

Kuvaston käyttöä puoltaa myös se, että oman kodin hankintoihin vaikuttavat monet muutkin tekijät kuin pelkkä maku, esimerkiksi raha. Koin tästä syystä

mielenkiintoiseksi yhdistää mallikotien ja todellisen oman kodin kommentoinnin kattavimman kuvan saamiseksi.

Taulukko 1 – Haastateltavien taustatiedot

Haastattelu	Vastaaja	Perhe	Lermmikki	Koti
H1	Nainen 53v. Mies 54v. Nainen 25v. (a)	Haastatteluun osallistujien lisäksi: poika 24v 1x Lagotto romagnolo 2v.	Kotikoira	Kolmio Kerrostalo Omistus
H2	Nainen 29v. (a)	2 koira: 1x Sekarotuinen 7v. 1x Australianpaimenkoira 4v.	Harrastuskoiria	Yksiö Kerrostalo Vuokra
H3	Nainen 37v.	Mies 39v. 2 koira: 1x mudi 2v. 1x sekarotuinen 2v.	Harrastuskoiria	Kaksio Kerrostalo Omistus ja kesäasuntona mökki
H4	Nainen 25v.(b)	Mies 25v. 2 x keskikokoinen villakoira 2 ja 5v.	Harrastuskoiria	Kolmio Kerrostalo Vuokra
H5	Nainen 38v.	Lapsi 7v. 2 x kääpiövillakoira 5 ja 8v.	Harrastuskoiria	Neliö Rivitalo Omistus
H6	Nainen 39v.	3 koira: 1x kääpiövillakoira 7v. 2x mudi 2 ja 5v.	Harrastuskoiria	Yksiö Kerrostalo Vuokra yksiö
H7	Nainen 23v.	2x kultainenoutaja 6 ja 9v.	Kotikoiria	Yksiö Kerrostalo Vuokra
H8	Nainen 27v.	Aviomies 2x kelpie 3 ja 7v. 2x Ragdoll kissaa 1,5 ja 3v.	Harrastuskoiria Näyttelykissoja	Kaksio Pienkerrostalo Asumisoikeus
H8	Nainen 48v.	Aviomies Poika 18v. + tyttöystävä 18v. 2x Ragdoll kissaa 1,5v ja 6kk.	Näyttelykissoja	Omakotitalo Omistus

H9	Nainen 31v.	Aviomies 31v 2 maatiaiskissaa 2x kelpie 1x collie	Harrastuskoiria Kotikissoja	Omakotitalo Omistus
H10	Nainen 29v. (b)	2 x maatiaiskissaa 17 ja 18v.	Kotikissoja	Yksiö Kerrostalo Vuokra
H11	Nainen 36v.	Aviomies 37v. Lapset 3 ja 5v. 3 koiraa: 2x isovillakoira 8 ja 1v. 1x kerrynterrieri 7v.	Harrastuskoiria	Omakotitalo Omistus
H12	Nainen 26v.	1x lagotto romagnolo 2v.	Harrastuskoira	Kaksio Kerrostalo Omistus
H13	Mies 21v.	2 x maatiaiskissaa 3 ja 4v.	Kotikissoja	Kaksio Kerrostalo Omistus

Oma tutkijapositio

Laadullista tutkimusta tehtäessä on Eskolan ja Suorannan (1998,17) mukaan subjektiivisuuden tiedostaminen avain objektiivisuuteen. Itsellenikin on jo mielipiteitä aiheesta, sillä omistan kaksi koiraa. Omassa kodissani lemmikit ja niiden tuotteet ovat näkyvästi esillä. Haastatteluja tehdessäni pyrin välttämään johdattelevia kysymyksiä tai oletusten tekemistä. Tiedostin, että kaikki eivät suhtaudu lemmikkeihin samalla tavalla kuin minä. Hirsjärven ja Hurmeen (2004, 184) mukaan hyvällä haastattelurungolla on iso merkitys haastattelun laadukkuuteen. Kuvastoa katsellessa haastateltavat saivat vapaasti kertoa havainnoistaan ja esitin ainoastaan tarkentavia kysymyksiä. Tällöin kysymyksen asettelulla ei siis ollut vaikutusta haastateltavan tekemiin havaintoihin.

3.2. Aineiston analysoiminen

Laadullisessa tutkimuksessa voidaan lähteä liikkeelle hyvin puhtaalta pöydältä. Teoria voidaan muodostaa empiirisen aineiston perusteella. Tätä kutsutaan aineistolähtöiseksi analyysiksi. (Eskola & Suoranta 1998, 19.) Lähdin tutkimuksessani keräämään aineistoa ennen teoriaosuuden tarkempaa tekemistä. Halusin tarkastella aihetta ennen aikaisempaan tutkimukseen perehtymistä, jotta minulla ei olisi ollut selkeitä ennakkoodotuksia haastatteluiden kulusta. Eskolan ja Suorannan (1998, 19) mukaan laadullisessa tutkimuksessa ei ole välttämätöntä olla hypoteesia. Tällöin tutkijalla ei ole päätettyjä ennako-olettamuksia.

Pyrin litteroimaan haastatteluja mahdollisimman pian haastattelun tekemisen jälkeen. Litteroin kaikki haastattelut kokonaisuudessaan sanatarkasti. Hyödynsin litteroinnissa puhelimen sovellusta, jolla sain hidastettua ääniraitaa, jolloin nauhaa ei tarvinnut jatkuvasti pysäyttää. Litteroitua tekstiä muodostui 190 liuskan verran.

Tutustuin aineistoon jo puhtaaksikirjoituksen yhteydessä. Kun kaikki haastattelut oli puhtaaksikirjoitettu, lähdin teemoittelemaan aineistoa. Eskolan ja Suorannan (1998, 178) mukaan teemoittelu on suositeltava tapa analysoida aineistoa, kun ratkaistavana on jokin käytännönläheinen ongelma. Lähdin ensin etsimään aineistosta teemoja, mitkä vastaavat kysymykseen, miten lemmikit vaikuttavat sisustukseen. Tein heti aikaisempaan tutkimukseen pohjaten päätöksen jaotella löydetyt tekijät otsikoiden ”lemmikkiä varten” ja ”lemmikin takia” alle. Keräsin sitaatteja aineistosta tekstitiedostoon tarkentavien alaotsikoiden alle. Merkitsin sitaatteihin vastaajan sukupuolen, iän ja haastattelun numeron. Suoria sitaatteja pystyin hyödyntämään myöhemmin tutkimuksessa. Eskola ja Suoranta (1998, 180) toteavat, että sitaatit antavat lukijalle mahdollisuuden arvioida tutkijan tekemiä tulkintoja. He myös muistuttavat, etteivät haastateltavien puheet sellaisenaan suoraan ole tutkimuksen tuloksia.

Tekemäni havainnot aineistosta vastasivat hyvin myös tutkimuskysymykseeni millaisia ratkaisuja ja käytäntöjä lemmikkikodeissa on. En lähtenyt erikseen jaottelemaan näitä, vaan koin, että ne tulevat läpikäydyksi samalla kun analysoin lemmikkieläinten vaikutusta kodinsisustamiseen. Vaikutukset olivat hyvin käytäntöihin ja ratkaisuihin liittyviä.

Aineistoa läpikäydessä alkoi sieltä nousta esille erilaisia suhtautumisia lemmikkiin osana kodinsisustusta. Aikaisemman tutkimuksen perusteella oli selvää, että kuluttajalla on väistämättä monitahoinen ja ristiriitainenkin suhde lemmikkiinsä (Jyrinki 2010, 112). Jyrinki havaitsi tutkimuksessaan, että lemmikillä voi olla useampi merkitys omistajalleen. Tästä syystä en lähde luokittelemaan lemmikkien merkitystä pelkän sisustuksen perusteella. Myös sisustuksen suhteen lemmikillä voi olla erilaisia rooleja. Päätin, että käsittelen aineistosta esille nousseita rooleja, joita omistajilla voi lemmikkinsä suhteen olla, kun tarkastellaan lemmikkiä osana kotia ja sisustusta. Aineistosta nousi kolme erilaista roolia, joiden alle keräsin sitaatteja ja havaintoja aineistosta.

Aineiston analysointiosuus jakautui siis kahteen osaan: lemmikkien vaikutukseen sisustukseen sekä siihen, millaisia rooleja lemmikeillä on osana kodinsisustusta. Keräsin ensin molemmista aiheista havainnot ja sitaatit tarkempien alaotsikoiden alle. Tämän jälkeen yhdistin havainnot ja esille nousseet asiat osaksi aikaisempia tutkimushavaintoja hyödyntämällä aiheesta tehtyjä aikaisempia tutkimuksia.

4. Lemmikkikotien sisustusratkaisut

Tässä kappaleessa tarkastelen tarkemmin sitä, millaisia sisustuksellisia asioita haastatteluissa nousi esille. Kylkilahden, Syrjälän, Aution, Kuismin ja Aution (2016) tutkimuksen perusteella lemmikit vaikuttavat kuluttajan arkipäivän kulutukseen kolmella eri tavalla: 1) kuluttaminen lemmikin takia, 2) kuluttaminen lemmikille ja 3) kuluttaminen lemmikin mahdollistamiin palveluihin. Päätin hyödyntää tätä jaottelua tarkastellessani lemmikkien vaikutusta kodinsisustusratkaisuihin. Keskityn tarkastelussani ainoastaan sisustamiseen lemmikkiä varten ja sisustamiseen lemmikin takia, koska aineistossa ei noussut mitään oleellista palveluihin liittyvää esille. Lemmikkiä varten olevia asioita kodeissa ei olisi ilman lemmikkiä. Kun taas lemmikin takia olevat ratkaisut ovat kodeissa lemmikeistä huolimatta. Lemmikki kuitenkin vaikuttaa omalla olemisellaan näihin ratkaisuihin. Tarkastelen ensiksi lemmikkituotteisiin liittyviä sisustuskysymyksiä, minkä jälkeen tarkastelen kodin muita sisustusratkaisuja, joihin lemmikki vaikuttaa.

4.1. Lemmikkituotteisiin liittyvä sisustus

Lemmikkieläimiin ja lemmikkien tarvikkeisiin käytetään jatkuvasti enemmän rahaa (Varis 2017). Monet lemmikeille hankittavat tavarat tulevat kotiin. Koska tutkimuksessani keskityn juuri kissoihin ja koiriin, mitkä elävät ihmisten kanssa samoissa elintiloissa, on väistämättä osa lemmikin tavaroista osana kotia.

Kodeissa on selkeästi enemmän näkyviä elementtejä kissoille kuin koirille. Haastattelemillani kissanomistajilla kaikilla kissat olivat sisäkissoina, jolloin suuri osa kissan aktivoinnista tapahtuu sisällä. Koiralliset taas aktivoivat koiriaan selkeästi enemmän kodin ulkopuolella lenkeillä ja harjoituksissa. Seuraavaksi tarkastelen tarkemmin yleisimpiä esille tulleita lemmikkien tarvikkeita, joista on tullut osa kodinsisustusta.

Kissatalouksilla iso ja näkyvä elementti on kissan kiipeilypuu. Kaikilla haastateltavilla kiipeilypuu oli sijoitettu olohuoneeseen. Monessa haastattelussa tuotiin esille se, että kissat haluavat viettää aikaa samassa tilassa ihmisten kanssa. Olohuone on monelle sellainen paikka, missä myös ihmiset viettävät paljon aikaa. Samanlaisen havainnon

on myös tehnyt Syrjälä & Norrgrann (2019) tutkimuksessaan. Heidän antamassaan esimerkissä perheen kissojen raapimapuuta jouduttiin siirtämään työhuoneesta olohuoneeseen. Kissat eivät halunneet viettää aikaa puussa, koska se ei ollut samassa tilassa, missä ihmiset viettivät aikaa. Tutkimukseni haastateltavilla lähes kaikilla puut oli sijoitettu ikkunan viereen. Kissat nauttivat kiipeilystä, ja ulos katselu on niille mieluisaa puuhaa (Nurmi-Tuominen & Harmaala 2013, 9). Yksi haastateltava perusteli puun sijoittamista olohuoneeseen seuraavasti:

”Se on aika iso toi puu, että tossa on tilaa sille. Ja että kyllähän noi ikkunasta myös haluaa tuijotella. Ja myöskin silleen ne on aika läsnä tässä kuitenkin.” -
Mies 21 H13

Lisäksi useammalla oli kiipeilypuuta olohuoneen lisäksi myös muissa huoneissa, kuten makuuhuoneessa ja parvekkeella. Yksi haastateltava kertoi heillä olevista kiipeilypuista seuraavasti:

”Periaatteessa yks per huone. Tai siis useimmat ihmiset ei todellakaan hanki niin montaa. Mutta jos on eläinsuuntautunut ja mekin ollaan tehty hommaa sen eteen, että ne ei olis niitä kaikista rumimpia puita. Mä oon ainakin selvittänyt semmosen, mikä ainakin melkeen häipyä sinne huoneeseen. Eihän noi kauniita oo.” - Nainen 27 H8

Kukaan haastateltavista, ei kokenut kiipeilypuuta erityisen kauniiksi. Eräs haastateltava totesi puun olevan ruma:

” Mun mielestä se on ruma ja musta se ei niinkun sovi tohon, eikä yhtään mihinkään. Mutta kissat rakastaa sitä. Se tukkii tien, mutta ne on siinä kokoajan ja ne raapii sitä mielellään, joten olkoot.” – Nainen 29 (b) H10

Vaikka haastateltava ei selkeästi pitänyt puusta, on hän päättänyt sen pitää, koska se on hänen kissoilleen tärkeä. Kiipeilypuu on hyvä esimerkki siitä, kuinka lemmikit vaikuttavat omistajansa kulutuspäätöksiin toimimalla aktiivisesti yhdessä omistajansa kanssa kulutuspäätöksenteossa. Lemmikki voi toimia yhteiskuluttajana kokijan roolissa. Tällöin tuote tai palvelu on hankittu lemmikille. Kokijan roolissa ollessaan, lemmikki osoittaa toiminnallaan, kuinka se nauttii kyseisestä hankinnasta (Kylkilähti ym. 2016). Haastatteluiden perusteella kissat nauttivat kiipeilypuista, ja tämän takia

omistajat haluavat pitää ne osana kotiaan, vaikka ne eivät visuaalisesti miellyttäisi omistajaa.

Kissojen kiipeilypuut olivat monelle myös taloudellisesti isoja hankintoja. Suuri osa oli ostanut puun uutena. Myös käytettynä oli ostettu puita, mutta tällöin puuta oli pitänyt kunnostaa itse. Puut ovat kissoilla kulutustavaraa, ja niitä on tarkoituskkin raapia. Myös terveydellisistä syistä vieraan kissan puu kaipaa hyvää siivousta ennen käyttöönottoa. Äiti ja tytär keskustelivat käytetyn kiipeilypuun hankinnasta sekä sen kunnostamisesta:

”Nainen 48: Ja mä esimerkiksi ostin nyttien, kun meillä oli kiipeilypuu niinku vanhastaan alakerrassa. Mut mä halusin meidän makuuhuoneeseenkin, kun nyt on kaks kissaa, että siellä on enemmän nukkumapaikkojakin. Ja et siellä on myös toi raapimisjuttu, ettei ne ala raapia sänkyä. Vanhempi kissa on nukkunut ennen vaan meidän sängyn vieressä lattialla. Nyt kun siellä on se puu ne käyttää sitä puuta tosi ahkeraan. Se oli hyvä ostos. Mutta mä ostin sen käytettynä, mä luulin että se on paljon pienempi puu. Mutta kun mentiin hakemaan, niin osoittautu, että se on toi sama puu, mikä tyttärellä on. Mä olin silleen voi taivas, kun mä olin ajatellut, et se oli kuvannut se myyjä, että osa noista juuttinaruista on lähtenyt. Mä ajattelin, että äkkiäkös mä laitan uudet narut siihen. Sit mun ei tarvi desinfioida niitä naruja, että mä desinfioin vaan ne puuosat. Ja sitten vaan pesee noi pedit ja osan vaihdan noista kangasosista. Kun toikin on lähemmäs 200 euron puu.

Nainen 27: Ja sä sait sen?

Nainen 48: Kahdella kymptillä.

Nainen 27: Siihen hintaan viitsii pestäkin.

Nainen 48: Joo siis kun mä näin miten iso se on ja tajusin että se on yhtä iso kun sulla ja se tulee meidän makkariin ja tässä on ihan hirvee homma. Niin ajattelin vaan, että tässä on kyllä aika iso säästö. Kyllä mä jaksan.” – H8

Itsetekemisen eetoksesta irrottautumisen jälkeen uudenlainen tee-se-itse ajattelu mielletään yksilön harrastukseksi, mikä on vahvasti kytköksissä vapaa-aikaan (Autio & Autio 2009). Watson (2008) kirjoittaa, että usein tee-se-itse- projekteihin liittyy jokin taloudellinen syy. Projektilla voidaan säästää tai lisätä tuotteen arvoa. Taloudellisen näkökannan lisäksi tee-se-itse- projekti on yhteydessä ulkonäköön ja tyyliin liittyviin tekijöihin. Markkinoilla ei välttämättä ole tarjolla juuri oikean tyylistä tuotetta. Itsetekeminen on usein myös merkityksellistä omalle identiteetille. (Watson 2008.) Haastateltava oli lähtenyt kunnostusprojektiin taloudellisista syistä. Esimerkki ei toisaalta kuvaa stereotypistä tee-se-itse- projektia, jossa tuote rakennetaan tarvikkeista alusta lähtien. Tässä tapauksessa käytetty puu kaipasi kunnostusta.

Toinen kissatalouksissa paljon tilaa vievä elementti on kissanvessa. Kissanvessat eroavat kiipeilypuusta siten, että kissanvessat ovat välttämättömiä silloin, kun ihmisillä on sisäkissoja. Kaikilla haastateltavilla oli kaksi kissaa, jotka elivät sisäkissoina. Yleinen ohjeistus kissanvessojen määrästä on yksi jokaista kissaa kohden, sekä yksi ylimääräinen (Nurmi-Tuominen & Harmaala 2013, 14). Tämän ohjeen mukaan kahden kissan taloudessa vessoja olisi hyvä olla kolme kappaletta. Niillä haastateltavilla, jotka asuivat omakotitalossa tai kolmiossa, oli vessojen määrä edellä mainitun ohjeistuksen mukainen. Jos kissanvessoja oli kolme kappaletta, oli ne sijoitettu järkevästi eri huoneisiin. Yhdellä haastateltavalla vessat olivat olohuoneessa, makuuhuoneessa ja kylpyhuoneessa. Toisella taas vessat olivat makuuhuoneessa, pojan huoneessa ja keittiössä. Kissanomistajien kokemuksen mukaan kissat käyttivät mieluiten niitä vessoja, mitkä olivat niissä huoneissa, missä kissat viettivät eniten aikaa ihmisten seurassa.

”Ja sit niillä on ihan selkeästi suosikkivessa, se missä ihmiset hengaa eniten. Eli meillä se on toi olohuoneen. Ne haluaa jättää sen hajunsa sinne samaan paikkaan. Toki ne peittelee sen myös. Ja se on tosi kivaa, kun sä oot jossain huoneessa ja kissa käy siellä vaan kakalla. Ja sit se lähtee pois. Silleen että hei kiitti. Mut joo, siis toi olohuoneen vessa, on sit taas mun inhokki. -- Tota purua varsinkin tosta olohuoneen luokkuvessasta tulee tosi paljon ulos. -- Et se on sellanen iso sisustuksellinen ongelma kissan pitämisessä kyllä. Et ton hiekan siivoaminen ja se, että pääsis mahdollisimman vähällä. Monet ei tykkää, että noi kissanvessat näkyy ollenkaan. Mutta jos se on siellä kaapissa, niin on se vaikeempi siivota.

Et jos se on tolleen esillä, niin sinne on helpompi kyykkiä kaivelemaan.” –
Nainen 27 H8

Muilla haastateltavilla vessat oli sijoitettu ihmisten vessoihin. Yhtenä syynä oli, ettei vessoja haluttu ihmisten elintiloihin.

”Haastattelija: Missä teillä on kissojen vessat?

Vastaaja: Molemmissa vessoissa. Siis ihmisten vessoissa on kissan vessat.

Haastattelija: Miksi ne on siellä vessoissa?

Vastaaja: Jaa ei oikeastaan varmaan millään perusteella. Ne vaan tavan vuoksi meni sinne. Et en mä niitä halua asuintiloihin, missä sä vietät aikaa, mutta ihan yhtä hyvin ne teoriassa vois olla kodinhoitohuoneessa tai kylppärissä. Ei ehkä kylppärissä kuitenkaan. Mutta niitä on melkein pakko olla useampia. Se on turvallisempaa, jos et halua vahinkoja johonkin.” – Nainen 31 H9

Pienemmissä asunnoissa asuvat kokivat rajallisten tilojen osittain myös määrittävän, minne kissanvessa sijoitetaan. Kysyttäessä syytä siihen, miksi kissan vessa on sijoitettu kylpyhuoneeseen, kertoi haastateltava seuraavasti:

”Oikeestaan ihan vaan siksi, että tänne ei mihinkään mahdu. Ja tietysti se, että on kaakelit alla. Se helpottaa sitä, jos tulee reunan yli ja muutenkin se hiekka ja muu pysyy siellä helpommin siivottavana. Se on sijoitettu pikkasen sinne nurkkaan, että sitä hiekkaa ei tuu joka puolelta. -- Se hiekka on kyllä semmonen ehkä ärsyttävän piirre, mikä tässä kissojen omistamisessa on.” – Nainen 29 (b)
H10

Esimerkkivastauksista huomaa selvästi, että kissanomistajien mielestä kissanvessassa oleva hiekka on haastavaa, ja se lisää siivoamisen tarvetta. Uimosen (2019, 165) tutkimuksessa puhtaudella ja järjestyksellä oli merkitystä kodin viihtyvyyteen ja mukavuuteen. Kissanvessa voidaan nähdä heikentävänä asiana oman viihtyvyyden kannalta. Osa on halunnut ratkaista vessan sijoittelun siten, että siivoaminen on mahdollisimman helppoa, kun taas toiset kokevat sijainnin olevan keskeisempi. Kissan osaamisella käydä vessassa on oma merkityksensä. Haastateltava oli pitänyt alkuun toisen vessan kylpyhuoneessa ja toisen vessan olohuoneessa. Toisella kissalla oli

kuitenkin haasteita käydä siististi vessassa. Lopulta omistaja siirsi molemmat kissanvessat vierekkäin kylpyhuoneeseen.

”No ehkä se, että sitä hiekkaa oli ihan joka puolella, kun se oli tuolla olkkarissa. Ja en mä halua, että tuolla on aina hirveä paskanhaju, kun ne käy siellä. Tosiaan mullahan oli hetken niin toinen kissa pissaili vähän ohi. Kaikin puolin parempi, että on täällä kylppärissä.” – Mies 21 H13

Kissanvessan sijoittelu on aineistoni perusteella pitkälti riippuvainen omistajan mieltymyksistä, sekä asunnon koosta. Lisäksi vessan sijoitteluun sekä malliin vaikuttaa se, miten kissat käyttävät vessoja. Moni oli päätenyt avovessoihin helpon siivottavuuden takia. Kuitenkin he, jolla vessat olivat elintiloissa, halusivat niiden olevan kannellisia. Kannellisiin vessoihin oli päädytty myös niissä kodeissa, missä oli kissojen lisäksi koiria. Tällä varmistettiin, ettei koira pääse syömään kissojen jätöksiä.

”Siis meillä ei toimis semmoset avovessat, että olis vaan hiekkalaatikko, jossa ei olis kattoa. Ett tuo nuorempi koira kävis kyllä syömässä sieltä tavaraa.” – Nainen 27 H8

Kissanvessoihin suhtautuminen jakoi haastateltavia. Suurimmalle osalle haastateltavista kissanvessat ovat välttämättömyys, mikä tulee hankkia lemmikkiä varten. Vessat on kuitenkin sijoitettu mahdollisimman hyvin pois näkyviltä. Voisi sanoa, että näiden haastateltavien osalta lemmikki vaikuttaa päätöksentekoon taustalla. Toisaalta osa haastateltavista suhtautui kissanvessoihin kuten kiipeilypuihinkin. Ne saivat olla näkyvillä ja sellaisissa paikoissa, missä lemmikki niitä mieluiten käytti. Jos tarkastelemme vaihtoehtoja Kylkilahden, Syrjälän, Aution, Kuismin ja Aution (2016) tutkimuksen valossa, voisi tulikita, että ensimmäisenä mainitut haastateltavat tekevät itse päätöksen, jolloin lemmikki toimii vain välittäjänä. Kun taas jälkimmäisenä mainittujen haastateltavien kissat toimivat kokijana, jolloin kissojen kokemuksilla on merkitystä päätöksenteossa. Myös Syrjälä ja Norrgann (2019) nostavat tutkimuksessaan esille vastaavanlaisen kulutuksen, jossa ihminen toimii taustalla ja lemmikki on aktiivisen kuluttajan roolissa.

Ilmonen (1993, 203–207) jaottelee kulutuksen aspektit neljään osaan. (kts. kuvio 1) Usein samaan tuotteeseen liittyy useampia aspekteja samanaikaisesti. Joskus nämä

aspektit ovat keskenään negatiivisessa eli ristiriitaisessa suhteessa. (mts. 206.) Haastatteluissa kävi ilmi, että kissanvessan osalta tuotteen käyttöarvo tavaraopillisen aspektin perusteella on merkittävä, mutta esimerkiksi symbolinen aspekti on pieni. Kissanvessa on toiminnallinen ja käytännöllinen tuote, mutta kuluttajalla ei ole henkilökohtaista mieltymystä tuotteeseen.

Kissanvessaan liittyy muita tarvikkeita sekä niiden sijoittelua. Esimerkiksi kissanhiekkasäkit ovat isoja, ja erityisesti pienissä asunnoissa niille on hankala löytää sopivaa paikkaa. Yksi haastateltava oli sijoittanut kissanhiekan eteisen kaappiin. Tästä syystä kengät eivät mahtuneet kaappiin. Hiekan lisäksi kaikilla haastateltavilla oli jokin astia tai roskis, johon kissan jätökset siivottiin. Moni oli virittänyt maton laatikon viereen, jotta osa hiekasta jäisi kiinni mattoon, eikä leviäisi muualle asuntoon. Varsinkin niissä kodeissa, jossa kissan vessat olivat asuintiloissa, aiheutti myös näiden lisätarvikkeiden sijoittelu päänvaivaa. Haastateltava kertoi:

”Meillä on ainakin kakkaroskis, joka on se kun mä kerään sitä kakkaa niin mä laitan tota sinne roskikseen. Kun se roskis on täynnä, niin sit se viedään roskiin. Siinä on semmonen hajulukko, ettei se haise. Mä haluisin jonkun tollasen systeemin, että mä voisin tehdä ton saman, mutta ilman muovia. Koska siinä on muovipussi. Se on sellanen mun ikuinen dilemma tällä hetkellä. Mua ärsyttää ne muovipussit. Kaapissa on sit kaikki hoitovälineet tietysti. Tällä hetkellä mä säilytän kissanhiekkaa tossa lattialla.” -Nainen 27 H8

Kaikki haastateltavat pitivät kodissa viihtyvyyden kannalta tärkeänä, että vessaa siivottiin säännöllisesti päivittäin, jotta asunnossa ei ala haista. Lisäksi kissojen jätteitä kerättiin osassa asunnoista hajulukollisiin roskiksiin, kuten edellisessä sitaatissa käy ilmi.

Kissalle tarpeilla käyminen on yksi sen perustarpeista. Ihminen on velvollinen huolehtimaan kissan tarpeiden täyttämistä. Mikäli kissanvessaa ei olisi asunnossa tekisi kissa tarpeensa jonnekin muualle asuntoon, mikä taas ei miellyttäisi ihmistä. Vessanhankinta on välttämätön silloin, kun hankkii sisäkissan. Valinnanmahdollisuus tulee siinä, minkä mallisen kissanvessan hankkii, millaista hiekkaa siellä käyttää ja mihin vessan sijoittaa.

Edellä kerrotut esimerkit raapimapuusta ja kissanvessasta ovat liittyneet vain kissallisiin kotitalouksiin. Koirallisilla perheillä vastaavia isoja elementtejä ei ollut samalla tavalla esillä. Erityisesti koirallisilla haastateltavilla nousi esille lemmikin ruokinta. Tässä tutkimuksessa ei varsinaisesti keskitytä siihen, mitä koiralle annetaan ruoaksi. Ruoan valinnalla on kuitenkin merkitystä siihen, kuinka ruokaa säilytetään. Jyrinki ym. (2009) tutkivat lemmikin ja omistajan ruuan kulutuksen eroja ja yhtäläisyyksiä. Tutkimuksesta nousi esille neljä erilaista kuluttajaryhmää. 1) ”Kyllä koiralle kelpaa tähteetkin”, 2) ”Vaivatonta valmisruokaa”, 3) Laadukasta ruokaa itselle ja lemmikille” ja 4) ”Luonnonmukaisesti parasta”. Omistajat arvostavat eri asioita koiriensa ruokinnassa. Myös omassa aineistossani nousi esille erilaisia ruokintatapoja. Tämä vaikutti siihen, miten ruoka säilytettiin ja kuinka ruokailu hoidettiin. Asunnon koolla ja huoneiden lukumäärällä oli toki merkitystä siihen, mihin lemmikin ruoat sai sijoitettua. Yksiossa asuvilla ruuan sijoittaminen tuntui olevan erityisen hankalaa:

”Mainitsin, että ikkunan edessä on niiden peti. Ja sen pedin vieressä on meidän ruokasäkki, ruokakupit ja vesikupit. Ne on semmosella IKEA vessanmatolla. - - Se on ihan säkinä ja sit välillä tai monestikin tulee ostettua kaks tai kolmekin 15kg ruokasäkkiä kerralla, niin ne seisoo siinä jossain.” -Nainen 23 H7

Haastateltu ostaa ruokaa edullisemmin isommissa erissä ja säilyttää ruokasäkkejä yksiön lattialla. Siitä ruuan annostelu kuppeihin on helppoa. Haastatellulle ruuan edulliset kustannukset ja helppous on tärkeintä. Pääosin haastatellut eivät halunneet, että ruoka on näkyvissä. Suljettu astia näytti visuaalisesti paremmalta. Osa myös epäili koiran varastavan ruuan, jos se ei ole suljetussa astiassa. Yksi pienessä kodissa asuva haastateltava oli ratkaissut ruuan säilytyksen seuraavasti:

”Ne on siellä olohuoneen puolella, semmosessa nätissä tynnyrissä. - - Se on helposti saatavilla, että ei oo missään vaatehuoneen nurkassa tai kaapissa. Tavallaan se suljettu säkki on vielä tollasen sisällä, ettei ne oo ihan siinä koiralle tarjolla”. -Nainen 26 H12

Monella haastatellulla koiran ruokia säilytettiin kuitenkin keittiössä niille varatussa omassa kaapissa tai pakastimessa. Lisäksi kodinhoituhuone oli yleinen koiran ruokien säilytyspaikka. Osa vastaajista ruokki lemmikkinsä luonnonmukaisemmin syöttäen niille pääosin lihaa. Tällä tavalla ruokkivilla oli selvästi tarvetta isommalle

pakastimelle. Muutama oli ratkaissut tämän hankkimalla lemmikin lihoille oman pakastimen:

”Ja mä ruokin yleensä koirat, jos ne ei saa ulos nurmikolle nappuloita niin sitten ne saa raakaruuan kodinhoituhuoneessa tai kylppärissä. - - Mulla on siis erillinen pakastin, joka on tuolla meidän ulkorakennuksessa. Se voi olla, että lopulta se sijoitetaan meidän vaatehuoneeseen, se pakastin sitte. Mulla saattaa olla vaan jotain yksittäisiä tossa ihmisten pakastimessa. Sitten taas nappulat on tällä hetkellä siellä kodinhoituhuoneessa kaapissa. Koska se on se lähin paikka, missä mä ne ruokin.” -Nainen 31 H9

Ruokailun osalta esille nousi siis käytännöllisyys. Myös Syrjälän ja Norrgrannin (2019) tutkimuksessa lemmikkien ja ihmisten välistä kodin kulutusta tarkasteltaessa käytännöllisyys nousi aineistosta esille. Jokapäiväisissä askareissa, kuten lemmikin ruokkimisessa, on huomioitu lemmikkiä, ja toiminnallisuus on erittäin tärkeässä osassa kodin järjestystä. Kuten jo aikaisemmin kissanvessojen kohdalla havaittiin, haluaa osa haastateltavista saada lemmikkiin liittyvät tietyt tuotteet, kuten koiran ruokasäkit, piilotettua kauniisiin astioihin, jotka mukautuvat kodinsisustukseen tai sijoitettua ne kokonaan pois näkyviltä. Osalle haastateltavista tällä ei ollut merkitystä, vaan ruokia saatettiin säilyttää keskellä lattiaa. Lemmikki toimii molemmissa vaihtoehdoissa välittäjänä. Lemmikki tulee ottaa huomioon päätöstä tehdessä. Omistaja tekee kuitenkin lopullisen päätöksen siitä, miten lemmikin ruokia säilytetään (Kylkilähti ym. 2016).

Yhteistä kaikille haastatelluille lemmikinomistajille oli se, että heillä oli vesikuppi lemmikeille aina esillä. Lähes kaikki haastateltavat olivat miettineet, että juomakuppi on miellyttävän näköinen. Ruokakuppien osalta lemmikinomistajat jakautuivat kahteen ryhmään, niihin, jotka antoivat kupit ruoka-aikana ja ottivat ne sen jälkeen pois. Tällöin lemmikki ruokittiin usein vaihtelevasti eri paikoissa. Sekä niihin, joilla oli lemmikille selkeä ruokapaikka, ja kupit olivat paikallaan pysyvästi. Ne, jotka pitivät kuppeja jatkuvasti esillä, olivat miettineen myös ruokakuppien ulkonäön sisustukseen sopivaksi:

”Joo on ne lähes aina lattialla. - - Ne on tilattu erikseen niinkun ajatuksella, että ne on kivan näköset ulkonäöllisesti. - - Semmoset keraamiset. Toinen on

vaaleanpunainen ja toinen on vaaleanharmaa. Sopii hyvin värimaailmaan.” – Nainen 26 H12

”Alun perin en ole kauheasti miettinyt sillä opiskelijabudjetilla. Se on se kuppi mikä se nyt sattuu olemaan. Millonkohan mä ostin ton uuden juomakipon? - - Sillon mä mietin, että pitää olla keraaminen. Niistä lähti tassut irti niistä metallisista koiranruokakupeista. Ne ei pysynyt paikallaan ilman sitä kumia ja sitten niistä lähtee meteliä. Ja sit mä halusin, että se näyttäis ihan kivalta, kun se on pakko kuitenkin olla esillä.” -Nainen 31 H9

Edellisestä sitaatista käy ilmi, että haastateltava ei ole halunnut aikaisemmin laittaa rahallista panosta ulkonäöllisesti miellyttävään kuppiin. Vastaajat, jotka pyrkivät sisustamaan kotinsa mahdollisimman edullisesti, eivät myöskään olleet panostaneet sisustukseen sopiviin kuppeihin.

Kuppien ulkonäön lisäksi keskeistä on niiden sijoittelu asunnossa. Osalla vastaajista oli vain yksi vesiaastia isossakin omakotitalossa. Osa vastaajista taas halusi pitää vesikippon useammassa huoneessa. Vesikippoja säilytettiin keittiössä, olohuoneessa, makuuhuoneessa, eteisessä tai kylpyhuoneessa. Monen vastaajan koirat joko sotkivat, läikyttivät tai kuolasivat juodessaan. Tämä oli kupin sijoittelussa otettu huomioon. Useimmilla oli vesikipon alla suojana jokin alusta tai pyyhe suojaamassa lattiaa kosteudelta. Yksi haastateltava kertoi vesikupin sijoittamisesta seuraavasti:

”On vessassa. Ihan sen sotkun takia. Nuorempi koira sotkee juodessaan niin paljon. Mä en halua että se pilaa lattiaa. Koska jos minulla olis se omakotitalo, minulla olisi keittiössä kaakelilattia ja kuppi siellä.” – Nainen 39 H6

Syrjälän ja Norrgrannin (2019) tutkimuksessa nousi esille lemmikkien ja ihmisten välistä kulutusta tarkasteltaessa, että monet lemmikinomistajat haluavat, että heidän lemmikkinsä näkyvät kodinsisustuksessa. Esimerkkinä Syrjälä ja Norrgrann antoivat lemmikkiaiheisia koriste-esineitä tai tauluja lemmikistä. Voidaan kuitenkin ajatella, että sisustukseen sopivat ja kauniit lemmikinruokailuastiat tuovat lemmikit sopivalla tavalla esille. Tällä tavalla funktionaalisten ja joka tapauksessa tarvittavien tuotteiden kautta lemmikit voidaan tuoda näkyväksi osaksi kotia. Toki myös käytännöllisyys

täytyy ottaa huomioon, ja tietyissä tilanteissa, kuten jos lemmikki läikyttää vettä juodessaan, voi kupit joutua sijoittamaan jonnekin muualle.

Ruokaan liittyvien tarvikkeiden lisäksi kodeissa näkyi pienempiä lemmikeille tarkoitettuja tuotteita, kuten leluja ja petejä. Lelujen suhteen oli haastateltavien kodeissa havaittavissa erilaisia toimintatapoja. Useimmilla leluja oli lattioilla lemmikin saatavilla. Osalla oli sisustukseen sopiva lelukori, jonne lelut siivottiin aina välillä. Vain muutama oli hankkinut korin juuri lelujen säilytystä varten, mutta tällöin korit oli katsottu muuhun sisustukseen sopivaksi. Suurin osa säilytti leluja lattialla ja tarvittaessa siirsi ne johonkin laatikkoon, kaappiin, arkkuun tai lehtikoriin. Osassa kodeista koirilla ei ollut lainkaan leluja tai petejä käytössä. Tämä johtui koiran ominaisuuksista ja lasten turvallisuudesta:

”Meillä on yks koira semmonen resurssiagressiivinen, et tavallaan sillä ei voi olla mitään sellasta vahvaa omaa paikka, koska sitten se alkaa suojelemaan sitä. Ja sitten noi ainakaan pojat ei sitä tajua. Niin siks ei oo petiä. Sit se saa olla silleen sohvilla. Tai muualla. Mutta silleen omaa omaa paikkaa ei oo. Eikä oo mitään leluja lattialla myöskään sen takia. Hän on sellainen. - - Ne leikkii muualla, tai sitten laitan muut koirat koiraportin taakse, jos pitää jotain leikkijuttuja tai treenijuttuja tehdä olkkarissa. Sitten otetaan kaapista ne lelut esille.” -Nainen 36 H11

Kukaan haastateltava ei nostanut esille sitä, että heitä ärsyttäisi lelujen tuoma epäjärjestys lattioilla. Yksi haastateltava oli rajannut koiralleen alueen asunnostaan yksinolojen ajaksi. Kaikki koiran pedit sekä lelut säilytettiin tällä alueella. Muilla alueilla ei ollut lemmikin tavaroita:

”Joo siellä on itseasiassa kaksikin petiä. Ja lelukori ja hirvee kasa leluja. Ja sit siellä on matto. - - Mä aina välillä kasaan ne lelut siihen (lelukoriin) ja sitten koira levittää ne ja jossain kohtaa taas ja kasaan ne uudestaan. - - Se (lelukori) on sellanen valko-vaaleanharmaaraidallinen.” -Nainen 26 H12

Yleisesti lemmikeillä oli omia petejä olohuoneessa tai makuuhuoneessa. Moni haastateltava kuitenkin kertoi, että lemmikki pääosin nukkuu sohvilla tai sängyssä.

Moni haastateltava oli päätenyt siihen ratkaisuun, että koirilla ei ollut erillisiä petejä lattioilla:

”Mulla ei tällä hetkellä oo mitään erillisiä petejä, koska vanhempi koira rakastaa ne pilalle. Niin tota. Ja sit, silloin kun meidän kollikissalla on hormonisiru, ettei se kollittele ollenkaan. Eli mourua naisia. Niin kun se aloitti tämän kollittelun niin se myös halusi pissata siihen petiin.” -Nainen 27 H8

Kuten sitaatista käy ilmi, ovat lattialla olleet pedit aiheuttaneet haasteita sekä koiran että kissan takia. Kissoilla on toki omat nukkumapaikat korkealla kiipeilypuissa. Muillakaan kissan omistajilla ei ollut lattioilla petejä. Tiedustellessani mahdollisia muita petejä kiipeilypuun lisäksi, kertoi eräs haastateltava seuraavasti:

”No ei nyt oo niitä varten. Et sit ne tulee yleensä sänkyyn, kun sä nukut siellä ite. Ja sitähan itseasiassa tyttöystävä sano, että mun pitäs hankkia joku peti niille. Mutta se on ihan sama minkä pedin mä niille ostan, se on ihan sama, minkälaisen luksuspedin hankin. Jos sä et ite nuku siellä, niin ei ne siellä nuku. Kyllä ne haluaa viereen tulla.” – Mies 21 H13

Myös Syrjälän ja Norrgrannin (2019) tutkimuksessa nousi esille esimerkki, jossa koiranpennulle on ostettu hieno peti, mutta pentu ei kuitenkaan ole nukkunut kertaakaan pedissä. Tämä esimerkki nostettiin tutkimuksessa esille, kun analysoitiin elottoman ja ei-ihmisen välistä vuorovaikutusta. Usein tällaiseen vuorovaikutukseen tarvitaan ihminen välikädeksi. Lemmikki kuluttaa tai ei kuluta kodissa hänelle hankittuja tuotteita. Myös lemmikkien lelut, jotka lojuvat lattialla, edustavat tätä jaottelua. Lemmikki ei siis välttämättä halua käyttää niitä ihmisen hänelle hankkimia esineitä.

Ilmonen (1993, 303–307) jaottelee kulutuksen ulottuvuudet ja toiminnalliset asemat neljään eri aspektiin (kts. kuvio 1). Tavaroihin voi liittyä samaan aikaan useita aspekteja (mts. 206). Kun mietimme haastateltavien suhtautumista lemmikkien tavaroihin, on tavarapoliittinen aspekti vahvasti läsnä. Tavarann toiminnalliset ominaisuudet, kuten käytännöllisyys ja toiminnallisuus, ovat keskeisiä. Toisaalta osa haastateltavista mietti paljon myös tarvikkeiden ulkonäköä, minkä voidaan katsoa liittyvän tuotteen symboliseen aspektiin. Kuluttaja toimii tällöin kommunikoijan

roolissa. Lemmikin omistaja haluaa viestiä henkilökohtaisista mieltymyksistä ja tuoda lemmikkiä näkyväksi. Myös produktiivinen eli luova aspekti on paikoitellen havaittavissa. Osa esineistä on saanut uuden merkityksen, kun se on laitettu lemmikin käytettäväksi. Aina ei ole tarpeellista hankkia lemmikille uusia tuotteita, vaan vanhoista esineistä saa muokkaamalla uusia. Tästä toimii esimerkkinä ihmisten käyttöön suunnitellut tuotteet, joita on hyödynnetty vain lemmikkieläinten käyttöön. Yksi haastateltava oli asentanut hyllylevyjä katonrajaan kissojen kiipeilyä varten. Haastateltavalla oli samanlaisia hyllylevyjä myös omille tavaroilleen. Hyllyjä oli olo- ja makuuhuoneessa. Haastateltava kertoi niistä seuraavasti:

”Joo ne on siis niille ihan askarreltu. Niihin on niitattu kiinni tommosta mattoa tai sellasta, että ne ei olis liukkaat, jotta kissoilla olis kolmiulotteinen asunto. Ne on ihan niille. Ja samoin noi korit, jotka on tuolla vaatekaapin päällä. - - Tommonen kissan peti.” – Nainen 29 (b) H10

Lelujen ja petien lisäksi erityisesti harrastuskoirien omistajilla oli kotona myös paljon lemmikkien harrastustarvikkeita. Tavaroita saatettiin säilyttää esimerkiksi parvekkeella. Yksiössä asuva haastateltava oli ratkaissut haasteen rajallisten säilytystilojen osalta laittamalla sisustusarkun olohuoneeseen:

”Mä oon itte tehnyt semmosen arkun, joka on niinkun aiemmin ollut mulla eteisessä laskutilana. Sit sen kansi nousee silleen. Niin siellä on kaikkii canicross kamoi ja sit siellä on mun ratsastuskamat ja koirien isommat härpäkkeet on siellä. - - Et mä oon niinkun tota öljynny sen ruskeeks. Et se on ihan semmonen kiva ja tietysti massiivipuuta.” – Nainen 29 (a) H2

Yhdellä haastateltavalla lojui olohuoneen lattialla koirien jumppatarvikkeita. Uuteen asuntoon muuttanut haastateltava pohti tarvikkeiden lopullisia paikkoja:

”Onhan tossa sitten noi tasapainojutut. Ne tulee asumaan myöhemmin jossain sängyn tai sohvan alla. Tai jossain muussa. Tällä hetkellä jumppalaatikot on keittiön pöydällä. Ne tulee sitten asumaan jossain. Et mä just niitä eilen tein, niin nyt ne on tossa pöydällä. Et se vähän riippuu.” -Nainen 39 H6

Moni koiranomistaja haaveili pihasta. Agility harrastajat toivoivat pihalle esteitä, jotta voivat harjoitella myös kotona. Eräs tuore omakotitalon omistaja kertoi suunnitelmistaan pihan suhteen:

”Kaikki on käytännössä katsoen remontissa. Se oli yksi ostokriteeri, että pitää olla piha. Ja sijainti semmonen, että pääsee metsään helposti. Et tottakai se on vaikuttanut ihan hirveesti. Agilitypuomia ei ehkä ihan mahdu, mutta keinu ja A-este ehkä mahtuu. Ja pienellä muokkauksella, jos yhden omenapuun kaataa, saa vielä lisää tilaa. Mutta siis mä haaveilen aitauksesta, että sais aidattua koko pihan. Mutta tää keskustelu on vielä kesken. Voi olla, että se päättyy osapihan aitaukseen. Ettei välttämättä koko pihaa. Meillä on aika iso tontti, että se tottakai kustantais.” -Nainen 31 H9

Syrjälä (2016) on tutkinut tavoitteellista koiraharrastamista. Tutkimuksessa kävi ilmi, että yhä useampi agilityharrastaja muuttaa maaseudulle ja rakentaa oman agilitykentän omalle pihalleen, jotta voi harjoitella päivittäin. Harrastuksesta tulee elämäntapa. Aineistossani moni haastateltava harrasti koirien kanssa. Haastatteluihin kävi ilmi, että iso piha on haluttu juuri koirien takia. Myös toinen vastaaja haaveili maaseudulle muutosta ja oman agilitykentän rakentamisesta pihalle. Suuri osa harrastajista oli kuitenkin tyytyväinen kaupunkielämään ja harrastamiseen treenihallilla muutamia kertoja viikossa. Harrastukset olivat niin koiralle kuin omistajallekin tärkeitä. Koska lemmikki voidaan nähdä minän laajentumana, lemmikin hyvinvointi ja elämänilo luo usein samoja tuntemuksia, myös omistajalleen (Belk 1988, 139–141).

Jyrinki (2012) kirjoittaa, että lemmikkeihin liittyvällä kulutuksella voi vaikuttaa kuudella tavalla omistajan identiteetin luomiseen. Yksi näistä on ”hyvinvoinnin lähde”. Lemmikkikulutus lisää omistajan rauhaa, rentoutumista ja itsestä huolehtimista. Onnellisen kissan, joka kiipeilee pitkin asunnon halki kulkevaa tempurataa, seuraaminen rentoutti muutamaa haastateltua. Vastaavasti koiraharrastukset innostavat usein omistajan liikkeelle, ja sitä kautta lisäävät omistajan hyvinvointia. Toinen Jyringin (2012) esittelemistä kuudesta identiteetin luomisen tavoista on ”liittymisen väline”. Tämä voi tarkoittaa omistajan sosiaalista kanssakäymistä muiden lemmikinomistajien kanssa. Tämä on tärkeä tekijä koiraharrastuksissa, missä muiden harrastajien seura on tärkeä osa harrastusta. Toisaalta yhteyden voi muodostaa myös lemmikkinsä kanssa. Koirien kouluttaminen,

aktivoiminen ja yhdessä tekeminen vahvistavat omistajan ja koiran välistä suhdetta. Lemmikin omistajat nauttivat muiden eläinlajien kanssa kommunikoimisesta, työskentelystä ja yhteyden tuntemisesta (Holbrook ym. 2001).

4.2. Lemmikkien vaikutus kodinsisustusratkaisuihin

Kodeissa on varta vasten lemmikkejä varten hankittuja tavaroita, mutta lemmikit vaikuttavat muullakin tavoin kodinsisustukseen. Haastateltavat löysivät kuvaston esimerkkikodeista sellaisia asioita, mitkä eivät lemmikkien takia olisi toimivia heidän kodissaan. Huomattavasti vähemmän nousi esille sellaisia seikkoja, jotka olisivat erityisen toimiva lemmikkien kanssa. Mallikotien kommenttien perusteella voidaan todeta, että lemmikit rajoittavat erityisesti kodissa tehtäviä ratkaisuja. Käyn seuraavaksi läpi esille nousseita asioita.

Jokainen haastateltava mainitsi tekstiilit keskustellessamme lemmikkikodinsisustuksesta. Erityisesti matot herättivät keskustelua. Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että lemmikkikodissa lemmikit sanelevat sen, mitä materiaaleja on järkevää käyttää. Haastateltavilla oli kuitenkin erilaisia näkemyksiä siitä, mikä on toimivin materiaali. Tekstiilien kannalta haasteeksi koettiin kura, karvat, kynnet ja eritteet. Kaikilla haastatelluilla kissanomistajilla oli sisäkissoja, joten kura ei heille ollut ongelma. Kuitenkin kissanvessasta hiekka kulkeutui myös matoille. Yksi kissan omistaja pohti mattojen materiaaleja. Hän kommentoi mallikodissa 1 ollutta nukkamattoa seuraavasti:

”Tässä pitää ymmärtää, että toi mun toinen kissa ei ole sisäsiisti. Ei voi olla mitään pehmeitä. - - Kun se on tommonen karvanukkamatto, niin siihen imeytyy pissa silleen kivasti.” – Mies 21 H13

Kodissa 5 oli lattialla tasapintainen polypropeeni matto.

”No tossa olis semmonen matto mikä pystyis olla. Toi on tommonen kova. Ainoa, että siitä vois tulla sellanen raapimamatto aika nopeesti. Mut mielummin se, että sitä raavitaan, kuin että se haisee pissalta.” – Mies 21 H13

Omassa kodissa haastateltavalla ei ollut lainkaan mattoja. Tähän ratkaisuun hän oli päätenyt juuri kissojen takia. Kaikissa koirallisissa kodeissa oli mattoja. Ne koettiin tärkeiksi, jotta koirilla olisi pitävä alusta tassujen alla:

”Ja siis mattoja pitää olla koiran kaa, koska esimerkiksi jos tän kanssa leikkii tossa lattialle sen jalat sutii. Ja sit se vie automaattisesti siihen matolle. Niin sama, että jos ovi käy niin sehän vaan sutii tota lattiaa pitkin.” – Nainen 25 (a) H1

Koirien turvallista liikkumista asunnossa pidettiin käytännöllisyyttäkin tärkeämpänä:

”Liukas lattia ei toki oo niinku optimiratkaisu, josta syystä on pakko pitää mattoja. No meillä on tähän asti ollut vähän huonosti mattoja, koska noi isommat koirat ei tietenkään riehu. Siitä huolimatta, että on pentu, joka pissaa sisälle, mä ostin tommoset matot tänne sisälle, ettei se ihan joka paikassa liukastele.” – Nainen 31 H9

Turvallisuus nousi esille erityisesti harrastuskoiria omistavien puheessa. Koiraharrastuksessa lemmikillä voi olla monta eri merkitystä omistajalleen. Sen lisäksi, että lemmikki on rakas perheenjäsen, voi se olla harrastusväline (Jyrinki 2010, 112). Haastattelujen perusteella koiraharrastuksissa aktiivisesti toimivat ihmiset olivat miettineet enemmän lemmikin turvallista elinympäristöä. Lemmikin voidaan tällöin katsoa olevan kokijan roolissa, jolloin lemmikin hyvinvointi voi olla omistajan prioriteetti ja sen eteen ollaan valmiita tekemään uhrauksia (Kylkilahti ym. 2016). Esimerkki uhrauksesta voisi olla haastateltavan mainitsemat matot lattialla pentua varten, jotta se ei liukastele, mutta tulee tekemään tarpeitaan matolle, mikä lisää omistajan siivousmäärää.

Se, mikä matto koettiin kaikista helpoimmaksi, vaihteli haastateltavan mukaan. Keskeistä oli se, että matto on helppohoitoinen. Se, minkä kukin näki helppohoitoiseksi, vaihteli kuitenkin. Tästä hyvä esimerkki oli nukkamatto. Monet olivat sitä mieltä, että nukkamatto ja lemmikki ovat täysin mahdoton yhdistelmä:

”Karvamatto kerää kaikki karvat. Ihan hirvee, mä oon joskus testannut ja meillä on avomiehen mukana tulleita karvamattoja, joiden ylläpito on koirien kanssa ihan naurettavaa puuhaa. Se on ajan tuhlausta. Sitten kun niihin menee pissaa, niin se on hirvee. Ja niihin menee aina jotain.” – Nainen 31 H9

Toinen vastaaja taas piti nukkamattoa helppohoitoisena ja oli tyytyväinen sellaiseen olohuoneessaan.

”Mä tykkään nukan tunnusta, ja mä tykkään et siinä koirilla on hyvä pito. Mutta mä haluan, että se nukka on tarpeeksi lyhyt, ettei se kerää hirveesti nujua sinne sisään. Ja tossa on tiivis lyhyt nukka. Toi on tosi helppo pitää puhtaana. Ton pesettäminen on järkevää, koska tuo on kallis matto. Niin ton voi pesettää monta kertaa. Se on pitkäikäinen matto. Se sais olla vielä hieman isompi, mutta sitten se olis ollut mittatilauksena. Ja mä tykkään tosta väristä, koska se ei ole mielestäni minkään värinen.” – Nainen 39 H6

Myös muista materiaaleista kuten räsymatoista oltiin eri mieltä. Joku halusi vain räsymattoja asuntoonsa, kun taas toinen piti niitä koiran leluina ja niissä olisi vaarana, että koira söisi ne. Samaa mieltä oltiin kuitenkin eteisen matosta. Kaikki halusivat riittävän ison eteisen maton, jotta sisään tuleva kura jäisi mattoon. Maton tuli olla likaa hylkivä ja helppo siivota.

Tekstiilit ja erityisesti matot ovat hyvä esimerkki Jyringin ja Norrgrannin (2019) tutkimuksen tarkastelusta elävä – ihminen (kts kuva 1). Lemmikit ovat karvojen, kynsien ja eritteiden kanssa vaikuttamassa omistajan päätöksentekoon hankittavista sisustustuotteista. Tämä voi tarkoittaa, että päädytään johonkin toiseen ratkaisuun, minkä omistaja ilman lemmikkiä olisi valinnut. Koska jokaisella on yksilöllinen käsitys siitä, mikä on helppohoitoista, ja lemmikitkin ovat erilaisia, ei haastattelujen perusteella voi tehdä mitään tarkempaa analyysia toimivimmasta mattomateriaalista lemmikkikoteihin.

Mattojen lisäksi paljon keskustelua syntyi sohvista ja niiden tekstiileistä. Kaikilla haastateltavilla oli kotonaan jonkinlainen sohva. Sohva yleistyi suomalaisissa kodeissa 1960-luvulla ja nykyisin se mielletäänkin tärkeäksi osaksi olohuonetta (Sarantola-Weiss 2003, 389). Sohva on kuitenkin herättänyt jo yleistymisensä aikoina kritiikkiä, sillä se oli tarkoitettu lähinnä oleiluun ja seurusteluun. Sohva ei sopinut rationaaliseen sisustushanteeseen. Lisäksi askeettiselle modernismille sohvan pehmeät materiaalit olivat vieraita. Parempana vaihtoehtona nähtiin helposti puhdistettava puuvilla. (Sarantola-Weiss 2003, 387.) Tekemissäni haastatteluissa pohdittiin myös sohvien puhtaanapitoa ja sitä kautta materiaalivalintoja.

Monet haasteltavien koirista olivat trimmattavia, eikä niistä tästä syystä irtoa karvaa. Näiden koirien karvoista ei siis ole harmia. Sen sijaan osasta koirista sekä kissoista irtosi paljon karvaa. Yksi koiranomistaja ei ollut vielä löytänyt sopivaa sohvan väriä, mistä ei erottuisi vaalean koiran karva tai näkyisi tumma lika. Hän pohti mallikodin 5 kangassohvan sopivuutta seuraavasti:

”Se on tummansininen, että optimiväriä tuskin kaikelle on. Ettei siinä näkyis valkoinen karva tai tumma lika. Voisin ehkä kuvitella ton sävyisen sohvan, että olis. Ja siihen vois heittää semmosta ohutta päiväpeittoa tai lakanaa päälle, jos se osoittautuu sellaseksi, josta ei oo helppo imuroida koiran karvaa pois. Niin mulla on tällä hetkellä. Mulla on sohvan päällä siis tällänen vanha verho, joka on semmonen minkä voi vaan ravistella puhtaaksi käytännössä.” – Nainen 23 H7

Koiran värillä ja karvan laadulla on merkitystä sille mikä väri tai materiaali olisi kaikista käytännöllisin. Äiti ja tytär keskustelivat seuraavasti, kun tiedustelin sohvan materiaalista:

”Nainen 27: Ainakin, jos haluaa olla semmosessa vähän vähäkarvasemmassa kodissa. Karvoja on. Siitä ei pääse mihinkään, mut et haluuko istuu semmosella sohvalla, joka on kuorrutettu karvoilla. Useimmat ihmiset ei halua, ja se ylläpitäminen on aika työlästä, jos se oikeesti kerää niitä karvoja.

Nainen 48: Niin tai sit jos sä kerran teet oikein kunnon siivouksen ja sit sä et saa sitä sohva puhtaaksi niistä karvoista, niin kyllä ärsyttää. Ja sit tulee semmonen, täällä on nyt siivottu. Ai on vai.

Nainen 27: Ja sit se riippuu tosi paljon lemmikin karvanlaadusta, että mikä on helpompi siivota. Et jos sulla on joku dalmatialainen, niin ainoa vaihtoehto on nahkasohva, ettei karvat pääse edes sinne huokosiin väleihin. Ja sit taas, jos on tommosta höttökarvaa, niin sametti on varmaan pahin, kun se menee jotenkin sinne kiinni. Noillahan on siis tosi silkkinen toi karva. Siitä tulee semmosia niinkun untuvapilvi. Se niinkun jää niin hyvin just samettiin kiinni. Tää kangassohva olis varmaan kissalle helpompi ja dalmatialaiselle huonompi. Jos haluaa päästä helpolla kannatta miettiä asioita lemmikkinsä karvan mukaan” – H8

Yleisesti sohvan haluttiin olevan helposti puhdistettavissa. Monet haastateltavista olivat hankkineet sohvaan irtopäälliset, jotta peseminen olisi mahdollista. Myös Jyringin ja Norrgrannin (2019) tutkimuksen haastateltava totesi irtopäällisten olevan tärkein tekijä uuden sohvan hankinnassa. Muutama tutkimukseni haastateltava oli päättänyt vaihtamaan sohvansa nahkasohvaan, koska heidän mielestään siihen ei tartu karvat kiinni ja se on tästä syystä helppo pitää siistinä. Myös kura mainittiin, mutta sitä ei koettu samanlaiseksi ongelmaksi kuin karvoja. Jokainen haastateltava oli vähintään pohtinut lemmikin karvojen näkyvyyttä ja tarttuvuutta eri sohvamateriaaleihin. Osa haastateltavista oli kuitenkin päättänyt valitsemaan juuri itseään miellyttävän sohvan ja näkemään vaivaa sen puhtaana pitämisestä. Osa taas halusi päästä mahdollisimman helpolla ja valitsi sohvan materiaalin lemmikkien mukaan. 1960-luvulla valkoinen oli suosittu väri kodinsisustuksessa osittain sen takia, että valkoisesta oli helppo havaita mahdolliset liat ja siivota ne pois. Toisaalta valkoinen antoi myös vaikutelmaa puhtaudesta (Saarikangas 2002, 105). Haastatteluissa valkoista väriä ei nähty täysin samalla tavalla. Likaa ei haluttu tuoda näkyväksi. IKEA-kuvastossa kodissa 1 ollutta valkoista sohva pidettiin viimeisenä vaihtoehtona lemmikkikotiin. Todennäköisesti myös muun värisiin sohviin tarttuu lika yhtä lailla, mutta se ei ole niin näkyvää kuin valkoisella sohvalla.

Uimosen (2019, 165) tutkimuksen haastateltavat tavoittelivat puhtaudella ja järjestyksellä viihtyvyyttä, mukavuuden tunnetta ja visuaalisesti esteettisen kodin vaikutelmaa. Elämisen jäljet saavat näkyä kodissa. Toisaalta Uimonen myös kirjoittaa, että huonekalujen ja tilan tulee olla toiminnallinen. Kodin toimivuuden kannalta materiaali on merkityksellistä. Liitän toimivuuteen tietystä määrin helppohoitoisuuden. Materiaalien tulee toimia ilman suurta ylläpitoa ja huoltoa perheen arkikäytössä.

Sohvaan liittyi myös muita ongelmia. Osa kissallisista oli kohdannut haasteita, kun kissa oli raapinut sohva. Samaa ongelmaa ei koirallisilla ollut.

”Mä oon yrittänyt ideoida tähän sohvien kulmiin sellasii lautoja tai sellasia. Mut mun pitäis tehdä sellaset ihan ite. Ja mulla olikin sellanen lauta, jota mä en vaan saanut kiinni tohon kulmaan. Se vaan nojas siihen, joten se ei ollut kiinnostava. Koska se oli niinkun hutera. Sillon eivät raapineet sitä, toki sohva ei siitä sen

enempää kärsinyt, mutta ei sekään, kun ne ei saa siitä sitä tyydytystä, että ne raapis.” – Nainen 29 (b) H10

Vastaava kissojen taipumus huonekalujen raapimiseen oli havaittu myös muutamassa muussa haastattelussa. Haastatteluissa ei kuitenkaan käynyt ilmi, että asiaan olisi voinut vaikuttaa sohvan materiaalia tai mallia vaihtamalla. Ennemmin mietittiin sallittujen raapimapaikkojen lisäämistä, jotta sohva ei tarvitsisi raapia. Tällainen omistajan lähestymistapa viittaa lemmikkikulutuksen toimivan ”luonteen kehittäjänä” omistajan identiteetin muodostumisessa. Lemmikit voivat välillä olla työläitä, ja omistajat oppivat tietämään mitä lemmikki tarvitsee (Jyrinki 2012).

Sohvat eivät olleet ainoa riskialtis huonekalu. Kuvastoa katsellessa haastateltavat nostivat esille myös muita havaitsemiaan haasteita. Useammassa mallikodissa oli hyvin avoimia säilytysratkaisuja. Kaikki haastateltavat kokivat avoimet säilytystilat haastavana:

”Ainakin tässä kodissa on paljon irtotavaraa pöydillä. Ei oo käytännöllistä kissojen kanssa. Ne heittelee ne helposti alas. Ja samoin karvan määrä on mitä on, joten pöytäpintoja joutuu pyyhkimään ja imuroimaan. Että ei oo käytännöllistä siivouksen kannalta. Tommonen lattiavalaisin, joka on tosi kevyen näkönen myöskin, jos kissat vetää rallia niin se on nurin joka päivä.” – Nainen 29 (b) H10

Kissallisia haastateltavia huoletti se, että kissat pudottavat tavaroita. Myös koirallisia haastateltavia huoletti tavaroiden pysyminen paikallaan. Erityisesti matalat tasot koettiin hankalaksi. Koira saattaa jo häntää heiluttamalla pudottaa tavaroita paikoiltaan. Erityisesti nuorten koirien omistajat uskoivat koiransa tuhoavan tavaroita, mikäli ne ovat liian helposti saatavilla. Avointen ratkaisujen siivoaminen pölystä ja karvasta koettiin myös turhan työlääksi.

”Niin koirataloudessa tommosia avoimia, jos on, niin pitäis sit olla koreja, laatikoita tai jotain muuta vastaavaa missä ne kamat asuu. Se pölymäärä on ihan järkyttävää ja jos on nuoria koiria niin sitten ne tavaratkin on entisiä.” – Nainen 39 H6

Esimerkkikodeissa oli myös paljon huonekasveja esillä. Erityisesti kissanomistajat miettivät kotiinsa sopivia kasveja. Osa kasveista on kissoille myrkyllisiä, ja erityisesti

tällaisten kasvien tulee olla kissan ulottumattomissa. Kissat pureskelevat mielellään huonekasveja (Nurmi-Tuominen & Harmaala 2013, 10). Haastateltavien kodeissa tämä oli ratkaistu valitsemalla myrkyttömiä kasveja ja sijoittamalla ne korkealle. Yhdellä haastateltavalla oli kasveja laitettu roikkumaan kattoon kiinnitetystä kehikosta.

Myös koiranomistajia mietitytti kasvien pitäminen kodissa. Koiranomistajat eivät yleensä olleet huolestuneita siitä, että lemmikit söisivät kasvin lehtiä. Enemmän huoletti koiran kiinnostus multa.

” -No myöskään toi viherkasvi ei ainakaan mun koiran kanssa toimisi. Sieltä varmaan lentää mullat.” – Nainen 26 H12

Suurin osa vastaajista kuitenkin koki, etteivät koirat ole kiinnostuneita viherkasveista, ja niitä voi sijoittaa asuntoon omien mieltymysten mukaan. Suljetut säilytysratkaisut ja kasvit liittyvät haastateltavien kertomusten mukaan turvallisuuteen ja käytännöllisyyteen. Tässä omistajat sopeutuvat lemmikkiensä tarpeisiin ja lemmikin voidaan katsoa toimivan kokijana yhteiskulutuksessa. Lemmikin tarpeet, kuten turvallisuus, nousevat merkittävään asemaan. (Kylkilähti ym. 2012.)

5. Lemmikkien roolit kodinsisustuksessa

Lemmikeillä on erilaisia merkityksiä omistajilleen. Aikaisemmassa tutkimuksessa on havaittu, että lemmikille ostaminen aiheuttaa iloa omistajassaan (Jyrinki 2012, 117). Lemmit eivät kuitenkaan ole pelkkä kulutuksen kohde, vaan lemmikit toimivat aktiivisina subjekteina (Syrjälä ym. 2014). Kylkilahti, Syrjälä, Autio, Kuismin ja Autio (2016) tutkimuksessaan nostivat esille lemmikin kolme erilaista roolia osana lemmikkituotteiden kulutusta. Tutkimuksen perusteella lemmikki voidaan nähdä kolmessa eri roolissa: välittäjänä, kokijana tai tuottajana. Jyrinki (2010, 112) toteaa, että ”kuluttajan suhde lemmikkiinsä on väistämättä monitahoinen ja ristiriitainenkin”. Jyrinki (2010) havaitsi tutkimuksessaan, että lemmikillä voi olla useampi merkitys omistajalleen. Esimerkiksi harrastuskoira voi olla sekä harrastusväline että rakas perheenjäsen. Tästä syystä en lähde luokittelemaan lemmikkien merkitystä sisustuksen perusteella, vaikka myös sisustuksen suhteen lemmikillä voi olla erilaisia rooleja.

Tekemissäni haastatteluista nousi esille kolme eri roolia, mitkä lemmikillä voi olla kotia sisustettaessa. Lemmikki voi olla 1) sopeutuja, 2) päättäjä tai 3) sisustuselementti. Samassakin kotitaloudessa lemmikki voi esiintyä tilanteen mukaan eri rooleissa. Seuraavissa luvuissa 5.1-5.3 kerron tarkemmin aineistosta esille nousseista lemmikinrooleista.

5.1 Lemmikki sopeutujana

Monet haastatteluun osallistuneet olivat alussa sitä mieltä, etteivät lemmikit vaikuta mitenkään heidän kodinsisustukseensa. Tämä ei kuitenkaan kenenkään osalta pitänyt täysin paikkansa. Kuten luvussa 4 käy ilmi, vaikuttivat lemmikit hyvin monella eri tavalla sisustukseen. Osassa kodeista lemmikit näkyivät hyvin sisustuksessa, ja lemmikkien annettiin vaikuttaa sisustukseen monipuolisesti. Osassa kodeista lemmikin vaikutus oli kuitenkin huomattavasti pienempi. Eräs haastateltava kommentoi haastattelun aikana lemmikkiään osana kotiaan seuraavasti:

”Mä ajattelen, että koti pitää olla kaunis. Niin se on edelleen kaunis, vaikka siellä asuu eläin.” – Nainen 53 H1

”Ja sitten jos mä mietin suhteessa eläimiin, niin mä en kyllä sitä mieltä siinä ostamisessa, onks tää jotenkin koiran kestävä. Vaan sitten mä ajattelen, että se eläin täytyy niinkun totuttaa tai kasvattaa siihen. Just esimerkiksi, jos tää pöytä on sen verran matala, että kyllähän se sieltä saisi tavaroita, mutta jotenkin siinä kohtaa pitää opettaa se siihen. Me ollaan annettu sen tässä sohvalla olla, joten se on sitten siinä ollut se valinta. Että hän nyt on näissä sohvilla. Mutta se ei just ole sen sohvan valintakriteeri.” – Nainen 53 H1

Näille haastateltaville oli selvää, että koira opetetaan elämään kodissa ihmisten toivomalla tavalla, eikä valintoja pääosin lähdetä rajoittamaan lemmikin takia. Haastatteluissa kävi ilmi, että näillä lemmikeillä oli myös kotona huonekaluja ja huoneita koskevia sääntöjä. Lemmikillä saattoi olla rajattu tila, jossa se oleskelee yksinollessaan, tai lemmikillä ei ollut lupaa olla tietyillä huonekaluilla.

”Ja mun koirat ei pääse kyllä tuoleille. Ja sohva mulla ei oo. Ja sänkyyn ei pääse vapaasti liikkumaan. Tai jos mä pyydään niin se on ok.” – Nainen 29 (a) H2

Monet lemmikin omistajat haluavat lemmikin, joka kuuntelee ja tottelee käskyjä (Belk 1996, 132–133). Lemmikkien kouluttamiseen ollaankin valmiita käyttämään yhä enemmän aikaa ja rahaa (Syrjälä ym. 2014). Osassa haastatteluissa huomaa arvostettavan sitä, että lemmikki tietää miten kotona kuuluu olla ja käyttäytyä. Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton (1981, 87) totesivat, että ihmisten puheissa usein korostuu se, että kotona on mukava olla, ja siellä viihdytään. Monessa haastattelussa haastateltavat korostivat sitä, kuinka he viihtyvät kotona hyvin ja viettävät siellä paljon aikaa lemmikkiensä kanssa. Näissä haastatteluissa ei noussut esille asioita, mitkä lemmikin käytöksessä kotona olisi ärsyttänyt. Kotona on mukavaa ja viihtyisää, kun lemmikki käyttäytyy hyvin, eikä siihen tarvitse käyttää voimavaroja.

Välillä syynä lemmikille asetetuille rajoille, oli sen ominaisuudet, ei niinkään omistajan halu määrittellä lemmikilleen mikä on sallittua ja mikä ei. Koiralla saattoi olla esimerkiksi resurssien puolustamista, jolloin puolustettavia asioita oli tarpeellista rajata lemmikiltä pois.

Holbrookin (2008) mukaan lemmikit ovat tärkeitä perheenjäseniä ja merkitseviä hahmoja, joiden kanssa muun muassa jaetaan omia kulutuskokemuksia. Tämä ei

kuitenkaan tarkoita sitä, että lemmikit ovat perheessä samassa asemassa ihmisten kanssa. Lemmikki voi Kylkilahden, Syrjälän, Aution, Kuismin ja Aution (2016) mukaan olla tärkeässä roolissa elämässä, mutta silti omistaja tekee lopulliset päätökset. Lemmikki vaikuttaa asioihin vain taustalla. Haastateltavista kahdella oli pieniä alle kouluikäisiä lapsia. Heitä haastatellessa kävi ilmi, että vaikka lemmikit ovatkin tärkeä osa perhettä, menevät lapset monessa asiassa lemmikkien edelle. Esimerkiksi yhdessä perheessä lemmikeillä oli rajattu tila kotona, jotta lapset saivat leikkiä turvallisesti. Lasten tavarat olivat myös leikin jälkeen turvassa koirien hampailta. Haastatteluissa nousi myös esille enemmän huomioitavia asioita lasten kuin lemmikkien kannalta. Joidenkin haastateltavien lapset olivat jo muuttaneet pois kotoa tai he olivat juuri muuttamassa. Yhdessä haastattelussa selvisi, että lasten muuttaessa pois vapautuvaa tilaa suunniteltiin koiraa varten:

”Jahka me saadaan taas käyttöön toi toinen huone niin koira muuttaa sinne.” -Mies 54 H1

Tietyissä tilanteissa lemmikkeihin suhtaudutaan kuin ne olisivat lapsia (Belk 1996, 133). Erityisesti niillä haastateltavilla, jolla oli jo omia lapsia, oli lemmikeillä selkeästi alempi asema perheessä kuin perheen lapsilla. Vänskän (2014) tutkimuksessa havaittiin, että lemmikkeihin voidaan suhtautua kuin lapsiin, ja lemmikkien kautta voidaan pyrkiä kokemaan vanhemmuus, jos ei halua hankkia omia lapsia. Omissa haastatteluissani ei yksikään haastateltava verrannut lemmikkiä lapseen. Kuitenkin lapsiperheissä lemmikki oli selkeästi sopeutujan roolissa.

5.1 Lemmikki päättäjänä

Osassa kodeista lemmikeillä oli hyvin iso merkitys siinä, mitä huonekaluja ja tarvikkeita kotiin hankittiin. Tämä näkyi erityisesti niissä kodeissa, missä lemmikillä oli jonkinlaista ongelmakäytöstä. Yksi isoimmista haastatteluissa esiintyneistä käytösongelmista oli se, ettei lemmikki ollut täysin sisäsiisti. Tästä haasteesta kertoi moni koiranomistaja sekä yksi kissanomistaja.

Toinen yleinen haastatteluissa kuvattu ongelmakäytös oli tuhoaminen. Erityisesti koirilla huonekalujen ja tavaroiden pureskelu ja syöminen. Eräs haastateltava kertoi

valitsevansa kotiinsa metalliset pöydän jalat, jottei koirat pureskelisi niitä. Erityistä tarkkaavaisuutta tuhoavien koirien kodeissa kiinnitettiin säilytysratkaisuihin ja siihen, että kaikki tavarat saa laitettua suljettujen ovien taakse. Kissatalouksissa haastetta aiheutti huonekalujen raapiminen. Erityisesti sohvien raapimisen kanssa oli ongelmia. Kahdella haastateltavalla oli sekä kissoja että koiria. Toinen heistä pohti kissojen ja koirien eroja tavaroiden tuhoamisen kannalta:

”Et niinkun kissojen omistajana alkaa kattoo asioita, mitä kissan kynnet voi tuhota. Oikeestaan kaikki, mitkä voi ottaa osumaa. - - Koirat vähemmän tuho niinkun olemassaolollansa paitsi pentuna. Enemmän se on noissa materiaalivalinnoissa kissojen kanssa mietittävää. Ne joko tuhoutuu auttamatta tai vahdit sairaalloisesti tai viet kissat muualle tai vaan hyväksyt asian.” – Nainen 31 H9

Myös toinen haastateltava oli todennut kissojen nauttivan raapimisesta, ja tästä syystä hän oli lakannut etsimästä ratkaisuja kissansa sohvan raapimiseen.

”Mä oon ehkä luovuttanut tän sohvan suhteen. Raapikoon ja olokoon onnellisia.” – Nainen 29 (b) H10

Kaikissa haastatteluissa kävi ilmi, että omistajat olivat sopeutuneet tilanteeseen, eikä ongelmaa enää pyritty poistamaan. Kotiin oli kehitetty ratkaisuja, jotka helpottivat elämää ja kodin siistinä pitämistä ongelmasta huolimatta. Seuraavassa sitaatissa on esimerkki, kuinka lemmikin takia omistaja miettii toisenlaisia mattoratkaisuja.

”Mä oon siirtynyt nyt koko ajan pienempiin mattoihin. Mä tykkään pörrömatoista, mutta jostain syystä koiratkin tykkää sit aina pissaa niihin. Ja nyt mä ostin semmoset kaks pienempää pörrömattoa. Mut ne olikin niin painavat, ettei niitä saa pestyä kotona. Et nyt mä mietin seuraavaks, olisko kaikista helpoimmat semmoset, jotka mahtuu pesukoneeseen. Koska meillä on ruokapöydän alla yks iso matto, niin nyt mä huomasin, että siellä on pissoja. Niin nyt se menee sitten roskeen.” – Nainen 38 H5

Monet niistä haastateltavista, joiden koirilla oli jonkinlaista kotiin liittyvää ongelmakäytöstä, kokivat, että koti on heille enimmäkseen levähdyspaikka. Yksi haastateltava kertoi asiasta seuraavasti:

”Kyllä se on levähdyspaikka - - ja koirien säilytyspaikka, silloin kun on töissä ite. Aika vähän siellä tulee hengailtua.” – Nainen 37 H3

Haastatteluissa ei käynyt ilmi, että lemmikin ongelmakäytös olisi syynä siihen, että omistaja ei viihdy kotona erityisen hyvin. Kukaan haastateltava ei suoraan kertonut viihtyvyyden olevan huono lemmikkien takia. On mahdollista, että koti jo lähtökohtaisesti on vain levähdyspaikka, eikä kodilta haeta erityistä viihtyisyyttä ja mukavuutta. Uimonen (2009, 190) mainitsi, että joissain tilanteissa kodin tuntu voi tarkoittaa sitä, että tila on toiminnoiltaan sopiva kuluttajan elämisen ja asumisen tapaan. Yleisesti ottaen lemmikit kuitenkin lisäsivät omistajiensa viihtyvyyttä kotona:

”Kyllä tää (koti) on semmonen mihin mä tuun tosi mielelläni. Toki, jos ei olis noita kissoja niin en ehkä tulis ihan niin mielelläni.” – Nainen 29 (b) H10

Lemmikin vuoksi ollaan siis valmiita tarvittaessa tekemään kompromisseja omista sisustusmielityksistä. Brockman, Taylor ja Brockman (2008) tutkivat omistajien päätöksentekoa eläinlääkäripalveluihin liittyen. Tutkimuksessa havaittiin, että omistajan tunnesiteellä lemmikkiin on iso merkitys siihen, kuinka paljon omistaja on valmis käyttämään rahaa lemmikkinsä hoitoon. Myös Aylesworthin, Chapmanin ja Dobschan (1999) mukaan voidaan ajatella, että suhde lemmikkiin vaikuttaa siihen, millaisia kulutuspäätöksiä lemmikin osalta tehdään. Keräämäni tutkimusaineiston perusteella tunnesiteellä on merkitys myös siihen, paljonko lemmikin annetaan vaikuttaa kodinsisustukseen. Monessa kohtaa ratkaisuja perusteltiin sillä, että se tekee lemmikin onnelliseksi. Koska lemmikki voidaan nähdä minän laajentumana, luo lemmikin hyvinvointi ja elämänilo usein samoja tuntemuksia myös omistajalleen (Belk 1988, 139–141).

5.2 Lemmikki sisustuselementtinä

Kuten luvussa 4.1. kävi ilmi, on monia lemmikkien tuotteita hankittu sillä ajatuksella, että ne sopivat kodin muuhun sisustukseen. Juomakuppi oli aineistossani yleisin koiralle hankittu esine, mikä oli valittu sen sisustukseen sopivuuden perusteella. Lisäksi muitakin lemmikin esineitä haluttiin häivyttää osaksi kotia, kuten kiipeilypuu.

Lemmikin rotua valittaessa oli myös huomioitu sen vaikutus kotiin. Monet haastateltavista olivat päätyneet trimmattaviin koirarotuihin, jolloin irtoava karva ei aiheuta harmia. Kodin siistinä ja karvattomana pitäminen oli muutamalle haastateltavalle keskeinen tekijä trimmattavaan rotuun päätymisessä. Jos lemmikin karvanlaatu oli helposti irtoavaa, saatettiin kodin värimaailma pyrkiä pitämään hyvin lähellä koiran omaa värisävyä. Tällöin koirankarvat eivät näy liian selvästi kodin pinnoilla. Myös lemmikit itsessään voidaan katsoa kuuluvaksi sisustukseen. Yksi haastateltava vertasi lemmikkejään koriste-esineisiin:

”Mulla on mun mielestä himassa silleen, että ei tuu hankittua mitään posliinikoristeita tai mitään semmosta, että kaikilla on joku tarkoitus. Että ne eläimet on niitä koristeita, mitä mä haluan katella.” – Nainen 27 H8

Sama haastateltava kertoi, kuinka lemmikit vaikuttavat hänen kodin kuosien valintaan.

”Joo tavallaan mä saatan ajatella jotain kuosiakin silleen, että siinä pitää olla jotain semmosta yksinkertaisuutta, että ne eläimet pääsee niinkun esille siinä. Onhan mulla kuviota täällä. Esimerkiksi mun mielestä on tosi söpöjä eläinverhoja ja semmosia. Mutta mä en halua niitä, koska mulla on niitä eläimiä.” – Nainen 27 H8

Kuten edellisessä sitaatissa käy ilmi, voidaan lemmikki tietyissä tilanteissa rinnastaa koriste-esineeseen. Jyrinki (2010, 112) kirjoittaa, että lemmikin ollessa objekti sitä voidaan pitää koristeena, harrastusvälineenä tai statussymbolina. Kun lemmikki mielletään koriste-esineiden korvikkeeksi, voidaan tulkita sen tällaisessa tilanteessa olevan objekti. Kenellekään haastateltavalle lemmikki ei kuitenkaan toiminut pelkkänä objektina, vaan suhde oli monitahoinen.

Vaikka muut haastateltavat eivät kertoneet lemmikkien olevan koristeita, kertoivat monet, että nauttivat lemmikkien leikkien katselemisesta. Yleisesti pidettiin tärkeänä, että kotona on riittävästi lattiatilaa, missä lemmikkien on mahdollista leikkiä, ja missä niiden kanssa voidaan touhuta. Kahdella haastateltavalla ei ollut ollenkaan televisiota, eivätkä he kokeneet sitä myöskään tarpeelliseksi. Kyseiset haastateltavat kertoivat viettävänsä mieluummin aikaa koiriensa kanssa. Kylkilahden, Syrjälän, Aution, Kuismen ja Aution (2016) tutkimuksen jaottelun perusteella tällainen lemmikki

voidaan nähdä tuottajan roolissa. Lemmikin ollessa tuottajana sen toiminta lisää omistajan hyvinvointia, ja lemmikki tarjoaa omistajalle kokemisen mahdollisuuksia. Vaikka lemmikin kautta ei suoranaisesti kuluteta palveluita, tarjoaa lemmikin touhujen seuraaminen kotona omistajalle iloa, minkä kautta hyvinvointi ja viihtyminen lisääntyy.

6. Johtopäätökset

Tässä tutkimuksessa olen tarkastellut lemmikkejä kodinsisustuksen kontekstissa. Tutkimuksen alussa asetin tavoitteeksi analysoida sitä, miten lemmikkieläimet vaikuttavat kodinsisustukseen ja millaisia ratkaisuja lemmikkikodeissa tehdään. Lisäksi tavoitteena oli tutkia, minkälaisia rooleja lemmikillä on osana kodinsisustusta.

Vaikka ihmisillä on jo pitkän aikaa ollut kotieläimiä ja lemmikkejä, ovat ne aikaisemmin olleet pääosin hyötökäytössä ja osa ihmisten elinkeinoa. Nykyisin lemmikkejä otetaan paljon seuraksi kotiin ja lenkkikaveriksi. Paljon lemmikkejä hankitaan myös harrastuskavereiksi, eikä niinkään työkäyttöön, kuten ehkä aikaisemmin on ollut. Lemmikin voidaankin katsoa olevan osa perhettä.

Iso osa lemmikeille hankituista tavaroista sijoitetaan osaksi kotia. Esimerkiksi, kissojen raapimapuut, kissan vessat, juomakipot, makuupaikat, lelut ja ruoansäilytysastiat. Tutkimuksessa kävi ilmi, että kissallisissa kodeissa lemmikin takia hankitut esineet olivat isompia ja veivät enemmän tilaa. Tällaisia esineitä oli kissan vessat ja kissojen raapimapuut. Kaikki haastateltavat pitivät kyseisten esineiden sijoittelua asuntoon haastavana niiden ison koon takia. Kaikki haastateltavat kokivat nämä esineet kuitenkin välttämättömiksi lemmikkinsä hyvinvoinnin kannalta. Suhtautuminen esineisiin on kuitenkin ristiriitainen. Ilmosen (1993, 203–207) kulutuksen neljä aspektia liittyvät usein tuotteisiin samanaikaisesti. Joskus aspektit ovat keskenään ristiriidassa. Kissanvessa ja raapimapuut ovat hyväesimerkki tällaisesta ristiriidasta. Tuotteen käyttöarvo on merkittävä, ja esine on välttämätön toimintojensa takia, mutta sen ulkonäkö ja monet ominaisuudet eivät miellyttäneet lemmikinomistajia. Erityisesti kissanvessojen kohdalla monet haastateltavat halusivat sijoittaa tuotteen katseilta piiloon esimerkiksi kylpyhuoneeseen. Osalla haastateltavista lemmikin mieltymykset olivat kuitenkin merkittävämpiä, ja kissan vessat sijoitettiin niihin huoneisiin, missä lemmikki niitä mieluiten käytti.

Kissanvessojen sijoittelu on hyvä esimerkki siitä, miten lemmikit voivat toimia useammassa eri roolissa. Kylkilahden Syrjälän, Aution, Kuismin ja Aution (2016) tutkimuksen perusteella lemmikki voidaan nähdä yhteiskuluttamisessa kolmessa eri roolissa: välittäjänä, kokijana tai tuottajana. Lemmikin ollessa välittäjän roolissa

lemmikki huomioidaan jokaisessa arkipäiväisessä päätöksenteossa, mutta kuitenkin ihminen toimii päättäjän roolissa. Lemmikin ollessa kokijana, lemmikki hyötyy hänelle hankituista palveluista ja tuotteista. Lemmikillä on aktiivinen rooli kokijana ja tuotteiden loppukäyttäjänä. Lemmikin ollessa tuottajana, lemmikin kautta omistajan hyvinvointi lisääntyy, ja lemmikki tarjoaa omistajalle kokemuksen mahdollisuuksia. Jos tarkastellaan lemmikin roolia kissanvessan sijoittamisen osalta, voidaan todeta, että haastattelujen perusteella lemmikit toimivat joko välittäjinä tai kokijoina. Kun kissanvessa on hankittu lemmikin tarpeisiin, mutta omistaja tekee lopullisen päätöksen sen sijoittelusta, on lemmikki välittäjän roolissa. Kun kissanvessat on sijoitettu niihin huoneisiin, missä lemmikki niitä haluaa käyttää, niin voidaan lemmikin katsoa olevan kokijan roolissa.

Lemmikkien ruoansäilytys jakoi myös haastateltavia. Osa säilytti ruokaa näkyvillä keskellä lattiaa, ja osa halusi ruoat pois näkyviltä. Tämä päätös syntyi kuitenkin pääasiassa omistajan mieltymysten mukaan. Sen sijaan kaikki haastateltavat pitivät juomakuppia esillä. Monet haastateltavat olivat hankkineet ulkonäöltään miellyttävän näköisen kupin, joka sopi myös muuhun kodinsisustukseen. Syrjälän ja Norrgrannin (2019) tutkimuksessa nousi esille lemmikkien ja ihmisten välistä kulutusta tarkasteltaessa, että monet lemmikin omistajat haluavat, että heidän lemmikkinsä näkyvät kodinsisustuksessa. Sisustukseen sopivat ja kauniit lemmikinruokailuastiat tuovat lemmikit sopivalla tavalla esille. Tällä tavalla funktionaalisten ja joka tapauksessa tarvittavien tuotteiden kautta lemmikit voidaan tuoda näkyväksi osaksi kotia.

Tavaroihin voi liittyä samaan aikaan useita aspekteja (Ilmonen 1993, 206). Kun mietimme haastateltavien suhtautumista lemmikkien tavaroihin, on tavarapoliittinen aspekti vahvasti läsnä. Tavarann toiminnalliset ominaisuudet, kuten käytännöllisyys ja kestävyys, ovat keskeisiä. Toisaalta osa haastateltavista mietti paljon myös tarvikkeiden ulkonäköä, minkä voidaan katsoa liittyvän tuotteen symboliseen aspektiin. Kuluttaja toimii tällöin kommunikoijan roolissa. Lemmikin omistaja haluaa viestiä henkilökohtaisista mieltymyksistään ja tuoda lemmikkiä näkyväksi. Myös produktiivinen eli luova aspekti on joskus havaittavissa. Osa esineistä on saanut uuden merkityksen, kun se on laitettu lemmikin käytettäväksi. Aina ei ole tarpeellista hankkia lemmikille uusia tuotteita, vaan vanhoista esineistä saa muokkaamalla uusia.

Sen lisäksi, että kodissa on tuotteita, jotka on hankittu lemmikkiä varten, siellä on huonekaluja ja muita esineitä, joita lemmikki käyttää yhdessä ihmisten kanssa. Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että lemmikkikodissa lemmikit sanelevat sen, mitä tekstiileitä on järkevää käyttää. Haastateltavilla oli kuitenkin erilaisia näkemyksiä siitä, mikä on toimivin tekstiili. Tekstiilien kannalta haasteeksi nostettiin kura, karvat, kynnet ja eritteet. Tekstiilit ja erityisesti matot ovat hyvä esimerkki Jyringin ja Norrgrannin (2019) tutkimuksen tarkastelusta elävä – ihminen. Lemmikit ovat karvojen, kynsien ja eritteiden kanssa vaikuttamassa omistajan päätöksentekoon sisustustuotteita hankittaessa. Tämä voi tarkoittaa, että päädytään johonkin toiseen ratkaisuun, kuin minkä omistaja ilman lemmikkiä olisi tehnyt. Koska jokaisella on yksilöllinen käsitys siitä, mikä on helppohoitoista, ja lemmikitkin ovat erilaisia, ei tutkimuksen perusteella voi tehdä mitään tarkempia johtopäätöksiä toimivimmista materiaaleista lemmikkikoteihin.

Lemmikinomistajat pyrkivät kodeissaan helppohoitoisuuteen, käytännöllisyyteen ja turvallisuuteen. Muut kodin ratkaisut ovat pitkälti omistajan mieltymyksistä kiinni. Helppohoitoisuuteen lukeutuivat muun muassa sopivat materiaalit ja käytännöllisyyteen esimerkiksi säilytysratkaisut, jolla varmistettiin, etteivät lemmikit pääse pudottamaan esineitä tassuillaan tai hännällään. Turvallisuutta lisättiin mattojen avulla, jotta lemmikit eivät liukastelisi. Viherkasvien valinnassa ja sijoittelussa otettiin lemmikin turvallisuus myös huomioon.

Haastatteluaineiston analyysi paljasti, miten lemmikit pääosin rajoittavat kodinsisustamista. Varsinaisiin lemmikkituotteisiin ollaan valmiita käyttämään rahaa, mutta monessa haastattelussa korostettiin, ettei kodin kalusteisiin kuten esimerkiksi sohvaan haluta panostaa paljoa rahallisesti, sillä lemmikin takia tuote tulee kuitenkin kärsimään. Toisaalta haastatteluissa jotkut olivat sitä mieltä, että kotiin voidaan hankkia juuri ne huonekalut, joista itse pitää, ja lemmikit voidaan opettaa toimimaan oikealla tavalla huonekalujen kanssa. Esimerkiksi lemmikki ei välttämättä saanut tulla sohvalle ollenkaan. Lemmikkeihin osana kotia suhtauduttiin siis eri tavoin.

Tutkimuksen tulokissa nousi esille kolme eri roolia, mitkä lemmikillä voi olla kotia sisustettaessa. Lemmikki voi olla 1) sopeutuja, 2) päättävä tai 3) sisustuselementti. Samassakin kotitaloudessa lemmikki voi esiintyä tilanteen mukaan eri rooleissa. Kodeissa, missä lemmikki oli sopeutujan roolissa, oli selvää, että koira opetetaan

elämään ihmisten toivomalla tavalla, eikä valintoja pääosin lähdetä rajoittamaan lemmikin takia. Tutkimuksessa ilmeni, että näillä lemmikeillä oli myös kotona huonekaluja ja huoneita koskevia sääntöjä.

Lemmikki voi Kylkilahden, Syrjälän, Aution, Kuismin ja Aution (2016) mukaan olla tärkeässä roolissa elämässä, mutta silti omistaja tekee lopulliset päätökset. Lemmikki vaikuttaa asioihin vain taustalla. Tutkimuksen perusteella lapset menevät monessa asiassa lemmikkien edelle. Vänskän (2014) tutkimuksessa havaittiin, että lemmikkeihin voidaan suhtautua kuin lapsiin, ja lemmikkien kautta voidaan pyrkiä kokemaan vanhemmuus, jos ei haluta hankkia omia lapsia. Tutkimuksessani yksikään haastateltava ei verrannut lemmikkiä lapseen. Kuitenkin lapsiperheissä lemmikki oli selkeästi sopeutujan roolissa.

Lemmikin ollessa päättäjän roolissa lemmikillä oli hyvin iso merkitys siihen, mitä huonekaluja ja tarvikkeita kotiin hankitaan. Tämä näkyi erityisesti niissä kodeissa, missä lemmikillä oli jonkinlaista ongelmakäytöstä. Yksi tavallisimmista haastatteluisia erottuneista ongelmakäytöksistä oli se, ettei lemmikki ollut täysin sisäsiisti. Toinen yleinen haastatteluisia kuvattu ongelmakäytös oli tuhoaminen. Omistajat olivat sopeutuneet tilanteeseen, ja varsinaisia ongelmia ei enää pyritty poistamaan. Kotiin oli kehitetty ratkaisuja, mitkä helpottivat elämää ja kodin siistinä pitämistä ongelmista huolimatta. Moni haastateltava perusteli ratkaisua sillä, että se tekee lemmikin onnelliseksi. Aylesworthin, Chapmanin ja Dobschan (1999) mukaan suhde lemmikkiin vaikuttaa siihen, millaisia kulutuspäätöksiä lemmikin osalta tehdään. Keräämäni tutkimusaineiston perusteella tunnesiteellä ja suhtautumisella lemmikkiin on huomattava merkitys siihen, paljonko lemmikin annetaan vaikuttaa kodinsisustusvalintoihin.

Lemmikin ollessa sisustuselementtinä lemmikki rinnastetaan koriste-esineeseen. Yksi haastateltava kertoi, että hän nautti lemmikkien katselemisesta, eikä kokenut sen takia muita kodin koriste-esineitä tarpeellisiksi. Sama haastateltava totesi, että hän pyrkii valitsemaan neutraaleja kuoseja, jotta lemmikit erottuisivat niistä mahdollisimman hyvin. Vaikka muut haastateltavat eivät kertoneet lemmikkien olevan koristeita, kertoivat monet, että nauttivat lemmikkien leikkien katselemisesta. Yleisesti pidettiin tärkeänä, että kotona on riittävästi lattiatilaa, missä lemmikkien on mahdollista leikkiä, ja missä niiden kanssa voidaan touhuta. Kylkilahden, Syrjälän, Aution, Kuismin ja

Aution (2016) tutkimuksen jaottelun perusteella tällainen lemmikki voidaan nähdä tuottajan roolissa. Lemmikin ollessa tuottajana omistajan hyvinvointi lisääntyy lemmikin kautta, ja lemmikki tarjoaa omistajalle kokemisen mahdollisuuksia. Lemmikkien touhujen seuraaminen tuottaa omistajalle iloa, minkä kautta hyvinvointi ja viihtyminen lisääntyvät.

Mielenkiintoista oli, että ongelmakäytöksiset lemmikit olivat ottaneet itselleen päättäjän roolin. Yksikään haastateltava ei suoraan kertonut viihtyvyyden olevan huono lemmikkien takia. Ainakaan haastattelutilanteessa lemmikin käytöstä tai toimintaa ei koettu tarpeelliseksi muuttaa. Niissä kotitalouksissa, missä lemmikki oli sopeutujan roolissa eivät haastateltavat maininneet asioita, mitkä lemmikin käytöksessä kotona olisivat ärsyttäneet. Kotona on mukavaa ja viihtyisää, kun lemmikki käyttäytyy hyvin, eikä siihen tarvitse käyttää voimavaroja. Yksi haastateltava, jonka lemmikki sisustuksen osalta oli selvästi päättäjän roolissa, kuvaili kotiaan koirien säilytyspaikaksi ja levähdyspaikaksi. Hän ei kokenut kotiaan erityisen mukavaksi tai viihtyisäksi. Muut haastateltavat, joilla lemmikki oli päättäjän roolissa, eivät kuvailleet kotiaan vastaavalla tavalla. On toki mahdollista, että kodin merkitys on jo lähtökohtaisesti levähdyspaikkana toimiminen, jolloin kodilta ei haeta erityistä viihtyvyyttä. Silloin lemmikkienkin käyttäytymisellä kotona ei ole niin suurta merkitystä.

Erityisen mielenkiintoista oli lemmikkien käytösongelmien liittyminen päättäjän rooliin. Olisi mielenkiintoista tutkia tarkemmin minkälaisia vaikutuksia lemmikkien kotikäytöksellä on omistajien viihtyvyyteen kotona ja miten suuri merkitys omistajien sisustusratkaisuilla ja heidän omalla käytöksellään on lemmikkien ongelmakäytösten muodostumisessa. Lemmikkien rooleja osana kodinsisustusta olisi myös kiinnostavaa tutkia kvantitatiivisesta näkökulmasta. Tällöin olisi mahdollista selvittää, ovatko lemmikit enemmän sopeutujan vai päättäjän roolissa ja onko lemmikin ongelmakäytöksellä todellinen yhteys sen rooliin osana kodinsisustusta.

Tutkimuksen aineistona on 13 teemahaastattelua. Haastatteluissa hyödynsin projektiivista tekniikkaa käyttämällä IKEA-kuvastoa, minkä tarkoituksena oli saada monipuolisia kommentteja ja näkemyksiä lemmikkikodinsisustamiseen. Aineiston analysointimenetelmänä käytin teemoittelua. Haastatteluaineiston analyysissä esiintyi monenlaisia sisustusratkaisuja. Lemmikit vaikuttivat kodeissa monella eri tavalla.

Näkisin, että ainestoa oli tästä syystä riittävästi. Erityisesti hyödyntämälläni projektiivisella tekniikalla sain monipuolisen kuvan tutkittavasta aiheesta. Käyttämäni menetelmät sopivat mielestäni hyvin tutkimukseeni. Tutkiessani lemmikkien rooleja osana kodinsisustusta jäi aineisto kuitenkin hieman niukaksi. Tämä saattoi osittain johtua siitä, että aineistossa oli useita harrastuskoirien omistajia. Toisaalta aineistonkeruuvaiheessa minulla ei ollut tiedossa tutkimuksessani havaittua ongelmakäytöksen yhteyttä lemmikin rooliin. Sain kuitenkin tutkimusaineistostani vastaukset tutkimuksen alussa esittämiini tutkimuskysymyksiin.

Lähteet

Autio, M. & Autio, J. 2009. Kulutuksen ihanteet 1920–1970-lukujen sisustusoppaissa – askeettinen hedonismi ja privatisoituva ydinperhe. Teoksessa Lammi, M., Niva, M. & Varjonen, J. (toim.) Kulutuksen liikkeitä. Kulutustutkimuksen vuosikirja 2009. Tampereen yliopistopaino. 227–251.

Autio, M., Huttunen, K. & Puhakka E. 2010. Keskiluokkainen ja ekonomistinen eetos kulutuskerronnassa: ansaittua ja laskelmoitua hedonismia. Teoksessa Lammi, M., Peura-Kapanen, M. & Timonen, P. (toim.) Kulutuksen määrät ja tyylit talouden muutoksissa. Kulutustutkimuksen vuosikirja 2010. Tampereen yliopistopaino. 95–115.

Aylesworth, A., Chapman K. & Dobscha, S. 1999. Animal Companions and marketing: Dogs are More than just a Cell in the BCG Matrix. Teoksessa Arnould, E. & Scott, L. (toim.) Advances in Consumer Research. Provo, UT: Association for Consumer research. 385–391.

Beck, A. & Katcher, A. 1996. Between Pets and People. Indiana: Purdue University Press.

Belk, R. 1988. Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research* 15. 139-168.

Belk, R. 1996. Metaphoric Relationship with Pets. *Society and Animals* 4 (2), 121–145.

Bettany, S. & Daly, R. 2008. Figuring companion-species consumption: A multi-site ethnography of the post-canine Afghan hound. *Journal of Business Research* 61, 408–418.

Brockman, B., Taylor, V. & Brockman, C. 2008. The price of unconditional love: Consumer decision making for high-dollar veterinary care. *Journal of Business Research* 61, 397–405.

Csikszentmihalyi, M. & Rochberg-Halton, E. 2002. The meaning of things. Domestic symbols and the self. Cambridge University Press. Cambridge.

Eskola, J. & Suoranta J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Hakala, I. 2014. ”Olen juuri niin tiedostava kuin minun on varaa olla” – Saksalais- ja suomalaisnuorten suhde kodin sisustamiseen ja puuhuonekaluihin. Helsingin yliopisto. Taloustieteenlaitos. Pro gradu – tutkielma.

Heinonen, V. 1998. Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki: kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa. Helsinki: Suomen Historiallinen Seura.

Hines, L. 2003. Historical perspectives on the human-animal bond. *The American Behavioral Scientist* 47 (1), 7–15.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2004. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Holbrook, M. 2008. Pets and people: Companions in commerce? *Journal of Business Research* 61, 546–552.

Holbrook, M., 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* 1, 1–17.

Ilmonen, K. 1993. Tavaroiden taikamaailma. Jyväskylä: Vastapaino.

Ilmonen, K. 2004. The Use of and Commitment to Goods. *Journal of Consumer Culture* 4 (1), 27–50

Jyrinki, H. 2009. Lemmikinomistajar ruuan kuluttajina – tarkastelussa oman ja lemmikin ruuan kulutuksen erot ja yhtäläisyydet. *Kulutustutkimus. Nyt* 1/2009, 53–71.

Jyrinki, H. 2010. Lemmikinomistajan monet kasvot – Moniparadigmmainen tutkimus kuluttajasubjektista lemmikkeihin liittyvässä kuluttamisessa. Vaasan yliopisto. Acta Wasaensia 224.

Jyrinki, H. 2012. Pet-related consumption as a consumer identity constructor. *International Journal of Consumer Studies* 36, 114–120.

Jyrinki, H. & Laaksonen, P. 2007. Koiramainen yhteiskuntamme muutoksessa. *Kulutustutkimus.Nyt* 1.

Kerola, P., Koivuranta, E., Pehkonen, K., Sorjanen, T. & Vainio, A. 2017. Kaiken karvainen kansa – Miten koirista tuli miljoonabisnes. WSOY.

Kylkilahti, E., Syrjälä, H., Autio, J., Kuismin, A. & Autio, M. 2016. Understanding co-consumption between consumers and their pets. *International Journal of Consumer Studies* 40, 125–131.

Miller, R. & Howell, G. 2008. Regulating consumption with bite: Building a contemporary framework for urban dog management. *Journal of Business Research* 61, 525–531.

Moisander, J. & Valtonen, A. 2006. *Qualitative marketing research: A Cultural approach*. London: Sage.

Nurmi-Tuominen, S. & Harmaala, H. 2013. Hyvinvoiva kissa. SEYn opas kissanhoitoon. SEY Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto. Viitattu 2.11. 2018. https://www.sey.fi/images/Julkaisut/hyvinvoiva_kissa_-_opas.pdf

Nuutinen, S. 2014. Koiranomistajat kulutusvalintoja ja vakuuttamista järkeilemässä: laskelmointia, rutiinia ja turvanhakuista keskittämistä. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos. Pro Gradu -tutkielma.

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

Raijas, A. 2008. Arki keskittyy kotiin. Teoksessa: M. Lammi & P. Timonen (toim.) Koti – tehtävistä uusiin ihanteisiin. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus, 118–131.

Rintanen, K. 2013. ”Kyllä melkein eläimet saa parempaa hoitoa kuin ihmiset”-Lemmikinomistaja eläinlääkäriin asiantuntijapalveluiden kuluttajana. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos. Pro Gradu -tutkielma.

Saarikangas, K. 2002. Asunnon muodonmuutoksia. Puhtauden estetiikka ja sukupuoli modernissa arkkitehtuurissa. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Sanders, C. 1990. The animal ”other”: Self Definition, Social Identity an Companion Animals. teoksessa Goldberg, M., Gerald, G. & Pollay, R. Advances in consumer Research. Provo, UT: Association for Consumer Research, 662–668.

Sarantola-Weiss, M. 2003. Sohvaryhmän läpimurto – Kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970 lukujen vaihteessa. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Scott, S. 2009. Making Sense of Everyday Life. Cambridge: Polity Press.

Suomen virallinen tilasto. 2016. Kotitalouksien kulutus [verkkójulkaisu].

Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 31.1.2018.

http://www.stat.fi/til/ktutk/2016/ktutk_2016_2016-11-03_tie_001_fi.html

Syrjälä, H. 2016. Turning point of transformation: Consumer communities, identity projects and becoming a serious dog hobbyist. Journal of Business Research 69, 177–190.

Syrjälä, H., Kuismin, A., Kylkilahti, E. & Autio, J. 2014. ”Aina tassun parhaaksi” Arvon kokeminen lemmikkikulutuksessa. Kulutustutkimus.Nyt 8 (1), 22–44.

Syrjälä, H. & Norrgrann, A. 2019. “When Your Dog Matches Your Décor”: Object Agency of Living and Non-Living Entities in Home Assemblage. Teoksessa Bajde, D., Kjeldgaard, D. & Belk, R. (toim.) Consumer Culture Theory (Research in Consumer Behavior, Vol. 20). Emerald Publishing Limited. 39–54.

Uimonen, S. 2019. Toimivasta tilasta mielenrauhan tyyssijaan – Kulttuurinen kuluttajatutkimus kodin tunnun jäsentymisestä merkityskokonaisuuksiksi pääasiallisessa kodissa ja kakkoskodissa. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos. Väitöskirja.

Varis, T. 2017. 1 000 000 000 euron raja rikkoutuu! Näin paljon suomalaiset laittavat rahaa lemmikkeihin. Länsiväylä 15.9. Viitattu 2.11.2018 <https://www.lansivayla.fi/artikkeli/559777-1-000-000-000-euron-raja-rikkoutuu-nain-paljon-suomalaiset-laittavat-rahaa>

Varpa, J. 2016. Det hemtrevliga och imponerande: paradox i det svenska hemmet. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos. Pro Gradu -tutkielma.

Vänskä, A. 2014. New kids on the mall: babyfied dogs as fashionable co-consumers. *Young Consumers* 15 (3), 263–272.

Watson, M. 2008. Product, Competence, Project and Practice. DIY and the dynamics of craft consumption. *Journal of Consumer Culture* 8 (1), 69–89.

Yesilova, K. 2009. Ydinperheen politiikka. Helsinki: Gaudeamus.

Liitteet

Liite 1 – Haastattelurunko








Taustatiedot:

- Millaisessa kodissa asut/asutte?
- Ketä perheeseesi kuuluu?
- Kuinka vanha olet?
- Koska olet muuttanut nykyiseen asuntoon?
- Onko sinulla lemmikkejä? (mitä?)
- Koska tämä lemmikki tullut?
- Eläin historia, mitä eläimiä aikaisemmin ollut?
- Harrastatko jotain lemmikin kanssa?
- Millaisena sisustajana pidät itseäsi?

Katsotaan haastateltavien kanssa IKEA kuvastosta kuvia 7 erilaisesta mallikodista. Mistä pidät? Mikä ei miellytä? Mikä näyttää toimivalta lemmikkien kanssa? Onko jotain mikä ei toimisi lemmikkien takia?

Kodit

Kurkista seitsemään kotiin, jotka on luotu käyttäen IKEA-tuotteita. Kodit ovat täynnä ideoita mahtavaan arkielämään.

<p>KOTI #1</p> <p>Keidas keskellä kaupunkia</p> <p>Sivu..... 8</p>		<p>KOTI #5</p> <p>Tupa täynnä</p> <p>Sivu..... 172</p>	
<p>KOTI #2</p> <p>Rajalliset tilat, rajattomasti sinä</p> <p>Sivu..... 56</p>		<p>KOTI #6</p> <p>Muutos on mahtavaa</p> <p>Sivu..... 204</p>	
<p>KOTI #3</p> <p>Kun enemmän on enemmän</p> <p>Sivu..... 96</p>		<p>KOTI #7</p> <p>Tilaa isoille ideoille</p> <p>Sivu..... 264</p>	
<p>KOTI #4</p> <p>Eko-arkea</p> <p>Sivu..... 116</p>		<p>Tämä on IKEA</p> <p>Munka tapaa ostaa..... 280</p> <p>Tekniikot..... 283</p>	

Näytä tu

Sisustamiseen liittyviä kysymyksiä:

- Onko teillä kotia sisustettu viimeisen vuoden aikana? Mitä on tehty ja miksi?
- Jos ei ole tehty, onko sisustamista harkittu?
- Kuka ja miten päätös sisustamisesta tehtiin?
- Mitkä tekijöitä pidät tärkeimpänä, kun ostat uusia tuotteita kotiisi? (ulkonäkö, mukavuus, helppohoitoisuus, hinta, ekologisuus, käytännöllisyys)

Käydään koti huone kerrallaan läpi:

- Mitä huoneessa tehdään?
- Mitä ratkaisuja on tehty ja miksi?
- Saavatko lemmikit olla huoneessa?
- Säilytetäänkö lemmikkien tavaroita huoneessa? Entä syökö lemmikki tilassa?
 - Olohuone
 - Keittiö
 - Makuuhuone
 - Eteinen
 - Kylpyhuone
 - Terassi/ piha/ parveke
 - joku muu huone?

Kotiin liittyviä kysymyksiä

- Miten hyvin viihdyt kotona?
 - Onko koti vain levähdyspaikka vai vietetäänkö siellä iso osa vapaa-ajasta.
- Onko tärkeää miltä koti näyttää?
 - Oman viihtyvyyden kannalta vai käykö esimerkiksi paljon vieraita kylässä.
- Onko sinulla joku lempihuone kodissasi? Miksi pidät tästä huoneesta?