



Aalto-yliopisto  
Kauppakorkeakoulu

# Häiriökäyttäytyminen myymäläympäristössä - kuluttajien narratiiveja häiritsevän tai uhkaavan käyttäytymisen ja turvattomien asiointipaikkojen kokemisesta

Markkinointi

Maisterin tutkinnon tutkielma

Xiang Ye

2011

# Häiriökäyttäytyminen myymäläympäristössä

– kuluttajien narratiiveja häiritsevän tai uhkaavan  
käyttäytymisen ja turvattomien asiointipaikkojen kokemisesta

Markkinointi  
Maisterin tutkinnon tutkielma  
Xiang Ye  
2011

Markkinoinnin laitos  
Aalto-yliopisto  
Kauppakorkeakoulu

Markkinoinnin laitos  
Pro gradu -tutkielma  
Xiang Ye

7.11.2011

## **Häiriökäyttäytyminen myymäläympäristössä – kuluttajien narratiiveja häiritsevän tai uhkaavan käyttäytymisen ja turvattomien asiointipaikkojen kokemisesta**

### **Tutkielman tavoitteet**

Häiriökäyttäytyminen on suomalaisessa myymäläympäristössä hyvin yleinen ja kiusallinen ilmiö, jonka vaikutuksia asiakkaiden kokemuksiin ja asiointikäyttäytymiseen ei ole aikaisemmin syvennytty akateemisessa maailmassa. Tämä tutkielma pyrkii selvittämään merkityksiä, joita kuluttajat antavat myymäläympäristössä esiintyvälle häiriökäyttäytymiselle. Sen kokonaisvaltainen tavoite on ymmärtää, miten häiriökäyttäytyminen vaikuttaa kuluttajan kokemukseen myymäläympäristöstä ja sen turvallisuudesta, ja sitä kautta kuluttajan omaan käyttäytymiseen.

### **Aineisto ja tutkimusmenetelmä**

Tutkimusilmiöitä lähestyttiin narratiivisella viitekehyksellä, joka keskittyy kerronnan kautta annettuihin merkityksiin. Empiiristä tutkimusta varten järjestettiin kuusi ryhmäkeskustelutilaisuutta, joissa osallistujat keskustelivat häiriökäyttäytymiseen ja myymäläympäristön turvattomuuteen liittyvistä kokemuksistaan ja näkemyksistään. Kerätyistä keskusteluaineistosta muodostettiin kollektiivisia merkityksiä välittäviä komposiittinarratiiveja.

### **Tulokset ja johtopäätökset**

Aineistosta luotiin viisi laajaa narratiivikokonaisuutta, jotka käsittelevät suomalaisen kuluttajaidentiteetin muotoutumista, häiriökäyttäytymistä, asiointipaikkojen kokemista turvattomana, välttämistä kuluttajien reagoivana toimintana sekä myymäläympäristön hallintaa häiriökäyttäytymisen ja turvattomuuden vähentämisen keinona. Kuluttajien diskursseista tunnistettiin kolme suhtautumiseltaan ja toimintatavoiltaan erilaista kuluttajatyyppejä: itsevarma, ymmärtävä sekä varovainen kuluttaja. Todettiin, että omak-sutulla kulttuurilla ja totutulla elinympäristöllä on suuri merkitys sille, millaisia arvoja ja odotuksia ihmiset liittävät arkiasiointiin, ja sitä kautta siihen, miten he kokevat häiriökäyttäytymisen sekä myymäläympäristön turvallisuuden ja turvattomuuden. Myymäläympäristön hallintaan liittyvien tekijöiden, kuten turvallisuusjärjestelyiden, todettiin voivan parantaa asiointipaikkojen turvallisuusmielikuvaa.

### **Keskeiset käsitteet**

Myymäläympäristö, myymäläympäristön koettu turvattomuus, häiriökäyttäytyminen, narratiivi, merkityksenanto.

Department of Marketing  
Master's Thesis  
Xiang Ye

7.11.2011

## **Disruptive Behavior in the Store Environment – Consumer Narratives About Experiencing Disturbing or Threatening Behavior and Insecure Transaction Places**

### **Purpose of the study**

Disruptive behavior is a common and awkward phenomenon in Finnish store environments. However, its effects on consumers' experiences and patronization behavior haven't reached previous academic attention. This thesis aims at investigating the meanings consumers attach to disruptive behavior that takes place in store environments. The overall objective is to create understanding on how disruptive behavior affects the consumers' experience of the store environment and its security, and thus affects consumer behavior.

### **Methodology**

The research phenomena were approached through a narrative framework, the focus of which is on meanings constructed through narration. Six group discussion occasions were organized in order to collect empirical material. The participants were asked to discuss about their experiences and stances on disruptive behavior and insecurity in store environments. Out of the discussion material I created composite narratives that communicate the narrators' collective meanings.

### **Findings and conclusions**

I constructed five comprehensive composite narratives. Their themes are the following: formation of the Finnish consumer identity; disruptive behavior; experiencing transaction places as insecure; avoidance as consumers' reactive action; and store environment management as a tool for reducing disruptive behavior and insecurity. Three different consumer types were recognized from the consumer discourses: the confident, the understanding, and the cautious consumer. It was discovered that the absorbed culture and environment have significant implications on values and expectations people associate with their everyday transactions. Therefore they also have impact on how people experience disruptive behavior and the security or insecurity of store environments. It was also discovered that factors related to store environment management, e.g. security arrangements, can improve the safety image of transaction places.

### **Key words**

Store environment, experienced insecurity in the store environment, disruptive behavior, narrative, meanings giving.

## Sisällysluettelo

<b>1 JOHDANTO</b> .....	<b>6</b>
1.1 Tutkielman taustaa.....	6
1.2 Tutkielman tavoitteet .....	7
1.3 Tutkimusongelma, rajaukset ja rakenne.....	9
1.4 Keskeiset käsitteet.....	11
<b>2 MYYMÄLÄYMPÄRISTÖ JA TURVALLISUUSNÄKÖKULMA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Ympäristön kokeminen.....	13
2.1.1 Ympäristön merkityksiä .....	13
2.1.2 Paikan merkityksiä .....	14
2.2 Myymäläympäristö paikkana.....	17
2.3 Turvallisuus ja turvattomuus kaupunki- ja myymäläympäristössä.....	20
2.3.1 Turvallisuuden ja turvattomuuden merkityksiä .....	20
2.3.2 Turvattomuuden kokeminen kaupunkiympäristössä .....	22
2.3.2 Myymäläympäristön turvallisuustekijöitä .....	25
<b>3 HÄIRIÖKÄYTTÄYTYMINEN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Häiriökäyttäytyminen ilmiönä .....	28
3.1.1 Aggressiivinen käyttäytyminen .....	28
3.1.2 Käsitteitä häiriökäyttäytymisen taustalla olevista tekijöistä .....	30
3.2 Häiriökäyttäytyminen myymäläympäristössä .....	32
3.2.1 Häiriökäyttäytymisen esiintyminen .....	32
3.2.2 Kuluttajien selviytyminen häiriökäyttäytymisestä.....	34
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	<b>37</b>
4.1 Empiirisen tutkimuksen teoreettinen perusta .....	37
4.1.1 Konstruktivistinen teoria .....	37
4.1.2 Narratiiviteoria .....	39
4.1.2.1 Tarinankerronta minuuden ilmaisemisen välineenä .....	39
4.1.2.2 Temporaalisuus ja kausaalisuus .....	41
4.1.2.3 Narratiivit ja todellisuus .....	43
4.1.3 Narratiivinen tutkimus.....	44
4.1.4 Komposiittinarratiivit .....	45

<b>4.2 Empiirisen tutkimuksen vaiheet .....</b>	<b>46</b>
4.2.1 Aineistonkeruumenetelmän valinta .....	47
4.2.2 Osallistujien hankkiminen .....	49
4.2.3 Ryhmäkeskusteluiden toteuttaminen .....	50
4.2.4 Aineiston analysointi.....	51
<b>4.3 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi .....</b>	<b>53</b>
<b>5 EMPIIRISEN AINEISTON ANALYYSI .....</b>	<b>55</b>
<b>5.1 Kuluttajanarratiiveja häiriökäyttäytymisen ja turvattomuuden tunteen kokemisesta myymäläympäristössä .....</b>	<b>55</b>
5.1.1 "Suomalainen kuluttaja arvostaa rauhallista ja häiriötöntä asiointia".....	56
5.1.1.1 "Suomi on suhteellisen turvallinen ympäristö".....	56
5.1.1.2 "Suomalaisena minua ohjaavat kulttuurilleni tyypilliset arvot ja odotukset".....	58
5.1.2 "Häiriökäyttäytyminen on asiointia häiritsevää tai turvallisuuden tunnetta uhkaavaa käytöstä" .....	59
5.1.2.1 "Häiriökäyttäytyminen on asiointiani häiritsevää ja hermojani koettelevaa käytöstä" ...	60
5.1.2.2 "Myös työssä oleva henkilökunta voi käyttäytyä häiritsevästi" .....	63
5.1.2.3 "Häiriökäyttäytyminen on uhkaavaa, kun se on erityisen aggressiivista tai arvaamatonta" .....	65
5.1.3 "Asiointipaikkoihin liitetyt kielteiset mielikuvat ruokkivat turvattomuutta" .....	67
5.1.3.1 "Häiriökäyttäytyjät kasautuvat tietyille paikoille ja alueille" .....	68
5.1.3.2 "Syrjäinen, hiljainen ja epäsiisti myymälä aiheuttaa turvattomuuden tunnetta" .....	70
5.1.4 "Häiriökäyttäytyjiä ja turvattomiksi koettuja asiointipaikkoja vältellään" .....	72
5.1.4.1 "Kuluttajat tekevät tapahtumista tulkintoja ja toimivat niiden perusteella järkeväksi katsomallaan tavalla" .....	73
5.1.4.2 "Häiriökäyttäytymisen ja muiden turvattomuustekijöiden "kasautuminen" saa välttämään tai vaihtamaan asiointipaikkaa".....	75
5.1.5 "Myymäläympäristön hallinta vähentää häiriökäyttäytymistä ja asiointipaikan koettua turvattomuutta" .....	77
5.1.5.1 "Kokenut ja itsevarma myyjä rauhoittaa" .....	78
5.1.5.2 "Luotettavan oloisen vartijan läsnäolo vähentää järjestyshäiriöitä" .....	79
5.1.5.3 "Myymäläympäristön sopiva kontrollitaso viestii, että tilanne on hallinnassa" .....	81
<b>5.2 Narratoinnin perusteella tunnistettuja kuluttajatyyppejä .....</b>	<b>83</b>
5.2.1 Itsevarma kuluttaja .....	84
5.2.2 Ymmärtävä kuluttaja.....	86
5.2.3 Varovainen kuluttaja .....	87

<b>5.3 Narratiivinen malli kuluttajista, häiriökäyttäytymisestä ja turvattomuudesta myymäläympäristössä.....</b>	<b>89</b>
5.3.1 Suomalainen kuluttajaidentiteetti.....	90
5.3.2 Häiriökäyttäytyminen.....	91
5.3.3 Turvattomaksi koetut asiointipaikat.....	92
5.3.4 Välttäminen.....	92
5.3.5 Myymäläympäristön hallinta.....	93
<b>6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>94</b>
<b>6.1 Yhteenveto tutkimuksen tuloksista .....</b>	<b>94</b>
<b>6.2 Häiriökäyttäytymisen ja turvattomien asiointipaikkojen kokeminen suomalaisen kuluttajan näkökulmasta .....</b>	<b>96</b>
<b>6.3 Myymäläympäristön hallintaan liittyviä suosituksia.....</b>	<b>98</b>
<b>6.4 Tutkielma ja ValueSse-hankkeen tavoitteet.....</b>	<b>99</b>
<b>6.5 Tutkimuksen rajoitukset ja ehdotuksia jatkotutkimuksille.....</b>	<b>101</b>
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>102</b>
<b>LIITE .....</b>	<b>110</b>
<b>KUVALUETTELO</b>	
Kuva 1. Haastattelututkimuksen analyysin vaiheet.....	46
Kuva 2. Narratointitapojen perusteella luokitellut kuluttajatyypit .....	83
Kuva 3. Kuluttajanarratiivi häiriökäyttäytymisen ja turvattomuuden kokemisesta myymäläympäristössä.....	90
<b>TAULUKKOLUETTELO</b>	
Taulukko 1. Myymäläympäristön elementit .....	18
Taulukko 2. Aggression muodot.....	29

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkielman taustaa

Suomalaisten todetaan tänä päivänä usein kokevan ympäristönsä aiempaa turvattomampana. Turvattomuuden taustalla on arveltu olevan niin voimakkaasti kasvaneen alkoholin käytön näkyminen katukuvassa kuin huomiota herättävän rikosuutisoinnin lisääntyminen. Humalahuuinen juomakulttuuri ilmenee julkisilla paikoilla lisääntyneenä häiriökäyttäytymisenä, määräkoirien kanniskeluna, julkijuopotteluna sekä väkivaltana ja sen uhkana (Suomen turvallisuusvuosikirja 2010). Monet myymälät ja kaupalliset keskukset sekä niiden lähiympäristö kärsivät ilmiöstä, sillä ne houkuttelevat esimerkiksi nuorisoporukoita sekä alkoholisteja ja muita yhteiskunnasta syrjäytyneitä kokoontumis- ja oleskelupaikkana.

Ihmiset tekevät havaintonsa turvallisuudesta liikkuessaan julkisilla paikoilla sekä ystäviensä ja tuttaviansa kertomien kokemusten pohjalta. Häiriökäyttäytyminen koetaan omaa turvallisuutta uhkaavana varsinkin silloin, kun liikutaan yksin tai silloin, kun sitä kohdataan normaaleilla kulkureiteillä. (Sisäasiainministeriö 2006, 21) Näin ollen myös arkisen myymäläasioinnin yhteydessä kohdatun häiriköinnin voidaan ajatella lisäävän kuluttajien kokemaa turvattomuuden tunnetta ja siten vähentävän asiointipaikan viihtyisyyttä ja houkuttelevuutta. Tämä voi olla kohtalokasta erityisesti ydinkeskustan ulkopuolella sijaitsevien myymälöiden ja kaupallisten keskusten menestykselle, sillä ne ovat usein riippuvaisia lähialueen asukkaiden sekä paikalle tarkoituksellisesti matkustavien ihmisten ostoskäynneistä. Häiriökäyttäytymiseen puuttuminen on viranomaisten näkökulmasta hankalaa, koska häiriköinti ei sellaisenaan täytä minkään rikoksen tunnusmerkistöä (Mt. 2006, 21) eikä siksi myöskään näy tilastoissa, vaikka se voikin johtaa rikokseen. Myymälät ja kaupalliset keskukset ovat siis itse vastuussa häiriökäyttäytymisen kitkennästä ja ennaltaehkäisystä.

Myymäläympäristön turvallisuuden merkitystä kuluttajanäkökulmasta on tutkittu Suomessa toistaiseksi melko vähän. Tähän mennessä on lähinnä käsitelty kuluttajien näkemyksiä turvallisuuden tunnetta lisäävistä ja vähentävistä tekijöistä myymäläympäristössä (esim. Koistinen & Peura-Kapanen 2009; Heinonen ym. 2010; Karhunen & Kosonen 2010), ja koetun turvallisuuden tai turvattomuuden tunteen seurauksista kuluttajan käyttäytymisessä on saatu vain suuntaa antavia selityksiä. Koistinen ja Peura-Kapanen (2009) toteavat, että omakohtaiset



turvallisuuden tunnetta järkyttäneet kokemukset myymälöissä ovat saattaneet jäädä hyvin vahvasti mieleen ohjaamaan kuluttajan asiointikäyttäytymistä. Tällä viitattiin esimerkiksi siihen, että kuluttajat välttelevät määrätietoisesti joitain paikkoja tiettyyn aikaan tai toimivat tietyllä tavalla aina tietyssä tilanteessa oman turvallisuutensa parantamiseksi. Myös Heinonen ym. (2010) toteavat, että asiakkaille tilannekohtaiset tekijät, kuten rauhaton tunnelma ja järjestyshäiriöt, vaikuttavat ostokäyttäytymiseen heikentävästi, ja että he valitsevat kauppakeskuksen, jossa on turvallista asioida.

Varsinaisia myymäläympäristössä esiintyvää häiriökäyttäytymistä kuluttajien näkökulmasta käsitteleviä tutkimuksia ei ole tiettävästi tehty ennen tätä tutkielmaa. Ilmiö on kuitenkin hyvin yleinen ja kiusallinen sekä myymälöille että niiden asiakkaille ja siksi aiempaa syvällisemmän tarkastelun arvoinen.

## 1.2 Tutkielman tavoitteet

Tämän tutkielman kokonaisvaltainen tavoite on ymmärtää, miten myymäläympäristössä esiintyvä häiriökäyttäytyminen vaikuttaa kuluttajan kokemukseen myymäläympäristöstä ja sen turvallisuudesta, ja sen kautta kuluttajan omaan käyttäytymiseen.

Tutkielma on tehty toimeksiantona turvallisuusratkaisuja tarjoavalle Niscayah Oy:lle osana Tekesin Turvallisuus-ohjelman alle kuuluvaa ValueSSE-hanketta (Liite), jossa Niscayah on mukana yhtenä yhteistyökumppanina. ValueSSE:n tavoitteena on edistää turvallisuusalan liiketoimintaa syventämällä ymmärrystä turvallisuuspalveluiden kuluttamisessa ja tuottamisessa syntyvästä arvonmuodostuksesta. Hankkeen keskeisiksi tutkimuskysymyksiksi on määritelty muun muassa seuraavia tutkielmani tavoitteiden kannalta relevantteja kysymyksiä:

- Miten turvallisuuspalvelut tuottavat asiakkaalle lisäarvoa?
- Miten palveluiden tuottamaa hyötyä voidaan parhaiten kuvata (perustella) asiakkaalle?
- Miten arvo siirtyy asiakkaiden liiketoimintaan?

Tutkimustulosteni kontribuutiota yllä oleviin kysymyksiin käsittelen johtopäätösten yhteydessä.

Tutkielmani kontekstiksi valittiin suomalainen kaupan ala, jossa kokonaisvaltaisten turvallisuuspalveluratkaisujen perusteleminen potentiaalisille asiakkaille on yleensä koettu haastavaksi; alan päättäjät ovat kustannuskriittisiä ja heillä on taipumus verrata palveluista aiheutuvia kustannuksia suoraan laskettavissa oleviin säästöihin (esimerkiksi varkauksista koituvan hävikin tai kiinteistöön kohdistuvien vahingontekojen vähenemiseen). Tutkielmani pyrkii esittelemään uudenlaisen näkökulman kaupan alan turvallisuuspalveluiden merkitysten ja arvon ymmärtämiselle keskittämällä huomion palveluiden yhteen tärkeään loppukäyttäjään eli kuluttaja-asiakkaisiin. Kuluttajien näkökulman ymmärtäminen on kaupan alan toimijoille tärkeää, sillä ovathan maksavat asiakkaat pääasiassa vähittäismyymälöiden tulojen ainoa lähde. Entä jos asiakkaat kokevatkin olonsa turvattomaksi? Asiakkaiden mahdollinen kaikkoominen asiointiympäristön turvallisuuden koetun puutteellisuuden vuoksi olisi kaupan toimijoiden näkökulmasta konkreettinen rahallinen menetys.

Häiriökäyttäytymisen jatkuvan esiintymisen voidaan ajatella olevan yksi asiointiympäristön riittävän kontrollin puuttumisesta kieliviä käytännön ilmiöitä. Sillä on selkeä yhteys kuluttajien kokemaan asioinnin miellyttävyyden ja turvallisuuden tasoon (Koistinen & Peura-Kapanen 2009), mikä tekee siitä hyvin mielenkiintoisen tutkittavan ilmiön myymäläympäristössä. Blöbaum & Hunecken (2005) mukaan havaittu henkilökohtainen turvallisuus ja havaitut vaarat vaikuttavat käyttäytymiseen ja saattavat rajoittaa sitä. Tämän vuoksi ihmisten ajatellaan välttävän riskialttiina pidettyjä paikkoja, joihin tämän tutkielman kontekstissa voidaan pitää häiriökäyttäytyjien vakiintuneita oleskelupaikkoja kaupallisessa keskuksessa tai koko keskusta itsessään.

Empiirisen tutkimukseni ensisijainen tavoite on tuottaa ymmärrystä siitä, miten kuluttajat kokevat myymäläympäristössä esiintyvän häiriökäyttäytymisen sekä sen mahdollisen yhteyden myymäläympäristön koettuun turvattomuuteen. Samassa yhteydessä pyritään selvittä-

mään, miten kuluttajat näkevät itse reagoivansa häiriökäyttäytymiseen. Tutkimuksen toissijainen tavoite on ymmärtää, miten kuluttajat ajattelevat häiriökäyttäytymisen ja sen aikaansaaman turvattomuuden vähentämisen mahdollisuuksista.

### 1.3 Tutkimusongelma, rajaukset ja rakenne

Tämä tutkielma on luonteeltaan kvalitatiivinen, eli siinä pyritään saamaan mahdollisimman syvällinen ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimuksen empiirinen osuus noudattaa konstruktivistista lähestymistapaa, joka sopii hyvin tutkittavan ilmiön subjektiiviseen luonteeseen; häiriökäyttäytymisen kokeminen perustuu kuluttajien henkilökohtaisiin ja jaettuihin ajatuksiin ja näkemyksiin. Aineisto kerättiin tutkimusta varten järjestettyjen ryhmäkeskusteluiden aikana. Koska kuluttajien omakohtaiset kokemukset ja ääni tulevat parhaiten esille heidän kertomustensa välityksellä, valitsin tutkimusaineiston analyttiseksi viitekehykseksi narratiiviteorian. Narratiivinen merkityksenmuodostus on kognitiivinen prosessi, joka järjestää inhimilliset kokemukset temporaalisesti mielekkäiksi jaksoiksi (Polkinghorne 1988, 1).

Kiinnostus identiteetteihin on noussut vahvasti esille postmodernismin korostamien sirpaloitumisen ja kaaoksellisuuden aatteiden myötä; dynaamisessa ja epävakaassa maailmassa yksilöillä ajatellaan olevan aktiivinen tarve löytää paikkansa. Tämä tapahtuu määrittämällä omalle olemassaololle ja toiminnalle merkityksiä, jotka ovat minuutta rakentavia ja tavoiteltujen vertaisryhmien kanssa jaettuja. Narratiivinen analyysi painottaa kertomuksia merkitysten välittäjinä sekä kiinnittää paljon huomiota kerronnan ja kertojan identiteetin väliseen suhteeseen (mm. Neumann & Nünning 2008; Kerby 1991; Ezzy 1998). Tutkielmani empiirisen aineiston analysoinnin tuloksena syntyi komposiittinarratiiveja (*composite narratives*), jotka ovat tutkijan rakentamia ja perustuvat ryhmän yksilöiden samaa tapahtumaa käsitteleviin narratiiveihin (Sonenshein 2010).

#### **Tutkimusongelmani on:**

Miten kuluttajat kokevat myymäläympäristössä esiintyvän häiriökäyttäytymisen sekä sen merkitykset myymäläympäristön turvattomuuden ja oman käyttäytymisensä kannalta?

### **Alaongelmia ovat:**

- Millaisia merkityksiä annetaan myymäläympäristölle ja sen turvattomuudelle sekä häiriökäyttäytymiselle?
- Miten kuluttajien narratiivit välittävät kokemuksia ja merkityksiä?
- Miten kuluttajat tarinoivat yhdessä häiriökäyttäytymisestä ja turvattomuuden kokemisesta myymäläympäristössä?

Tutkielman pääasiallinen konteksti on pääkaupunkiseudulla sijaitsevat vähittäismyymälät. Myymäläympäristöllä viitataan myös laajemmin kauppakeskus- ja ostoskeskusympäristöön. Rajaus on otettu valinnoissa huomioon siten, että tutkimuksen empiirisessä osuudessa ryhmäkeskusteluiden osallistujiksi on kutsuttu pääkaupunkiseudulla asuvia tai siellä työskenteleviä ihmisiä. Pääkaupunkiseudun vähittäismyynnin toimipisteet ovat mielenkiintoinen tarkastelukohte sekä suhteellisen suuren markkinapotentiaalinaltiuden tiukan kilpailun vuoksi. Suomen kauppakeskusyhdistyksen (2011) mukaan vuoden 2010 lopulla pääkaupunkiseudulla oli pelkästään kauppakeskuksia jo 24 kappaletta ja ostoskeskuksia 38 kappaletta. Vaihtoehtojen runsauden ansiosta kuluttajien on helppo ryhtyä asioimaan kilpailevissa kaupoissa tai keskuksissa, jos he eivät pidä esimerkiksi tarkastelun kohteena olevan paikan palvelusta tai ilmapiiristä.

Aloitan tutkielmani teoriaosuuden esittelemällä kirjallisuutta, joka käsittelee ympäristön, erityisesti myymäläympäristön, kokemista kuluttajan näkökulmasta. Katsaus painottuu yksilölliseen merkityksenantoon. Sen jälkeen tutustutaan turvallisuuden ja turvattomuuden merkityksiin myymäläkontekstissa ja lopulta häiriökäyttäytymisen ilmiöön. Vaikka aikaisempi tieteellinen tutkimus myymäläympäristön turvallisuudesta ja turvattomuudesta sekä häiriökäyttäytymisestä onkin vähäistä tai ainakin tutkielmani näkökulman kannalta epärelevanttia, pyrin parhaani mukaan pohtimaan sitä, miten kuluttajat voivat kokea kummatkin ilmiöt.

Neljännessä luvussa paneudutaan narratiiviteoriaan ja käydään läpi empiirisen tutkimuksen toteutuksen vaihteita sekä arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta. Analyysiluvussa esittelen ja tulkitsen tutkimusaineistossa vahvasti esille nousseita komposiittinarratiiveja sekä niitä muodostavia alemman tason ryhmänarratiiveja häiriökäyttäytymisen ja myymäläympäristön turvattomuuden kokemisesta suomalaisen kuluttajan näkökulmasta. Narratiiviaineiston perusteella luokittelen myös kolme erilaista kuluttajaryhmää ja niille tyypillisiä tapoja puhua tarkasteltavista ilmiöistä. Lopuksi esitän analysoinnin pohjalta johdetun mallin, joka on oma tulkintani siitä, miten kuluttajat kokevat myymäläympäristössä esiintyvän häiriökäyttäytymi-

sen, sekä miten he näkevät sen merkitykset asiointipaikan turvattomuuden ja oman käyttäytymisensä kannalta.

#### 1.4 Keskeiset käsitteet

**Myymäläympäristö:** Kuluttajat ostavat tuotteet ja usein myös tekevät lopullisen ostopäätöksensä myymäläympäristössä. Myymäläympäristö voidaan nähdä paikkana, joka koostuu näkymättömistä ambient-tekijöistä, funktionaalisista ja esteettisistä design-tekijöistä sekä sosiaalisista tekijöistä (Baker 1994). Myymäläympäristöllä voidaan ajatella olevan identiteetti, joka muodostuu ajan kuluessa kuluttajan siihen liittämistä muistoista, mielikuvista, tulkintoista, ideoista sekä muista asiaankuuluvista tuntemuksista (Proshansky ym. 1983). Tutkielmassani viitataan myymäläympäristöllä sekä myymälöiden ja kaupallisten keskusten sisätilaan että sen välittömässä läheisyydessä oleviin alueisiin, kuten sisäänkäynteihin ja pihoihin.

**Myymäläympäristön koettu turvattomuus:** Myymälän ominaisuuksien arvioiminen perustuu kuluttajan tulkintaan ympäristössä olevien vihjeiden merkityksistä (Baker ym. 2002). Myymäläympäristön koetulla turvattomuudella tarkoitetaan yksilön subjektiivista näkemystä vallitsevasta turvattomuuden tasosta. Koistisen ja Peura-Kapasen (2009) mukaan turvattomuuden kokemista lisääviä tekijöitä ovat esimerkiksi myymäläympäristössä oleskeleva nuoriso, myymälän epäsiisteys ja ammattitaidoton henkilökunta.

**Häiriökäyttäytyminen:** Häiriökäyttäytymistä voidaan yleisesti kuvailla aggressiiviseksi ja ympärillä olevien ihmisten rauhaa häiritseväksi käyttäytymiseksi. Psykologiassa aggressiolla tarkoitetaan toisiin yksilöihin tai ympäristöön kohdistuvaa tahallista, vahingoittavaa tai häiritsevää käyttäytymistä. Aggressio on fyysistä tai verbaalista, suoraa tai epäsuoraa. (Viemerö 2006)

**Narratiivi:** Narratiivi määritellään useimmiten kertomukseksi tai tarinaksi riippuen käännöspoliittisista valinnoista. Narratiivitutkimuksen psykologisessa suuntauksessa narratiiveja ei pidetä ainoastaan kirjallisuuden muotona vaan myös fundamentaalisenä tapana järjestää ihmisen kokemuksia sekä todellisuuden rakentamisen työkaluna (Neumann & Nünning 2008, 4). Narratiivi voi olla suppea mutta ajallisesti järjestetty kuvaus jostain tapahtumasta, mutta yhtä

lailla se voidaan ymmärtää laajana paljon materiaalia käsittävänä elämäntarinana (Riessman 2008).

**Merkityksenanto:** Narratoimalla kokemuksistaan ja elämästään ihmiset antavat niille merkityksiä. Merkitykset eivät ole staattisia, vaan ne avartuvat jatkuvasti uusien kokemusten sekä muistamisen ja reflektoinnin käsittävän uudelleenpäättelyprosessin kautta (Polkinghorne 1988, 15).

## 2 MYYMÄLÄYMPÄRISTÖ JA TURVALLISUUSNÄKÖKULMA

Myymäläympäristötutkimus pyrkii ymmärtämään ympäristön ominaisuuksien ja kuluttajan välistä suhdetta. Sen perustana on ympäristöpsykologinen näkökulma, jonka mukaan ihmiset muodostavat päätelmiä ympäristöstään, tavaroista ja muista ihmisistä ympärillään olevien vihjeiden perusteella.

Myymälän menestyksen kannalta kriittistä on se, kuinka mielellään kuluttajat valitsevat kyseisen myymälän ja kuinka usein he käyvät siellä ostoksilla. Esimerkiksi myymäläympäristön koettu miellyttävyys ennakoiti merkittävästi kuluttajien halukkuutta viettää aikaa kyseisessä myymälässä ja aikomuksia käyttää suunniteltua enemmän rahaa sekä myös näiden aikomuksien toteutumista, kun taas epämiellyttäväksi koetulla ympäristöllä on päinvastaiset vaikutukset (Donovan ym. 1994). Ensin on kuitenkin tärkeää ymmärtää, mihin ympäristön kokeminen yksilön näkökulmasta perustuu. Tämän luvun alussa pohjustetaan tätä kysymystä, minkä jälkeen pyritään kuvailemaan, miten kuluttaja kokee myymäläympäristön paikkana. Luvun loppupuolella käsitellään turvallisuutta ja turvattomuutta sekä sijoitetaan erityisesti jälkimmäinen kaupunki- ja myymäläympäristön kontekstiin.

### 2.1 Ympäristön kokeminen

#### 2.1.1 Ympäristön merkityksiä

*Ihminen elää maailmassa, joka on täynnä merkityksellisiä paikkoja. Selvitäkseen maailmasta hänen täytyy tuntea oma ympäristönsä. (Relph 1986, 1)*

Ulkopuolinen maailma, samoin sen kokeminen, on moniulotteinen, dynaaminen ja tulkinnallinen ilmiö. Ympäristön kokeminen ei ole yksinkertaista fyysisen ympäristön ”taltiointia”; on kiinnitettävä huomiota yksilöiden muuttuviin tarpeisiin ja mielihaluihin, samoin fyysisten miljöiden vaihtelevaan kapasiteettiin tyydyttää yksilöiden tarpeita ajan kuluessa (Proshansky ym. 1983). Ihmisten eri ympäristöille antamat merkitykset siis vaihtelevat heidän tarkasteluhetken tavoitteidensa ja sisäisten malliensa mukaan. On todettu, että sama ympäristö saatetaan kokea esimerkiksi seuraavilla tavoilla (Aura ym. 1997, 123–124):

- 1) Ympäristö voidaan kokea ulkopuolisena, fyysisenä tilana. Tällöin huomio kiinnittyy katuihin, rakennuksiin, maamerkkeihin ja muuhun fyysiseen puoleen.
- 2) Ympäristö voidaan kokea minuuden jatkeena ja osana itseä. Jokin muutos ympäristössä saatetaan kokea myös muutoksena itsessä.
- 3) Ympäristö saatetaan kokea niin vahvasti toisiin ihmisiin samastuen, että fyysiset puitteet jäävät taka-alalle. Ympäristö muodostuu ihmissuhteista ja sosiaalisista verkoista.
- 4) Toisinaan ympäristö voidaan kokea voimakkaimmin tunnelman, ilmapiirin, tunnesällön tai sen herättämien miellelyhtymien perusteella. Vaikka tunnesäältä on mukana kaikissa kokemuksissa, joissakin tilanteissa tämä puoli saattaa hallita.
- 5) Joskus ympäristö koetaan puhtaasti toiminnallisina perustein. Tärkeää on, miten se sopii yhteen jonkin toiminnan suorittamisen kanssa.

Ympäristön ja ihmisen välisen suhteen ymmärtäminen edesauttaa yksilön arvojen, toiminnan ja minäkäsityksen tulkitsemista. Proshansky ym. (1983) väittävät, että jatkuvasti muuttuvassa teknologisessa yhteiskunnassa ”Mitkä ovat rakennetun ympäristön vaikutukset?” on välttämätön kysymys, ei ainoastaan yksilön persoonallisuuden kehityksen mielessä vaan myös sen suhteen, miten yksilö määrittelee itsensä yhteiskunnan sisällä.

### 2.1.2 Paikan merkityksiä

Paikan käsite on ympäristön käsitettä spesifisempi ja yksityiskohtaisempi; siinä missä ympäristöllä saatetaan viitata laajimmillaan koko siihen maailmaan jossa henkilö elää, paikalla viitataan pääasiassa yhteen rajallisesti määriteltyyn fyysiseen tarkastelukohteeseen. Paikan ja identiteetin välisen suhteen varhaisvaiheen tutkimuksissa termiä ”paikka” on usein käytetty suppeassa merkityksessä käsittämään esimerkiksi yksilön asuntoa, asuinalueita verkostoituneen tai työpaikkaa (Lalli 1992). Tässä yhteydessä tarkoitukseni on tehdä käsitteellinen ero paikan ja ympäristön välillä, sillä haluan korostaa tutkielman myöhemmässä vaiheessa myymäläympäristöä paikkana, jolle muodostuu kokemusten ja niiden merkityksenannon myötä suhde yksilön identiteettiin. Ympäristöpsykologian kirjallisuudessa kyseisten käsitteiden erottelu ei ole kuitenkaan välttämättä selkeää, eikä sitä aina edes tehdä.



Olemassaolollemme tärkeistä merkityksistä huolimatta paikkoja ymmärretään arjessa yleensä pintapuolisesti niiden funktionaalisten ja eksplisiittisten ominaisuuksien perusteella (Relph 1986, 1). On kuitenkin muistettava, että vaikkemme jatkuvasti erittelekään tietoisesti jokaisen meille tutun paikan henkilökohtaisia ja symbolisia merkityksiä itsellemme, on oletettavaa, että pystymme tarvittaessa tai pyydetessä kuvailemaan ainakin osaa niistä pintaa syvemmällä tasolla. Tiedemaailmassa tutkijat ovat kiinnittäneet paljonkin huomiota paikkojen syvällisiin merkityksiin yksilön kannalta. Relphin (Mt. 1986, 3) mukaan paikka-käsitykselle on tunnistettu kuusi tärkeää ominaisuutta:

- 1) Paikka sisältää käsityksen sijainnista. Sijaintia voidaan kuvailla sekä sisäisten ominaisuuksien että ulkoisten yhteyksien (sijainti muihin alueisiin nähden) perusteella.
- 2) Paikka integroi omat luonnolliset ja kulttuuriset elementtinsä uniikiksi kokonaisuudeksi.
- 3) Uniikkiudestaan huolimatta paikat ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa toistensa kanssa.
- 4) Paikat ovat lokalisoituja, sillä ne ovat osa laajempia alueita.
- 5) Paikat kehittyvät ja uusiutuvat historiallisten ja kulttuuristen muutosten myötä.
- 6) Paikan merkitykset perustuvat ihmisen uskomuksiin.

Paikka on siis ympäristön tavoin dynaaminen ja suhteellinen ilmiö. Yllä esitetyn listauksen yhteydessä korostan erityisesti viimeistä kohtaa; esimerkiksi kuluttajan mielikuva myymäläympäristöstä paikkana perustuu subjektiivisiin näkemyksiin ja kokemuksiin. Tämä mielikuva muokkautuu sitä mukaa, kun kuluttajan kokemukset ja niiden kautta uskomukset muuttuvat.

Lalli (1992) mainitsi neljä erilaista teoreettista traditiota, jotka ovat tavalla tai toisella edistäneet paikkoihin liitetyn identifikaation ja kiintymyksen tunnistamista. Hänen esittämänsä luokittelu korostaa paikan kokemisen moniulotteisuuden lisäksi eri koulukuntien näkemysten kirjavuutta. Mainitut traditiot ja niiden kontribuutiot ovat seuraavanlaisia:

- 1) Kognitiivinen näkökulma: orientaatioon liittyvä (*orientation-related*) käsitys spatioaalisen ympäristön kognitiivisesta kartoittamisesta (*cognitive mapping*) sekä erityisesti merkityksiin liittyvän (*meanings-related*) representaation huomioimat ympäristön funktionaaliset, arvioinnilliset ja symboliset aspektit.

- 2) Fenomenologinen näkökulma: painotus ympäristön subjektiivisessa kokemisessa. Yksilön ja ympäristön välisen vuorovaikutuksen ajatellaan olevan intentionaalista.
- 3) Minuuden ja minäkäsityksen teoriat: yksilön identiteetin käsitteen soveltaminen paikan identiteetin käsitteeseen.
- 4) Sosiologian vaikutteet: urbaanisosiologian ja sosiaalisen tai inhimillisen ekologian lähestymistavat laajojen alueellisten identiteettien ymmärtämiseksi.

Yllä oleva luokittelu tuo näkökulmia myös myymäläympäristöjen kokemiseen ja ymmärtämiseen, joskin esitellyistä lähestymistavoista minuuden ja minäkäsityksen teorioita painotetaan muita näkökulmia enemmän tutkielmani puitteissa, kun taas fenomenologia jää muita vähäisemmälle huomiolle.

Kuten juuri esitellyssä luokittelussa mainittiin, paikka-identiteetin käsite on jäljitettävissä sosiologian ja sosiaalipsykologian minuutta käsitteleviin teorioihin (Lalli 1992). Proshansky ym. (1983) määrittely paikka-identiteetistä (*place identity*) tiettyä fyysistä miljööä tai miljöötyyppiä koskevana muistojen, mielikuvien, tulkintojen, ideoiden ja muiden asiaankuuluvien tuntemuksien ketjuna oli varhaisia teorioita, jotka korostivat selkeästi ympäristön merkitystä yksilön minuuden rakentajana. Näkökulman mukaan paikalla on identiteetti, ja peilaamalla omaa suhdettaan paikkaan ihmiset muokkaavat myös omaa identiteettiään. Korpela (1989) tarkensi paikka-identiteetin määritelmää psykologiseksi rakenteeksi, joka syntyy ihmisten yrityksistä säädellä ympäristöään. Hän viittasi säätelyllä siihen, että ympäristöllisten kulutusikäntäntöiden kautta ihminen ikään kuin ”omii” ympäristön hänelle merkitykselliseksi ympäristöksi, jolloin myös reviiriin (*territory*), fyysisen läheisyyden (*proximity*) ja yksityisyyden (*privacy*) käsitteet tulevat relevanteiksi. Ympäristöllisen kulutuksen avulla yksilö luo ja ylläpitää koherenttia minäkäsitystä sekä tuo itsensä ilmi muille.

Dixon ja Durrheim (2000) taas kritisoivat aiempia käsitteitä paikka-identiteetistä liian individualistisesta näkemyksestä. He itse esittävät ajatuksen paikka-identiteetistä ihmisten välisissä keskusteluissa tuotettuna sosiaalisena konstruktiona, mikä siirtää paikka-identiteetin tarkastelun ”sijainnin” ihmismielestä ihmisten väliseen dialogiin. Symbolisena resurssina paikkojen konstruktioiden ajatellaan olevan orientoituneita toteuttamaan erilaisia sosiaalisia toimintoja perustelemisesta vetoamiseen ja syyttämiseen. Sen kautta ihmisen sijainnille annetaan sosiaalisia merkityksiä.

Vaikka varhaiset teorit paikka-identiteetin muodostumisesta rajoittuivatkin käsitykseen yksilön konkreettisista kokemuksista fyysisessä ympäristössä, paikka-identiteetin ajatus on myös laajennettavissa alueelliseen, esimerkiksi urbaaniin identiteettiin. Subjektiivinen rekonstruktio kaupungista muodostaa pohjan urbaanin paikka-identiteetin kehittämiseksi, mutta lisäksi se edellyttää riittävien vastaavuuksien löytämistä yksilön ja ympäristön ominaisuuksien välillä. Tämän identifikaation mahdollistavat objektien ja ympäristöjen symboliset ominaisuudet. (Lalli 1992) Alueellisen, esimerkiksi kansallisen, identiteetin prosessi aiheuttaa ja samaan aikaan edellyttää rajoista, symboleista ja institutionaalisista käytänteistä ammentavia diskursseja, rutiineja ja rituaaleja (Paasi 2003).

## 2.2 Myymäläympäristö paikkana

Myymälät ovat tärkeitä arjen asiointipaikkoja; kaupassa käynti on suurimmalle osalle suomalaisista aikuisista välttämätön säännöllinen toimenpide. Koistinen ja Peura-Kapanen (2009) viittaavat asiointilla kuluttajan koko ostotapahtumaan päivittäistavaramyymälöissä ja kaupakeskuksissa: ostotapahtuma sisältää siten myymälään saapumisen, liikkumisen kaupassa, tuotteiden valinnan, niiden maksamisen ja myymälästä poistumisen. Lisäksi asiointiin käsitetään kuuluvaksi ostosmatkat kauppaan ja takaisin sekä muu kuin ostamistarkoituksessa tapahtuva oleskelu kaupoissa.

Kuluttajilla, joilla on vähäinen tieto kauppatavaran tai palvelun laadusta, on taipumus tehdä ostopäätöksensä myymäläympäristöstä saatavien vihjeiden perusteella (Baker 1994). Tutkijat puhuvat vihjeistä yleensä ympäristöllisinä ulottuvuuksina tai elementteinä, joiden ajatellaan synnyttävän havainnointihetkellä tai muistelemisen yhteydessä kuluttajassa kognitiivisia reaktioita eli mielikuvia (Mazursky & Jacoby 1986). Esimerkiksi tyylikäs ja yksityiskohtaisesti viimeistelty sisustus voi luoda mielikuvia arvokkuudesta ja konservatiivisuudesta, kun taas hyllyjen epäsiisteys ja suuri tavara- ja ihmismäärä antavat halpahallin vaikutelman. On kuitenkin pidettävä mielessä, että eri ihmiset kokevat ja tulkitsevat ympäristön eri tavalla (Aura ym. 1997).

Baker (1994) on jakanut myymäläympäristön elementit ambient-tekijöihin, funktionaalisiin ja esteettisiin design-tekijöihin sekä sosiaalisiin tekijöihin. Ambient-tekijät ovat ympäristössä olevia näkymättömiä taustaelementtejä. Funktionaaliset ja esteettiset design-tekijät ovat hel-

pommin havaittavia kuin ambient-tekijät; nimensä mukaisesti funktionaaliset tekijät edustavat ympäristön toiminnallisuutta, kun taas esteettiset tekijät liittyvät ympäristön ulkonäköön. Sosiaaliset tekijät käsittävät kaikki muut ihmiset ja heidän lukumääränsä, olemuksensa ja käyttäytymisensä sekä kuluttajan ja heidän välisen vuorovaikutuksensa.

Ambient-tekijät	Design-tekijät	Sosiaaliset tekijät
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lämpötila</li> <li>• Ilmanlaatu</li> <li>• Valaistus</li> <li>• Musiikki</li> <li>• Melu</li> <li>• Tuoksut ja hajut</li> </ul>	<p><u>Funktionaaliset:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Layout</li> <li>• Kalusteet ja laitteet</li> <li>• Yksityisyys</li> </ul> <p><u>Esteettiset:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arkkitehtuuri</li> <li>• Värit</li> <li>• Materiaalit</li> <li>• Tyyli</li> <li>• Siisteys</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Henkilökunta</li> <li>• Muut ihmiset myymäläympäristössä</li> </ul>

*Taulukko 1. Myymäläympäristön elementit  
(muk. Baker 1994)*

On oletettavaa, että kuluttajien muistot ja mielikuvat vierailemistaan myymäläympäristöistä voidaan halutessa eritellä yllä mainittuihin tekijöihin. Tutkielman analyysiosiossa on havaittavissa, kuinka kuluttajilla on usein tapana rakentaa myymäläympäristöön sijoitettuja kokemuksiaan tarinoimalla ympäristön elementeistä.

Erään näkökulman mukaan myymäläympäristön elementit muodostavat yhdessä ympäristön ilmapiirin, josta kuluttajat myös puhuvat analyysiosiossa. Ilmapiirin termiä käytetään arkikielessä viittaamaan sillä hetkellä vallitsevaan ympäristön laatuun. Ympäristön ominaisuuksien aistiminen synnyttää tunteita ja mielikuvia, joista muodostuu varsinainen kokemus ilmapiiristä. (Kotler 1973) Ilmapiiri viestii äänettömästi ympäristön ominaisuuksista ja laadusta ja siten vaikuttaa kuluttajan kokemukseen myymäläympäristöstä. Myymälän ilmapiiriä voi kuvailla esimerkiksi viihtyisäksi, rennoksi, kodikkaaksi, kiireiseksi tai rauhattomaksi. Myymälän kontekstissa on relevanttia erottaa toisistaan markkinoinnin luoma tarkoitettu (*intended*) ilmapiiri ja kuluttajien reaktioihin perustuva havaittu (*perceived*) ilmapiiri, joka on pitkälti riippuvai-

nen kuluttajien kulttuuritaustasta. (Ma. 1973) On kuitenkin otettava huomioon, että ”lopullinen” ilmapiiri ei voi koskaan olla pelkästään markkinointitavoitteiden ja kuluttajien preferenssien yhteensovittamisen tulos, sillä koettuun ilmapiiriin vaikuttavat lisäksi monet satunnaiset ja vaikeasti ennakoitavat tekijät, kuten henkilökunnan ja asiakkaiden väliset ristiriitallanteet, ruuhkan määrä sekä kuluttajan hetkellinen mielentila.

Tutkimuksissa on korostettu paljon myymälässä tehtyjen havaintojen ja syntyneiden tunteiden sekä aiempien ostokokemusten merkitystä kuluttajan käyttäytymiseen. Voidaan päätellä, että myymäläympäristön elementtien havaitseminen ja prosessoiminen rakentaa ja muokkaa kuluttajan kyseistä myymäläympäristöä koskevia mielikuvia. Erityisesti teini-ikäisille nuorille on tärkeää, että myymäläympäristö on yhteneväinen tavoitellun imagon kanssa ja siten vahvistaa kuluttajan minäkäsitystä (Massicotte ym. 2011). Behavioristisesta näkökulmasta mielikuva liikkeestä on seurausta kuluttajan aiemmista saaduista kokemuksista kaupan kontekstissa, ja se muovaa tulevia odotuksia kaupassa. Palkitsevat kokemukset kasvattavat positiivista mielikuvaa liikkeestä ja lisäävät asiakasuskollisuutta, kun taas luotaantyöntävät kokemukset kaupassa lisäävät negatiivista mielikuvaa kaupasta, mikä saa asiakkaat välttelemään kyseistä paikkaa. (Kunkel & Berry, 1968)

Kun pohditaan mielikuvien suhdetta paikka-identiteettiin, mielikuvien ajatellaan luovan, muokkaavan tai vahvistavan tarkasteltavan miljöön identiteettiä. Koska paikka-identiteetti voidaan ymmärtää yksilön identiteetin osatekijänä (Proshansky ym. 1983), yksilöllä saattaa olla tarve syventää suhdettaan sellaisiin paikkoihin, joiden hän kokee tukevan hänen senhetkistä tai tavoittelemaansa identiteettiä. Myymäläympäristöön liitettyjen tekijöiden ja mielikuvien merkitykset ostopaikan valitsemisessa korostuvat todennäköisesti varsinkin silloin, kun myymälöiden tarjoamat tuotteet ovat keskenään samankaltaisia ja kuluttajalla on mahdollisuus valita useammasta tarjoajasta.

Relphin (1986, 31) mukaan paikan luonteen pysyvyys riippuu sekä omien muutoskokemuksemme että kyseiseen paikkaan liittyviä assosiaatioita ja kiintymystä vahvistavien muutosten luonteesta. Kuten jo aiemmin todettiin, paikkoihin liitetyt mielikuvat ja asenteet saattavat muuttua. McOmish ja Quester (2005) toivat tämän ajatuksen myymälän kontekstiin korostamalla myymäläympäristön ulkoisten ja sisäisten elementtien sekä ympäröivän rakennetun ympäristön kokonaisvaltaista vaikutusta kuluttajan ostokokemukseen. Tämä niin sanotun kiinsteettisen kokemuksen näkökulma korostaa kokemuksen tilaan ja aikaan liittyviä elementte-

jä. Tutkijoiden mukaan kuluttajan ja myymälätilan välillä on dynaaminen suhde, joka kehittyy kumulatiivisesti ajan ja vaihtuvien ympäristöjen myötä. Kuluttaja kohtaa myymäläympäristössä liikkuaan peräkkäisiä tapahtumajaksoja, joiden merkitystä hän arvioi jatkuvasti ja toistuvasti ja joiden kautta hän tulkitsee oman ostokokemuksensa. Voidaan päätellä, että myymäläympäristössä havaittu negatiiviseksi tulkittu tapahtuma huonontaa ostokokemusta kokonaisuudessaan ja ainakin pidemmällä aikavälillä huonontaa myös kuluttajan mielikuvaa kyseisestä myymäläympäristöstä.

### 2.3 Turvallisuus ja turvattomuus kaupunki- ja myymäläympäristössä

Kauppojen ja kaupallisten keskusten koon ja lukumäärän kasvaessa sekä kaupan alan aukioloaikojen pidentyessä kuluttajilla on mahdollisuus asioida kaupoissa yhä useammin ja viettää niissä yhä suuremman osan vapaa-ajastaan. Suurikokoisissa ja vilkkaissa myymäläympäristöissä nousevat turvallisuuskysymykset entistä keskeisempään asemaan. Jos asiakkaat eivät tunne oloaan turvalliseksi ja miellyttäväksi myymälässä, he eivät luultavasti käytä aikaansa ja rahaansa siellä (Kajalo & Lindblom 2010). Myymäläympäristön turvallinen ilmapiiri voidaan siis nähdä yhä merkittävämpänä kilpailuetuna, joka lisää kuluttajien viihtymistä myymälässä ja sitä kautta kerryttää ostokertoja ja ostojen määriä.

Se, miten kuluttajat itse kokevat myymäläympäristön turvallisuuden tai turvattomuuden, ei ole kuitenkaan yksiselitteistä tulkintojen moninaisuuden vuoksi. Aiheesta on myös olemassa ennestään suhteellisen vähän tutkimustietoa suomalaisessa kulttuurikontekstissa. Tutkielmasa aihetta lähestytään käsittelemällä ensin turvallisuuden ja turvattomuuden merkityksiä yleisellä tasolla. Tämän jälkeen perehdytään turvattomuuden kokemiseen kaupunkiympäristössä, mikä toimii eräänlaisena johdantona myymäläympäristön turvallisuustekijöiden pohtimiseen.

#### 2.3.1 Turvallisuuden ja turvattomuuden merkityksiä

Turvallisuutta on kirjallisuudessa käsitelty tarpeena, arvona ja ihmisoikeutena. *Tarveteoreettisesta näkökulmasta* turvallisuuden tarpeen ajatellaan ilmenevän ensin suojautumisen ja puolustautumisen tarpeena ulkoisia vaaroja kohtaan, toiseksi jatkuvuuden ja järjestyksen tarpee-

na, ja kolmanneksi pyrkimyksenä sisäiseen henkiseen tasapainoon. *Arvonäkökulmasta* turvallisuuden on kerrottu merkitsevän varmuutta ja vaarattomuutta; erilaisten vaarojen, kuten tapaturmien, onnettomuuksien, väkivallan ja rikollisuuden poissaolo on arvo. Lisäksi nykyaikainen oikeudenmukaisuusajattelu korostaa turvallisuutta *ihmisoikeutena*, joka tarkoittaa, että yksilöllä on oikeus ihmisarvoiseen elämään ilman turvattomuuden tunnetta. (Niemelä 2000, 22)

Yleisesti turvallisuuden ja turvattomuuden käsitteillä voidaan yhtäältä tarkoittaa objektiivista eli ulkoista tai toisaalta subjektiivista eli koettua tilaa – tai näiden kahden välistä suhdetta (Niemelä 2000, 21). Turvattomuudella viitataan yleensä turvallisuuden puutteeseen. Turvattomuuden yhteydessä puhutaan usein myös riskin käsitteestä, joka sisältää matemaattisen arvon epäonnistumisen mahdollisuudesta (Heiskanen 2002, 211). Niemelän (2000, 21) mukaan turvattomuuden kokemus yksilötasolla on psykologinen ja se ilmenee pelkoina, psykosomaattisena oirehdintana ja huolestuneisuutena. Pelkoa kutsutaan signaalitunteeksi, vaaran merkiksi, joka herättää tarpeen välttää niin fyysisesti, psyykkisesti kuin sosiaalisestikin uhkaavia tilanteita (Heinonen ym. 2010).

Koranderin (2000, 177) mukaan turvallisuutta on tarkasteltava monesta näkökulmasta, koska merkitykset ovat riippuvaisia katsojasta ja katsomistavasta. Näkökulmien valitseminen on arvovalintakysymys, johon useimmiten sisältyy kysymys siitä, millaisia ratkaisumahdollisuuksia ongelmaan toivotaan tai tarjotaan. Jos turvallisuus ymmärretään rikollisuuden ja epäjärjestyksen vastakohtaksi, turvattomuudella tarkoitetaan rikoksen kohteeksi joutumista ja rikollisuuden pelkoa. Erityisesti turvallisuusalan tahojen väitetään perustavan näkemyksensä turvallisuudesta rikollisuuden ja epäjärjestyksen vastakohtana. Vaikka häiriökäyttäytyminen on nimensä mukaisesti sivullisten mielenrauhaa ja rutiininomaista asiointia häiritsevää toimintaa eli käytännössä yleensä vaaratonta sivullisille, sen herättämän pelon ja ahdistuksen voidaan ajatella liittyvän havaittuun uhkaan joutua rikollisen teon uhriksi. Heiskanen (2002, 211–212) taas esittää, että suomalaisessa nyky-yhteiskunnassa turvattomuuskokemukset kytkeytyvät läheisesti hyvinvointiin, sillä turvattomuus ja pelot nähdään epämiellyttävinä tunnetiloina, jotka alentavat koettua hyvinvointia. Tässä yhteydessä turvattomuuden kokeminen liittyy hänen mukaansa hyvinä ja tärkeinä pidettyjen asioiden odotetun kaltaisina jatkumisen keskeytymisen pelkoon.

Identiteetin muotoon ja ylläpitämiseen turvallisuuden ja turvattomuuden kokemukset kytkeytyvät yhtenä välttämättömänä olemisen kokemisen muotona tai suhteen aspektina maailmaan. Psykodynaamisissa teorioissa turvallisuuden kokeminen katsotaan perustavanlaatuisiksi minuuden suhteuttamisessa maailmaan: pienen lapsen oma olemassaolo ja se, että hän kokee välittömän lähiympäristön riittävän turvalliseksi, katsotaan olevan perustekijä, jonka pohjalta myöhemmät tavat hahmottaa itse ja maailma rakentuvat. Refleksiivisen yksilöllisyyden näkökulmasta turvattomuus taas kuvaa ihmisen pienuutta suhteessa suureen maailmaan. Se on periaatteellisesti realistinen arvio tästä suhteesta ja luo samalla horisontin kohti tulevaisuutta, uhkien hallintaa, vaarojen välttämistä, tuntemattoman selvittämistä ja käsittämättömän ymmärrettäväksi tekemistä. Turvallisuuden ja turvattomuuden tunne ovat subjektiivisia kokemuksia, joissa omat kyvyt ja keinot hallita maailmaa peilautuvat ulkoisia haasteita vasten. (Lahikainen 2000, 62–63;70)

### 2.3.2 Turvattomuuden kokeminen kaupunkiympäristössä

Turvattomuuteen liittyy läheisesti uhan käsite. Uhka viittaa yleensä tulevaisuuteen, ja sitä pidetään epämääräisenä (Niemelä 2000, 23). Näin ollen se linkittyy tilanteiden arvaamattomuuteen. Tulevaisuuden tutkimuksessa uhka mielletään ei-toivottuna tulevaisuuden asiana tai tilana, jonka toteutuminen halutaan estää (Ma 2000, 23–24). Tapahtumia, joiden koetaan voivan vahingoittaa yksilön tärkeinä pitämiä arvoja, sitoumuksia tai tavoitteita, pidetään stressaavina ja uhkaavina (Park & Folkman 1997). Asioita ja asiantiloja nimetään toivottaviksi ja ei-toivottaviksi, uhkaaviksi ja turvaaviksi kuitenkin kulttuuristen traditioiden puitteissa (Lahikainen 2000, 73) – yhdessä kulttuurissa uhkaavaksi koettua asiaa ei välttämättä nähdä kovin tai ainakaan yhtä uhkaavana toisessa kulttuurissa.

Eksplisiittinen ja tilannespesifinen havaittu uhka liittyy usein ympäristön ominaisuuksiin ja muihin ihmisiin. Vaikka ihmiset tulkitsevat uhan olemassaolon monenlaisten ympäristössä olevien vihjeiden avulla, yleisimmät uhkaavaksi koetut tekijät ovat tuntematon ympäristö, pimeys ja muut ihmiset. Näistä kaksi ensimmäistä liittyvät suoraan ympäristön ominaisuuksiin ja niiden koetaan lisäävän pelättyjen sosiaalisten vuorovaikutusten mahdollisuutta tarjoamalla niille suotuisat puitteet. Esimerkiksi uudessa ympäristössä uhkaa voi aiheuttaa yksilön kykenemättömyys hallita tilannetta sekä olemassa olevien sopeutumis- tai toimintamallien puuttuminen, mitkä tekevät hänestä erityisen haavoittuvaisen ei-toivotuissa kohtaamisissa.



Pimeydessä uhan tunne perustuu pelkoon siitä, että näkymättömissä paikoissa voisi piileskellä vaanijoita. Jälkimmäinen tekijä eli muut ihmiset taas liittyy suoraan sosiaaliseen kanssakäymiseen. Muiden ihmisten poissaolo voi herättää pelkoa siksi, että yksinäinen henkilö on hyökkääjille helppo kohde, sillä hänen on vaikeampaa saada muilta apua tarvittaessa. Muiden ihmisten läsnäolo siis vähentää pelkoa uhriksi joutumisesta lukuun ottamatta tilannetta, jossa muilla paikalla olevilla ihmisillä koetaan olevan pahantahtoisia aikomuksia havainnoijaa kohtaan. (Warr 1990)

Myös Blöbaum ja Hunecke (2005) pohtivat uhan kokemista julkisella paikalla kaupunkiympäristössä. Heidän mukaansa havaittu henkilökohtainen uhka voi viitata yleiseen pelkoon uhriksi joutumisesta tietyissä sosiaalisissa konteksteissa. Vaikka ympäristössä olevat vihjeet voivat vaikuttaa havaittuun henkilökohtaiseen uhkaan, yksilön huolestuneisuuteen ja ahdistukseen liittyvien luonteenpiirteiden roolia uhan kokemisessa ei tule unohtaa. Myös sukupuoli vaikuttaa uhan kokemiseen siten, että naisten on todettu pelkäävän rikoksen uhriksi joutumista useammin kuin miehet (Heiskanen 2002, 213). Rikoksen, esimerkiksi väkivallan uhan kokemisella ja todellisella väkivallan uhalla ei kuitenkaan ole välttämättä yhteyttä keskenään. Esimerkiksi kookas ja lujaluonteinen mieshenkilö ei ehkä hätkähdä vastaantulijoiden uhitteista ja saattaa jopa vastata näille takaisin samalla mitalla, jolloin hänen itsevarma ja jopa pöyhkeilevä käyttäytymisensä voi provosoida riidan aloittajat jatkamaan haastamista. Onkin huomattu, että miehiin kohdistuvasta väkivallasta huomattavasti suurempi osa tapahtuu julkisilla paikoilla ja on tuntemattomien välistä, kun taas naisiin kohdistuvasta väkivallasta suurempi osuus on yksityisasunnoissa tapahtuvaa perhe- ja parisuhdeväkivaltaa (Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos 2009).

Korander (2000) käsittelee artikkelissaan rikollisuuden pelkoa urbaanina ilmiönä ja sen ilmenemistä muiden ja toisen pelkäämisenä. Hänen mukaansa merkittäviä eväitä rikollisuuden pelon kasvulle antaa media uutisoinnin ja viihdeteollisuuden painottuminen vakaviin väkivaltarikoksiin. Median luomat kuvat eivät ole irrallisia, vaan tunkeutuvat arkipäiväisiin ajattelumalleihin ja muokkaavat niitä. Yleisö voi tulkita esimerkiksi erilaisten nuorisoväkivaltatapauksia ja myymälöihin kohdistuneita ryöstöjä tai ryöstön yrityksiä koskevien uutisointien ja julkisten keskusteluiden liittyvän yleiseen rikollisen käytöksen kehitykseen. Tällöin kyseisen kaltaisiin tilanteisiin joutumisen uhka voidaan nähdä aikaisempaa todennäköisempänä, ja ulkopuolisia häiritsevä käyttäytyminen voidaan myös kokea uhkaavammaksi. ”*Kaupunkilaisihmisistä on tullut kylmiä, tunteettomia ja välinpitämättömiä. Ihmisiä saatetaan jopa ha-*

*kata keskellä kaupunkia henkijieveriin eikä kukaan välitä.”* Tämä enemmän tai vähemmän paikkansa pitävä lausahdus on tyypillinen esimerkki kaupungistumiseen ja turvattomuuteen, toisin sanoen kaupunkiin liitetyn rikoksen pelon ilmapiiriin, liittyvistä uskomuksista. (Ma. 2000, 189)

Millaiset konkreettiset asiat Suomen pääkaupunkiseudun asuinympäristössä sitten aiheuttavat rikoksen uhriksi joutumisen pelkoa ja siten turvattomuuden tunnetta? Tuomisen (2005) esittelemän turvallisuustutkimuksen mukaan näitä tekijöitä ovat muun muassa häiriköivät humalaiset, huumeongelmaiset, nuoriso ja ulkomaalaiset sekä näistä muodostuneet porukat. Häiritsevä käyttäytyminen voi olla äänekkästä kaljoittelua ja sotkemista tai ulkopuolisia uhkaavaa käytöstä. Turvattomaksi koettuina paikkoina mainitaan muun muassa ostoskeskukset, metro, puistot sekä nimetyt kadut ja paikat. Myös yleisesti katujen ja alueiden pimeys ja autious nähdään tekijöinä, jotka lisäävät rikoksen uhriksi joutumisen mahdollisuutta, sillä ihminen saattaa pelätä vaanijoita ja sitä, ettei apua ole saatavilla tarvittaessa (Warr 1990). Usein puhutaan, että paikan yleinen epäsiisteys ja huonokuntoisuus luovat uhkakuvan rikollisuuden läsnäolosta. Tämä niin sanottu rikkoutuneen ikkunan teoria voidaan pahimmillaan kokea asukkaiden ja viranomaisten kykenemättömyytenä hallita ympäristöä; rikutut ikkunat symboloivat ikkunoiden rikkojia, jotka voivat helposti uusia tekonsa. Toisin kuin rikkoutuneen ikkunan teoria olettaa, siisti ympäristö ei kuitenkaan sellaisenaan vielä riitä vähentämään rikollisuuden pelkoa, vaan siihen tarvitaan lisäksi asuinalueen kokonaisvaltaisen viihtyisyyden lisääminen ja sitä kautta alueen elämän vilkastuttaminen. (Korander 2000, 187) Alueen imagon parantaminen on kuitenkin hidasta, sillä ihmisten käsitykset rikollisuusasteesta muuttuvat rikollisuuden todellista tasoa hitaammin, joten rikollisuuden pelko voi osaltaan jarruttaa alueen sosiaalista ja taloudellista kehitystä pitämällä hyvätuloiset asukkaat ja ostokykyiset kuluttajat kaukana (Burns ym. 2010).

Samaisessa Kvartti-lehden (Tuominen 2005) tutkimuksessa kävi ilmi, että eri kaupunginosissa asuvien vastaajien välisillä turvattomuuskokemuksilla ja niiden laadulla oli selkeitä eroja. Eriytyisen mielenkiintoista tuloksissa on se, että tutkituista alueista tilastollisesti turvallisessa Töölössä väkivaltaa esiintyi suhteellisesti enemmän kuin turvattomuuden kokemista, kun taas tilastollisesti turvattomassa Itä-Helsingissä tilanne oli toisen suuntainen. Ilmiö viittaa siihen, että turvattomuuden tunne tiivistyy sellaisilla alueilla, joissa on tilastollisesti keskimääräistä turvattomampaa, kun taas tilastollisesti keskimääräistä turvallisemmilla alueilla turvallisuuden taso saatetaan arvioida jopa liian optimistisesti. Tämä huomio tukee myös Koranderin

(2000) näkemystä siitä, että hyväkuntoisilla ja ”hyvän yhteishengen asuinalueilla” ihmiset pelkäävät rikoksia vähemmän.

Turvattomuuden ja uhan kokeminen omalla asuinalueella liittyy läheisesti turvattomuuden kokemiseen alueen asiointipaikoissa, kuten esimerkiksi myymälöissä. Seuraavaksi tarkastellaan sellaisia tekijöitä, jotka ovat nousseet esille suomalaisissa myymäläympäristön ja siellä asiointin turvallisuutta ja turvattomuutta kuluttajien näkökulmasta käsittelevissä tutkimuksissa.

### 2.3.2 Myymäläympäristön turvallisuustekijöitä

Ihmisen arkiajattelulle on usein tyypillistä tunne turvallisena pidetystä jatkumosta. Tällöin turvallisuuden tunne voi näyttäytyä huolettomuutena, jolloin turvallisuutta ei välttämättä ajatella lainkaan. Usein vasta kokemukset vaaratilanteista saavat ihmiset kiinnittämään systematisemmin huomiota turvallisuusseikkoihin. (Koistinen & Peura-Kapanen 2009) Tästä voidaan päätellä, että turvallinen ja häiriötön ilmapiiri myymäläympäristössä antaa kuluttajalle mahdollisuuden keskittyä ostosten tekemiseen, vaikka tämä ei välttämättä tietoisesti ajattelekaan tätä seikkaa. Sitä vastoin jos kuluttaja esimerkiksi joutuu ostoskeskuksessa todistamaan äänekkästä välienselvittelyä tai joutuu itse uhkailun kohteeksi, saattaa hän jatkossa tarkkailla enemmän paikan turvallisuusjärjestelyitä tai suhtautua suuremmalla varauksella epäilyttäviksi koettuihin ihmisiin samankaltaisessa ympäristössä.

Koistinen ja Peura-Kapanen (2009) selvittivät tutkimuksessaan turvallisuuden ja turvattomuuden tunteeseen vaikuttavia tekijöitä päivittäistavarakaupoissa ja kauppakeskuksissa sekä ostosmatkoilla. Turvallisuustekijät jaettiin kuuteen osa-alueeseen, joita olivat: 1) myymälöiden sisätilat ja niiden käyttö, 2) myymälätilojen siisteys ja tuotteiden esillepano, 3) elintarvikkeiden turvallisuus, 4) henkilökunnan toiminta ja rooli, 5) myymälöiden valvonta sekä 6) muut asiakkaat. Keskusteluissa nousivat eniten esille fyysiseen ja psykososiaaliseen turvallisuuteen liittyvät tekijät, joista jälkimmäisen alle ryhmiteltiin muun muassa myymälöiden valvonta, nuorison oleskelu sekä häiriökäyttäytyminen.

Keskeiseksi osaksi turvalliseksi koettua asiointia nousi Koistisen ja Peura-Kapanen (2009) selvityksessä asiointin miellyttävyys, johon vaikuttivat ylentävästi tai alentavasti esimerkiksi

siisteys, henkilökunnan ammattimainen käyttäytyminen, vartijoiden paikallaolo ja myymäläympäristössä aikaansa viettävä nuorisio. Esimerkiksi ovien edessä parveilevien tupakoitsijoiden ja kaljoittelijoiden koettiin paitsi hankaloittavan myymälään kulkua, myös vaikuttavan ennen kaikkea tunnelmaan: vaikka sisällä myymälässä tai kauppakeskuksessa olisi kuinka viihtyisää, savupilven läpi kulkeminen räkäklimpejä väistellen tuntuu nuhjuiselta ja epäelegantilta. Vastaajien iästä riippumatta ilmeni, että päivittäistavarakaupassa käyntiä vältellään myöhään illalla ja erityisesti perjantai-iltaisina, jolloin vastaajien kokemusten mukaan kaupassa asioi normaalia levottomampia, lähinnä olutta ja tupakkaa ostavia asiakkaita. Huonot kokemukset liittyivät monilla pieniin ruokakauppoihin sekä ruokakauppoihin, jotka sijaitsevat rauhattomiksi koetuilla alueilla.

On pääteltävissä, että myymäläympäristössä kohdatun häiriökäyttäytymisen koettuun uhkaavuuteen vaikuttaa edellisessä luvussa esitellyistä uhan tunnetta aiheuttavista ympäristötekijöistä erityisesti muiden ihmisten läsnäolo (Warr 1990). Ruuhkaisella alueella havaittua häiriökäyttäytymistä on mahdollista paeta sujahtamalla ihmismassojen joukkoon, jolloin aggressiivisen käyttäytymisen kohdistuminen juuri havainnoijaan on hyvin epätodennäköistä. Vilkaassa paikassa, esimerkiksi kauppakeskuksessa, voidaan myös ajatella, että muut asiakkaat, myyjät tai järjestyksenvalvojat kyllä puuttuvat tilanteeseen tunteiden kuumenuttua liikaa. Sen sijaan koettu uhka on varmasti suurempi, jos myymälässä on häiriön tapahtuessa vähän avunantoon kykeneviä ihmisiä. Warrin (Ma. 1990) näkemys pimeyden aiheuttamasta uhan tunteesta voidaan myymäläympäristössä modifioida vähäisen näkyvyyden uhaksi; esimerkiksi huonon valaistuksen sekä ahtaiden käytävien ja hyllyrivien koetaan helpottavan ei-toivottujen ihmisten piilottelua.

Heinosen ym. (2010) kauppakeskuksissa toteuttamassa kyselyssä todettiin, että asiakkaille tilannekohtaiset tekijät, kuten rauhaton tunnelma ja järjestyshäiriöt, vaikuttavat ostokäyttäytymiseen heikentävästi, ja he valitsevat kauppakeskuksen, jossa on turvallista asioida. Asiakkaille on tärkeää kauppakeskuksen tunnelman turvallisuus, jota lisää riittävä vartiointi ja mahdollisuus avunpyyntöön tarvittaessa. Turvalliseksi kauppakeskukseksi koettiin sellainen, jossa valvontakamerat olivat näkyvästi esillä, vartijoita oli helppo lähestyä, sisätilat olivat siistit ja parkkipaikat olivat maanpäällisellä kentällä. Lisäksi parkkitilojen tehokas valaistus, sisätilojen siisteys, turvalliset kulkureitit kauppakeskukseen ja nuorisoryhmien poissaolo lisäsivät turvallisuuden tunnetta asiakkaissa.

Myymäläympäristön valvonta vaikuttaa siis olevan yksi tärkeä kuluttajien turvallisuuden tunnetta muokkaava tekijä. Kajalo ja Lindblom (2010) jakoivat myymälän valvonnan muodolliseen ja epämuodolliseen valvontaan. Muodollinen valvonta on heidän mukaansa organisoitua ja systemaattista, käytännössä vartijapartioiden, tallentavien kameroiden, liiketunnistuslaitteiden sekä muiden valvontasysteemien avulla toteutettua. Epämuodollinen valvonta taas on näkyvyyttä maksimoivaa ja positiivista sosiaalista interaktiota edistävää ja siten rikollisuuden mahdollisuuksia rajoittavaa; käytännössä epämuodollista valvontaa tukevat muun muassa matala maisemointi (esim. matalat hyllyt), katuvalot, jalankulkijoita houkutteleva katusuunnittelu sekä piilottelua helpottavien paikkojen poistaminen. Vaikka tutkimustuloksissa todettiin epämuodolliseen valvontaan panostamisen saavan todennäköisesti kuluttajat ja työntekijät tuntemaan olonsa turvallisemmaksi verrattuna muodolliseen valvontaan panostamiseen, käsitykset kuluttajien ja työntekijöiden turvallisuuden tunteesta perustuivat jälleenmyyjien tulkin-toihin eivätkä näin ollen kyenneet tavoittamaan keskimääräisen asiakkaan tai asiakaspalvelijan subjektiivista ääntä.

### 3 HÄIRIÖKÄYTTÄYTYMINEN

Tässä teorialuvussa syvennyttään häiriökäyttäytymiseen ja sen ilmenemiseen myymäläympäristössä sekä käsitellään kuluttajien tapoja selviytyä sen aiheuttamasta stressistä. Koska myymälät ja kaupalliset keskukset ovat merkittäviä sosiaalisen kanssakäymisen areenoita ja täynnä erilaisia kohtaamisia, turvallisuuden ja turvattomuuden tunteeseen vaikuttavat ennen kaikkea muut asiakkaat ja henkilökunta (Koistinen & Peura-Kapanen 2009). Häiriökäyttäytymistä käsitellään siis asiakkaiden keskinäisissä kontakteissa tapahtuvana asiana. Pyrin sijoittamaan häiriökäyttäytymisen tarkastelun ja siihen liittyvät esimerkit mahdollisimman usein myymäläympäristöön, jotta ilmiötä voitaisiin käsitellä mahdollisimman hyvin tutkielman kannalta relevantissa kontekstissa. Tähänastisen tutkimustiedon vähäisyyden vuoksi tarkastelu perustuu suurelta osin kuitenkin omiin tulkintoihini henkilökohtaisista kokemuksistani, muilta ihmisiltä kuulluista kertomuksista sekä mediassa esiintyneistä keskusteluista.

#### 3.1 Häiriökäyttäytyminen ilmiönä

Häiriökäyttäytymistä esiintyy monenlaisissa paikoissa ja tilanteissa. Julkisella paikalla häiriökäyttäytymiseksi voidaan määritellä yleistä järjestystä uhkaava käyttäytyminen. Se rikkoo ihmisten perusoikeuksiin kuuluvaa oikeutta oleskella ja liikkua yleisillä paikoilla ilman, että heidän rauhaansa häiritään (Poliisi 2011). Häiriökäyttäytymisen konkreettinen ja tarkka määrittely on kuitenkin ongelmallista, sillä rauhan häiritseminen on pitkälti tulkinnanvaraista; toisille häirityksi tuleminen edellyttää uhkaavaa tai äärimmäisen huomiota herättävää käytöstä, kun taas herkimvät saattavat kokea jo kovaäänisen keskustelun tai naureskelun häiritseväksi.

##### 3.1.1 Aggressiivinen käyttäytyminen

Yleisesti voidaan olettaa, että häiriökäyttäytyminen on monin paikoin aggressiivista käyttäytymistä. Tämä ajatus saa tukea myös tutkielman analyysiluvussa. Psykologiassa aggressiolla tarkoitetaan toisiin yksilöihin tai ympäristöön kohdistuvaa tahallista, vahingoittavaa tai häiritsevää käyttäytymistä (Viemerö 2006). Aggressiivisen käyttäytymisen ymmärtäminen voidaan

tutkimussuuntausten perusteella jakaa kahteen kategoriaan: 1) vihaiseen tai tunnelähtöiseen aggressioon, jossa uhrin vahingoittaminen on toiminnan päämotiivi sekä 2) välineelliseen aggressioon, jossa toimintaa motivoi pikemminkin hyökkääjää itseään koskevat seikat kuin varsinainen harmin tuottaminen (Geen 2001). Julkisella paikalla häiriköivien käyttäytymistä selittävät tekijät jäävät todennäköisesti usein epäselviksi havainnoijille. Sekä tunnelähtöinen että välineellinen aggressio voi olla hyökkäävää ja siten havainnoijan näkökulmasta yleistä järjestystä tai turvallisuuden tunnetta uhkaavaa.

Viemerö (2006) jakaa aggression muodot fyysiseen ja verbaaliseen sekä suoraan ja epäsuoraan. Lisäksi hänen mukaansa suora ja epäsuora aggressio voivat olla joko hyökkäävää tai uhkailevaa. Seuraava taulukko havainnollistaa aggressioiden luokittelua:

	Fyysinen aggressio	Verbaalinen aggressio
<b>Suora aggressio</b>		
Hyökkäävä	Taistelu	Kiroilu, kritisoiminen
Uhkaava	Valmistautuminen taisteluun	Taistelulla uhkaileminen
<b>Epäsuora aggressio</b>		
Hyökkäävä	Omaisuuksien tuhoaminen	Juoruilu
Uhkaava	Läheisten uhkaaminen	Kiristäminen

*Taulukko 2. Aggression muodot*

*(Viemerö 2006)*

Kuten taulukosta voidaan tulkita, jotkut suoran aggressiivisen käyttäytymisen muodot ovat prototyyppisiä ja vaativat vähintään kahden ihmisen vastavuoroista käyttäytymistä. Toiset käyttäytymismuodot taas ovat vähemmän avoimia tai manipuloivia eli vähemmän ilmeisiä ja vaativat puitteekseen sosiaalisen yhteisön tai ryhmän, johon myös uhri lähtökohtaisesti kuuluu. Näitä kutsutaan sosiaalisen aggression muodoiksi. (Xie ym. 2002)

Myymäläympäristössä tapahtuva häiriökäyttäytyminen näkyy sivullisille helposti havaittavan suoran fyysisen ja verbaalisen aggression muodossa, joten rajaan tarkasteluni niihin. Fyysinen aggressio ilmenee esimerkiksi uhkaavina ja äkillisinä vartalonliikkeinä, toisen päälle sylkemisenä, tönimisenä, lyömisenä, potkimisena, kuristamisena tai tavaroiden heittäjänä. Väkivaltainen käyttäytyminen on fyysistä aggressiota, jolla on vakavat seuraukset (Viemerö 2006).

Verbaalinen aggressio taas ilmenee käytännössä esimerkiksi kovaäänisenä nimittelynä, kirollemisena, parjaamisena tai väkivallalla uhkailemisena.

### 3.1.2 Käsitteitä häiriökäyttäytymisen taustalla olevista tekijöistä

Aggressiivisen käyttäytymisen on todettu olevan luonteenomaista eläinkunnan edustajille monenlaisissa tilanteissa. Evoluution näkökulmasta se on joukko ajan mittaan kehittyneitä reaktioita, joiden avulla torjutaan vaaroja, suojellaan jälkikasvua ja kilpaillaan resursseista. Vaikka sama ajatus on jokseenkin sovellettavissa ihmisiin, nyky-yhteiskunnassa väkivaltaisen käyttäytymisen ajatellaan useammin olevan seurausta ympäristöolosuhteisiin sopeutumisen ongelmista kuin luontaisten viettien toteuttamista tai lääketieteellisesti todetun sairauden oireilua. (Archer 2001)

Ihmiset usein liittävät päihteet ja huonon tai harkitsemattoman käytöksen toisiinsa. Julkisella paikalla häiriköivät yksilöt vaikuttavatkin usein olevan enemmän tai vähemmän humalassa tai ”aineissa”. Päihteidenkäytöllä on myös todettu olevan tilastollisesti merkittävä yhteys aggressiiviseen käyttäytymiseen ja rikollisiin tekoihin. Vuosina 2005–2009 65 % pahoinpitelyrikoksiin syyllisiksi epäillyistä ja 87 % henkirikoksen yritykseen syyllisiksi epäillyistä oli epäilty teon hetkellä alkoholin tai muun päihteen vaikutuksen alaisena (Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos 2009, 90). Päihteidenkäytön ja ylipäätään aggressiivisen käyttäytymisen taustalla uskotaan olevan henkilökohtaisten taipumusten lisäksi monenlaisia yhteiskunnallisia ilmiöitä. Syrjäytymisen ymmärretään lisäävän selvästi alkoholisoitumisen riskiä ja sitä kautta aggressiivista käyttäytymistä. Lisäksi näyttää siltä, että häiriökäyttäytyminen liitetään usein nuorisoon, kuten Tuomisen (2005) esittelemä tutkimuskin antaa olettaa.

Tilastojen mukaan väkivaltarikollisuus kytkeytyy vahvasti sosiaaliseen syrjäytymiseen. Asunnottomuus, matala koulutus, alhainen ammattiasema ja pienet tulot altistavat väkivaltarikollisuuteen. (Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos 2009) Syrjäytymiselle ei vaikuta löytyvän vaikiintunutta määritelmää, mutta yleensä sillä viitataan yksilöä tai kotitaloutta kohtaavaan uhkaan jäädä yhteisön ja sen kehityksen ulkopuolelle. Tutkielman empiirisessä osiossa keskustelijat käyttivät syrjäytyneistä usein nimitystä laitapuolenkulkijat. Syrjäytymisen käynnistää usein joutuminen taloudelliseen ja sosiaaliseen ahdinkoon tai muunlaiseen henkilökohtaiseen kriisiin, josta on vaikea selviytyä. Taantuma lisää sosiaalista syrjäytymistä työpaikkojen vä-



hentymisen ja esimerkiksi työttömyydestä johtuvan masennuksen, alkoholisoitumisen tai mielenterveysongelmien kautta. Päämäärätön oleskelu, pinnan alla kytevä tyhjyyden ja turhautumisen tunne sekä katkeruus muita ihmisiä ja yhteiskuntaa kohtaan saattavat tiivistyä ahdistukseksi ja vihaksi, jotka purkautuvat aggressiivisena käyttäytymisenä erityisesti päihteiden myötävaikutuksesta. Aggressiivinen ja välinpitämätön käyttäytyminen sekä rikoksiin ajautuminen johtavat mahdollisesti vuosia kestäväan syrjäytymiskiarteeseen, jossa vastoinkäymiset ruokivat itseään kerta toisensa jälkeen. Tänä päivänä maalaillaan paljon uhkakuvia myös nuorten ja maahanmuuttajien syrjäytymisestä.

Nuorison arvojen rappeutuminen puhuttaa jatkuvasti mediassa ja esimerkiksi vanhempien ikäryhmien kahvipöytäkeskusteluissa. Usein kuulee väitettävän, kuinka nykyajan nuoret ovat kiinnostuneita ainoastaan omasta itsestään ja vetelehtivät ympäriinsä järkevän tekemisen ja itsensä kehittämisen sijasta. Nuorten nähdään kapinoivan tarkoituksella yhteiskunnan tärkeinä pitämiä arvoja vastaan. Iltasanomissa (2011) uutisoitiin nuorisojoukkioiden Kampin keskuksen R-kioskiin ja Makuuniin tekemästä rötöstelyiskusta, jota kuvailtiin häikäilemättömäksi ilkeiksi. Tämänkaltaiset uutisoinnit sekä yleiset havainnot siitä, että suuri osa myymäläympäristöissä maleksivista joukoista koostuu alaikäisistä, ovat omiaan lietsomaan epäluuloja ja pelkoa nuorisoryhmiä kohtaan. Myymälöiden ja kaupallisten keskusten sisäänkäynneillä tai pihilla ”hengaavat” nuoret saivat paljon kielteistä huomiota myös tutkimuksessani.

Nuorten taipumukselle levottomaan ja mahdollisesti aggressiiviseen käyttäytymiseen voidaan pyrkiä löytämään selitys ryhmien sisäisistä dynamiikoista. Koska ympäristövaikutteilla on todettu olevan suuri merkitys kehittyvälle ihmiselle, lasten ja murrosikäisten ajatellaan yleisesti olevan alttiita uusien käyttäytymismallien omaksumiselle. Nuorten häiriökäyttäytymistä voidaan ehkäpä yksinkertaisimmin katsoa sosiaalisen hyväksynnän näkökulmasta, joka viittaa nuorten taipumukseen etsiä omaa identiteettiään ja paikkaansa maailmassa. Xien ym. (2003) mukaan lukuisat tutkimukset ovat osoittaneet, että nuoret voivat käyttäytyä aggressiivisesti toisiaan kohtaan saavuttaakseen suosiota tai vahvistaakseen asemaansa sosiaalisissa vertaisverkostoissaan. Poikien aggressiivinen käyttäytyminen on yleensä suoraa, kun taas tytöt syylistyvät enemmän aggressiivisen käyttäytymisen hienovaraisempiin muotoihin, kuten juoruiluun ja ryhmien ulkopuolelle jättämiseen. Voidaan ajatella, että esimerkiksi ärhentelemällä muihin porukoihin kuuluville tai sivullisille yhteisessä oleskelupaikassa saatetaan pyrkiä tuomaan esille lojaaliutta omaa ryhmää kohtaan. Oman ryhmän jäsenen ”kurittamisella” voidaan taas pyrkiä vahvistamaan omaa valta-asemaa.

## 3.2 Häiriökäyttäytyminen myymäläympäristössä

Ihmiset kokevat häiriökäyttäytymisen vakavuuden ja myös sopeutuvat siihen eri tavoin: toisten mielestä hyvin epämukava tai uhkaava tilanne ei välttämättä edes liikauta toisten mieltä. Esimerkiksi jotkut kokevat loukkaavana sen, että ohikulkevat nuoret huutavat perään herjauksia, kun taas toiset osaavat olla välittämättä asiasta ollenkaan. Yksilön aikaisemmat kokemukset häiriökäyttäytymisestä sekä mahdolliset toisen ihmisen hyökkävään tai uhkaavaan käyttäytymiseen liittyvät traumat vaikuttanevat siihen, miten hän tuntee tai toimii kohdatessaan häiriökäyttäytyjiä julkisella paikalla.

Tässä luvussa käsitellään ensin häiriökäyttäytymistä myymäläympäristössä esiintyvänä ilmiönä, minkä jälkeen pohditaan kuluttajien vaihtoehtoisia käyttäytymisreaktioita siihen.

### 3.2.1 Häiriökäyttäytymisen esiintyminen

Myymäläympäristössä yleinen esimerkki häiriökäyttäytymisestä on pihalla, sisäänkäynneillä, sisäaukioilla tai käytävillä paikallaan maleksiva, usein teini-ikäisistä tai syrjäytyneistä eli ns. laitapuolen kulkijoista koostuva ihmisjoukko, jonka jäsenet kommunikoivat keskenään äänekkäästi, juovat alkoholia, polttavat tai syljeskelevät. Myymälöiden asiakkaille kiusallista ja tavoitteellista toimintaa häiritsevää on ensinnäkin se, että nämä ihmisjoukot tukkivat kulkuväylät pakottaen muut asiakkaat kiertämään joukon tai kulkemaan sen läpi (Koistinen & Peura-Kapanen 2009). Taukopaikoilla maleksivat joukot vievät oleskelutilaa muilta asiakkailta, jotka tuskin haluavat pysähtyä lepäämään lähellä häiritsevää porukkaa.

Häiriökäyttäytyjät herättävät usein huomiota riitelemällä tai tappelemalla keskenään, mutta myös sivulliset voivat saada osansa esimerkiksi perään huuteluna tai tupakan tai rahan pummaamisena. Lisäksi sivulliset voivat joutua myös väkivallalla uhkailun tai väkivaltaisen käyttäytymisen kohteeksi. Nuoriso- ja alkoholistijoukkojen lisäksi yleinen näky ovat yksittäiset uhkaavasti tai arvaamattomasti käyttäytyvät henkilöt, jotka mahdollisesti kärsivät mielenterveys- tai huumeongelmista. Toisten asiakkaiden seurassa olevien käyttäytyminen voi myös olla häiritsevää. Esimerkiksi vanhempiensa mukana ostosreissulla olevat lapset saattavat juoksennella ympäriinsä ja törmäillä hyllyihin ja muihin asiakkaisiin. Tällaisessa tapauksessa

lapset ovat kuitenkin huoltajiensa vastuulla, ja häiritsevään käyttäytymiseen voidaan mahdollisesti puuttua huomauttamalla asiasta huoltajille. Sen sijaan uhan tai turvattomuuden tunteen kokemisen tutkimisen kannalta mielenkiintoisempia ovat tilanteet, joissa sivullisen huomautus häiriköijille tuskin tuottaisi toivottuja tuloksia vaan saattaisi pikemminkin provosoida näitä entisestään.

Häiriökäyttäytymistä ja siitä syntyviä ”jälkiä” voidaan jokseenkin tarkastella myös 2. luvussa esiteltujen myymäläympäristön elementtien eli ambient-, design- ja sosiaalisten tekijöiden (Baker 1994) näkökulmasta. Häiriköt puhuvat ja riitelevät äänekkäästi myymäläympäristössä, avatut alkoholijuomaa sisältävät pullot kaatuilevat lattialle sotkien paikat ja levittäen epämiellyttävää hajua ympäristöön. On mahdollista, että häiriköiden käyttäytyminen ja siitä syntyvät jäljet tekevät myymäläympäristön ilmapiiristä kireämmän tai masentavamman, mikä muokkaa kuluttajien mielikuvaa kyseisestä asiointipaikasta negatiiviseen suuntaan. Kuluttajat saattavat reagoida tiettyihin ärsykkeisiin suoraan torjuvasti, kuten seuraavaksi selitetään.

Työpaikalla esiintyvää melua ja sen aiheuttamaa ärsyyntymistä tutkittaessa on todettu, että ihmistä häiritsee eniten äänten ennakoimattomuus ja kontrolloimattomuus. Tämä on linjassa stressitutkimusten tuloksiin, joissa ennakoimattomien ja kontrolloimattomien stressitekijöiden on todettu aiheuttavan suurempia stressireaktioita kuin ennakoitua ja kontrolloitavia tapahtumia. (Kjellberg ym. 1996) Voidaan päätellä, että häirikköjen huutamisesta tai kovaäänisestä örinästä syntyvä melu erottuu myymäläympäristön tavanomaisista äänistä (esim. puheensoriina, liikkumisesta syntyvät äänet, mainokset ja kuulutukset) ja voi siksi ärsyttää asiakkaita. Haju on vahva ärsyke, jonka kokeminen vaatii hyvin vähän kognitiivista ponnistusta ja joka voi saada aikaan käyttäytymisreaktioita ilman tietoista huomiota. Epämiellyttävän hajun on todettu voivan keskeyttää hengityksen ja jopa aiheuttavan fyysisen vetäytymisen. Automaattisten reaktioiden aiheuttamisen lisäksi hajut voivat vaikuttaa kuluttajien mielentilaan. (Bone & Ellen 1999) Esimerkiksi alkoholista ja virtsasta syntyvän pistävän ja ummehtuneen hajun voidaan yleisesti olettaa olevan epämiellyttävä ja karkottavan ihmiset lähetyviltään. Kuten Mitchell ja Harris (2005) toteavat, siisti epäympäristö ei ainoastaan vähennä paikan viihtyisyyttä ja koettua turvallisuutta, vaan myös viestii hygienian puutteesta ja lisääntyneestä fyysisestä riskistä.

Tutkielmani analyysi tukee ajatusta häiriökäyttäytymisen kokemisen prosessin alkavan tilanteesta, jossa yhden tai useamman henkilön aggressiivinen, provosoiva tai muutoin poikkeava

käyttäytyminen herättää negatiivista huomiota. Voidaan yleisesti ajatella, että yksilö kokee myymäläympäristössä tai ylipäätään julkisella paikalla tapahtuvan häiriökäyttäytymisen kielteiseksi asiaksi, jossa ennestään tuntematon ihminen häiritsee hänen asiointirauhaansa ja siten mahdollisesti hänen arjen tehtäviensä suorittamista. Tilanne voi pahassa tapauksessa herättää pelkoa siitä, että hän itse tai joku muu ihminen joutuisi häiriköijän fyysisesti aggressiivisen käyttäytymisen uhriksi. Kohdatessaan häiritseväksi tai uhkaavaksi koettua käyttäytymistä yksilö ryhtyy punnitsemaan omia käyttäytymisvaihtoehtojaan epämiellyttävästä tilanteesta selviytymiseksi sekä mielenrauhansa ja turvallisuutensa suojelemiseksi.

### 3.2.2 Kuluttajien selviytyminen häiriökäyttäytymisestä

Selviytyminen (*coping*) viittaa käyttäytymiseen, joka suojelee yksilöä vaikeiden sosiaalisten kokemusten aiheuttamalta psykologiselta harmilta. Sillä tarkoitetaan asioita, joita ihmiset tekevät välttääkseen niin epämiellyttävien tapahtumien, tulevien koitosten kuin koettujen epäonnistumisten synnyttämän stressin aiheuttamia harmeja elämässään. (Pearlin & Schooler 1978) Stressinä pidetään usein yksilöihin kohdistuneita vaatimuksia, jotka kuluttavat heidän suoriutumisensa resursseja tai ylittävät ne (Burke 1991). Tutkimukseni valossa voidaan katsoa, että julkisilla paikoilla, myös myymäläympäristössä, kohdattu häiriökäyttäytyminen koetaan stressitekijäksi, koska se vähintäänkin häiritsee tarkoitukselliseen asiointiin keskittymistä ja saattaa lisäksi aiheuttaa huolta tai pelkoa. Vaikka stressin aiheuttajien nähdään usein olevan yksilön ulkopuolisia tekijöitä, niiden stressaavuuden kokeminen on toki riippuvainen yksilön stressitekijöille antamista merkityksistä.

Burke (1991) esitti teorian identiteetti-prosessin keskeytymisestä stressiä synnyttävänä tekijänä, joka selittää hyvin analyysiosiossani esitettyä suomalaisen kuluttajaidentiteetin ja häiriökäyttäytymisen sekä turvattomien asiointipaikkojen välistä ristiriitaa. Hänen mukaansa identiteetti-prosessi on jatkuvasti toimiva ja itsesäätöinen palautekehä: yksilöt sopeuttavat jatkuvasti käyttäytymistään pitääkseen saadut ja reflektoidut arvioinnit yhteneväisinä omien identiteetti-standardiensa tai -referenssien kanssa. Tällöin sosiaalisen stressin ajatellaan johtuvan kasvaneesta ristiriidasta reflektoitujen palautteiden ja yksilön identiteetti-standardien tai -tavoitteiden välillä, mikä ymmärretään identiteetti-prosessin keskeytymisenä. Prosessin keskeytymistä aiheuttavat esimerkiksi odottamattomat ja vaikeasti käsiteltävät tapahtumat tai yksilön eri identiteettien (sosiaalisten roolien) yhteensovittamisen ongelmat.

Selviytymistä voidaan lähestyä stressin prosessiteorioista (Carver ym. 1989);

- 1) ihminen arvioi, millainen havaittu uhka on hänelle itselleen;
- 2) arvioidaan mieleen tulleita potentiaalisia vaihtoehtoja reagoida uhkaan;
- 3) toteutetaan valittu reaktio.

Yllä mainitussa tapauksessa selviytyminen viittaa valitun reaktion toteuttamisen prosessiin (Carver ym. 1989), eli sillä tarkoitetaan joukkoa kognitiivisia ja käyttäytymiseen liittyviä prosesseja, joita kuluttaja käy läpi reagoidessaan tunteita herättävään ja stressiä aiheuttavaan vuorovaikutukseen ympäristön kanssa (Duhachek 2005). Kognitiivinen arviointi kuvaa tapahtuman henkilökohtaisten merkitysten arviointia, johon vaikuttavat tapahtuman relevanssi arvioijan uskomuksiin, sitoumuksiin ja tavoitteisiin nähden sekä erilaiset toimintamahdollisuudet tilanteessa (Park & Folkman 1997). Selviytymisprosessien tavoitteena on muuttaa mielentilaa houkuttelevampaan suuntaan ja samalla vähentää stressiä (Duhachek 2005).

Suojautumiseen ja selviytymiseen tähtäävä käyttäytyminen tapahtuu 1) eliminoimalla tai muokkaamalla ongelmia aiheuttavia olosuhteita, 2) kontrolloimalla kokemuksen merkityksiä tai 3) pitämällä ongelmien emotionaaliset seuraukset hallittavina. (Pearlin & Schooler 1978) Ihmisten on todettu oletettavan usein, että muuttamalla omaa käyttäytymistään he voivat kontrolloida maailmaansa. Uskotaan siis, että ”käyttäytymällä sopivalla tavalla” kyetään minimoimaan ei-toivottujen seurausten todennäköisyys. Stressaavissa olosuhteissa ollaankin usein vastaanottavaisia aktiivisille yrityksille ongelman ratkaisemiseksi tai tilanteen muuttamiseksi. (Park & Folkman 1997) Häiriökäyttäytymisen kokemisesta voi selvitä esimerkiksi poistumalla häiriökäyttäytyjien läheisyydestä, kutsumalla vartijat tai menemällä itse häiriköijien väliin. Häiriökäyttäytymisen kohtaamista voi välttää välttämällä paikkoja, joissa sitä esiintyy.

Selviytymisen strategiat on pääasiassa jaettu kahteen päätyyppiin: ongelmakeskeiseen ja tunnekeskeiseen selviytymiseen. Ongelmakeskeinen selviytyminen pyrkii ratkaisemaan ongelman tai tekemään jotain, joka muuttaisi koetun stressin lähteen. Tunnekeskeinen tapa taas pyrkii vähentämään tai hallitsemaan tilanteeseen liittyvää tunneahdinkoa. Vaikka suuri osa stressitekijöistä aktivoi kummankinlaisen selviytymistavan käytön, ongelmakeskeinen selviytyminen vallitsee yleensä silloin, kun rakentavien ratkaisujen ajatellaan olevan mahdollisia. (Carver ym. 1989) Esimerkiksi häiriökäyttäytyjien välttäminen on ongelmakeskeinen tapa selviytyä näiden aiheuttamasta kiusallisuudesta ja mielenvaivasta. Tunnekeskeinen selviyty-

minen taas vallitsee silloin, kun ajatellaan, että stressitekijöihin on sopeuduttava (Ma 1989). Edellisistä kuvauksista voidaan päätellä, että onnistunut selviytymisprosessi edellyttää koki-jalta aktiivista järkeilyä, tunteiden hallintaa ja mahdollisesti myös tekoja tai toimintatapojen muutosta.

Selviytymiseen liittyvä toiminta voi usein olla myös ennakoivaa. Ihminen siis ennakoi tulevia harmillisia tapahtumia ja pyrkii valmistautumaan niiden kohtaamiseen tai välttämiseen. Tieto- toinen valmistautuminen ikäviin asioihin sekä muuttaa tulevan tilanteen lopullista luonnetta että sen aikaansaamia tunteita. (Lazarus 1974,77) Esimerkiksi yksi tai useampi kohtaaminen häiriökäyttäytyjien kanssa samassa ostopaikassa saa kuluttajan ajattelemaan, että samankal- tainen kohtaaminen samassa tai samankaltaisessa ympäristössä voi olla mahdollista tulevai- suudessakin. Hän voi pyrkiä välttämään ei-toivottuja kohtaamisia esimerkiksi välttämällä jat- kossa kyseisessä ostopaikassa vierailua viikonloppuiltaisin tai jopa kaikkina aikoina. Jos ku- luttaja aikoo jatkossakin vierailla kyseisessä ostopaikassa, hän voi valmistautua häiriökäyttäy- tymisen mahdollisimman onnistuneeseen välttämiseen esimerkiksi suunnittelemalla erilaisen kulkureitin tai asioimalla paikan päällä mahdollisimman nopeasti. Hän voi myös päättää koh- data häiriökäyttäytyjät ja suhtautua heihin mahdollisimman välinpitämättömästi.

## 4 METODOLOGIA

### 4.1 Empiirisen tutkimuksen teoreettinen perusta

Tutkimuksen perustana olevia filosofisia ongelmia ovat ennen kaikkea ihmiskäsitys, eli millainen ihminen on tutkimuskohteena, ja tiedonkäsitys, eli miten tuollaisesta kohteesta voidaan saada tietoa ja millaista se on luonteeltaan (Laine 2007). Tämä tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen. Kvalitatiivinen tutkimus painottaa todellisuuden sosiaalisesti konstruotua luonnetta, tutkijan ja tutkimuskohteen välistä intiimiä suhdetta sekä tutkimusta muovaavia tilannerajoitteita. Siinä etsitään vastauksia siihen, miten sosiaalinen kokemus luodaan ja miten sille annetaan merkitys. (Silverman 2005,10)

Laadullista tutkimusta voi luonnehtia prosessiksi. Kun aineistonkeruun väline on inhimillinen eli tutkija itse, voi aineistoon liittyvien näkökulmien ja tulkintojen katsoa kehittyvän tutkijan tietoisuudessa vähitellen tutkimusprosessin edetessä. Eräs selitys tutkimusotteen avoimuudelle on, että tutkittavaan ilmiöön liittyvä arvoitus avautuu vähitellen aineiston keruun edetessä, jonka myötä myös tutkimusmenetelmälliset ratkaisut täsmentyvät. (Kiviniemi 2007, 70) Laadulliselle tutkimukselle on luonteenomaista käänellä ja katsella ilmiötä monelta kantilta sekä problematisoida jokaista itsestään selvänä pidettyä näkökulmaa (Alasuutari 2001, 83).

Seuraavaksi esittelen lyhyesti toteuttamani narratiivitutkimuksen teoreettisena viitekehyksenä pidettävän konstruktivistisen tutkimustradition, joka korostaa ihmisten välistä vuorovaikutusta tiedon ja tietämisen perustana. Tämän jälkeen siirryn käsittelemään narratiiviteorian yleisimpiä osa-alueita sekä lopuksi narratiivisen tutkimuksen piirteitä.

#### 4.1.1 Konstruktivistinen teoria

Konstruktivismi korostaa narratiiviteoreettista näkemystä, jonka mukaan ihmiset rakentavat eli konstruoivat tietonsa ja identiteettinsä kertomusten välityksellä. Tieto maailmasta, samoin kuin jokaisen ihmisen käsitys omasta itsestään, on alati kehkeytyvä kertomus, joka rakentuu ja muuttaa muotoaan koko ajan. (Heikkinen 2007, 145)

Sosiaalinen konstruktivismi edustaa kriittistä ja refleksiivistä liikehdintää pois yksilön päässä olevien tietorakenteiden (*mental paraphernalia*) tarkastelusta kohti sosiaalisesti välitettyä ja historiallisesti merkitsevää tutkimusta toiminnasta ja kokemuksesta (Parker 1998, 1). Jørgensen ja Phillips (2002, 5–6) nostavat sosiaalisen konstruktivismin edellytyksiksi seuraavat asiat:

- Kriittinen lähestymistapa itsestäänselvytenä pidettyyn tietoon: tietämystämme maailmasta ei pidä kohdella objektiivisena totuutena, sillä ymmärtämämme todellisuus perustuu omiin tapoihimme kategorisoida maailmaa.
- Historiallinen ja kulttuurillinen spesifisyys: koska tavat joilla ymmärrämme ja edustamme maailmaa ovat riippuvaisia historiastamme ja kulttuuristamme, maailmankatsomuksemme ja identiteettimme voivat olla erilaisia ja ajan myötä muuttuvia.
- Tiedon ja sosiaalisten prosessien välinen yhteys: tietoa luodaan ja ylläpidetään sosiaalisten vuorovaikutusten kautta.
- Tiedon ja sosiaalisen toiminnan välinen yhteys: erilaiset sosiaaliset näkemykset johtavat erilaisiin toimintatapoihin.

Kuten yllä todettiin, ei ole yhtä kaikille yhteistä todellisuutta, vaan pikemminkin eri tavoin ihmismielissä ja sosiaalisessa vuorovaikutuksessa konstruoituvia todellisuuksia. Konstruktivismin peruslause on, että ihminen rakentaa tietonsa aikaisemman tietonsa ja kokemustensa varaan. Näkemys asioista muuttaa muotoaan sitä mukaa kun ihminen saa uusia kokemuksia ja keskustelee muiden ihmisten kanssa. Konstruktiiivinen käsitys tiedosta edustaa siis tietoteoreettista relativismia, jonka mukaan tietäminen on suhteellista – ajasta, paikasta ja tarkastelijan asemasta riippuvaa. (Heikkinen 2007, 145–146) Relativismi on siis selkeä kritiikki objektiivisen tiedon olemassaoloa korostavalle realistiselle maailmankuvalle. Toisaalta relativismin taipumus suhteellistaa kaikki asiat, myös siihen itseensä kohdistuvat kritiikit, on synnyttänyt arvostelua (Parker 1998, 1). Konstruktiiivista lähestymistapaa painottavaa tutkimusta analysoidessa onkin muistettava, että vaikka todellisuuden ajatellaan rakentuvan sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, tulkinnat keskusteluista ja niihin perustettu tieto ovat viimekädessä riippuvaisia tutkijan ymmärryksestä.



#### 4.1.2 Narratiiviteoria

Narratiivit ovat tarinoita, selityksiä, taruja tai kuvauksia asioista, tapahtumista ja ihmisistä. Ne ovat perusta sosiaaliselle ja kulttuurilliselle olemassaololle, tiedon jakamiselle ja kanssakäymiselle; opimme itsestämme, historiastamme ja kulttuuristamme kuuntelemalla, katsomalla tai lukemalla tarinoita (Shankar & Goulding 2001). Narratiiviteorian mukaan omaan elämään sijoitetut narratiivit välittävät yleisölle kertojien kokemuksilleen ja toiminnalleen antamia merkityksiä sekä peilaavat niiden suhdetta näiden identiteettiin ja minuuteen.

Narratiivien olemus on ollut kiinnostuksen kohteena aina antiikin ajoilta saakka, jolloin Aristoteles tutki kreikkalaisen tragedian ominaisuuksia. Narratiivinen tutkimus yleistyi 1960-luvulla, ja sen nousukausi voidaan ajoittaa 1980-luvun puolivälille, jolloin se haastoi realismin ja positivismin käsityksiä (Riessman 2008, 4; 14). Tänä päivänä narratiivisen lähestymistavan soveltaminen ulottuu monien koulukuntien yli, ja se on hyvin suosittu humanististen ja sosiaalitieteiden aloilla. Narratiiviteoriaa hyödynnetään kuluttajatutkimuksissa enenevässä määrin, sillä se tukee aikaisempaa syvällisemmän ymmärryksen saavuttamista esimerkiksi koskien kuluttajien käyttäytymiselleen antamia merkityksiä. Analysoinnin kohteet vaihtelevat suullisesta ja kirjallisesta tarinoinnista visuaalisiin materiaaleihin. Suullinen tarinankerronta on tärkeä teema tutkielmani empiirisessä osuudessa, jossa analysoidaan kuluttajien keskinäisiä keskusteluita ja niistä nousevia kertomuksia.

##### 4.1.2.1 Tarinankerronta minuuden ilmaisemisen välineenä

*”Ihminen on tarinoiden kertoja, hän elää omien ja muiden ihmisten tarinoiden ympäröimänä, hän näkee kaiken hänelle tapahtuvan suhteessa näihin tarinoihin, ja hän yrittää elää elämänsä ikään kuin hän kertoisi siitä.” (Sartre 1964; ks. Bruner 2004)*

Narratiiveilla on merkittävä rooli ihmisten jokapäiväisessä itseilmaisussa, sillä rakennamme, tulkitsemme ja välitämme usein kokemuksiamme, näkemyksiämme ja aikomuksiamme kertomusten muodossa. Näin teemme elämästämme ja itsestämme ymmärrettäviä itsellemme ja muille. Minuuden ajatellaankin määrittyvän ja ilmenevän ensisijaisesti narratiivisissa konstruktioissa tai tarinoissa (Kerby 1991, 1). Proshanskyn ym. (1983) mukaan identiteetti (*self-identity*) eroaa minuuden (*self*) käsitteestä sillä, että se keskittyy suhteellisen tiedostettuihin

henkilökohtaisiin uskomuksiin, tulkintoihin ja arvioihin omasta itsestä. Laveasti tulkittuna ihminen siis rakentaa identiteettiään tarinoimalla toiminnastaan, asenteistaan ja arvoistaan, mutta minuus kuvaa yksilöä kokonaisuutena sisältäen hänen tiedostetut ja tiedostamattomat käsityksensä menneisyydestään, jokapäiväisistä kokemuksistaan ja käyttäytymisestään sekä tulevaisuuden pyrkimyksistään (Ma. 1983). Väitetään, että ihmisellä on jopa tarve narratoida kokemuksiaan pysyäkseen merkityksellisenä inhimillisenä subjektina, sillä narratiivien eräs tehtävä on aikaansaada jatkuvuutta minuudelle (Kerby 1991, 87).

Identiteetin muodostamisen prosessin käsittämiseksi on ymmärrettävä, miten yksilöt rakentavat narratiiveja kokemuksistaan, kertovat näitä tarinoita sisäisesti ja muille, ja lopulta soveltavat näitä tarinoita tietämykseensä itsestään, muista sekä yleisesti maailmasta (Singer 2004). Itse identiteettihän on sosiaalinen prosessi, sillä itsestä kehitetyt käsitykset kohtaavat jatkuvasti muiden sosiaalisten toimijoiden (esim. instituutioiden, ihmisryhmien, median) tuottamien mielikuvien kanssa (Paasi 2003). Identiteetti ei ole koskaan lopullinen, varmasti saavutettu eikä valmis, vaan se on dynaaminen elinikäinen projekti (Lahikainen 2000, 77) – sen rakentaminen ja muokkaaminen jatkuu läpi elämän.

Käsitystä identiteetin ja minuuden muotoutumisesta edistää narratiivisen tutkimustradition elämäntarinanäkökulma; ihminen voi pyrkiä ilmaisemaan koko elämänsä tai osia siitä narratiiveina ja rakentaa identiteettinsä niiden kautta. Habermas ja Bluck (2000) jakavat elämäntarinan käsitteen omien sanojensa mukaan selvyuden vuoksi kahteen pääilmenemismuotoon: elämänarratiiveihin sekä omaelämäkerralliseen päättelyyn. Elämänarratiivit ovat yksilön itse rakentamia avoimia ajalliseen ja sosiaaliseen kontekstiin sidottuja kertomuksia elämästään (elämäntarinan varsinaisia tuotteita), kun taas omaelämäkerrallinen päättely on itsereflektioivan ajattelun tai henkilökohtaisesta menneisyydestä puhumisen prosessi. Elämäntarinoiden kertomista ohjaavat kulttuurillisesti muotoutuneet kognitiiviset ja kielelliset prosessit konstruoivat aistittuja kokemuksia, organisoivat muistia sekä segmentoivat ja rakentavat tarkoitusselliseksi elämän ”tärkeät” tapahtumat (Bruner 2004).

Ihmisen kyky rakentaa narratiiveja sekä ymmärtää ja välittää tarinoidensa merkityksiä kehittyy ja muuttuu elinajan eri vaiheiden myötä (Singer 2004). Habermas ja Bluck (2000) painottavat, että noin kymmenen vuoden ikäiset lapset pystyvät käsittelemään tapahtumarepresentaatioita ja integroimaan ajallisesti läheiset jaksot tavoitteiden määrittämisen tarinan muotoon. Sen sijaan heidän mukaansa aikuiset kykenevät järjestämään muistiaan paljon monimutkai-

semmin sijoittamalla tapahtumat koko elämänsä käsittävään kehykseen. Tämä yhdessä kertyneen elämäkokemuksen (ja niitä käsittelevien tulkintojen) kanssa selittänee, miksi ihmiset usein puhuvat samasta aiheesta tai ilmiöstä hyvin eri tavalla elämänsä eri vaiheissa.

Vaikka on suhteellisen helppoa ymmärtää kertomukset kertojansa identiteetin ja minuuden rakentajina, identiteetin, elämän tai kokemuksen ymmärtäminen kertomuksena on toisinaan ristiriitaista. Hyvärinen (2006) esittää, että elämän kokemisessa on kaiken aikaa elementtejä, jotka karkaavat kertomukselta; luonnon kokemisessa on paljon yksityiskohtia ja piirteitä, jotka eivät välittömästi liity kerronnalliseen jäsenyykseen. Itse suosin ajatusta, että elämän merkittäviksi koetuista vaiheista tai tapahtumista on mahdollista rakentaa eheitä kertomuksia, jotka käsittelevät kertojalleen tärkeitä ja mielenkiintoisia asioita nimenomaan hänen kykenemällä tavallaan ilmaistuna. Kertomuksen kautta ei kuitenkaan päästä kiinni alkuperäiseen kokemukseen kertomuksen vahvan tulkinnallisen luonteen vuoksi, mitä käsittelen pian enemmän narratiivien ja todellisuuden suhdetta pohtivassa osiossa.

Kun olemme suodattaneet elämäkokemuksemme narratiivisen linssin läpi, kykenemme käyttämään luomiamme tarinoita esimerkiksi kohottaaksemme mielialaamme, ohjataksemme toimintaamme tai vaikuttaaksemme muihin ihmisiin suostuttelevin tai retorisin keinoin (Singer 2004). Narratiiveja voidaan siis pitää strategisina, funktionaalisina ja määrätietoisina: tarinan-kerronta pyrkii toteuttamaan tiettyjä tarkoituksia. Tätä havaintoa on kuitenkin rajoitettu toteamalla, ettei narratiivien intentionaalisuus ole aina tietoista tai tarkoituksellista kertojille. Sen sijaan narratiivit merkitysten tuottamisen työkaluina väistämättä ”tekevät asioita” esimerkiksi ihmisille, sosiaalisille instituutioille ja kulttuurille. (Riessman 2008, 8) Olennaista on ymmärtää, että narratiiveilla on aina jonkinlainen vaikutus yleisöön, oli se tarkoituksellista tai ei.

#### 4.1.2.2 Temporaalisuus ja kausaliteetti

Narratiivinäkökulman pääoletus on se, että tarinoiden rakenteessa on tunnistettavissa oleva ajallinen järjestys eli temporaalinen rakenne. Se käsittää alun, keskikohdan ja lopun sekä ajassa etenevän juonen. (Shankar & Goulding 2001) Juoni kokoaa yksittäiset tapahtumat ja sattumukset yhdeksi kokonaisuudeksi (Hyvärinen 2006). Kerronnan kautta erillisille tapahtumille määrätään niille kuuluva positio merkityksellisessä temporaalisessa kokonaisuudessa

(Neumann & Nünning 2008, 5). Prosessia kutsutaan juonentamiseksi (Hyvärinen 2006). Tämä ei kuitenkaan siis tarkoita, että tapahtumat kerrottaisiin läheskään aina selkeästi kronologisessa järjestyksessä; narratiivien rakentaja (tarinoija tai tulkitsija) sijoittaa tapahtumat omasta näkökulmastaan mielekkääseen järjestykseen, joka ei välttämättä ole ajallisesti kuitenkaan yksiselitteinen. On todettu, että narratiivisessa ajassa on pikemminkin kyse ”humaanista” ajasta kuin abstraktista tai ”kellollisesta” ajasta (Bruner 1991).

Temporaalisen ajattelutavan on todettu tarjoavan tärkeän kontekstin yksilön valintojen ja elämän ymmärtämiselle; yksilöiden reaktiot nykytilanteeseensa ovat riippuvaisia nykyisten olosuhteiden lisäksi muistoista, jotka käsittelevät menneitä kokemuksia ja tulevaisuudenotuksia (Pavia & Mason 2004). Samalla tavalla kuin elämäntarinaa, voidaan myös sen kuvastamaa minuutta ymmärtää temporaalisena kokonaisuutena. Minuuden temporaalisuus korostuu erityisesti Ezzyn (1998) esittelemässä Meadin teoriassa minuudesta, jonka mukaan esimerkiksi henkilöiden kuvittelemat ”organisoidut reaktiot” kertovat sekä heidän muistamastaan käyttäytymisestä menneisyydessä että heidän ennakoimastaan käyttäytymisestä tulevaisuudessa eli mielikuvituksellisista ”mitä jos?”-skenaarioista (Polkinghorne 1988, 14).

Tapahtumien ajallisen järjestämisen lisäksi narratiiveihin liitetään läheisesti käsitys niiden pyrkimyksestä kausaalisten suhteiden ymmärtämiseen. Narratiiveille on siis temporaalisen rakenteen lisäksi ominaista kausaalinen rakenne. Escalas ja Bettman (2000) väittävät, että tarinat ilmaisevat meille syitä, miksi joitain asioita tapahtuu tai miksi ihmiset käyttäytyvät tietyin tavoin. Kafalenos (2006, 1) nimittää tässä yhteydessä merkityksenannoksi tietyn toiminnan (tai tapahtuman tai tilanteen) ja sitä seuraavan toiminnan välisen suhteen tulkittamista. Hänen mukaansa ihmisellä on luontainen tarve pyrkiä tulkitsemaan tarkastelemiensa tapahtumien syitä ja seurauksia. Samoin voidaan ajatella, että ihmiset pyrkivät selittämään oman toimintansa ja vaiheidensa syitä ja seurauksia kertoessaan omasta elämästään. Voisi ajatella, että pohtimalla yksilöiden toiminnan kausaalisia merkityksiä olisi mahdollista parantaa ihmisten käyttäytymisen ennustettavuutta tietynlaisissa tilanteissa, joskaan mitään todennäköisyyksiä ei pystytä eikä ole tarkoituskaan saavuttaa. Bruner (1991) kuitenkin muistuttaa, että intentionaalisen olotilan ja sitä seuraavan toiminnan välillä on ainoastaan löysä linkki, joten on riskillistä luottaa liiaksi kausaaliseen päättelyyn.

#### 4.1.2.3 Narratiivit ja todellisuus

Brunerin (2004) mukaan narratiivit ovat ihmisten aktiivisen järkeilyn tuote; kun joku kertoo elämästään, hänen kertomuksensa on pikemminkin kognitiivinen saavutus kuin kristallinkirkas esitys jostain yksiselitteisesti annetusta. Näin myös narratiivien kautta ilmaistu elämä on ihmisen mielikuvituksen tuotosta siinä missä narratiivitkin. Narratiivit kykenevät ainoastaan saavuttamaan ”todentuntua” (*verisimilitude*), joten niiden todellisuutta koskevan version hyväksyttävyyttä hallitsevat pikemminkin konventiot ja ”narratiivinen tarpeellisuus” kuin empirinen vahvistus ja ”looginen tarpeellisuus” (Bruner 1991). Todentunnun ei ajatella pohjautuvan perusteluihin tai väitelauseisiin, vaan siihen, että lukija eläytyy tarinaan ja kokee sen ikään kuin todellisuuden simulaationa (Heikkinen 2007, 153).

Myös Kerby (1991, 7) tähdentää, että omasta minuudesta tarinoiminen on menneisyyden yksinkertaisen peilaamisen sijasta tulkinnallista toimintaa. ”Totuudessa” on hänen mukaansa kysymys pikemminkin menneisyyden implisiittisistä merkityksistä kuin historiallisesti paikansa pitävistä representaatioista. Tutkija ei siis pysty narratiivien kautta saavuttamaan tutkittavien alkuperäisiä kokemuksia tai tarkasteltavia ilmiöitä sellaisinaan vaan ainoastaan tutkittavien reflektioita niistä.

Muistelemalla menneitä ihmiset voivat dramatisoida tapahtumia ja arvioida niitä eettiseltä ja moraaliselta näkökannalta (Kerby 1991, 54). Genette (1980) puhuu narratiivin ilmapiirilullottuvuudesta (*narrative mood*) viitatessaan siihen, että kertojalla on mahdollisuus valita sekä kerronnan etäisyys kuulijaan (kertoako enemmän vai vähemmän) että tarinan näkökulma. Kertoja valitsee, järjestää, yhdistää ja arvioi niitä tapahtumia, joita pitää tärkeinä tietylle yleisölle (Riessman 2008, 3). Hän voi myös halutessaan esimerkiksi korostaa tarinan niitä kohtia ja puolia, joita itse pitää merkityksellisinä ja vastaavasti jättää muita tulkintamahdollisuuksia vähemmälle huomiolle.

Yksilön oma tapa tulkita menneisyytensä tapahtumat vaikuttaa siis hänen ymmärrykseensä itsestään nykypäivänä ja tulevaisuudessa paljon merkittävämmän kuin objektiiviset faktat tapahtuneista. Voidaksemme ymmärtää ja yrittää ennustaa edes jollain tasolla yksittäisen henkilön toimintaa meidän on ikään kuin sukeltettava mahdollisimman syvälle häneen itseensä ja pyrittävä näkemään maailma hänen silmin. Tähän voidaan tähdätä helpoiten perehtymällä kyseisen henkilön kokemuksiin ja itseään koskeviin tulkintoihin.

### 4.1.3 Narratiivinen tutkimus

Narratiivisuus tutkimuksessa viittaa lähestymistapaan, joka kohdistaa huomionsa kertomuksiin tiedon välittäjänä ja rakentajana. Tutkimuksen ja kertomusten suhdetta voi tarkastella kahdesta päänäkökulmasta: toisaalta tutkimus käyttää usein materiaalinaan kertomuksia, toisaalta tutkimus voidaan ymmärtää kertomuksen tuottamiseksi maailmasta. (Heikkinen 2007, 142)

Puhuttaessa tutkimusaineiston laadusta narratiivisuudella voidaan viitata yleisellä tasolla suorasanaiseen, kertomustietoiseen kielenkäyttöön – kerrontaan tekstilajina. Narratiivinen tutkimusaineisto on siis joko suullisesti tai kirjallisesti esitettyä kerrontaa, jonka jatkokäsittely edellyttää aina tulkintaa. (Heikkinen 2007, 147) Tutkielmani empiirinen aineisto koostuu ryhmäkeskusteluissa kerätystä suullisesta materiaalista. Heikkinen (Ma. 2007, 147) väittää, että vaikka sanan vaativammassa merkityksessä narratiiviselta aineistolta voitaisiin edellyttää temporaalisuutta, yksinkertaisimmillaan se voi olla kuitenkin mitä tahansa kerrontaan perustuvaa aineistoa, jossa ei aina välttämättä aseteta vaatimuksia eheidän, juonellisten kertomusten tuottamisesta. Currien ja Brownin (2003) mukaan narratiiveja voidaankin useimmiten luonnehtia ”eri yleisöille siellä ja täällä kerrotuiksi tarinoiden osiksi”.

Viitattaessa analyysitapoihin erotetaan toisistaan narratiivien analyysi (*analysis of narratives*) ja narratiivinen analyysi (*narrative analysis*) (Heikkinen 2007, 148). Narratiivinen analyysi luottaa laajennettuihin selontekoihin, jotka taltioidaan ja joita kohdellaan analyttisinä yksiköinä sen sijaan, että ne hajotettaisiin temaattisiin kategorioihin, niin kuin muilla laadullisilla menetelmillä (myös ensin mainitulla narratiivien analyysillä) on tapana (Riessman 2008, 12). Narratiivisessa analyysissä painopisteen ajatellaan olevan aineiston kertomusten pohjalta konfiguroidussa uudessa kertomuksessa, joka pyrkii tuomaan esiin aineiston kannalta keskeisiä teemoja (Heikkinen 2007, 148). Huomiota kiinnitetään siihen, miten ja miksi tietystä tapahtumasta tarinoidaan, mihin kertoja tarinallaan pyrkii ja miten tarina vaikuttaa tarinan yleisöön (Riessman 2008, 12). Tutkimuksessani sovelsin pääosin narratiivista analyysia, joskin analysointiprosessin alussa käytin apunani kategorisoivaa lähestymistapaa tunnistaakseni helpommin aineistosta esille nousevat tekijät ja teemat. Analysoinnin jälkivaiheessa palasin kategorisointiin kuluttajien narratointitapojen erittelemiseksi.

Narratiivisen tiedonmuodostuksen prosessista on hyvä muistaa, että ihminen pyrkii ymmärtämään kokonaisuuksia integroimalla sen osistaan (Jokinen & Juhila 1999, 68). Myös Neumann ja Nünning (2008, 5) korostavat, että yksittäiset tapaukset pitäisi tulkita laajempien tapahtumien tai jaksojen valossa, samoin kuin laajempien kokoonpanojen ja yhteyksien ymmärtäminen edellyttää yksittäisten tapahtumien merkitysten omaksumista.

#### 4.1.4 Komposiittinarratiivit

Narratiiveja esiintyy yksilöllisen tason lisäksi myös kollektiivisella tasolla (Sonenshein 2010). Tutkielmassani tuotetaan komposiittinarratiiveja, jotka on yhdistetty usean tarinoiden kertomuksista. Currien ja Brownin (2003) mukaan kerronnallinen lähestymistapa sopii hyvin ryhmässä tapahtuvan merkityksenannon tutkimiseen. He korostavat, että yhdessä neuvoteltujen narratiivien kautta voidaan kollektiivisesti ymmärtää tai enaktoida sosiaalista maailmaa, eli yksilöt konstruoivat ja jakavat yhteisiä merkityksiä ryhmän jäsenenä.

Neumann ja Nünning (2008, 8) huomauttavat, että narratiivinen konstruktio minuudesta edellyttää jatkuvaa neuvottelua tärkeiden ihmisten ja heidän oletettujen odotustensa kanssa; minä-narratiivin ylläpitäminen on keskeisesti riippuvainen muiden hyväksynnästä, sillä näemme itsemme sellaisina kuin oletamme muiden näkevän meidät. Merkitysten kollektiivisen rakentamisen ymmärtäminen on tärkeää, sillä yhteiskunnassa vallitsevat käsitykset ovat yhdessä jaettuja ja hyväksytyjä. Näkökulma sopii hyvin myös tutkielmani kontekstiin, sillä niin turvattomuuden kuin häiritsevän käyttäytymisen kokemisen ymmärtäminen edellyttävät vallitsevien kulttuuristen puitteiden huomioon ottamista.

Sonenshein (2010) näkee narratiivin diskursiivisena konstruktiona, jota toimijat käyttävät työkaluna oman ymmärryksensä muotoilemiseen (*sensemaking*) ja muiden ymmärrykseen vaikuttamiseen (*sensegiving*), sekä kollektiivisten merkitysten rakentamisen tuotoksena. Diskurssilla voidaan yleisesti viitata erityisiin tapoihin puhua tarkasteltavasta ilmiöstä ja ymmärtää sitä. Ryhmän jäsenten yhteiset kertomukset ovat komposiittinarratiivien aineksia, mutta tutkija rakentaa varsinaiset komposiittinarratiivit kertojien diskursseista. Ne tiivistävät eri henkilöiden eri tilanteissa kerrotut tarinoiden osat kollektiivisiksi merkitysrakenteiksi, ja tuloksena syntyy selkeitä yhdessä neuvoteltuja ja hyväksytyjä näkemyksiä käsitellyistä teemoista.

## 4.2 Empiirisen tutkimuksen vaiheet

Ruusuvuori ym. (2010, 12) ovat esittäneet alla olevan kuvion mukaisen ketjun laadullisen haastattelututkimusprosessin vaiheista. Vaikka analyysin vaiheet on kuviossa eroteltu analyytisesti toisistaan, heidän mukaansa ne limittyvät käytännössä tiiviisti toisiinsa ja tapahtuvat osittain päällekkäin.



*Kuva 1. Haastattelututkimuksen analyysin vaiheet*

*(Ruusuvuori ym. 12)*

Kiviniemen (2007, 70) mukaan laadullinen tutkimusprosessi kehittyy ja täydentyy tutkimuksen etenemisen myötä, joten tutkimus ei ole etukäteen selkeästi jäsennettävissä eri vaiheisiin. Esimerkiksi tutkimustehtävää tai aineistonkeruuta koskevat ratkaisut muotoutuvat vähitellen tutkimuksen edetessä. Tutkimuksen eri vaiheista palataan usein aiempiin kysymyksiin niitä edelleen arvioiden ja tarkentaen (Ruusuvuori ym. 2010, 12). Omalla kohdallani päätin tutkimuksen tavoitteiden ja aineistonkeruumenetelmän pääpiirteet melko aikaisessa vaiheessa yhdessä Niscayah Oy:n toimitusjohtajan, myyntijohtajan ja ratkaisupäällikön kanssa. Vasta puretun aineiston tarkastelun jälkeen löin lukkoon analyysimenetelmän ja muotoilin lopulliset tutkimuskysymykset.



Empiirisen tutkimukseni tavoitteena on ensisijaisesti selvittää, miten kuluttajat kokevat myymäläympäristössä esiintyvän häiriökäyttäytymisen sekä sen vaikutukset myymäläympäristön koettuun turvattomuuteen ja heidän omaan käyttäytymiseensä. Lisäksi tutkimukseni pyrkii selvittämään, miten kuluttajat ajattelevat häiriökäyttäytymisen ja sen aikaansaaman turvattomuuden vähentämisen keinoista. Tavoitteisiin pyritään tutkimalla, miten kuluttajat konstruivat yhdessä myymäläympäristössä esiintyvää häiriökäyttäytymistä ja asiointipaikan turvattomuutta koskevia kertomuksia. On huomioitava, että tutkimustavoitteeni viittaavat jo sellaiseen temporaalisten ja kausaalisten merkitysten etsimiseen narratiivisista konstruktioista.

#### 4.2.1 Aineistonkeruumenetelmän valinta

Käytin tiedonkeruumenetelmänä fokusryhmämetodeihin kuuluvaa ryhmäkeskustelua. Ryhmäkeskustelu on ryhmähaastattelua epämuodollisempi menetelmä, ja haastattelijan rooli on siinä mukautuvampi. Ryhmäkeskustelu tuntui alusta alkaen mielestäni hyvältä vaihtoehdolta aineistonkeruumenetelmäksi erityisesti siksi, että se mahdollistaa vapaasti etenevän ja kehittyvän keskustelun, jossa kunkin osallistujan on helppo jakaa muille omia kokemuksiaan ja näkemyksiään sekä kommentoida toistensa vastaavia. Ajatus tukee osaltaan tutkimuksen konstruoivaa ja kollektiivisen tarinankerronnan lähestymistapaa.

Ryhmäkeskustelulla viitataan järjestettyyn, yleensä puolistrukturoituun keskustelutilaisuuteen, johon on kutsuttu joukko ihmisiä keskustelemaan tietyistä aiheista fokusoidusti, mutta vapaamuotoisesti, tietyksi ajaksi (Valtonen 2005, 223). Narratiivisen tutkimusaineiston koaminen edellyttää haastatteluilta mahdollisimman alhaista strukturoituneisuuden tasoa, ja tähän olenkin pyrkinyt kannustamalla osallistujia mahdollisimman vapaaseen keskusteluun.

Fokusryhmämenetelmän vahvuuksia ovat monipuolinen laadullinen aineisto suhteellisen lyhyessä ajassa ja joustava haastattelutapa. Heikkouksia taas ovat osallistujien lausuntojen mahdollinen epäluotettavuus ryhmätilanteen vaikutuksesta sekä tulosten laadun riippuvaisuus moderaattorin taidoista ja motivaatiosta. (Parviainen 2005) Ryhmäkeskusteluihin, kuten mihin tahansa sosiaalisen kanssakäymisen tilanteeseen, tuo haastetta sosiaalinen paine; ryhmissä tarinoita käytetään muun muassa edistämään yhteenkuuluvuutta (Riessman 2008, 8). Näin ollen keskustelija saattaa jättää mainitsematta sellaisia kokemuksia ja näkemyksiä, joiden hän

luulee tai pelkää herättävän epäluuloja tai hyväksymättömyyttä kuuntelijoissa. Tämä ei kuitenkaan heikennä komposiittinarratiivien idean mukaisten yhteisesti neuvoteltujen ja hyväksytyjen merkitysten löytämistä.

Ryhmäkeskustelumethodissa on keskeistä ryhmän vetäjän eli moderaattorin tai fasilitaattorin rooli ja läsnäolo. Hänen pääasiallinen tehtävänsä on virittää otollinen ilmapiiri, ohjata keskustelua tavoitteiden mukaisesti ja ennen muuta rohkaista ja kannustaa osallistujia keskustelemaan keskenään aiheesta. (Valtonen 2005, 223) Hyvärisen ja Löyttyniemen (2005, 191) mukaan narratiivinen haastattelu korostaa tavoitteena kertomusten tuottamista; tutkija pyytää kertomuksia, antaa tilaa kertomiselle sekä esittää sellaisia kysymyksiä, joihin olettaa saavansa vastaukseksi kertomuksia. Itse olen pyrkinyt soveltamaan samaa ajatusta narratiivien kollektiiviseen rakentamiseen tähtäävään ryhmäkeskusteluun. Valtonen (2005, 223) tähdentää, että ryhmän vetäjä ei itse aktiivisesti osallistu aiheesta käytävään keskusteluun, vaan keskusteluvastuu tietoisesti siirretään osallistujien harteille. Vetämissäni keskusteluissa pysyttelinkin pääasiassa keskustelujen taka-alalla. Välillä esitin lyhyitä kommentteja tai kerroin omista kokemuksistani vahvistaakseni osallistavaa ilmapiiriä ja kannustaakseni muita jatkamaan keskustelua.

Ryhmässä kertomukset ovat tyypillisesti kestoiltaan lyhyitä, eikä niissä yleensä mennä syvälle henkilöhistoriallisiin kokemuksiin. Sen sijaan fokusryhmillä saadaan tietoa esimerkiksi ryhmämerkityksistä, merkitysten luomisen ryhmädynamiikasta ja ryhmien sisäisistä normeista (Parviainen 2005). Osallistujien tarinat pikemminkin jatkavat ja täydentävät toinen toisiaan, eli tarinat kerrotaan tavallaan yhdessä. Tarinat herättävät myös vastatarinoita ja vastapuhetta. Ryhmäkeskustelun ideaali on saada kaikki osallistujat mukaan keskusteluun, mutta tämä ei kuitenkaan aina onnistu. Ryhmästä löytyy helposti muita puheliaampia tai hiljaisempia yksilöitä. Myös hankalat aiheet ja kysymykset voivat saada aikaan hiljaisuuden hetkiä, jotka voivat jopa tuntua kiusallisilta. (Valtonen 2005, 236) Ryhmäkeskustelun vetäjän haaste on huolehtia siitä, että eri osallistujat saavat olla äänessä mahdollisimman tasapuolisesti, ja että aiheet ja kysymykset on muotoiltu niin, että niihin on helppo ja mielekästä ottaa kantaa.

Ruusuvuoren ja Tiittulan (2005, 41) mukaan kriittistä tutkimushaastattelun onnistumiselle voi olla esimerkiksi haastateltavan ja haastattelijan välisen luottamuksen rakentuminen tai haastattelijan riittävä ymmärrys haastateltavan sosiaalisesta ja kulttuurisesta taustasta. He esittivät luottamuksen syntymisen edellytykseksi sen, että haastatteliija kertoo haastateltavilleen totuu-

denmukaisesti haastattelun tarkoituksesta, pitää saamiaan tietoja luottamuksellisina ja varjelee haastateltavien anonymiteettia. Samoja kriteereitä voidaan periaatteessa soveltaa ryhmäkeskusteluiden onnistumisen määrittelyyn, joskin niissä tutkijan on vaikeampi kontrolloida keskusteluissa käytyjen asioiden salassapitoa. Ohjaamieni ryhmäkeskusteluiden osallistujille kerroin tutkimukseni taustoista ja ValueSse-hankkeesta sekä keskustelukutsun että itse tilaisuuksien yhteydessä. Keskusteluaineisto on käsitelty täysin luottamuksellisesti, ja osallistujien henkilötiedot pidetään tutkimuksen puolesta salassa. En kuitenkaan katsonut keskusteluaiheita niin arkaluontoisiksi, että olisi ollut perusteltua pyytää osallistujilta virallista vaitiololupausta keskusteluiden sisällöstä.

#### 4.2.2 Osallistujien hankkiminen

Yleisesti vaalittu käsitys on, että fokusryhmän jäsenten tulisi jossain mielessä edustaa ”samaa”, jotta heillä olisi jonkinlainen yhteinen pohja ja myös intressi keskustella tarkasteltavista teemoista toistensa kanssa. Käytännössä samanlaisuus määritetään suhteessa keskustelun aiheeseen ja/tai sosioekonomisiin taustoihin. (Valtonen 2005, 229) Määrittelin aluksi ryhmäkeskusteluille karkeasti kolme erilaista osallistujajoukkoa, jotka ovat demografisilta ominaisuuksiltaan seuraavat:

- Joukko 1: noin 20–30-vuotiaat perheettömät (ei omia lapsia).
- Joukko 2: noin 30–50-vuotiaat perheelliset (asuu vähintään yhden alaikäisen lapsen kanssa).
- Joukko 3: noin 50–70-vuotiaat (ei lapsia tai lapset täysi-ikäisiä).

Valitut joukot perustelen kaupan alan toimijoiden intresseillä. Valittujen ikäryhmien kulutus ja ostovoima on suhteellisen korkea, minkä lisäksi niillä on valta tehdä itsenäisiä ostopäätöksiä. Halusin eritellä osallistujat kolmeen eri ryhmään siksi, että osallistujien keskinäisten ikään ja perhetilanteeseen perustuvien erojen seurauksena heillä saattaa olla eroja myös asenteissa ja kuluttajatarpeissa. Tarkoitukseni oli ensin hankkia ryhmäkeskusteluiden osallistujat Kuluttajatutkimuskeskuksen ylläpitämän Kuluttajapaneelin (Kuluttajatutkimuskeskus 2011) kautta. Tarkemman selvityksen myötä paneelin käyttämiseen todettiin liittyvän isoja aikatau-

lu- ja budjettirajoitteita, joten päädyin lopulta hankkimaan osallistujat Niscayah:n työntekijöiden joukosta sekä omasta tuttavapiiristäni.

Koska omaan tuttavapiiriini kuuluu paljon 1. joukkoon ja jonkin verran 2. joukkoon kuuluvia henkilöitä, päätin lähestyä heitä epämuodollisesti yksityisellä Facebook-viestillä. Lähetin kutsuviestejä jaksoittain yhteensä 35 henkilölle, joiden koin olevan mielipiderikkaita ja luontevia keskustelijoita. Heistä kymmenen (kaikki joukkoon 1 luokiteltavia) lopulta osallistui keskustelutilaisuuteen. Joukkoihin 2 ja 3 hain osallistujia Niscayah:n sen hetken työntekijöistä lähestymällä heitä henkilökohtaisesti sähköpostiviestillä. Lähetin viestin yhteensä 134 henkilölle, joiden nimet olivat minulle toimitetussa listassa. Heistä lopulta 11 henkeä (joukossa usean tiimin edustajia) pääsi mukaan johonkin järjestetyistä keskustelutilaisuuksista. Lisäksi sain mukaan keskusteluihin kolme entistä kollegaani Aalto-yliopistolta. Kaiken kaikkiaan ryhmäkeskustelijoita saatiin siis kerättyä yhteensä 24.

#### 4.2.3 Ryhmäkeskusteluiden toteuttaminen

Kaikki kuusi ryhmäkeskustelutilaisuutta toteutettiin vuoden 2011 toukokuun ja kesäkuun aikana pääasiassa joko Niscayah:n toimistolla tai omassa kodissani. Lisäksi yksi tilaisuus pidettiin entisessä työpaikassani eräässä Aalto-yliopiston palveluyksikössä. Jokaisessa ryhmäkeskustelutilaisuudessa oli eri keskustelijat, ja yhteen tilaisuuteen kutsuttiin pääasiassa samaan joukkoon kuuluvia henkilöitä. Kussakin tilaisuudessa oli tutkijan lisäksi 3–5 keskustelijaa. Kaikki keskustelut äänitettiin.

Saadakseni kuulla kuluttajien kertomuksia häiriökäyttäytymisestä ja sen seurausten ymmärtämisestä esitin keskustelutilaisuuksissa jokseenkin joustavassa muodossa ja järjestyksessä seuraavanlaisia kysymyksiä ja pyyntöjä:

- Mikä voi saada sinut tuntemaan itsesi uhatuksi myymäläympäristössä?
- Mitä on mielestäsi myymäläympäristössä tapahtuva häiriökäyttäytyminen?
- Kerro omista tai kuulemistasi häiriökäyttäytymiseen liittyvistä kokemuksista.
- Miten häiriökäyttäytymisen esiintyminen jossain paikassa vaikuttaa sinuun?
- Miten myymäläympäristössä kokemaasi turvallisuuden tunnetta voitaisiin parantaa?

Suurimmassa osassa tilaisuuksista keskustelun vilkkaus yllätti positiivisesti, vaikka häiriökäyttäytymiseen liittyvien kokemusten ja näkemysten runsaus vaihtelikin suuresti keskustelijoiden välillä. Kussakin ryhmässä suuri osa keskustelijoista tunsu tai ainakin tiesi toisensa etukäteen, mikä edesauttoi keskustelujen lennokkuutta, minimoi taukojen kiusallisuuden ja selkeästi lisäsi keskustelujen lomassa esiintyvää huumoria. Usein keskustelijat vahvistelivat toistensa kommentteja, mikä edesauttoi tutkimuksen analysointivaiheessa löytämään yleisiä diskursseja, mutta myös omia eriäviä näkemyksiä esitettiin rohkeasti.

#### 4.2.4 Aineiston analysointi

Ryhmäkeskustelujen tuloksena syntyi äänitettyä keskustelua yhteensä lähes yhdeksän tunnin verran. Yksittäisen keskustelun kesto liikkui 70–120 minuutin välillä. Kaikki keskustelut litte-roitiin sanatarkkuudella lukuun ottamatta keskustelukontekstiin nähden täysin irrelevantteja kohtia. Näin sain käyttööni mahdollisimman monipuolisen aineiston, ja se myös mahdollisti helpon palaamisen koko haastatteluaineistoon tarvittaessa. Analysoitavaa tekstimateriaalia syntyi lopulta yhteensä 189 sivun verran. Sen lisäksi että kerätty aineisto oli laaja, siitä löytyi useita paljon toistuvia teemoja, joten kuusi ryhmäkeskustelutilaisuutta tuntui riittävältä tutkimukselleni.

Narratiivisen analyysin yhteydessä on pidettävä mielessä perusajatus, että tutkija ei löydä narratiiveja vaan osallistuu itse niiden muodostamiseen (Riessman 2008, 21). Aloitin analyysiprosessin lukemalla aineiston läpi useita kertoja kyetäkseen hahmottamaan selkeästi esille nousevia aiheita ja teemoja. Etsin ja luokittelin keskusteluista yksittäisiä lauseita tai kertomusten pätkiä, jotka kuvastavat erilaisia tapoja, joilla ihmiset puhuvat häiriökäyttäytymisestä, häiriköijistä, häiriökäyttäytymisen seurauksista, myymäläympäristön turvattomuudesta sekä muista aiheisiin liittyvistä tekijöistä. Kirjasin ensin erikseen kunkin keskustelun yleisimpiä teemoja tai näkemyksiä sekä niitä tukevia lainauksia. Seuraavassa vaiheessa yhdistelin eri keskusteluissa esille nousseita teemoja keskenään ja pudotin pois sellaisia aihealueita tai näkökulmia, jotka olivat saaneet tukea vain harvoissa tai yksittäisissä tapauksissa. Tämän jälkeen järjestin aineiston viideksi toisiaan täydentäväksi eri teemoja käsitteleväksi osioksi, joita lähdin muodostamaan narratiiveiksi, ja yhdistin kirjallisuuskatsauksestani teoriaa analyysin

tueksi. Lopuksi pyrin vielä tunnistamaan kerrontatapojen perusteella erilaisia kuluttajatyyppejä ja merkityksiä, joita ne antavat häiriökäyttäytymiselle ja turvattomuudelle.

En tunnistanut merkittäviä sisällöllisiä eroja eri joukkojen käymien keskustelujen välillä. Kuten olin odottanutkin, alaikäisten lasten huoltajat nostivat muita enemmän esille lasten suojelemiseen liittyviä ajatuksia. Vastaavasti perheettömillä keskustelijoilla oli suurempi taipumus puhua myymälöissä olevista pienistä lapsista yhtenä mahdollisena häiriötekijänä. Ennalta odotettujen teemojen lisäksi joihinkin teemoihin, kuten epäystävällisesti käyttäytyvien asiakkaiden häiritsevyyteen, kiinnitettiin yleisesti yllättävän paljon huomiota. Niscayah:n työntekijöistä koostuneissa keskusteluryhmissä pohdittiin muita ryhmiä useammin häiriökäyttäytymisen aiheuttamiin haasteisiin vastaamista turvallisuusjärjestelyiden näkökulmasta. Suhteutin käsiteltäviä aiheita siten, että tutkielman analyysiosiossa korostetaan nimenomaan tavanomaisen asiakkaan näkökulmaa.

Tutkielman analyysiosiossa viitataan lainausten yhteydessä K:lla ja sen jälkeisellä järjestysnumerolla keskusteluun, josta lainaus on poimittu. Tämän tavoitteena on havainnollistaa, miten erilaisia aiheita ja näkemyksiä tuotiin esille eri keskustelutilaisuuksissa. Keskustelutilaisuuksien perustiedot ovat seuraavat:

- K1: Joukko 1, 28.5.2011
- K2: Joukko 3, 6.6.2011
- K3: Joukko 2, 8.6.2011
- K4: Joukko 1, 9.6.2011
- K5: Sekajoukko, 20.6.2011
- K6: Joukko 2, 21.6.2011

### 4.3 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Konstruktivisessa tutkimuksessa tutkijan tekemiä tulkintoja pidetään yhtenä mahdollisena tapana muiden joukossa tulkita ja ymmärtää tarkasteltavaa ilmiötä. Siksi ajatus tutkimustulosten objektiivisuudesta ja arvoriippumattomuudesta on kerta kaikkiaan mahdoton. Laadullisessa tutkimuksessa tarkkojen instrumenttien sijaan korostuvat analyysin systemaattisuuden ja tulkinnan luotettavuuden kriteerit (Ruusuvuori ym. 2010, 27). Tutkimuksen reliabiliteetin kannalta on tärkeää, että tutkija kuvailee rehellisesti ja avoimesti tutkimustyön ja johtopäätösten saavuttamisen prosessia. Menettelytapojen läpinäkyvyyden ajatellaan lisäävän tutkimuksen uskottavuutta ja luotettavuutta. (Moisander & Valtonen 2006) Olen pyrkinyt lisäämään tutkimukseni reliabiliteettia kuvailemalla edellisissä alaluvuissa avoimesti aineiston keräämisen ja analysoinnin prosessia sekä perustelemalla mahdollisimman hyvin metodologisia valintojani. Lisäksi pyrin analyysiosiossa olemaan riittävän kriittinen omia tulkintojani kohtaan.

Validiteetti viittaa yleisesti tutkijan tekemien esitysten ja yleistysten totuudellisuuteen tai tarkkuuteen. Perinteinen vaatimus tutkimustulosten yleistettävyydestä eli ulkoisen validiteetin kriteeri on ylipäättään ongelmallinen laadullisen tutkimuksen kontekstissa, jossa otannat ovat yleensä hyvin pieniä ja siksi tilastollisesti epäpäteviä. (Moisander & Valtonen 2006) Polkinghorne (2007) onkin jakanut tiedeyhteisöt perinteiseen ja reformistiseen tutkimusyhteisöön, jotka hyödyntävät keskenään erilaisia aineistotyyppisiä ja analyttisiä prosesseja, minkä vuoksi niillä on myös hyvin erilaiset validiteettiperusteet. Hän luokittelee narratiivisen tutkimuksen reformistisen yhteisön alle ja toteaa sen validiteettihaasteiden liittyvän kahteen alueeseen: ihmisten kokemuksellisten merkitysten ja näitä merkityksiä käsittelevien tarinoiden välisiin eroihin sekä kerronnallisten tekstien ja näiden tekstien tulkinnan välisiin yhteyksiin. Hänen mukaansa keskeistä narratiivisen tutkimuksen validisoinnissa on lukijat vakuuttava argumentointi. Lukijat on vakuutettava siitä, että väitteiden takana oleva tuki on riittävän vahva, jotta väitteet voisivat palvella ihmiselämän ymmärtämisen ja siinä toimimisen perusteina.

Tutkimuksen validiuden yhteydessä puhutaan myös tulosten siirrettävyydestä (*transferability*), joka viittaa mahdollisuuteen siirtää ja soveltaa tutkimustuloksia muihin konteksteihin tai tilanteisiin. Siirrettävyys ei välttämättä vaadi laajoja teoreettisia väittämiä, mutta kannustaa lukijoita ja arvioijia yhdistelemään tutkimuksen elementtejä heidän omiin näkemyksiinsä ja kokemuksiinsa. (Moisander & Valtonen 2006) Tutkimukseni asetelmia tai tuloksia ei ole sellaisenaan tarkoitus siirtää sovellettaviksi muihin konteksteihin, ovathan narratiivit lähtökoh-

taisesti kertojakohtaisia, ja niin kertojat kuin heidän kuvailemansa ilmiöt ovat jatkuvasti muuttuvia. Sen sijaan analyysissa tuotetut narratiivit tarjoavat yhden tavan ymmärtää, miten kuluttajat kokevat julkisella paikalla tapahtuvan häiriökäyttäytymisen ja asiointipaikkoihin liittyvän turvattomuuden tunteen.

Riessman (2008) on määritellyt neljä erilaisille narratiivitutkimuksille relevanttia validiuden askelta: 1) historiallisen vastaavuuden; 2) koherenssin, suostuttelevuuden ja esittämisen; 3) pragmaattisen käytön (sovellettavuus tulevien tutkimusten pohjaksi); sekä 4) poliittisen ja eettisen käytön (sosiaalisen muutoksen edistäminen). Hänen mainitsemistaan askeleista 2. kohta on ensisijaisesti tavoiteltava oman tutkimukseni kannalta; pyrin tuottamaan selkeitä, mielenkiintoisia ja puhuttelevia tulkintoja ja johtopäätöksiä. Askeleet 3 ja 4 ovat työni kohdalla ihanteellisia ja toivottavia; olisi hienoa, jos näkökulmani ja tutkimustulokseni sekä vakuuttaisi päättäjät panostamaan myymäläasiakkaiden turvallisuuden tunteen lisäämiseen että inspiroisi tutkijoita syventymään kuluttajien koettuun turvallisuuteen vaikuttaviin tekijöihin jatkossa. 1. askel sen sijaan on tutkimusaiheeni kannalta epärelevantti, sillä tarkoitukseni ei ole sitoa tutkimusanalyysia tarkasti rajattuun ajalliseen tai tapahtumalliseen kontekstiin.



## 5 EMPIIRISEN AINEISTON ANALYYSI

Tässä osiossa analysoin kuluttajien kertomuksista muodostettuja komposiittinarratiiveja sekä erittelen heidän tapojaan narratoida tarkasteltavista ilmiöistä.

Löysin keskusteluista viisi laajempaa merkityksiltään ja pyrkimyksiltään eroteltavissa olevaa juonellista kokonaisuutta, jotka ovat lisäksi jaoteltavissa pienempiin ja yksityiskohtaisempiin ryhmänarratiiveihin. Ensin esittelen muodostetut komposiittinarratiivit sekä erittelen ja tulkit- sen niiden sisältöjä ja merkityksiä. Kuluttajien tavoista puhua häiriökäyttäytymisen ja myy- mäläympäristön turvattomuuden kokemisesta tunnistettiin kolme erilaista kuluttajatyyppeä: itsevarma, ymmärtävä ja varovainen. Näitä tyyppejä käsitellään komposiittinarratiivien esitte- lyn jälkeen.

Luvun lopuksi esittelen analyysini pohjalta mallin, joka kokoaa esittelemäni komposiittinarra- tiivit yhdeksi ylätasoon narratiiviksi. Muodostettu metanarratiivi on oma tulkintani kuluttajien näkökulmasta kerrotusta tarinasta. Se paitsi käsittelee häiriökäyttäytymisen ja turvattomuuden kokemista myymäläympäristössä, myös tuo näkökulmaa kertojan eli suomalaisen kuluttajan identiteettien ja tarkasteltavien ilmiöiden välisiin suhteisiin.

### 5.1 Kuluttajanarratiiveja häiriökäyttäytymisen ja turvattomuuden tunteen kokemi- sesta myymäläympäristössä

Tässä luvussa esittelen muodostetut komposiittinarratiivit sekä ryhmänarratiivit, joihin ne nojautuvat. Tarkoitukseni on tehdä tulkintoja kertojien tarinoinnillaan välittämistä merkityk- sistä. Komposiittinarratiivit on otsikkotasolla nimetty seuraavasti:

- 1) ”Suomalainen kuluttaja arvostaa rauhallista ja häiriötöntä asiointia”
- 2) ”Häiriökäyttäytyminen on asiointia häiritsevää tai turvallisuuden tunnetta uhkaavaa käytöstä”
- 3) ”Asiointipaikkoihin liitetyt kielteiset mielikuvat ruokkivat turvattomuutta”
- 4) ”Häiriökäyttäytyjiä ja turvattomiksi koettuja asiointipaikkoja vältellään”

5) ”Myymäläympäristön hallinta vähentää häiriökäyttäytymistä ja asiointipaikan koettua turvattomuutta”

### 5.1.1 ”Suomalainen kuluttaja arvostaa rauhallista ja häiriötöntä asiointia”

Keskustelijoiden mukaan häiriötilanteet ovat suhteellisen harvinaisia suomalaisessa myymäläympäristössä. Turvallisuudesta ja häiriökäyttäytymisestä puhuttaessa Suomea kuvailtiin paikkana, jossa on turvallista asioida ja ylipäätään asua. Hernándezin ym. (2007) mukaan ihmisen paikka-identiteetti voidaan ymmärtää oman henkilökohtaisen identiteetin komponenttina, joka kehittyy tietyille alueille tyypillisten elementtien ja vuorovaikutusten luonteen mukaisesti. Kysymys ”keitä me olemme?” liittyy usein läheisesti kysymykseen ”missä me olemme?” (Dixon & Durrheim 2000). Puhumalla elinympäristöllensä ja kulttuurillensa ominaisesta rauhanomaisuudesta kertojat rakensivat itselleen identiteetin suomalaisena kuluttajana, joka arvostaa rauhallista ja häiriötöntä asiointimahdollisuutta ja luottaa asiointiympäristönsä turvallisuuteen. Samaan aikaan turvallisuuden ja häiriöttömyyden annettiin ymmärtää olevan miellyttävän ja jopa hyväksyttävän asioinnin edellytyksiä. Voidaan siis olettaa, että myös pienet ja vaarattomat poikkeustekijät saatetaan kokea häiritsevinä.

#### 5.1.1.1 ”Suomi on suhteellisen turvallinen ympäristö”

Monet keskustelijat antoivat ymmärtää kokevansa itsensä pelottomana ja perustelivat sen sillä, että heillä ei ole aihetta pelätä Suomessa; ”(...) suomalaiset on niin luottavaisia tähän omaan maahansa (...)” (K3). Vaikka itsevarmuuden ja pelkokynnyksen tason voidaan ajatella riippuvan jokseenkin esimerkiksi henkilön persoonallisuudesta ja iästä, niihin vaikuttaa varmasti myös ympäristön ja paikallisen kielen ja kulttuurin tuttuus. Tällöin voidaan puhua paikkaa kohtaan osoitetusta kiintymyksestä (*place attachment*) eli tunnesiteestä, jonka ihmiset luovat tiettyihin miljöihin, joissa heillä on tapana viipyä ja joissa he tuntevat olonsa miellyttäväksi ja turvalliseksi. Kiintymys kumpuaa muun muassa liikkuvuuden lisääntymisestä, oleskelun pitkäkestoisuudesta, merkitysten jakamisesta ja sosiaalisesta yhteenkuuluvuudesta. (Hernández ym. 2007) Keskusteluissa erilaiset suomalaisessa ympäristössä turvallisuutta uhkaavat tapaukset kuitattiin usein sillä, että ne ovat hyvin harvinaisia ja vielä harvemmin sattuvat omalle kohdalle.

*”Kylhän Suomi on oikeesti aika turvallinen paikka mun mielest, ei tääl tarvii niin ku pelätä.” (K1)*

*”(...) vaikka sitä kuulee et tuol tapahtuu, niin et harvemmin sitä kuitenkaan uskoo, et itelleen mitään tapahtuu.” (K3)*

*”(...) pahemmin mitään semmosii niin ku aidosti uhkaavia tilanteita kovin usein oo, et ei tääl oo sellast, et joku tulee niin ku puukon kanssa ryöstämään kassaa ja heilumaan muuten vaan... niin ku tosi vähänhän niitä on.” (K4)*

*”(...) kylhän loppujen lopuks me edelleenkin (...) lintukodos eletään.” (K3)*

Kuten Suomessa yleisesti, myös suomalaisessa myymäläympäristössä koettiin olevan yleensä rauhallista, ja häiriötilanteiden kerrottiin olevan harvinaisia kaupoissa. Vaikka keskustelijat totesivatkin Myyrmannin ja Sellon kauppakeskuksissa tapahtuneiden pommi- ja ampumista-pausten herättäneen paljon ajatuksia, niihin suhtauduttiin poikkeuksellisina yksittäistapauksina, joita ei voi ennakoida; *”Mä ainakin järkeistän jotenkin sen näin, että se on semmonen tilanne, et mä en pystyis siihen itse millään tavalla vaikuttamaan. Se voi tapahtua ihan missä tahansa (...)*” (K5). Eräs keskustelija jopa kritisoi suomalaisten luottavaisuutta samalla vahvistaen käsitystä uhkatilanteiden harvinaisuudesta seuraavasti: *”(...) tää voi kuulostaa tosi karskilta, mutta mun mielest on hyvä, et välil Suomeskin jotain tapahtuu, koska muuten se koko maailman todellisuuden taju (...) hämärtyy aivan tyystin” (K3).*

Suomen turvallisuutta perusteltiin usein vertaamalla sitä omiin kokemuksiin tai muilta kuul-tuihin tarinoihin, jotka sijoittuvat ulkomaille. Myös tässä kohtaa voidaan kertojien ilmaisemaa turvallisuuden tunnetta Suomessa perustella paikkaa kohtaan osoitetulla kiintymyksellä (Hernández ym. 2007). Vaikuttaa siltä, että häiriötilanteiden ja turvallisuusuhkien suhteen kuluttajat ajattelevat Suomen tulevan kaukana perässä ”suuren maailman menoon” nähden, mikä koetaan toki positiivisena asiana. Monen ikävän ilmiön ajatellaan ”rantautuvan” Suomeen muualta, oli kyseessä esimerkiksi taskuvarkauksien tai väkivaltaisten ryöstöjen lisääntyminen.

*”(...) aika vähän sellast huutelua tai mitään semmost. Tuol ulkomailta on enemmän sen tyylistä meininkiä, mut ei mun mielest Suomes kauheesti. Aika rauhas sitä saa kulkee.” (K1)*

*”(...) mua ei oo koskaan Suomessa ryöstetty. Mut on ulkomailla ryöstetty kaks kertaa.”*  
(K2)

*”Mut on tääl silleen suht kesyy kuitenkin Suomessa (...) verrattuna vaikka Sao Paoloon (...) kyl siel on vähän eri fiilis, (...) siel on vartijat, joil konekiväärit sitten roikkuu kaulassa siinä oven ulkopuolella.”* (K5)

*”(...) siis tyyliin jossain Afrikan maassa, (...) siis tuttu opiskeli siellä, niin et kouluun saatettiin ihan siis silleen, et sul oli kaks aseistettua vartijaa.”* (K4)

Suomen kokemista turvalliseksi suhteessa ulkomaihin voidaan selittää esimerkiksi sillä, että urbaani rikollisuus ja viime aikoina paljon esillä ollut kansallinen ja kansainvälinen terrorismi ymmärretään vakavampina ilmiöinä suomalaisia kaupunkeja suuremmissa, kulttuurisesti monimuotoisemmissa sekä poliittisesti ja taloudellisesti epävakaimmissa asutuskeskuksissa. Voisi arvella, että lähes päivittäiset uutiset muualla maailmassa tapahtuneista massamurhaiskuista ja muista katastrofeista saavat Suomessa sattuneet tapaukset kuulostamaan vaatimattomilta.

### 5.1.1.2 ”Suomalaisena minua ohjaavat kulttuurilleni tyypilliset arvot ja odotukset”

Kerbyn (1991, 58) mukaan tämän hetken arviomme ja käsityksemme perustuvat kulttuuriseen taustaamme; meidän on sanottu olevan perinteidemme ylläpitäjiä, joiden alustavia moraalisia näkemyksiä ohjaavat perityt traditiot. Keskustelijat puhuivatkin monesti siitä, kuinka suomalaisille on luonteenomaista häiriintyä suhteellisen helposti: *”(...) se on myös kulttuurijuttu, että haluaa olla tavallaan rauhassa. Et kaikki mikä niin ku sitä omaa menoa häiritsee, niin alkaa ottaa päähän”* (K1). Kuvaillemalla suomalaisen kulttuurin arvoja puhujat antoivat ymmärtää, että he suomalaisina kuluttajina suhtautuvat yleisesti kielteisesti siihen, että he joutuisivat rutiininomaiseksi koetussa tapahtumassa odottamatta uhraamaan ylimääräistä huomiota ei-tärkeäksi tai kiusalliseksi koettuun asiaan.

*”No on tää vähän tällanen suomalainen näkemys, kylhän tavallaan kaikki semmonen, missä joku henkilö (...) vie liikaa huomiota (...).”* (K1)

*”(...) tänä päivänä kännykkään puhuminen, niin kun sekin saattaa (...) varsinkin ruokapuolella (...) kääntää kattomaan et ”hetkinen, vois niin kun mennä sitten hoitamaan sen vaikka sinne kaupan ulkopuolelle.” Ainakin näin, et emmä henkilökohtasesti ite ha-*

*luu niin ku kuulla, et jos jollakin menee huonosti tai on tullut vaimon tai miehen kanssa riitaa (...).” (K6)*

*”(...) bussissa niin kaikki on tosi ärsyyntyneitä, jos esimerkiksi on joku ulkomaalainen, joka puhuu kovalla äänellä puhelimeen.” (K1)*

Ärsyyntymisen aiheeksi voi riittää myös se, että tuntematon ihminen yrittää hakea kontaktia: *”(...) jotkut ei niin ku tykkää et vierait juttelee, jos vaikka niin ku hyvätahtoisestikin. (...) Jotkut niin ku säpsähtää, jos sä kysyt jotakin (...).” (K6).* Erityisesti myymälässä ollessaan suomalaisten kuluttajien annetaan ymmärtää toivovan ja odottavan mahdollisuutta häiriöttömään asiointiin;

*” (...) kyl sun pitäis saada olla jotenkin niin ku rauhassa siellä kaupassa (...) se on niin semmonen... tavallaan semmonen yksityinen tila, et siel on... niin ku kaikki vähä keskittyy siihen omaan juttuunsa.” (K4)*

*”Siellä mennään vaan ja katellaan näitä, ei puhuta toisille mitään.” (K2)*

*”(...) se on niin ku tosi häiritsevää, jos tavallaan joku silleen (...) estää mua tekemästä (...) rutiinia (...) jollain semmosel tavallaan poikkeaval tavalla.” (K4)*

On selkeää, että suomalaisella kuluttajalla on ympäristön rauhallisuuteen ja turvallisuuteen liittyviä odotuksia sekä myymäläasioinnin sujuvuutta koskevia periaatteita. Voidaan lähtökohtaisesti päätellä, että ulkopuolisten ihmisten käyttäytyminen, jonka koetaan vaikeuttavan tai estävän kuluttajien omien odotusten tai asiointitavoitteiden toteutumista, nähdään häiritsevänä tekijänä.

### **5.1.2 ”Häiriökäyttäytyminen on asiointia häiritsevää tai turvallisuuden tunnetta uhkaavaa käytöstä”**

Häiriökäyttäytymisen eri muodoista puhuttaessa niihin liitettiin lähes poikkeuksetta nimettyjä ihmisryhmiä, joilla ajatellaan olevan tavanomaista suurempi taipumus kyseessä olevaan käyttäytymismalliin. Koska narratiivinen diskurssi yhdistetään usein toimintaan tai tekemiseen (Coste 1989, 42), siihen on luontevaa sisällyttää toimintaa suorittavia henkilöitä. Häiriökäyttäytymisen ilmenemistä käsittelevien tarinoiden juonista on siis tunnistettavissa aktiivinen toimija ja hänen toimintansa sekä sen seuraukset.

Kertominen on aina toimijoiden ja tekojen arviointia (Hyvärinen 2006). Arviointia on aina hyvä peilata kertojan omiin kulttuurillisiin arvoihin – ovathan käsitykset ja asenteet pitkälti kulttuurisidonnaisia tai ainakin kulttuurivaikutteisia. Ryhmäkeskusteluissa ilmenneet tavat puhua häiriökäyttäytymisestä voidaan jakaa kahteen erilaiseen ja osittain päällekkäiseen diskurssiin: häiritsevään ja toisaalta uhkaavaan käyttäytymiseen. Yhteistä kummallekin puheta-  
valle lienee se, että niissä häiriökäyttäytymisen koetaan yleisesti aiheuttavan levotonta ja epämiellyttävää ilmapiiriä. Häiritsevän käyttäytymisen katsottiin olevan ensisijaisesti ääne-  
kstä tai muulla tavoin negatiivista huomiota herättävää käytöstä. Häiritsevä käyttäytyminen alettiin nähdä omaa tai muiden lähellä olevien ihmisten turvallisuutta uhkaavana, jos sen koet-  
tiin muuttuneen tavanomaista arveluttavammaksi tai aggressiivisemmaksi. Häiriökäyttäytymi-  
sen koettiin siis usein olevan verbaalisen tai fyysisen aggression (Viemerö 2006) purkamista, joskin ensin mainittu vaikuttaa olevan jälkimmäistä selkeästi tavanomaisempi ilmiö myymä-  
lämpäristössä.

#### 5.1.2.1 ”Häiriökäyttäytyminen on asiointiani häiritsevää ja hermojani koettelevaa käytös- tä”

Kovaäänistä ilmaisua pidettiin häiritsevän käyttäytymisen ensisijaisena tunnusmerkkinä. Tä-  
mä on helposti ymmärrettävissä sikäli, kun kuluttajien todettiin tarvitsevan kaupoissa omaa  
tilaa ja mahdollisuutta keskittyä rauhassa asiointiinsa. Metelöinti voitiin kokea jo sellaisenaan  
häiritseväksi, vaikka tilanteeseen ei välttämättä liittyisikään ihmisten välisiä konflikteja. Eräs  
keskustelija totesikin osuvasti: ”Yleensä kova ääni kiinnittää huomiota ensimmäiseksi. (...) Se  
ku huutaa niin kyl mä sen huomaan” (K1). Esimerkkeinä esitettiin monenlaisia tilanteita ih-  
misten keskinäisestä riitelystä ilakointiin, asiakaspalvelijoille valittamiseen ja sivullisten pilk-  
kaamiseen.

*”(...) huutelee menemään, tai niin ku just kaiken maailman (...) iso elehtiminen tai joku  
mökääminen (...).” (K4)*

*”(...) Teinit saattaa häiritä mun kaupassa käyntiä. V\*\*uttaa ku ne pitää hirveet elämää  
siellä.” (K1)*

*”Jos siellä kaupassa on humalaisia (...) äänekkäästi käyttäytyviä, niin kyl se luo sem-  
mosta ikävää ilmapiiriä siellä.” (K2)*

Kuten edellisistä lainauksista voi päätellä, erityisesti teiniporukoilla ja humaltuneilla ajateltiin olevan taipumus pitää mielenrauhaa häiritsevää ”älämölöä”. Myös pienten lasten huuto myymälöissä ja ostoskeskuksissa nostettiin monesti esille hermoja koettelevana tekijänä: *”(...) heti kun tulee liukuportaista, niin ”eeeehhh!”*, *kun joka paikassa kuuluu kauhea huuto. Sit mä oon et mä en kestä tätä, mä haluan pois”* (K1). Lapsen huudon ajateltiin stressaavan myös lapsen vanhempia, mikä voi tehdä tilanteesta entistä kaoottisemman: *”(...) ne alkaa huutaa ”mä haluan tota!”*, *ja äiti huutaa kilpaa, ja sit isä rupee huutaa siinä kilpaa (...)*” (K2). Lasten huomiota herättävään käyttäytymiseen osattiin kuitenkin suhtautua jokseenkin ymmärtäväisesti, eikä pieniä lapsia lähdetty osoittelemaan sormella huonosta käytöksestä. Tämä voidaan selittää sillä, että pienten lasten käyttäytymisen odotetaan olevan tavanomaista vähemmän kontrolloitua heidän sosiaalisen kypsyytensä ollessa vasta kehitysvaiheessa, jolloin levottoman käyttäytymisen kurissa pitämisen ymmärrettiin voivan olla haastavaa myös huoltajille.

Sen sijaan aikuisille ei annettu yhtä helposti anteeksi yleisesti hyväksyttävien käyttäytymistapojen laiminlyöntiä. *”Huonosti käyttäytyvät ihmiset on yleensä just se suurin ongelma”* (K4). Tällä viitattiin esimerkiksi hankaliin asiakkaisiin, jotka ollessaan tyytymättömiä saamaansa palveluun tai myymälän menettelyihin *”lähtevät heti riitaisalla asenteella liikenteeseen”* (K5) ja nostavat tarkoituksella isomman metelin kuin mitä tilanne vaatisi. Vaikka asiakkaan tuohtumuksen ymmärrettiin joskus olevan aiheellista, lähtökohtana esitettiin kuitenkin ajatus, että aikuisen ihmisen pitäisi osata käyttäytyä aiheellisesti julkisella paikalla. On tärkeää muistaa käyttäytymisen sosiaalisen hyväksyttävyyden olevan kulttuurisidonnaista: käyttäytyminen, joka yhden kulttuurin piirissä on hyväksyttävää, saattaa olla kiellettyä tai ainakin paheksuttavaa toisessa ympäristössä (Viemerö 2006).

*”(...) esimerkiks vaatekaupoissa tai muis, mis on asiakkaita, jotka sit ovat eri mieltä myyjän kanssa ja jäävät siitä sitten kinaamaan ja väentämään (...).”* (K4)

*”(...) kassalla jos tapahtuu joku tämmönen (...) hässäkkä (...) jono rupee kasvaa, (...) sit siel jonos on siel vähän kauempana jotain ihme tyyppjä, jotka rupee huutelee (...). Ja sit se niin ku rupee rasittaa kaikkii muita, ketä on siinä jonossa.”* (K5)

*”(...) silleen vaikka odotat sitä omaa vuoroas, sitte toinen niin ku pistää h\*\*vetinmoisen mekkalan pystyyn, (...) saattaa olla niin ku et mä jätän ne ostokset sii-*

*hen alle, (...) haen muualta. Ku ei vaan jaksa kuunnella, itekkin ehkä väsynyt työpäivän jälkeen.” (K5)*

Henkilökunnan tai toisten asiakkaiden kanssa riitelyn lisäksi huonoksi käytökseksi myymäläympäristössä koettiin ajattelematon ja välinpitämätön käyttäytyminen, kuten sellainen toiminta, että *”(...) menee röyhkeesti suoraan siihen jonon kärkeen” (K3)* tai *”tulee sieltä se kyy-närpää edellä näin ostoskärryjen kanssa (...)” (K4)*. Vaikka huonoa käyttäytymistä ei voidaakaan perustellusti yhdistää mihinkään tiettyihin ihmisryhmiin, suhteellisen iäkkäät naiset ja venäläiset asiakkaat mainittiin usein näissä esimerkeissä. Venäläisten erilainen asiakaskäyttäytyminen voitaneen selittää sillä, että he ovat tottuneet kotimaassaan erilaiseen asiointi- ja palvelukulttuuriin. Se eroaa merkittävästi suomalaisille kuluttajille tutusta kulttuurista, jossa ihmisten kuuluu puhutella toisiaan ystävällisesti ja odottaa kärsivällisesti omaa vuoroaan. Keskusteluista esille noussut ikään perustuva vastakkainasettelu sen sijaan saattoi olla niinkin yleistä sen takia, että suuri osa keskusteluihin osallistuneista oli suhteellisen nuoria. Kommentteista voisi pintapuolisesti ymmärtää sen, että nuoremmat näkevät vanhusten vetoavan oletettuihin iän suomiin etuoikeuksiin:

*”(...) ne saattaa oikeesti niin ku käydä huutamaan muille asiakkaille, että kun hän on näin vanha, hänen pitää päästä ohitte (...).” (K5)*

*”(...) vaikka ite kävelee ihan niin ku rauhassa ja kättelee ympärilleen, ja joku tulee suunnilleen melkein päin ja rupee siitä niin ku valittamaan että mene sinä nuori siitä pois tieltä.” (K4)*

Tuotteiden varastaminen kaupasta käsitettiin häiriökäyttäytymiseksi silloin, kun se on silmiinpistävä. Näpistelyn jatkumista turvallisuusresurssien puutteen vuoksi pidettiin ikävänä: *”(...) on se kyl kauheen väärin, että me joudutaan kuitenkin veronmaksajat maksamaan näitten varastelemiset (...).” (K6)*, ja sen todistamista pidettiin epämiellyttävänä. Puheiden mukaan näpistelyyn syyllistyy monenlaisia ihmisryhmiä, joista erityisesti Suomen romanit mainittiin hyvin monessa aiheeseen liittyvässä kertomuksessa;

*”(...) jos on paljon romaneja kaupassa niin kyllähän se luo (...) joukkohysteria sananmukaisesti.” (K2)*

*”(...) nää tietyt vähemmistöt saattaa (...) solvata muita asiakkaita. Sattuu vaan liian lähelle, niin sieltä tulee aika rumaa tekstiä (...).” (K5)*



*”Siis kerran (...) aivan jumalaton mustalaislauma paukkas sisään ja aiheuttaa semmosta aivan älytöntä hässäkkää siellä. Ja sen näki, että sieltä lähti nyt sitä tavaraa kävelemään. (...) todella epämiellyttävään olla siellä kauppas niiden kaa, ku katto silleen: mitä tapahtuu?” (K1)*

On huomioitava, että suomalaisessa yhteiskunnassa esiintyy valmiiksi runsaasti negatiivisia asenteita romaneja kohtaan. Keskusteluiden perusteella negatiiviset tunteet liittyvät romaniporukoiden oletettujen varastelutaipumusten lisäksi näiden häiritsevän äänekkääksi ja roisiksi koettuun käyttäytymiseen. Omakohtaisten kokemusten ja kuultujen ”legendaaristen” tarinoiden todettiin vahvistavan kansaryhmää koskevia ennakkoluuloja, vaikka kyse olisikin vain yksittäisistä tapauksista.

#### **5.1.2.2 ”Myös työssä oleva henkilökunta voi käyttäytyä häiritsevästi”**

Rauhallisen ja häiriöttömän myymäläasiointimahdollisuuden arvostus näkyy myös siinä, että tunkeilevan myymälähenkilökunnan tai vartijan toimintaa pidettiin ärsyttävänä ja epäammattimaisena. Myyjien käyttäytyminen koettiin häiritseväksi erityisesti silloin, jos he tyrkyttävät tuotteita *”liian äänekkäällä markkinamentaliteetilla”* (K2) eivätkä päästä asiakkaita helpolla lähtemään. Kasvotusten tapahtuva menekin edistäminen kauppakeskusten käytäville sijoitetulta myyntikojulta tai nonprofit-organisaatioiden jäsenhankinta eli ”feissaus” ovat yleistyneet suuresti ainakin pääkaupunkiseudulla viime vuosina. Ei ole siis ihme, että jotkut useat asiointirauhaa arvostavat kuluttajat vierastavat tätä uutta ilmiötä; *”(...) siin on selkeesti semmonen kulttuuriero, et se on semmonen ei-suomalainen tyyli myydä”* (K1). Tässä yhteydessä Kampin kauppakeskuksessa pyörineet ulkomaalaiset tuote-esittelijät saivat useita mainintoja.

*”(...) aina ku käveli bussille, sit joku tyrkyttää jotain h\*vetin hiusten käherrystä. Siis mä oon menos kotiin, en oo tääl kaupoil pyörimäs tavallaan.”* (K1)

*”(...) ei ymmärrä sanaa ”Ei kiitos”. Kun ne kipittää sen nyssykkänsä kaa perässä: ”Tule nyt katsomaan, tule nyt katsomaan!” Hyvä ettei ne oo kurkussa kii.”* (K2)

*”(...) ei aina jaksa sitä kauheeta, niin ku joka paikkaan jäädä hösäämään milloin mitään.”*(K1)

*”(...) ne tulee koko ajan, tulee ihan päälle. Mä kerran jouduin ostamaan yhen asian (...) Mä en vaan päässy tilanteesta pois, siis se piti mua kädestä kiinni (...).”* (K4)

Kasvokkain tapahtuvaan suoramyyntiin reagoimiseen liittyy kuluttajien näkökulmasta myös mahdollisesti stressiä aiheuttava sosiaalinen dilemma; kiireen ja muiden arjen velvoitteiden vuoksi he saattavat haluta suorittaa asiointinsa mahdollisimman nopeasti ja olla huomioimatta häiriötekijöitä, mutta toisaalta ystävällisen ja erityisesti eettistä asiaa ajavan lähestymisyhteyden torjuminen pysähtymättä olisi ristiriidassa vallitsevien hyväksyttävää sosiaalista käyttäytymistä koskevien käsitysten kanssa.

Myös liian avulias myyjä koettiin ärsyttäväksi: *"(...) mua oikeesti häiritsee jo myyjä, joka tulee vaatekaupassa (...) tuputtamaan ja kysellemään et "ootko nyt ihan varma, et tällaista et halua?"* (K4). Kertojat näkivät arvostavansa mahdollisuutta tutkia tarjolla olevia vaihtoehtoja ja tehdä ostopäätöksensä rauhassa ilman painostuksen tunnetta; *"Sellanen häiritsee oikeesti, jos niin ku jää se oma vapaus valintaan pois. (...) se myyjä voi niin ku tos asiakkaalta spoilata sen homman"* (K1). Tämä näkemys kuvastaa länsimaisille ja erityisesti suomalaisille ihmisille ominaista itsenäisen ja omaehtoisen toiminnan arvostusta.

Vartijat koettiin häiritseviksi silloin, kun he seuraavat kaupassa asiakkaita hyvin läheltä ja näkyvästi;

*"(...) aina kun oli yhtään niin ku nuorempi ihminen, vartijat seuras siel perässä. Se oli ihan tosi törkeetä."* (K1)

*"Et mul on ainakin semmonen olo et (...) "kamalaa, mä oon rehellinen ihminen". (...) niitten pointti on tehdä sun olo turvalliseks niin ne... Emmä tiä, se on välil ihan vaan niin ku loukkaavaa."* (K4)

*"Jotenkin tuntuu, et sen kerran ku meet johonkin merkkivaateliikkeeseen (...) vähän rähjäsemmissä vaatteissa, niin sust tuntuu, et sä oot semmonen (...) silmätikku. Et "ahaa, tää ei näytä siltä, et tää pitää tällä hetkellä Burberrya päällä, et nyt se odottaa". (...) siis sellanen et se häiritsee (...) asiointikokemusta, ja tulee jopa oikeesti semmonen et "no ei sitten, mä lähen menee"."* (K4)

Huonosti kohdelluksi tai loukatuksi kokemisen taustalla voi olla se, että tarkkailun kohteeksi joutuminen saa ihmisen tuntemaan, että hänen henkilökohtaista vapauttaan rajoitetaan, ja ahdistumaan siitä. Tilanteen epämiellyttävyyttä lisännee se, että epäilyksen alaiseksi joutuminen aiheetta voidaan kokea omaa yksityisyyttä tai itsetuntoa (minuutta) loukkaavaksi.

### 5.1.2.3 ”Häiriökäyttäytyminen on uhkaavaa, kun se on erityisen aggressiivista tai arvaamattontaa”

Kuten oli odotettavissa, päihteitä pidettiin yleisimpänä tekijänä sellaisen häiriökäyttäytymisen taustalla, joka saattaa muuttaa tilanteen uhkaavaksi. Tähän lienee syynä yleinen käsitys siitä, että alkoholin tai huumeiden vaikutuksen alaisena unohdetaan helposti sosiaalista kanssakäymistä koskevat konventiot ja menetetään oman käyttäytymisen kontrolli. Viemerön (2006) mukaan impulsiivis-aggressiivisilla henkilöillä on todettu olevan tavanomaista enemmän alkoholi- ja huumeongelmia, joten ihmiset saattavat helposti liittää päihtyneeseen ja outoon olemukseen riskin persoonallisuushäiriöstä.

Klassiseksi esimerkiksi uhkaavasta häiriköinnistä katsottiin tilanne, jossa humaltunut henkilö nostaa metelin kassalla: ”(...) *sielt pihalta ne juopotkin saattaa tulla sinne, ja sit niille ei myydä kaljaa tai jotain tämmöstä, niin siitähän alkaa rähinä*” (K3). Humaltunut henkilö saattaa myös hakea odottamatta kontaktia muihin asiakkaisiin esimerkiksi pyrkimällä väkisin aloittamaan keskustelun, mikä voidaan kokea jopa yksityisyyttä loukkaavaksi; ”(...) *joku tavallaan tulee siihen sun yksityiselle alueelle (...) häiritsemään sitä omaa rauhaa (...) tavallaan pyytämättä ja yllättäen*” (K4). Ylipäätään alkoholisoituneiden eli ”spurgujen” sotkuinen olemus ja epämääräinen käyttäytyminen koettiin luotaantyöntäväksi;

”(...) *epäsiisti, haiseva, sekava (...).*” (K5)

”(...) *siel joku kännikala örveltää siel juomaosaston välis ja mieltii, että kuinka monta bissee tänään vetäis ja hössöttää siin jotain.*” (K3)

”(...) *sitä ajattelee että ”toivottavasti ei nyt horjahda (...) tai oksenna mun päälle (...).*” (K6)

Henkilöistä, jotka vaikuttavat olevan huumeissa tai mielenterveysongelmaisia, puhuttiin uhkaavina jo sellaisinaan. Tällainen henkilö tunnistettaneen epäilyttävästä tai tavanomaisesta poikkeavaksi nähdystä käyttäytymisestä, esimerkiksi siitä, että hän ”*mumisee itseksensä, että ketään ei näy missään, mut kauhee pölinä kuuluu vaan*” (K2). Vaikuttaa siltä, että nimenomaan käyttäytymisen tai tilanteen ennalta arvaamattomuus sekä aggressiivisen käyttäytymisen riski aiheuttavat tarkastelijoissa turvattomuuden tunnetta.

*”Jos erottaa ihan selkeesti että on jossain pilvessä, niin saattaa olla niin arvaamaton sit mitä tekee.” (K2)*

*”(...) sielt voi tulla ihan mitä tahansa. Ja sielt voi löytyä myös teräaseita (...).” (K5)*

”Huumehörhöihin” liittyvien uhkakuvien yleisyys perustuu mahdollisesti siihen, että huumeiden ongelmakäyttö on sen verran harvinaista Suomessa, että sitä pidetään tabuna. Huumeriippuvaisten käyttäytymisestä puhutaan uhkaavaan sävyyn, kuten seuraavista kertomuksista voidaan ymmärtää:

*”(...) keskellä kirkasta päivää siellä (...) apteekin vieressä, niin kaverin 14-vuotias poika, niin ryöstettiin (...) huumepiikillä uhaten. Elikkä huumepiikki kylkeen, että ”painanko vai enkö”.” (K5)*

*”(...) yks pojista meni sitten käymään siellä vessassa (...) se oli törmännyt heti ensimmäisenä ku ovesta meni sisään, et tyypit piikittää itteäänsä. Se jätkä oli ihan paniikissa koko sen reissun (...) ku on aina puhuttu, et narkkarit on väkivaltaisia ja kaikkee, et niitä saa varoa (...).” (K5)*

Kaupallisissa keskuksissa ja sen välittömässä läheisyydessä maleksivat nuorisojoukot herättivät paljon keskustelua. Aiheen suosiota voidaan mahdollisesti selittää sillä, että arjen kokemustensa lisäksi kuluttajat törmäävät jatkuvasti nuorten rötöstelyä ja henkistä pahoinvointia koskeviin keskusteluihin medioissa. Erään keskustelijan mielestä nuorisoporukoiden yllä leijuvan levottoman ilmapiirin vaistoaa. Nuorten ulospäin näkyvää ongelmakäyttäytymistä kuvailtaessa nousivat esille muun muassa sisäänkäyntien tukkiminen, alkoholijuomien ostamisen pyytäminen ohikulkijoilta sekä tahallinen ilkivalta. Yleisesti ”nuorisojengien” käyttäytyminen leimattiin töykeäksi ja kielenkäyttö usein karkeaksi, ja sen kerrottiin voivan saada myös uhkailevia piirteitä.

*”(...) ollaan vähän hakemassa lauantai- tai perjantaijuomia, ja sit pidetään hirveitä öykkärointiä (...).” (K5)*

*”(...) usein ne on viel vähän silleen et ne oikeesti tukkii sen tieväylän, sit sä joudut (...) salikasseines yrittää siit tunkee silleen et ”anteeks”. Ja sit ku se vastaanotto yleensä ei ole sitä että ”voi anteeks sori, olinks mä tiellä?” vaan silleen et ”haista sinä h\*\*ra v\*\*tu”.” (K4)*

Nuorison ajatuksenkulusta ja käyttäytymisestä puhuttaessa korostettiin levottomuutta ja kehittymättömyyttä: *”Must tuntuu, et niin ku jossain määrin teinit on jopa pelottavampia ku aikuiset, koska (...) se pää ei oo vielä ihan niin ku sen kokoluokan kanssa mittasuhteessa (...)”* (K4). Vaikka asiakas itse ei olisikaan suoranaisesti nuorisjoukon aggression kohteena, voi käydä niin, että nuoret *”tönnii toisiaan (...) parhaimmillaan just silleen, et sä saat jonkun tyyppin syliis suunnilleen”* (K4). Nuorten kuvaillaan pyrkivän pätemään toisilleen ryhmissä ja siksi voivan olla uhka toisilleen. Tämä voi huolestuttaa erityisesti kuluttajia, joilla on omia varhaisteini-iässä olevia lapsia.

### 5.1.3 ”Asiointipaikkoihin liitetyt kielteiset mielikuvat ruokkivat turvattomuutta”

Erkkilän (2009, 203) mukaan kertomukset sijoitetaan tiettyihin paikkoihin, joten paikkoja ei tule ymmärtää pelkästään konkreettisina vaan myös kokemuksellisinä ja subjektiivisesti merkityksellisinä asioina. Paikkaan tai alueeseen liitetty identiteetti muodostuu kognitioista, jotka edustavat yksilön jokapäiväisen elämän fyysiseen maailmaan liittyviä muistoja, ideoita, tunteita, asenteita, arvoja, preferenssejä, merkityksiä ja mielikuvia. Näistä kognitioista eli ”hyvistä” ja ”huonoista” kokemuksista syntyy uskomuksia siitä, millainen fyysinen maailma on yksilön mielestä hyvä, hyväksyttävä tai ei niin hyvä. (Proshansky ym. 1983)

Ryhmäkeskustelujen perusteella voidaan todeta, että kokemus häiriökäyttäytymisen jatkuva esiintymisestä vahvistaa mielikuvia tiettyjen asiointipaikkojen turvattomuudesta. Kuluttajien omakohtaisten kokemusten lisäksi erityisesti heille tuttujien ihmisten kertomat negatiiviset kokemukset näyttävät vaikuttavan vahvasti eri asiointipaikkoihin ja -alueisiin liitettyihin mielikuviin ja suhtautumiseen niihin; *”(...) mitä niin ku ihmiset kertoo, niin kyl se vaikuttaa siihen et miten (...) tilanteet kokee, varsinkin jos siihen ei oo tottunut”* (K4). Satunnaisella mediauutisoinnilla näytti olevan vähemmän merkitystä turvallisuusmielikuvien muokkaamisessa, mutta samankaltaisten tapahtumien toistuminen jättää kuitenkin jälkensä kyseisen alueen, keskuksen tai ketjun imagoon;

*”(...) tuntuu et ne kasautuu, et jos aina saa lukee, et se on se sama paikka. Oli se sit Itis, jossa on niin ku tavallaan omakohtaisesti kokenu ja kaverilta kuullu, ja sit lukee lehdistä (...).”* (K5)

*”Meilläkin vanhas kotikaupungis (...) siel oli sellanen pikkuostari. Niin siel oli aina kaiken näköstä, niin (...) saatoin sen viiden vuoden aikana niin ehkä kaks kertaa käydä siellä, ja se niin ku riittää. Just tämmösen takia, et ku oli kuullu siitä.” (K3)*

*”(...) sä tunnet ittes paljon turvallisemmaks semmoses mil on niin ku ikään kuin turvallinen maine. Et jos sä oot kauppas, mil on törkeen pitkät track recordit (...), kaikki sun kaverit puhuu sitä et ”joo, toi on sit se kauppa mis mua sillon uhattiin”.” (K4)*

Kafalenos (2006, 3) väittää, että ihmiset ryhtyvät samanlaiseen alustavaan kausaaliseen tulkintaprosessiin niin reagoidessaan kuultuihin narratiiveihin (muiden ihmisten tarinat tai uutiset) kuin kohdatessaan huomiota herättäviä tapahtumia omassa elämässään. Tästä voidaan päätellä myös, että ihmisillä on taipumus vertailla sekä omassa elämässään että muiden elämässä tapahtuneiden samankaltaisten asioiden syitä ja seurauksia toisiinsa.

#### **5.1.3.1 ”Häiriökäyttäytyjät kasautuvat tietyille paikoille ja alueille”**

Genette (1980, 113) esittää narratiivisen toistuvuuden (*narrative frequency*) olevan tärkeä näkökulma narratiivien temporaalisuuteen. Hänen mukaansa toisto on mentaalinen konstruktio, joka irrottaa jokaisesta yksittäisestä tapahtumasta kaiken poikkeuksellisen, jotta niitä olisi mielekästä käsitellä tiettyihin luokkiin kuuluvina tapahtumina. Omat henkilökohtaiset kokemukset sekä muilta ihmisiltä ja tiedotusvälineistä kuullut häiriökäyttäytymiseksi mielletyt tarinat, jotka on sijoitettu samaan asiointipaikkaan, lienevät kaikki erillisiä tapauksia, joissa on ollut eri tekijät, motiivit ja seuraukset. Silti yksilö saattaa jälkeinpäin narratoida niistä ainoastaan useina keskenään samankaltaisina tapahtumina, jotka ovat sattuneet samassa paikassa. Tällöin hän voi kokea ikävien tapahtumien ”kasautuvan”.

Vaikka keskustelijoille esitettiin tilaisuuden alussa myymäläympäristön kattavan käsiteltäväsä kontekstissa kaikki vähittäismyymälät, he sijoittivat useimmiten kertomansa esimerkit ruokakauppoihin tai marketteihin. Tämä voidaan ymmärtää siten, että turvattomuutta lisäävä häiriökäyttäytyminen mielletään huomattavasti yleisemmäksi ilmiöksi kyseisissä paikoissa kuin esimerkiksi erikoismyymälöissä. On kuitenkin otettava huomioon, että ihmiset asioivat keskimäärin huomattavasti useammin elintarvikekaupoissa kuin erikoiskaupoissa, joten myös siksi heillä on korkeampi todennäköisyys törmätä poikkeaviin tilanteisiin ensin mainitussa ympäristössä.

*” (...) kaupan (...) sijaintikin on yks aika iso osatekijä (...) siihen, että mitä siellä tapahtuu”* (K6). Tietyt alueet ja keskittymät Helsingissä saivat keskusteluissa runsaasti huomiota puhuttaessa turvattomaksi koetuista paikoista. Tämä voidaan tulkita merkinä niiden alueellisten identiteettien muokkautumisesta kielteisten mielikuvien myötä. Itäkeskuksesta ja Kalliosta puhuttiin yksittäisinä levottomina alueina, joissa liikkuu paljon epäilyttävää väkeä:

*”Kyl Itikses huomaa sen ku on siellä oikeesti, kyl siel on rauhattomampi olo. Kyl siinä koko ajan tulee tsekattuu enemmän (...).”* (K5)

*”(...) siel on kyl välillä semmosii hiippareita, siis päivälläkin niin ku semmosii spurguja tai vähäosasio (...), mitkä on kännissä, ja aika karkeeta kielenkäyttöä siellä ja haisee (...).”* (K3)

*”(...) ku ne on oikeesti (...) vallannut (...) näkyviä paikkoja (...).”* (K5)

*”Se on aika hurja paikka se Kurvi, siis ihan se lähiympäristö. Kyl siin on ihan hurjaa porukkaa.”* (K2)

*”(...) siis siit lähtien ku mä asuin pikkuskidinä Vaasankadulla, Katri Valan puisto on mun narkkien vakiomesta (...). Niin siel on niin ku pesiytynyt sekä hoito että narkit.”* (K2)

Niin sanottujen laitapuolen kulkijoiden, eli käytännössä esimerkiksi alkoholistien, huumeidenkäyttäjien ja muiden syrjäytyneiden, läsnäolon uskotaan lisäävän häiriökäyttäytymisen esiintymistä: *”(...) missä joku sit oikeesti rupee rähisemään, niin et kylhän tulee ainakin se mielikuva siitä, et se todennäköisyys on suurempi sellases paikkaa, missä niin ku kulkee jatkuvalla syötöllä tietynlaisii seikkailijoita”* (K4).

Helsingin keskustassa Kampin kauppakeskuksen ja Rautatientorin aseman alueet nähtiin paikkoina, joissa voi olla *”ihan järjetön meininki”* (K1) viikonloppuisin ja joista oli siksi hyvä pysytellä kaukana silloin. Mielikuva vaikuttaa perustuvan juuri juopottelevien nuorisjoukkojen ja muiden päihtyneiden käyttäytymiseen ja sen synnyttämään ilmapiiriin. Erityisesti Kampissa ongelmaksi koettiin teiniporukoiden suuri määrä; *”(...) siinä on ne niin ku jotkut vähä tummaihoset, sit siin on (...) jotain Itä-Helsingin ghettoteinejä tullu paikalle. (...) et siinä on useita eri porukoita (...) ja ne on just kaikki semmosii tyhmiä teinejä (...).”* (K4). Rautatientoria koskevista kommentteista voidaan päätellä, että jaetut kokemukset jonkun paikan

levottomasta ilmapiiristä saattavat paisua legendaarisiksi; ”(...) asemalt nyt on kuullu niin monta tarinaa. (...) ainakin viel 90-luvulla niin ei sinne kukaan enää klo 21 jälkeen (...). Sen tietää, et sielt tulee aina joku vetää hihasta ja pummii jotain, ja se on tappelu välittömästi” (K3).

On tärkeää ymmärtää, että jo yksittäisen huomiota herättävän tapauksen todistaminen voi saada havainnoijan tekemään negatiivisia tulkintoja kyseisestä tapahtumapaikasta ja jättää hänen mieleensä lähtemättömän vaikutuksen:

*”Kerran mä oon nähny siis semmosen ihan niin ku rehellisen nyrkkitappelun. (...) pari juoppoa tuli kaupasta ulos ja sitten (...) ne ihan kunnol niin ku mätkivät toisiaan päähän. (...) Me nähdään leffas väkivaltaa joka päivä, mut kuinka mont kertaa te ootte nähny oikeesti, et jotain ihmistä lyödään päähän? Niin, se on niin ku mulle jääny silleen aika vahvasti mieleen et niin ku et ahaa, tää kauppa, tän edessä.”* (K4)

Helposti saavutettavien eli hyvien julkisten liikenneyhteyksien varrella olevilla palvelukeskitymillä katsottiin olevan enemmän häiriökäyttäytyjiä: ”(...) yleensähan noi paikat, mis on juna-asemii ja metroasemii, niin ne on just semmosii, mis nyt (...) on tämmöst väkee (...)” (K3). Erityisesti ostos- ja kauppakeskusten lähistö nähtiin paikkana, joka saattaa kerätä helposti alueen häiriökäyttäytyjiä yhteen. ”Varsinkin jos on joku aukio vieres (...) semmonen et voi hengaa siin just kaupan ulkopuolella” (K5). Lisäksi alkoholisteja ja muita ongelmaisia houkuttelevien asiointipisteiden, kuten Alkojen ja sosiaalitoimistojen, nähdään tuovan paikalle levottomuutta.

#### **5.1.3.2 ”Syrjäinen, hiljainen ja epäsiisti myymälä aiheuttaa turvattomuuden tunnetta”**

Kertomuksista päätellen laitapuolen kulkijoiden näkyvän oleskelun lisäksi myös asiointialueen syrjäisyys ja hiljaisuus ovat tekijöitä, jotka lisäävät turvattomuuden tunnetta alueella ja siellä sijaitsevilla myymälöissä. Turvattomuutta selittävän mielikuvan voisi tiivistää seuraavasti: ”(...) syrjäisemmät paikat ryöstetään useammin” (K5). Tällaisia ominaisuuksia yhdistettiin pienten ruokakauppojen lisäksi usein kioskeihin. Ajatus syrjäisen ja hiljaisen paikan houkuttelevuudesta ryöstäjille tai häiriköijille perustunee siihen, että sellaisessa ympäristössä olisi harvempi ihminen estämässä heitä.



*”(...) ehkä ne hiljaset paikat on just niit paikko, missä oikeesti pitäis sit olla varuillaan enemmän. (...) kylhän niin ku yleensä kaikki tommoset oikeesti pahoilla asioilla olevat yleensä odottaa, et se paikka on aika tyhjillään.” (K4)*

*”(...) joku semmonen niin ku pienempi, tavallaan jossain syrjässä (...), jossa sä oot ehkä niin ku käytännös katsoen yksin vaikka myyjien ja sitten muutaman asiakkaan kanssa, niin semmonen vois olla (...) potentiaalisesti uhkaavampi paikka, jos siel joku alkais jotenkin uhkailee.” (K4)*

Kuluttajat kokevat myös ympäristön epäjärjestyksen ja sotkuisuuden nostattavan ikäviä mielikuvia. Epäsiisteyteen liitetty uhka voidaan selittää jo aiemmin esitetyllä rikkoutuneen ikkunan teorialla (Korander 2000): sotkut muistuttavat sotkijoista ja viestivät siitä, ettei heidän toimintaansa pystytä pitämään kurissa. Epäjärjestys saatetaan tulkita merkinä puutteista yleisessä organisoinnissa ja johtaa huoleen riskienhallinnan tasosta.

*”(...) kauppa tuntuu turvattomalta, jos se on epäsiisti, tai jos ulkopuoli on epäsiisti.” (K4)*

*”(...) ylipäätään semmonen niin ku kaaos ympärillä. (...) jos jotain tapahtuu, niin ei oo selkee niin ku et mihin suuntaan juoksee, tai mitä tapahtuu ylipäätään (...).” (K3)*

*”(...) toi Sokoksen toi S-Market. Siel jos tapahtuis joku uhkaava tilanne siellä keskellä, niin eihän sieltä pääse pois millään. Se on niin sokkeloinen se kauppa, et mä en tykkää siellä sen takia edes käydäkään, ku siel on niin ahtaat käytävät.” (K5)*

Siwa-ketjusta puhuttiin niin useaan otteeseen negatiivisessa merkityksessä, että sitä voidaan pitää konkreettisena esimerkkinä siitä, kuinka jatkuva ryöstöuutisointi tekee hallaa ketjun maineelle;

*”(...) sehän on se (...) Siwa siinä Kurvin lähellä niin Suomen ryöstetyin Siwa. Poikays-tävän kaveri oli siinä töissä, niin se sai kahesti pippurisumutteesta niin ku naamalle, ku se ryöstettiin.” (K5)*

*”(...) semmoset mua ahdistaa, just jotkut pienet Siwat ja tämmöset, mis on hyllyt kattoon asti ja silleen tosi sokkeloista.” (K1)*

*”(...) esimerkiks Siwoissa on aika usein silleen (...) kapeet käytävät, niin se on aina vähä silleen et (...) yks ihminen mahtuu kerral kävelee.” (K4)*

*”(...) Siel todennäköisesti joutuu (...) todistamaan tommosta jotakin ryöstöä tai uhkailua (...). Ja ku niissä on vähän henkilökuntaa (...) eikä välttämättä oo noi turvapuoliratkaisut sitten niin hyvässä jamassa niin ku isommis marketeissa.” (K6)*

Kuten on havaittavissa, sen lisäksi, että Siwoista puhuttiin helppoina ryöstökohteina, ihmiset käyttivät kyseisen ketjun kauppoja usein esimerkkeinä kuvaillessaan ahdistavaksi tai turvattomaksi koettuja myymäläpuitteita. Voidaan päätellä, että kuluttajat ovat toistuvien ikävien uutisten ja havaittujen fyysisten puitteiden perusteella leimanneet Siwat yleisesti turvattomiksi asiointipaikoiksi.

#### **5.1.4 ”Häiriökäyttäytyjiä ja turvattomiksi koettuja asiointipaikkoja vältellään”**

Seuraava kuvaus voidaan tulkita siten, että kuluttaja kokee ympärillä olevien ahdistuneisuutta herättävien ihmisten ja myymäläpuitteiden häiritsevän hänen toivettaan mielekkästä ostopahtumasta:

*”(...) kun mä jotenkin meen kauppaan, niin mä meen sinne just silleen ”tosi yksityinen tilanne”, et ”minä nyt ostan tässä ruokani, antakaa mun olla rauhassa”. Ja sit jos (...) ahtaalla käytävällä sä joudut ohittelemaan siellä jotain sellasii, jotka (...) on niin ku silleen selkeesti sen näkösiä että ”painu sinä siitä nyt ihan muualle”(…).” (K4)*

Kertoja antaa ymmärtää, että näkee helpoimmaksi ja järkevimmäksi vaihtoehdoksi vältellä kyseistä tilannetta tai ahdasta asiointipaikkaa. Narratiiviteorian eräs lähestymistapa olettaa ihmisen toiminnan olevan aikomuksellista ja osa harkittua suunnitelmaa tavoitteiden mukaisen tulosten saavuttamiseksi (Bower & Rinck 1999, 113). Häiriökäyttäytymiseen reagoimisesta kertovien tarinoiden yhteydessä voidaan pitää esimerkiksi itsesuojelun motiivia kuluttajien toimintaa ohjaavana tekijänä.

#### 5.1.4.1 ”Kuluttajat tekevät tapahtumista tulkintoja ja toimivat niiden perusteella järkeväksi katsomallaan tavalla”

Minuuden ymmärtäminen edellyttää sitä, että löydämme elämästämme kausaliteettisuutta, sillä se toimii tekojemme motivaation lähteenä. (Kerby 1991, 83) jakaa ihmisen motivaation kahteen erilaiseen näkökantaan: ”siksi että” -motiiviin sekä ”jotta”-motiiviin. ”Siksi että” -motiivi viittaa menneeseen, ja tässä yhteydessä sen voidaan ajatella pätevän niihin kertomuksiin, joissa kuluttaja kertoo haluavansa välttää tiettyjä paikkoja, tilanteita tai ihmisiä häiriökäyttäytymiseen tai turvattomuuteen liittyvien ikävien tai jopa traumaattisten kokemusten vuoksi, esimerkiksi *”(...) siel oli kolme kaveria, jotka oli humalassa. Ja ne piti semmosta älämölöä, että mä meen kyllä varmaan jonnekin muualle (...) seuraavan kerran hakemaan sitä tuoremehua”* (K2). ”Jotta”-motiivi taas viittaa tulevaan, joten se kuvaa esimerkiksi, miten tiettyjä paikkoja, tilanteita tai ihmisiä halutaan välttää mahdollisten ei-toivottujen seurausten karttamiseksi. Analyysin kohteena olevissa ryhmäkeskusteluissa puhujat perustelivat käyttäytymisensä useimmiten menneisyyden kokemuksilla. Heidän voidaan kuitenkin tulkita yhtä lailla viestivän tavoittelevansa ratkaisullaan häiriötöntä asiointiprosessia ja näin pyrkivänsä vaikuttamaan tuleviin kokemuksiinsa;

*”(...) mä haen semmosen kaupan, missä mä voin rauhassa tehdä sen ostoksen, et ei joku tuu kysymään, tuuppimaan tai tönimään tai ylipäättänsä... niin ku että saa olla rauhassa.”* (K6)

Häiriökäyttäytymiseen reagointia käsittelevissä kertomuksissa annettiin ymmärtää, kuinka oma arvio tilanteen vakavuudesta ja itselle järkevistä ratkaisuvaihtoehdoista ohjaa toimintaa. Häiriökäyttäytymisen havaitsemisen tai ennakoimisen jälkeisen käyttäytymisen pyrittiin siis kuvailemaan olevan seurausta rationaalisesta päättelystä. Aution (2004) mukaan rationaalisuus onkin yksi niitä ilmauksia, jotka perinteisesti leimaavat suomalaisten kuluttajien keskusteluita.

Keskustelijat totesivat, että toisen ihmisen epäilyttävä ulkonäkö tai käyttäytyminen herättää huomiota ja saa ensin havainnoijan valppaammaksi; *”(...) ehkä vähän skarpimpi olo välil, (...) herättää sit vaan kattomaan et mihin se menee”* (K4). Tämän jälkeen *”(...) sitä yrittää sitte vähän jollain tavalla analysoida sitä tilannetta, että mikä tyyppi on ja niin ku kuinka kaukaa kannattaa kiertää”* (K5). Kafalenos (2006, 1) painottaa, että sisäistettyään kausaalisen

järjestyksen mallin ihmiset ovat luontaisesti taipuvaisia tulkitsemaan huomiota herättäneen tapahtuman syytä ja/tai seurauksia. Keskusteluissa uskottiin kuluttajien tietävän, milloin kannattaa olla varuillaan;

*”Mä luulen et asiakkaana sitä niin ku ite osaa pysyä kaukana, tai ku huomaa et tommosta on, niin tietää ettei pidä mennä mihinkään sinne niin ku lähelle.” (K5)*

*”(...) mieluummin sitä sitten kiertää ehkä jotain toista reittiä sisään kyseiseen kauppakeskukseen, jos näkee, et siinä ulkona on jotain epämäärästä porukkaa (...).” (K6)*

*”(...) siel oli sellanen pitkä korsto nahkarotsi päällä, ja siellä lymyili hyllyjen välissä, ja silloin ei just ollu vartija paikalla. Mäkin kyllä katsoin (...) häippästä nopeasti ulos täältä näin.” (K2)*

Häiritseviksi koettujen ihmisten fyysinen välttäminen ja itsesuojelu voidaan linkittää henkilökohtaisen tilan (*personal space*) teoriaan. Hayduk (1978) määrittelee henkilökohtaisen tilan yksilöiden ympärillään ylläpitämäksi joustavaksi alueeksi, johon muut eivät voi tunkeutua ilman epämiellyttävän tunteen herättämistä. Hänen mukaansa on katsottu, että yksilö pyrkii suojelemaan omaa henkilökohtaista tilaansa sekä fyysisiltä uhkilta että emotionaaliseen hyvinvointiin tai itsetuntoon kohdistuvilta loukkauksilta. Tilan joutuminen tunkeutumisen kohteeksi johtaa yleensä yksilön vetäytymiseen.

Häiriötilanteista puhuttiin tilaisuuksina, joista ei yleensä ole välitöntä uhkaa kuluttajalle itselleen, kunhan hän ymmärtää olla puuttumatta suoraan tilanteeseen;

*”Se on nykypäivän (...) ohje, et älä näyttele mitään sankaria, vai kootkin kova jätkä tai kova muija.” (K2)*

*”Mä veikkaan, et ne uhkaavat tilanteet (...) on jo (...) joidenkin muiden välillä.” (K4)*

*”(...) kyl sä niin ku pääset melkein aina vääjäämättä menemään siit tilanteesta vaan ohi. Tasan just niin kauan aikaa se on turvallisempaa kun se, et jos sä erehdyt itse kommentoimaan jotain siihen mennessäs väliin (...).” (K3)*

*”Et sen verran pitää olla itsesuojeluvaistoo kyllä mukana, että täytyy muistaa, että mitä sä voit joutuu sen jälkeen tekemään, jos oot menny siihen väliin ja mitä itse olet sitten tehnyt siinä kohtaa (...). Kannattaa olla tarkkana, välttää semmosii paikkoja, missä näitä vois sitten syntyä.” (K6)*

Ajatus tuntemattomien ihmisten väliseen riitaan puuttumisen välttämisestä tukee suomalaisessa yhteiskunnassa vallitsevaa yksityisyyden arvostusta: emme halua puuttua muiden ihmisten asioihin emmekä vastaavasti halua heidän puuttuvan meidän asioihimme. Keskustelijat vetosivat selostuksissaan ääneen kuitenkin ikävien seurausten välttämiseen, eivät kulttuurillisesti omaksuttuun käyttäytymismalliin.

#### 5.1.4.2 ”Häiriökäyttäytymisen ja muiden turvattuustekijöiden ”kasautuminen” saa välttämään tai vaihtamaan asiointipaikkaa”

*”(...) useimmitenhan se on silleen, et yrittää vaan niin ku ignoreata ja tavallaan mennä sitten toiseen suuntaan tai välttää sitä tilannetta. Mut et kyl totta kai et jos se on toistuvaa jossain tietyssä paikassa, et siel on usein jotain härdelliä, (...) kyl sitä rupee niin ku valikoimaan sen paikan mihin menee, jos se on mahdollista.” (K4)*

Kertomuksesta voidaan tulkita, että satunnaisiin epäilyttäviin ihmisiin tai häiriötilanteisiin saatetaan suhtautua vielä yksittäisinä tapauksina, jotka eivät vaikuta merkittävästi kuluttajan ostokäyttäytymiseen tai mielikuvaan asiointipaikasta. Sen sijaan häiriökäyttäytymisen toistuva kokeminen samassa paikassa voi saada välttämään kyseistä asiointipaikkaa tulevaisuudessa erityisesti silloin, *”(...) jos on niin ku yhtä pitkän matkan päässä (...) vaihtoehtoja (...)” (K5)*. Tässä kohtaa kuluttajien tarinoita on löydettävissä vahva kausaalinen yhteys.

*”(...) on paikkoja, missä on enemmän epämääräistä hulabaloota, niin kyl niitä karttaa ja menee rauhallisempaan paikkaan asioimaan.” (K2)*

*”(...) siinä oli aina ulkopuolella jotain äijii ”grrrh” örisemässä tai jotain tämmöst epäilyttävää. Et vähän niin ku siinä oli tyhmää mennä just sisälle edes sinne kauppaan, et sen takii mä välttelin koko sitä paikkaa.” (K5)*

*”Kyl se on sellasta, et ”ööh, suunnistanko ton porukan läpi (...) vai meenkö tosta vierisestä rauhallisempaan”.” (K2)*

*”Mulkin on yks (...) ostoskeskus tossa kotimatkan varrella (...). Välttelin sitä sen takia, että (...) siin on ulkopuolella (...) hyvin monta ravintolaa, ja varsinkin näin kesäaikaan (...) niitä jostain kumman syystä putkahtelee ku sieniä sateella niitä laitapuolen kuljijoita (...).” (K6)*

*”Kyl sen just huomaa, et ei sen tarvii olla mikään todellakaan iso häiriökäyttäytyminen tai muu, mikä saa vähentämään asiointii jossain paikas tai välttämään, niin ku ihan pienet jutut, jos niit on vaan paljon.” (K5)*

Edellä olevien kertomusten perusteella voidaan päätellä, että häiriökäyttäytyjien oleskelu palvelukeskusten välittömässä läheisyydessä piholla tai sisäänkäynneillä koetaan yleiseksi ilmiöksi. Se motivoi välttämään ja jopa vaihtamaan asiointipaikkaa, mikäli se koetaan riittävän helpoksi tai ylimääräisen vaivan arvoiseksi. Eräs keskustelija suorastaan kiteytti kuluttajille yleisen päänvaivan: *” Välillä olis mukava (...) et nää ei olis sellasia niin ku lainsuojattomia alueita, et siellä saa tehdä mitä haluaa ” (K5).*

Keskustelijoilla, joilla on omia nuoria lapsia, oli selkeä taipumus käsitellä aiheita myös lastensa näkökulmasta. Häiriökäyttäytymisen esiintymisen ei uskottu varsinaisesti huonontavan kauppareissulla mukana olevien lasten turvallisuutta, mutta lapset halutaan kuitenkin pitää mahdollisimman kaukana häiriökäyttäytyjistä; *”(...) siis totta kai niin ku haluan puolustaa (...), niin ku suojella. Mutta oikeestaan (...) enemmän se on, et mä en halua et mun lapsi näkee” (K3).* Tämän vuoksi myös omien lasten läsnäolon nähdään vaikuttavan häiriökäyttäytymiseen suhtautumiseen ja asiointipaikkojen valintaan.

*”(...) jos on pienten lasten kanssa, niin voi ajatella (...), et ne saattaa jännittyä jostakin häiriökäyttäytymisestä enemmän.” (K6)*

*”(...) nykyään sit ku on lapsii, niin sit herkemmin ehkä kuuntelee vähän, et jos jossakin tapahtuu jotakin, niin sit vaik menee johonkin rauhallisempaan paikkaan.” (K3)*

*”(...) ehkä se kynnys on ollut sit kuitenkin ennen pienempi, et sitä on menny sinne vaik tietäis. Niin ku ehdottomasti jos nyt kuvittelee, en menis sinne muksun kaa esimerkiks mistään.” (K3)*

Kukaan keskustelijoista ei paljastanut itse todistaneensa koskaan myymäläympäristössä niin uhkaavaksi tai järkyttäväksi koettua tapahtumaa, josta voitaisiin puhua traumaattisena kokemuksena. Puheista voidaan kuitenkin tulkita, että äärimmäisen ikävät kokemukset voivat vaijata mieltä pitkään, kuten seuraavasta myyjien näkökulmasta kerrotusta selostuksesta voidaan todeta: *”R-kioskeja tai Siwoja kun on ryöstetty, niin ihmisethän käy henkisesti läpi sitä vuosikausia, (...) kenties ei enää koskaan tiskin taakse sen jälkeen (...)” (K2).* Brewinin ym. (1999) mukaan traumaattisessa tapahtumassa ihminen kokee tai todistaa kuolemaa tai sen uhkaa,

fyysistä loukkaantumista tai muuta omaa tai toisen fyysistä eheyttä uhkaavaa. Yksilöön kohdistuu tällöin epätavallisen suuri määrä stressiä ja hän joutuu selviytymään uudesta, odottamattomasta ja tuntemattomasta tilanteesta (Tuval-Mashiach ym. 2004). Tällöin vapaaehtoinen palaaminen tapahtumapaikalle tuskin koetaan houkuttelevaksi.

*”Tuli mieleen likka, kun (...) se oli kaupan kassalla ostamassa omia ruokiaan silloisessa kotikaupunginosassa (...). Narkki tuli siihen ja (...) se oli jotain sitten yrittänyt, ja likka sitte autto vähän kassaa siinä, et ne sai sen ulos (...) penska lähti pihalle kaupasta, kääntyi niin ku nurkalta, ja se narkki vetäs kuonoon. (...) se ei käynyt siinä kyseisellä ostoskeskuksella sen jälkeen se likka. (...) Se meni pitemmän kaavan kautta hakemaan kaikki jutut (...).” (K2)*

Yllä oleva tarina vahvistaa traumaattisen kokemuksen voivan aiheuttaa muutoksia ihmisen käyttäytymiseen.

### **5.1.5 ”Myyväläympäristön hallinta vähentää häiriökäyttäytymistä ja asiointipaikan koettua turvattomuutta”**

Narratiiveja voidaan käyttää monessa kontekstissa ongelmanratkaisun strategiana (Neumann & Nünning 2008, 4). Kuluttajien myyjä ja vartijoita koskevista tarinoista ilmenee, että näillä koetaan olevan tärkeä rooli häiriökäyttäytymisen kurissa pitämisessä ja siten asiointipaikan turvallisuuden varmistamisessa. Samoin myymäläympäristön huolellisen suunnittelun ja kunnossapidon ajateltiin voivan vähentää asiakastytymättömyyttä sekä turvattomuuden tunnetta. Kertomuksissa siis käsiteltiin sekä muodollisen että epämuodollisen valvonnan (Kajalo & Lindblom 2010) merkityksiä.

Koska kuluttajien kokemukset häiriötilanteiden hoitamisesta ja järjestyksen ylläpidosta vaihtelevat kuitenkin suuresti, myös vartijoiden ja myyjien toimintaa koskevat mielikuvat ja asenteet jakautuvat. Myyjistä puhuttiin toisaalta osaavina tilanteiden rauhoittajina, toisaalta kokemattomina reppanoina. Vartijoista puhuttiin pääasiassa järjestyksen takaajina, mutta toisinaan heidän ammattimaisuuteensa ei luoteta. Kuten asiakaspalvelumaailmassa yleensä pätee, nega-

tiiviset tulkinnat työntekijöiden toiminnasta vaikuttavat jäävän kuluttajien mieleen helpommin ja vaikuttavan näiden asenteisiin enemmän kuin positiiviset kokemukset.

#### 5.1.5.1 ”Kokenut ja itsevarma myyjä rauhoittaa”

Asiakkaiden uhkaavan käyttäytymisen nähtiin kohdistuvan useammin myyjiin kuin muihin asiakkaisiin; ”(...) usein (...) ne on niin ku ollu myyjinä, jotka on kohdannut (...) sellasii tilanteita, et just niin ku alkaa (...) tuntuu vaan siltä et ”tuleeks toi tiskin yli ja vetää turpiin?” - tyylisiä” (K4). Ajatus myyjiin kohdistuvien riskitilanteiden yleisyydestä perustuu todennäköisesti ensisijaisesti skenaarioon siitä, että humalaiset ja alaikäiset, joille ei myydä alkoholia, saattavat suuttua ja ryhtyä uhkailemaan. Vartijoiden puuttuessa myyjät saattavat joutua puuttumaan näpistelyyn, ja ryöstötilanteissa he ovat tiukimmassa paikassa. Myyjien epävarmuus tai paniikki poikkeustilanteissa voi välittyä helposti myös asiakkaille ja siten lisätä näiden turvattomuuden tunnetta; ”(...) sen aistii henkilöstön käytöksestä, (...) ihan heidän sanallisesta viestinnästään, et he todella pelkäs, et mitä niin ku tulee tapahtumaan” (K2). Siksi myymälähenkilöstön sosiaalinen jämäkkyys ja taito käsitellä poikkeuksellisia tilanteita tai hankalasti käyttäytyviä asiakkaita nähtiin tärkeänä kontrollitekijänä.

*”(...) valtaosa (...) osaa toimia tyylikkäästi, on sitten jos tuotesuojaportti hälyttää tai jää kiinni myymälävaras (...). Ne on kokeneita, ne on saanu kuitenkin evästystä (...).”*  
(K2)

*”Kyl mä luulen, että oikeesti tekniikka (...) on yleensä jälkiselvittelyssä (...) isossa roolissa, mutta kyl se aika paljon on se henkilökunnan oma valveutuneisuus (...) pienemmissä myymälöissä (...) se ehkä auttavin tekijä.”* (K3)

*”(...) se on asiakaspalvelusta aika paljon kiinni, et kuinka paljon niitä tilanteita syntyy ja miten niihin suhtaudutaan, että niistä ei tule isompia ongelmia.”* (K5)

Henkilökunnan riittävä määrä on myös yksi turvallisuuden tunteeseen vaikuttava tekijä, jonka ylläpitäminen on toki haaste joissain pienissä liikkeissä; ” (...) jos siel on niin ku paljon henkilökuntaa, niin enemmän silmiä, niin kyllähän se varmasti niin ku kuluttajana lisää sitä turvallisuuden tunnetta” (K6). Toisaalta myyjien osaamisen ja kokemuksen taso herättää paikoitellen huolia, sillä uskotaan, että uudet epävarmat kokelaat eivät välttämättä pärjää näpistelijöille, hankalille valittajille tai muille häiriökäyttäytyjille, ja saattavat jopa aktivoida näitä;



*”(...) hyvin nuoret henkilöt (...) kesätöissä, niin ne on sit tietysti helpoin kohde. Niil ei oo vielä elämäkokemusta siinä” (K3).* Varsinkin isoissa kaupoissa henkilökunnan vaihtuvuuden tunnistetaan olevan suurta, jolloin myyjien ammatillisen valvutuneisuuden riittäminen nähdään mahdollisena haasteena.

*”(...) välillä säälistää (...) niiden myyjien puolesta (...) tuntuu, et ne ei yhtään tiiä, mitä niiden pitäis tehdä tai reagoida (...).” (K4)*

*”Mul on tullu niin ku tämmönen, et osaaks varmasti se henkilökunta. Kävelee siihen kesähessu sielt, 18-vee, just amiksest päässyt, just kasvanut hätäsesti parta tohon noin. Löntystää sielt silleen et ”ai kato, sille kävi jotain. Pitäisköhän hakee apua?” (K3)*

*”Myymäläalalla vaihtuu aika paljon henkilökuntaa, sil ei oo välttämättä semmosii pitkän ajan konkareita, jotka varmasti olis käyny säännöllisesti niit koulutuksii.” (K3)*

Vaikuttaa siltä, että ajantasainen turvallisuusohjeistus ja -koulutus nähdään tärkeänä tekijänä myymälähenkilökunnan toimintavarmuudelle.

#### **5.1.5.2 ”Luotettavan oloisen vartijan läsnäolo vähentää järjestyshäiriöitä”**

Vartijoiden läsnäolo myymäläympäristössä koettiin kuluttajien turvallisuuden tunnetta lisäävien ja ylläpitävien tekijöiden ykkösenä;

*”(...) aina se oma turvallisuus, sitä varten ne vartijat on. Et kyl niin ku niiden ammattitaitoon pitää sit siin vaihees luottaa.” (K5)*

*”(...) usein pelkäästään se vartijan läheisyys, silleen ku sul on näköyhteys siihen vartijaan.” (K4)*

Vartioinnin herättämä turvallisuuden tunne voidaan selittää luultavasti voimankäyttöön perustuvalla auktoriteetilla, vaikka todellisuudessa myymälävarojen toimivaltuudet ovat melko rajoitetut. Vartijoiden koetaan kuitenkin sekä suojelevan asiakkaita ja henkilökuntaa häiriötilanteessa että pitävän häiriökäyttäytyjät kaukana tai ainakin saavan heidät käyttäytymään paremmin. Vaikuttaa siltä, että vartijoita kaivataan erityisesti keskimääräistä turvattomammiksi koetuilla alueilla sijaitseissa myymälöissä.

*” (...) se näkyvä, koko ajan läsnä oleva vartiointi (...), niin kylhän ne vähentää sitä ihan selkeesti. (...) se, et tunnistetaan nää ongelmapaikat (...).” (K5)*

*”(...) pitää vaan kattoo, et just tämmösil levottomilla paikoilla oikeesti niitä vartijoita on ja riittävän lähellä. (...) et kylhän se lisää sitä turvallisuuden tunnetta varmaan just näis pienissäkin myymälöissä.” (K5)*

*”(...) siel on turvallisempi tunne sitte asioida, ku on se vartija paikalla, et jos jotain satuu. (K5)*

*”Mä oon hirveen rohkee tietyis tilanteis, mutta mä haluun et lähellä on joku sellanen, jol on just se natsa siel takissa, joka hoitaa sen asian loppuun (...).” (K2)*

Vartijoiden toiminnasta puhuttiin moneen otteeseen myös negatiivisessa äänensävyssä, mikä pyrkii murentamaan illuusiota auktoriteetista ja sen oikeutuksesta; *”(...) se oli ihan luokaton- ta kyl se niin ku kiertävä vartiointi joinakin päivinä. (...) ihan uskomatont jengiä niin ku ote- taan vartijaks (...). Tyyliin näki, et nyt tulee joku häirikkö, ne lähti sillä hetkellä niin ku jat- kamaan kierrosta” (K5)*. Mielenkiintoista oli huomata, että vaikka myymälöiden vartijoilla ja ravintoloiden järjestyksenvalvojilla on todellisuudessa hyvin erilaiset työtehtävät, toimival- tuudet ja työskentely-ympäristö, keskustelijat eivät puheissaan tehneet selkeätä eroa kahden eri ammatin edustajien välillä. On todennäköistä, että viimeaikaiset kohut joidenkin ravinto- loiden tai yökerhojen järjestyksenvalvojien väkivaltaisesta käyttäytymisestä asiakkaita koh- taan ovat lisänneet ennakkoluuloja ja jopa vastenmielisyyttä myös myymälöiden vartijoita kohtaan.

*”Mul on ainakin jotenkin semmonen mielikuva kaikist järjestysmiehistä ja vartijoista, et ne ei oo niin ku mitään kauheen ystävällismielistä porukkaa.” (K4)*

*”(...) yleensä se on vaa semmost pätemistä nimenomaan, et mulla on nyt olevinaan jo- tain valtaa (...).” (K1)*

*”Jotain juoppoja on pyöritelty siellä pitkin katuun silleen ihan turhaan, (...) täysin puo- lustuskyvyttömiä ihmisiä, jotka on vaan kännissä. Eiks se riitä silleen et ”moi, mee ulos”, ku sit tulee jotain hulluja niskalenkkejä, painetaan maahan (...).” (K4)*

Vartijoiden ulkoisesta olemuksesta puhuttiin myös yhtenä olennaisena tekijänä heidän amma- tillisen uskottavuutensa kannalta: *”(...) vartijoiden ulkoinen habitus pitää näyttää siltä, et se sopii oikeasti vartiointiin” (K5)*. Jos vartija ei näytä fyysisesti vahvalta ja määrätietoiselta, hän ei välttämättä herätä kuluttajissa luottamusta. Toisaalta huomiota herättävän maskuliini-

sen ulkonäön ja rujan käyttäytymisen uskotaan voivan provosoida häiriköijä haastamaan riittää.

### 5.1.5.3 ”Myyvälämpäristön sopiva kontrollitaso viestii, että tilanne on hallinnassa”

Keskustelijat puhuivat myyjien ja vartijoiden osaamisen lisäksi siitä, kuinka myymälän selkeä ja tarpeiden mukaisesti suunniteltu layout sekä tilojen onnistunut kunnossapito lisäävät asiainnoin miellyttävyyttä ja toisaalta turvallisuuden tunnetta.

*”(...) yleinen sisustus (...), et on siistiä ja valoisaa (...) et on tavallaan kaikki tiptop.”*  
(K1)

*”(...) semmonen spurgu on parempi, minkä näkee kaukaa ku semmonen, mikä yllättää kulman takaa. (...) missä näät koko tilanteen, missä on avaraa ja valoisaa.”* (K1)

*”(...) varsinkin pimeinä iltoina (...) valaistus pitää olla kunnollinen just siellä kaupan ulkopuolellakin. Et jos siel on semmosii pimeitä tai semmosii synkkiä paikkoja, niin sielhän on helppokin jonkun lymytä siellä ja aiheuttaa vähän semmosta niin ku turvatomuutta.”* (K5)

*”(...) liikkeiden suunnittelu sillä lailla (...). Et jos se on semmonen kauppa, missä oikeesti oletusarvosesti ihmiset käy vaikka lastenrattaiden kanssa tai et on niin ku paljon ihmisiä (...), niin sit vaan (...) leveet käytävät.”* (K4)

Turvallisuusjärjestelyiden toimivuutta pidettiin selkeästi tärkeänä, vaikka keskusteluissa otettiin suhteellisen vähän kantaa esimerkiksi turvallisuusteknologian merkitykseen Niscayah:n työntekijöiden pohdintoja lukuun ottamatta. Esimerkiksi isoissa myymäläyksiköissä häiriöiden uhka koettiin pieneksi nimenomaan siksi, että niiden uskotaan panostavan turvallisuusjärjestelyihin. Tällöin luotetaan siihen, että ikävät tilanteet ”hoidetaan aika nopeesti pois alta” (K1).

*”Mulla on sellanen vilpitön uskomus siitä, et varsinkin isommissa tai paremmissa kauppakeskuksissa tommoseen uhkaavaan käyttäytymiseen puututaan aika nopeesti.”*  
(K1)

*”(...) siel on vartijoita ja (...) jos siel tapahtuu jotain, niin sielt ei niin ku helposti pääse pakoon, että on niin ku niin monet silmät vahtimassa (...).”* (K2)

*”Näkyvä auktoriteetti pistää sillai niin ku varuilleen” (K3). Toisin kuin voisi olettaa, epäta-  
vanomaisen korkeaksi koettu turvallisuustaso saa kuluttajat rauhoittumisen sijasta pikemmin-  
kin huolestumaan siitä, miksi niin suuri panostus turvallisuuteen on koettu tarpeelliseksi.  
”(…) jos kaupois on näkyvät kalterit niin ku ikkunoissa, niin kyl mulle tulee semmonen olo et  
okei, nyt mä oon menos jonnekin ghattokauppaan” (K4). Silmiinpistävän laajat turvallisuus-  
järjestelyt ovat myös ristiriidassa yleisesti jaetun käsityksen kanssa siitä, että Suomi on turval-  
linen maa.*

*”(…) se oli just semmonen paikka, missä kaiken maailman niin ku turvallisuuden määrä  
aiheutti jopa sitä pientä jännitystilannetta, koska oli niin epätavallista, et siel oli joten-  
kin niin supervalvottua kaikki.” (K4)*

*”(…) voi tietyl tapaa aiheuttaa sitä filistä, et hetkinen, pitäiskö mun olla huolissaan, et  
tää on niin ku pienessä kaupassa kolme vartijaa? (… onko niin ku jotain tapahtumas-  
sa (… onks tää niin ku jotenkin semmonen paikka, missä helposti on ongelmia?” (K4)*

Kuten aiemmin todettiin, käsitykset tietyn paikan turvallisuudesta tai turvattomuudesta perus-  
tuvat pitkälti mielikuviin, joihin vaikuttavat sekä kuluttajan omat havainnot ja johtopäätökset  
että muilta kuullut tarinat.

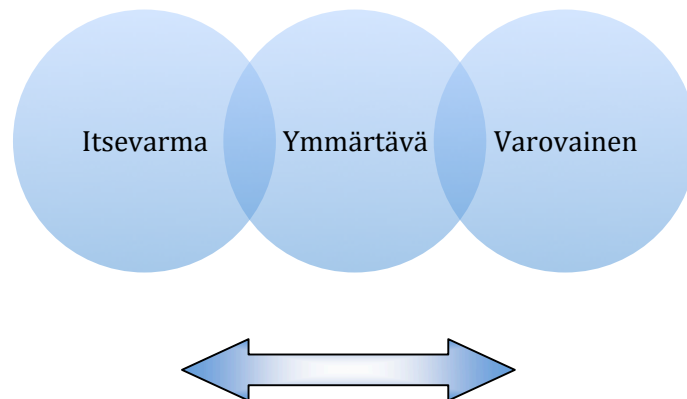
*” (… ikään ku (… profitable kauppa on semmonen kauppa, missä on hyllyt täynnä  
(…), lattiat puhtaita ja ulkopuoli on niin ku siisti. Niin samal lailla se mun mielest ker-  
too siitä, et asiakkaat käy mieluummin siellä, se on niin ku ikään kuin toivottavampi (…  
turvallisempi kauppa.” (K4)*

*”(…) se saa niin ku siinä mielessä kiirimään just sen sanan, että porukat tietää, et okei,  
tää on silleen turvallinen paikka, ja että ihan mukava asioida, ei oo just semmost hir-  
veetä örvellystä siellä (…).” (K5)*

Yllä olevista pätkistä voidaan ymmärtää, kuinka asiointipaikan fyysisten puitteiden riittävä  
huolenpito sekä turvalliseksi koettu ilmapiiri ovat tärkeä lähtökohta myymäläympäristön ima-  
golle.

## 5.2 Narratoinnin perusteella tunnistettuja kuluttajatyyppejä

Kun tarkastellaan ryhmäkeskusteluaineistossa esiintyviä kuluttajien narratointitapoja eli diskursseja häiriökäyttäytymisen ja turvallisuuden tunteen kokemisesta, voidaan niistä tunnistaa kolme luonteeltaan ja painotukseltaan erilaista kuluttajatyyppeä tai -identiteettiä:



*Kuva 2. Narratointitapojen perusteella luokitellut kuluttajatyypit*

Kategoriat pyrkivät havainnollistamaan, miten samoihin ilmiöihin voidaan liittää hyvinkin erilaisia merkityksiä riippuen siitä, millaista kuluttajaidentiteettiä yksilö rakentaa itselleen kerronnan kautta. Erilaiset suhtautumistavat johtavat luonnollisesti myös erilaisiin itselle sopiviksi nähtyihin toimintatapoihin. Voidaan olettaa, että yksilön luonteenpiirteillä voi olla merkittäviä vaikutuksia hänen suhtautumis- ja käyttäytymistapoihinsa, joskaan tässä luvussa ei keskitytä niihin tämän kummemmin.

Itsevarma ja varovainen kuluttajaidentiteetti edustavat keskenään vastakkaista suhtautumista ilmiöihin. Esimerkiksi siinä missä itsevarma kuluttaja ilmaisee päättäväisesti omista tarpeistaan ja oikeuksistaan ja puhuu häiriökäyttäytymisestä ja siihen syyllistyvistä henkilöistä paheksuvaan tai jopa halveksivaan sävyyn, varovaisen kuluttajan kerronnasta kuvastuu arempi ja vetäytyvämpi suhtautuminen häiriökäyttäytymiseen. Ymmärtävä kuluttaja sijoittuu ääripäitä edustavien ryhmien väliin, sillä hänen asenteensa ja käyttäytymisreaktionsa ovat vaihtelevampia ja siten periaatteessa myös vaikeammin ennustettavia. Ymmärtävällä kuluttajalla voidaan ajatella olevan muita ryhmiä analyttisempi ja sosiaalisempi suhtautumistapa, ja hänellä

on suurempi taipumus pohtia ja tulkita tilanteita ja muita ihmisiä ennen omien siirtojensa tekemistä.

Tunnistettuja kuluttajatyyppejä kuvaillaan tarkemmin seuraavaksi. Ensiksi on kuitenkin huomioitava, että ihmisen asenteet ja hänen käyttämänsä diskurssit voivat vaihdella paljon eri tilanteissa eri aikoina – näin ollen yksittäistä kuluttajaa ei siis voida tosielämässä luokitella yksiselitteisesti yhteen staattiseen kategoriaan. Varmasti suurimmassa osassa ihmisiä on tilanteesta riippuen löydettävissä piirteitä kustakin kategoriasta. Lisäksi on ilmeistä, että erilaisista asenteista ja toimintataipumuksista huolimatta kuluttajien taustalla vaikuttavat kollektiivisesti tiedostetut suomalaisille tyypilliset arvot ja odotukset.

### 5.2.1 Itsevarma kuluttaja

Itsevarma kuluttaja on nimensä mukaisesti rohkea eikä säikähdä pienestä. Hän luo itsestään kuvaa vahvaluontoisena henkilönä, joka luottaa omaan selviytymiskykyynsä mahdollisissa haastavissa tilanteissa. Luottamus voi perustua esimerkiksi omiin fyysisiin tai sosiaalisiin ominaisuuksiin, mutta toisinaan se vaikuttaa olevan eniten uskomuksista ja asenteesta kiinni. Itsevarma suhtautuminen ei-toivottuihin arjen ilmiöihin pyritään usein perustelemaan optimistisellä järkeilyllä.

*”(...) niit häiriökäyttäytyjii on ollu sillon, niit on nyt ja mä koen olevani ihan samanlainen ihminen (...), et emmä koe olevani varautuneempi tai mitään (...) sitähan sais pistää itensä sitten lasikoppiin ja olla siellä.” (K3)*

*”(...) nykyään se ku siel (...) on ne vartijat kuitenkin joka paikassa, niin (...) sitä ei ehi niin ku tapahtuu kauheen pitkään aikaan, jos siellä jotain on.” (K1)*

*”(...) tietää et on riittävän nopeet jalat ja (...) useimmiten pääsee karkuun silleen ku vaan kiihdyttää vauhtia, et ei oo sillai niin ku useimmiten mitään syytä hätään.” (K1)*

Itsevarmat kuluttajat tuntevat paikkansa, preferenssinsä ja ennen kaikkea odotuksensa saada asioida ilman häiriöitä. Koska he näkevät uhan tunteen ja turvattomuuden olevan melko vieraita ilmiöitä jokapäiväisessä elämässään, häiriökäyttäytyminen merkitsee heille ensisijaisesti asioinnin mielekkyyttä häiritsevää ulkopuolisten ihmisten käyttäytymistä. Itsevarma asenne ilmenee siinä, että yksilö ilmaisee painokkaasti ja määrätietoisesti, millainen käyttäytyminen

tai millaiset tilanteet ovat hänestä häiritseviä tai ärsyttäviä. Lisäksi kuluttaja kokee oman ärtymyksensä olevan oikeutettua ja on myös taipuvainen viestimään siitä.

*”Mua ei ainakaan tulla tuuppimaan.” (K5)*

*”(...) mua ottaa todella paljon päähän, et ihan sama mihin vuorokauden aikaan minä viikonpäivänä tahansa ku mä meen tohon lähi-Alepaan, niin on aina jotain epämäärästä porukkaa.” (K1)*

*”(...) siellä menee aikaa, sit sä et löydä niitä tuotteita (...), et saa asiakaspalvelua ja muuta vastaavaa. Ja sit jos tulee joku uhkaava tilanne tai jotain muuta vastaavaa, (...) sisimmissään niin kyl mä niin ku stressaan, (...) tulee pahalle päälle, ja sen huomaa.” (K6)*

Mielikuvaa rohkeasta luonteesta ja asenteesta rakennettiin ja vahvistettiin esimerkiksi kertomalla tilanteista, joissa kertoja itse on omaehtoisesti puuttunut häiritsevään tai uhkaavaan käyttäytymiseen myymäläympäristössä tai muilla julkisilla paikoilla. Tilanteissa on saattanut olla kyse laillisesti kielletystä toiminnasta, mutta joissain esimerkeissä kertoja on korostanut omaa spontaania reaktiotaan huonoon tai epäoikeudenmukaiseen käyttäytymiseen.

*”(...) se et näkee niit semmosii rehavi teinejä, niin mä oon kyl nyt pariin otteeseen käy-ny ojentamassa (...).” (K4)*

*”Me ollaa joskus pidelty siellä myymälävarasta kassalla, ku kassa ei saa sitä pideltyy ja vartija lähti haneen.” (K2)*

*”Ne (...) seisoo ja juttelee siinä ”kälä kälä (...)”. (...) sit ku ne on sattunu just parkkeeraa (...) et sul on just se tölkki tai joku minkä sä haluaisit ottaa siitä. Ja meet siihen et ”anteeks, tota, että voisitteks te hieman väistyä ku mä ottaisin tost ton yhen tuotteen?”. ”Ai jaa, no ei se nyt vaan käy”. (...) ja ne jatkaa sitä keskustelua siitä. Ja olen jopa tehnyt niinkin, et sit mä oon menny siihen väliin ja työntäny ne kärryt (...), ja sanonu (...) silleen ”oikein paljon kiitoksia ja hyvää päivän jatkaa teillekin”.” (K3)*

Kerronnan äänensävy on toki jokseenkin riippuvainen havaitusta ”vastapuolesta” tai kontekstista; esimerkiksi nuorten ja vanhusten huonosta käyttäytymisestä saatetaan usein puhua paheksuvasti, mutta poikkeuksellisen arvaamattomiksi koetuissa tilanteissa myös ääni omasta suhtautumisesta muuttui epävarmemmaksi. Itsevarmasta asenteesta huolimatta kuluttaja tiedostaa siis omien rajojensa olemassaolon; *”(...) mun mielest niin ku se ainoon tilanne mitä mä*

*voin kuvitella et mä oikeesti tuntisin itseni varsinaisesti uhatuks kaupassa, on et jos joku heiluu jonkun aseensa kanssa” (K4).*

Itsevarma kuluttaja antaa pääasiassa ymmärtää välttävnsä häiriökäyttäytyjiä tai epämiellyttäviä asiointipaikkoja sen takia, ettei hän halua tai jaksaa sietää niitä ja kokee ansaitsevansa parempaa.

### 5.2.2 Ymmärtävä kuluttaja

Ymmärtävällä kuluttajatyypillä on ensisijaisesti sosiaalinen ja joustava lähestymistapa arjen kokemuksiin: omia kokemuksia pyritään ymmärtämään myös muiden tarkasteltavissa tilanteissa osallisena olevien ihmisten näkökulmien kautta. Vaikka tässä luvussa tuodaan esille kolmen eri kategorian edustajille ominaisia piirteitä ja siten korostetaan myös niiden välisiä eroavaisuuksia, käytännössä rajanveto ei ole yksiselitteistä. Sekä itsevarmasta että varovaisesta kuluttajasta voi siis olla tunnistettavissa ymmärtävän kuluttajatyypin piirteitä.

Ymmärtävän kuluttajan puhetapaa leimaa empaattisuus ja kyky asettua toisen ihmisen, myös häiritsevästi käyttäytyvän, asemaan. Hän on kiinnostunut pohtimaan ilmiöitä ja syitä, joiden vuoksi ihmiset käyttäytyvät vaikeasti tai häiritsevästi eri tilanteissa. Toisinaan ymmärtäväinen lähestymistapa häiriökäyttäytymiseen saattaa olla jokseenkin yhteydessä kertojan omakohtaisiin kokemuksiin häiritsevään käyttäytymiseen ”syyllistymisestä”.

*”(...) mä tiän ku on ite notkunu jossain... hudeilla.” (K1)*

*” (...) ei (...) asiakkaat aina saa semmosta asiakaspalveluu ku pitäis, ja kyllähän siellä niin ku jotkut menettää hermonsa ja käyttäytyy (...) törkeesti myös henkilökuntaa kohtaan tietyissä tilanteissa (...).” (K6)*

Yksi tapa rakentaa ymmärtävän kuluttajan identiteettiä on puhua empaattisesti niistä ihmisistä, kuten myyjistä tai lapsista, jotka sattuvat häiriökäyttäytyjän ”hyökkäyksen” kohteeksi tai joiden mielenrauha voi järkkäytyä merkittävästikin tapahtuman seurauksena. Myös pohtiessaan erilaisten häiriökäyttäytyjäryhmien taustoja ja kohtaloita ymmärtävälle kuluttajalle on luonteenomaista ilmaista huolta ja sääliä näitä ryhmiä kohtaan;



*”Se jotenkin ahdisti niin ku... Siellä aiheuttamas häiriötä muille ihmisille ja sitä kautta ongelmia itselleen.” (K3)*

*”(...) siin on siis ihan narkkareita tosi vaikeessa tilanteessa, siis niin ku näkee et ollaan kyllä niin pohjalla ku olla ja voi (...).” (K2)*

Häiriö- tai poikkeustilanteessa ymmärtävällä kuluttajalla on taipumus toimia joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla. Tällöin hänen suhtautumistaan tilanteeseen voidaan hyvinkin luonnehtia olevan itsevarman ja varovaisen kuluttajan välillä: *”(...) ei tartte niin ku olla erityisen varovainen jossakin tietyissä paikoissa, vaan riittää et on aina järkevän varovainen” (K5).* Ymmärtävä kuluttaja saattaa esimerkiksi pyrkiä selviytymään tilanteesta keskustelemalla rauhallisesti vastapuolen kanssa, mikä usein edellyttää itsekontrollia ja luottamusta ainakin näennäisen yhteisymmärryksen syntymisen mahdollisuuteen;

*”(...) ajattelin, että jos mä vaihdan sen kaa pari sanaa, niin sit se ei vaivaa meit enää. (...) et ei sitä häiriötä aina pakene ja niin ku mee jonnekin silleen karkuun (...).” (K4)*

On tyypillistä, että ymmärtävä kuluttaja antaa ymmärtää pohtivansa etukäteen poikkeustilanteiden todennäköisyyttä lisääviä tekijöitä. Siten voidaan tulkita, että hän saattaa nähdä esimerkiksi häiriökäyttäytymisen potentiaalisen kohtaamisen myymäläympäristössä olevan osaksi kiinni hänen omista valinnoistaan: *”(...) jos on paikka, missä käy helpommin (...) ei niin hyvätulotasoista porukkaa, niin kylhän se usein niin ku tuo sinne jotain levottomuutta (...).” (K4).*

Voidaan päätellä, että ymmärtävän kuluttajatyypin motiivit vältellä häiriökäyttäytyjiä ja näiden valtaamia paikkoja liittyvät eniten asiointitapahtuman rauhallisuuden ja mielekkyyden varmistamiseen.

### **5.2.3 Varovainen kuluttaja**

On selvää, että lähes jokainen ihminen joskus tekee päätöksiä tai toimii varovaisuuden periaatteen mukaisesti – perustuuhan inhimillinen itsesuojeluvaistokin siihen. Esimerkiksi taskuvarkaudet ovat pääkaupunkiseudulla suhteellisen uusi mutta erittäin nopeasti kasvanut ilmiö, jota koskevien tarinoiden ja uutisoinnin lisääntyminen on saanut ihmiset kiinnittämään

enemmän huomiota mukana kulkevan omaisuuden suojelemiseen. Keskimääräistä varovaisemman kuluttajan tarinoinnista on kuitenkin tunnistettavissa suhteellisen korkea epävarmuus ja huoli poikkeustilanteissa. Hän on herkkä miettimään etukäteen eri paikkoihin tai tilanteisiin liittyviä riskejä, mikä saattaa myös näkyä hänen arjen valinnoissaan.

*”(...) jos yöllä kävelee baarista kotiin pilkun jälkeen, otan mieluummin vilkkaan kadun kuin sen aution kadun.” (K1)*

*”(...) jos mä meen Siwaan kauppaan ja mä tiän et siel on se kassa, joka nyt sitten aina välillä yrittää laittaa niitä tuotteita sinne hyllyyn. Ja sit siel on joku epämääräsen näkönen tyyppi (...) hyllyjen takana, niin kyllä mulle tulee turvaton olo. Kyllä mä lähen aika nopeesti sielt kaupasta.” (K2)*

Varovaista kuluttajaidentiteettiä itselleen rakentava henkilö liittyy häiriökäyttäytymiseen helposti mielikuvia uhkaavien tilanteiden syntymisen mahdollisuuksista. Vaikka myös varovainen kuluttaja valittelee häiritsevää tai ärsyttävää käyttäytymisestä, hänellä on itsevarmoja kuluttajia suurempi taipumus kuvailla siihen liittyviä kokemuksiaan hämmentävinä tai ahdistavina. Myymäläympäristössä varovainen kuluttajatyyppe saattaa ahdistua helposti ikävistä tai haastavista sosiaalisista tilanteista ja pyrkiä siksi välttelemään niitä tai vetäytymään niistä mahdollisimman nopeasti. Vapaaehtoista puuttumista uhkaaviin tilanteisiin vältellään erityisesti, sillä kuluttaja on huolissaan siitä mahdollisesti koituvista ikävistä seurauksista.

*”(...) jos siel on ikävä tilanne kassalla ja mä oon just menossa kassalle, niin ei oikein silleen nyt haluis olla osa sitä.” (K2)*

*”(...) vähän miettii että sielt voi tulla mitä vaan, et pysyy vähän kauempana.” (K6)*

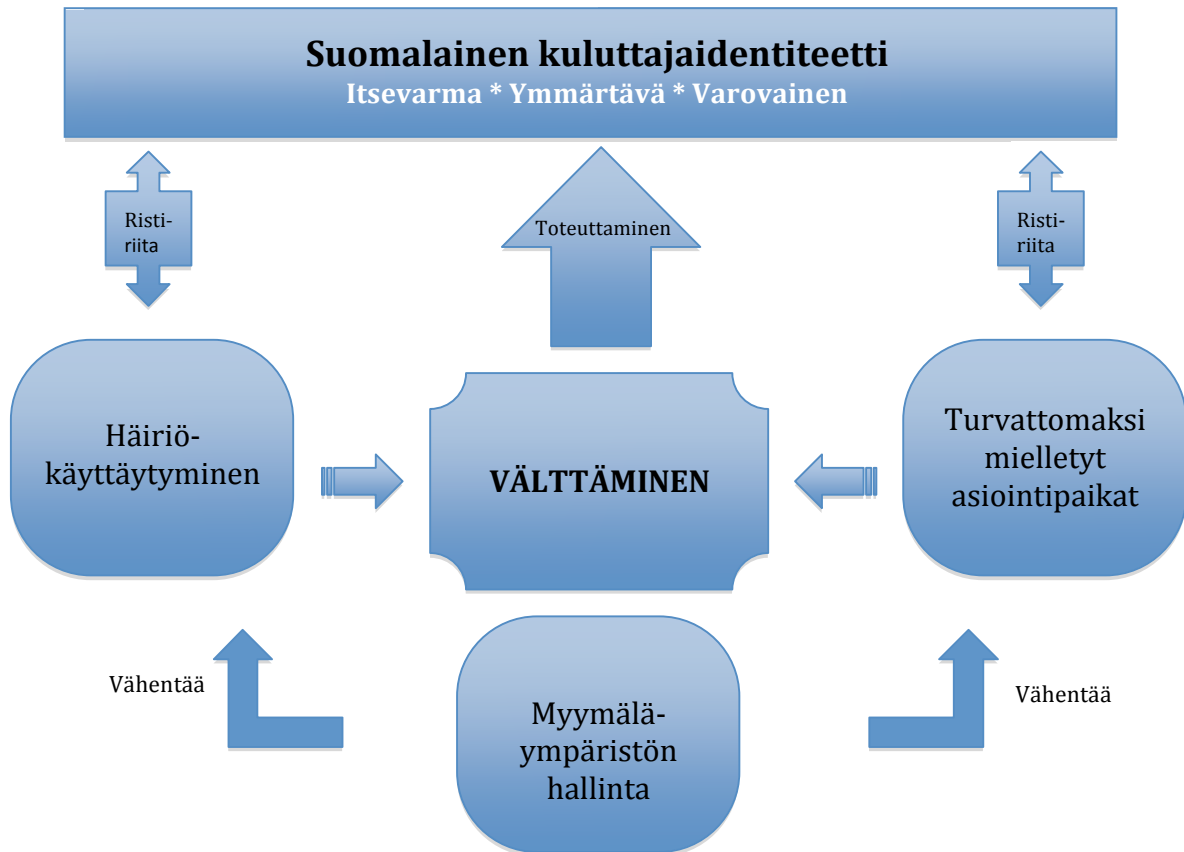
*”Vaik sä et ois välttämät itse niin ku siinä kohteena, siin on sellanen tietty arvaamattomuus.” (K4)*

On pääteltävissä, että varovaisen kuluttajan taipumus tai tietoinen päätös vältellä tiettyjä turvattomaksi koettuja asiointipaikkoja perustuvat ensisijaisesti haluun pysyä kaukana uhkaavasti käyttäytyvistä ihmisistä ja näiden aiheuttamista poikkeustilanteista.

### 5.3 Narratiivinen malli kuluttajista, häiriökäyttäytymisestä ja turvattomuudesta myymäläympäristössä

Bower ja Rinck (1999, 113) kertovat narratiivien sisäisen representaation koostuvan kolmesta päätekijästä eli henkilöhahmoista, miljööstä sekä tapahtumasta, joka esiintyy miljöössä (eli tapahtumapaikassa). Seuraavaksi esiteltävässä mallissa narratiivien henkilöhahmoina toimivat häiriökäyttäytyjät, myyjät ja vartijat, ja kuluttaja itse on luonnollisesti aktiivisesti toimiva ja reagoiva päähenkilö. Miljöönä toimii myymäläympäristö, usein turvaton tai muulla tavoin ahdistava sellainen. Huomion kohteena olevia tapahtumia ovat häiriökäyttäytyminen sekä myyjien ja vartijoiden reagoiva tai ennaltaehkäisevä toiminta. Lisäksi yleisön erityisen mielenkiinnon kohteena on päähenkilön aikaansaama tapahtuma: miten päähenkilö reagoi häiriökäyttäytymiseen ja/tai myyjien ja vartijoiden toimintaan.

Neumannin ja Nünningin (2008, 9) mukaan kulttuuri ohjaa ja rajoittaa kokemuksista narratoimista ja narratiivisten identiteettien rakentamista: se tarjoaa joukon tunnustettuja ja kulttuurisesti hyväksytyjä juonia, symboleita ja henkilöhahmoja kokemusten tulkitsemiseksi ja identiteettien neuvottelemiseksi. On siis huomioitava, että kertojat tarttuvat esimerkiksi kuluttajaminästään tai suomalaisessa myymäläympäristössä tapahtuvista kohtauksista tarinoidessaan juuri niihin tekijöihin, jotka ovat yleisesti sisäistettyjä ja helposti saatavilla kyseisessä kulttuurisessa kontekstissa.



*Kuva 3. Kuluttajanarratiivi häiriökäyttäytymisen ja turvattomuuden kokemisesta myymäläympäristössä*

Seuraavissa alaluvuissa kuvaillaan tarkemmin metanarratiivin muodostavia osa-tekijöitä ja niiden välisiä suhteita.

### 5.3.1 Suomalainen kuluttajaidentiteetti

Ensimmäinen komposiittinarratiivi kuvailee päähenkilöä eli kertojaa itseään kuluttajana. Se muodostettiin kertojien jakamista suomalaista kulttuuria ja asointiympäristöä sekä heidän omia kuluttajatarpeitaan koskevista konstruktioista. Juonentaminen voidaan ymmärtää minuuden luomisen muotona, jossa ihmisen ja paikan välinen suhde on muutettu uskottavaksi minuutta käsitteleväksi narratiiviksi (Dixon & Durrheim 2000). Narratiivi kuvailee, kuinka suomalainen kuluttaja on kotimaassaan ja erityisesti myymälän kaltaisessa arkiympäristössä

tottunut turvalliseen ja häiriöttömään asiointimahdollisuuteen, ja kuinka se myös näkyy hänen arvostuksissaan.

Kerbyn (1991, 19) mukaan olemme tietoisia, joskin usein vain implisiittisesti, että menneisyydellä on suuri vaikutus nykyhetken merkityksiin. Voidaan ajatella, että vetoamalla tähänastiseen kokemukseensa kuluttajat ilmaisevat joko tietoisesti tai tiedostamattomasti, kuinka he toivovat ja odottavat turvallisuutta ja häiriöttömyyttä kaikilta, myös tulevilta, asiointikerroiltaan. Kerrontatapojen analysoinnissa tunnistettiin kolme asenteiltaan ja taipumuksiltaan erilaista kuluttajaidentiteettiä: itsevarma, ymmärtävä sekä varovainen kuluttaja. Omille kokemuksille annettujen merkitysten eroista huolimatta eri kuluttajatyyppejä yhdistävät suomalaiselle kulttuurille ominaiset arjen turvallisuuden ja häiriöttömyyteen liittyvät odotukset ja preferenssit.

### 5.3.2 Häiriökäyttäytyminen

Häiriökäyttäytymistä kuvailevassa komposiittinarratiivissa kuluttajat käsittelevät ilmiön tekijöitä eli häiriökäyttäytymiseen syyllistyviä ihmisiä sekä sitä, miten he toimivat. Keskustelussa kiinnitettiin runsaasti huomiota tiettyihin ihmisryhmiin. Onkin luontevaa, että puhuessamme yleisesti jostain toimintatavasta liitämme kertomukseemme tyypillisiä toimijoita. Kerby (1991, 35) selittää, että kertoessamme yksilön toiminnasta olemme osallisena luomassa yksilöä täsmälliseksi henkilöahmoksi.

On huomioitava, että ihminen ei ainoastaan muistele tapahtumia ja ilmiöitä vaan myös asennoituu niihin tietyllä tavalla (Kerby 1991, 36). Kertoessaan esimerkkejä ja kokemuksiaan häiriökäyttäytymisestä keskustelijat liittivät kollektiivisesti kuvailemiinsa tapahtumiin ja niihin syyllisiksi koettuihin ihmisiin negatiivisia merkityksiä: häiriökäyttäytymisen nähtiin olevan joko omaa rauhallista asiointia häiritsevää tai turvallisuuden tunnetta uhkaavaa käyttäytymistä. Häiriökäyttäytymisen sietäminen tai hyväksyminen arkiasioinnissa sekä siihen sopeutuminen olisivat ristiriidassa niiden arvojen, tarpeiden ja odotusten kanssa, joihin kertojat ovat perustaneet suomalaiset kuluttajaidentiteetit.

### 5.3.3 Turvattomaksi koetut asiointipaikat

Kolmas komposiittinarratiivi kertoo tekijöistä, jotka lisäävät myymäläympäristön koettua turvattomuutta. Tällaisina tekijöinä nähtiin erityisesti arvaamattomaan häiriökäyttäytymiseen taipuvaisten ihmisten läsnäolo, mutta myös sellaiset asiointipaikan fyysiset puitteet, joiden koetaan lisäävän häiritsevästi tai uhkaavasti käyttäytyvien ihmisten läsnäolon mahdollisuutta tai muistuttavan siitä. Proshanskyn ym. (1983) mukaan fyysiseen ympäristöön yhdistettyjen kognitioiden ja niistä muodostuvan henkilökohtaisen paikka-identiteetin ytimessä on ihmisen ”ympäristöllinen menneisyys”; menneisyys, joka koostuu paikoista ja tiloista sekä niiden inhimillisiä tarpeita tyydyttävistä ominaisuuksista. Narratiivissa kertojat siis palasivat asiointipaikkoihin liittyviin menneisyyden kokemuksiinsa ja toivat esille sellaisia tekijöitä, joiden vuoksi ovat kokeneet turvattomuutta.

Henkilökohtaiset kokemukset tietyssä asiointipaikassa syntyneestä turvattomuuden tunteesta muokkaavat vahvasti mielikuvia kyseisestä paikasta, mutta myös muilta ihmisiltä kuullut ja median välittämät tarinat ovat mukana rakentamassa mielikuvia. Itsevarma kuluttaja ei ehkä mielellään puhuisi turvattomasta myymäläympäristössä, epämiellyttävästä tai ahdistavasta ympäristöstä kylläkin. On kuitenkin selvää, että turvattomassa tai ahdistavassa myymäläympäristössä asiointi on jatkuvien häiriötilanteiden sietämisen tavoin ristiriidassa arjen turvallisuutta ja häiriöttömyyttä arvostavan ja niitä odottavan kuluttajan minuuden kanssa.

### 5.3.4 Välttäminen

Bower ja Rinck (1999, 118) toteavat ihmisten uskovan, että tarinoiden henkilöhahmojen tavoitteet ovat tärkein syy heidän toiminnalleen. Heidän mukaansa tavoitteiden nähdään synnyttävän suunnitelmia, ja suunnitelmien toteuttaminen saa aikaan toiminnan. Puhuessaan häiriöiden välttämisestä kuluttajat näkivät toimintansa perustuvan rationaaliseen päättely- ja etenemisprosessiin, mikä pyrkii myös korostamaan heidän käsitystään itsestään järkevinä ihmisinä. Kertomuksista paljon kirjoittaneen filosofi Paul Ricouerin perusajatus on, että kertomus käsittelee aina diskordanssia eli ristiriitaa, epäsointua tai säröä. Hänen mukaansa kertomuksen lopetus sisältää aina jonkin tasoisen sovituksen, ratkaisun tai sopusoinnun. (Hyvärinen 2006) Tämän tulkinnan mukaan häiriökäyttäytymisen ja asiointipaikkojen turvattomuuden ikävyys kuluttajille on diskordanssi, ja kyseisten tekijöiden välttäminen on ratkaisu.

Turvattomuuden hallinta on jatkuvasti ajankohtainen ja yksilökohtainen kysymys, jolla on keskeinen merkitys identiteetin ylläpitämisessä (Lahikainen 2000, 70). Kun tarkastellaan häiriökäyttäytyjien ja turvattomaksi koettujen paikkojen välttämistä päähenkilön tarkoituksellisenä toimintana, sen yksinkertaisimpana tiedostettuna motiivina voidaan pitää itsesuojelua hermostuneisuuden (itsevarmoilla kuluttajilla) tai turvattomuuden (varovaisilla kuluttajilla) tunnetta vastaan. Suojelemalla omaa henkilökohtaista tilaansa päähenkilö toteuttaa hänestä luotua käsitystä turvallista ja häiriötöntä asiointia arvostavana kuluttajana. Voidaan siis tulkita, että tarinoidessaan häiriökäyttäytymisen ja turvattomien paikkojen välttämisestä kertojien tiedostamattomana tavoitteena on tässä mallissa päästä sinut rakentamansa identiteetin kanssa. Näin välttäminen linkitetään myös selviytymisen teoriaan; välttäminen on yksilön tapa suojella itseään ulkopuolisilta (myös identiteettiin kohdistuvilta) stressitekijöiltä ja niiden aiheuttamilta ristiriidoilta.

### 5.3.5 Myymäläympäristön hallinta

Jos tarinoiden ajatellaan pyrkivän puhuttelemaan kuulijaa, yhtä lailla niiden voidaan ajatella pyrkivän opettamaan näitä. Coste (1989, 304) väittää, että narratiivilla on erityinen kutsumus opettamiseen, sillä se ylläpitää aktiivista suhdetta aikaan: tapahtuman kuvaileminen edellyttää yhtä lailla suunnitelmien kuin toteutuneiden kokemusten käsittelyä ja peilaamista. Aikaisempien osioiden narratiivit rakensivat juonta, jonka mukaan kuluttajat arvostavat turvallista ja häiriötöntä asiointia, minkä vuoksi häiriökäyttäytymisen jatkuva ilmeneminen ja muut turvattomuuden tunnetta lisäävät tekijät tietyssä myymäläympäristössä saavat hänet välttelemään kyseistä ympäristöä. Myymälähenkilöstön ja vartijoiden osaamista sekä myymäläympäristön miellyttävyyttä koskevien puheiden voidaan tulkita pyrkivän lopuksi opettamaan kuuntelijalle, kuinka myymäläympäristön hallinnalla voidaan vähentää häiriökäyttäytymistä ja asiointipaikan turvattomuutta ja siten vaikuttaa kuluttajan käyttäytymiseen.

Myymälän hallintaa koskevat kertomukset voidaan siis tulkita aktivoiviksi; ne pyrkivät (joskaan ei aina ekspliittisesti) saamaan aikaiseksi toimintaa. Tällöin tämän narratiivin voidaan ajatella olevan kohdistettu erityisesti myymälän hallinnasta vastaaville, joiden intressinä uskotaan olevan myyntimenestyksen maksimoiminen, ja joiden siksi uskotaan haluavan puuttua asiakkaiden menettämiseen johtaviin tekijöihin.

## 6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

### 6.1 Yhteenveto tutkimuksen tuloksista

Tutkielmani tavoitteena oli tuottaa ymmärrystä siitä, miten myymäläympäristössä esiintyvä häiriökäyttäytyminen vaikuttaa kuluttajan kokemukseen myymäläympäristöstä ja sen turvallisuudesta sekä kuluttajan omaan käyttäytymiseen. Johdannossa tutkimusongelmaksi muotoiltiin:

*Miten kuluttajat kokevat myymäläympäristössä esiintyvän häiriökäyttäytymisen sekä sen merkitykset myymäläympäristön turvattomuuden ja oman käyttäytymisensä kannalta?*

Tutkimusongelmaa tukivat seuraavat alaongelmat:

- *Millaisia merkityksiä annetaan myymäläympäristölle ja sen turvattomuudelle sekä häiriökäyttäytymiselle?*
- *Miten kuluttajien narratiivit välittävät kokemuksia ja merkityksiä?*
- *Miten kuluttajat tarinoivat yhdessä häiriökäyttäytymisestä ja turvattomuuden kokemisesta myymäläympäristössä?*

Tutkimusongelmaa lähestyttiin ensin teorialuvuissa käsittelemällä myymäläympäristöä ja sen kokemista paikkana, turvallisuutta ja turvattomuutta sekä häiriökäyttäytymistä myymäläympäristössä esiintyvänä ilmiönä. Läpi kirjallisuuskatsauksen pyrittiin huomioimaan kokijan subjektiivinen näkökulma: millaisia merkityksiä tarkasteltavilla ilmiöillä voidaan kokemusten kautta ymmärtää olevan hänen minuudelleen? Tekstissä esitettiin ajatus, jonka mukaan yksilön kokemukset yksittäistä paikoista, kuten myymälän kaltaisesta arjen asiointipaikasta, kehittävät, muokkaavat tai vahvistavat muistoja, mielikuvia ja tulkintoja paikasta, jotka yhdessä muodostavat paikan identiteetin. Paikkojen identiteetit ovat läheisessä yhteydessä yksilön omaan paikka-identiteettiin (esim. millaisessa ympäristössä yksilö elää ja millaisissa paikoissa hän asioi), joten merkittävät muutokset paikoissa muokkaavat myös yksilön omaa paikka-identiteettiä. Myymäläympäristöön liitetyt turvallisuuden ja turvattomuuden kokemukset niin ikään vaikuttavat paikan identiteettiin. Häiriökäyttäytyminen on yksilöiden asiointirauhaa



negatiivisesti häiritsevää käyttäytymistä, jonka kokeminen paitsi aiheuttaa stressiä, myös saa yksilön suunnittelemaan ja toteuttamaan keinoja, joilla hän selviytyy epämiellyttävästä tilanteesta.

Empiirisessä osuudessa kuluttajan kokemuksia ja niille annettuja merkityksiä lähestyttiin narratiivisen viitekehyksen kautta. Ensin käsiteltiin tutkijoiden esittämien teorioiden avulla, miten narratiivien ajatellaan välittävän kertojansa kokemuksia ja merkityksenantoa. Narratiivien todettiin olevan tärkeä minuuden ilmaiseksen väline, sillä rakentamalla ja tulkitsemalla jatkuvasti kokemuksiinsa, näkemyksiinsä ja aikomuksiinsa kertomusten muodossa ihmiset rakentavat myös omaa identiteettiään. Narratiivit on juonentamisen kautta järjestetty temporaalisesti ja kausaalisesti mielekkäiksi kokonaisuuksiksi. Ne eivät ainoastaan kuvaa menneitä tapahtumia kertojan näkökulmasta, vaan pyrkivät myös esimerkiksi perustelemaan, suostuttelemaan tai tuomitsemaan asioita tulevaisuudessa.

Ryhmäkeskusteluista kerätyllä aineistolla pyrittiin vastaamaan siihen, miten kuluttajat tarinoivat yhdessä häiriökäyttäytymisestä ja turvattomuudesta myymäläympäristössä. Tulkinnan kautta tuotettiin kollektiivisia merkityksiä häiriökäyttäytymisen ja turvattoman myymäläympäristön kokemiselle. Kuluttajien kertomuksista tunnistettiin viisi laajempaa teemaa, joita käsiteltiin tutkielman analyysiosiossa;

- 1) Ensiksi esiteltiin komposiittinarratiivi suomalaisesta kuluttajaidentiteetistä, joka korostaa suomalaisille luonteenomaisia arvoja ja odotuksia rauhallisen ja häiriöttömän asioinnin mahdollisuuksista arjessa.
- 2) Häiriökäyttäytymistä käsittelevä komposiittinarratiivi ilmaisee, kuinka kuluttajat kokevat häiriökäyttäytymisen joko asiointirauhaa häiritseväksi tai hermoja koettelevaksi toiminnaksi, ja joka erityisen aggressiivisessa tai arveluttavassa muodossa saattaa myös aiheuttaa turvattomuuden tunnetta.
- 3) Kolmas eli turvattomista asiointipaikoista kertova komposiittinarratiivi esittää, että mielikuvat häiriökäyttäytyjien potentiaalisesta läsnäolosta sekä häiritsevästi tai uhkaavasti käyttäytyviä ihmisiä houkuttelevista fyysisistä puitteista lisäävät tarkasteltavan asiointiympäristön koettua turvattomuutta.
- 4) Häiriökäyttäytyjien ja turvattomaksi koettujen asiointipaikkojen välttämistä korostava komposiittinarratiivi pyrkii selittämään, kuinka välttelemällä tarkoituksellisesti omien arvostustensa ja odotustensa vastaisia tilanteita ja paikkoja kuluttajat sekä

suojelevat itseään stressiltä että pyrkivät toteuttamaan ja vahvistamaan identiteettiään suomalaisena kuluttajana, joskaan se tuskin on heille tietoista toimintaa.

- 5) Viimeinen komposiittinarratiivi käsittelee myymäläympäristön kontrollia ja pohtii sen merkitystä häiriökäyttäytymisen esiintymisen vähenemiselle ja sekä sitä kautta että yleisesti asiointipaikkojen turvallisuusmielikuvien vahvistamiselle.

Kuluttajien narratointitavoista tunnistettiin kolme erilaista kuluttajatyyppeä tai -identiteettiä, joita ovat itsevarma, ymmärtävä sekä varovainen kuluttaja. Itsevarma kuluttaja on nimensä mukaisesti rohkea ja määrätietoinen ja saattaa paikoin jopa puuttua häiriötilanteisiin, kun taas varovainen kuluttaja karttaa riskejä ja pyrkii vetäytymään mahdollisimman tehokkaasti ahdistaviksi tai uhkaaviksi koetuista tilanteista. Ymmärtävä kuluttaja on harkitseva ja pohtiva, ja hän pyrkii ymmärtämään myös muiden samassa tapahtumassa osallisena olevien ihmisten näkökulmia.

Lopuksi esitin analyysin pohjalta narratiivisen mallin, joka korostaa häiriökäyttäytymisen ja asiointipaikkojen turvattomuuden kokemisen sekä siitä seuraavan toiminnan suhdetta kertojien itsestään luomaan kuluttajaidentiteettiin.

## **6.2 Häiriökäyttäytymisen ja turvattomien asiointipaikkojen kokeminen suomalaisen kuluttajan näkökulmasta**

Tutkielmani puitteissa on jälleen kerran korostettava niin yksilöllisten kuin kollektiivisesti neuvoteltujen kokemusten ja merkitysten läheistä suhdetta kulttuuriseen yhteenkuuluvuuteen. Kulttuurinen identiteetti muodostuu ajan kuluessa symbolisten, alueellisten, sosiaalisten ja institutionaalisten prosessien kokemisen ja minuuteen peilaamisen kautta. Sen avulla voidaan sekä ymmärtää että perustella nykyhetkessä ja tulevaisuudessa, millaiset arvot, uskomukset ja toimintatavat ovat itselle sopivia kyseisen kulttuurisen ryhmän edustajana.

Arjen turvallisuus ja häiriöttömyys ovat suomalaisille tärkeitä arvoja. Koska kuluttajat uskovat ja ovat myös tottuneet siihen, että asioidessaan suomalaisessa ympäristössä he eivät kohdata häiriöitä tai muita ikäväksi koettuja keskeytyksiä, saatikka turvallisuusuhkia, mahdollisiin poikkeustilanteisiin saatetaan suhtautua hyvinkin negatiivisesti tai vetäytyvästi. Myös käsi-

tykset muiden ihmisten käyttäytymisen häiritsevyydestä tai uhkaavuudesta ovat ainakin osittain kulttuurisidonnaisia. Esimerkiksi siinä missä asiakkaiden etuilo jonoissa tai myyjien tyrkyttävä asenne on pikemminkin sääntö kuin poikkeus toisissa kulttuureissa, suomalaisilla on taipumus paheksua tällaista toimintaa ja hermostua siitä ainakin omassa maassaan. Ryhmäkeskusteluihin osallistuneille vaikutti usein olevan helpompaa ja luontevampaa puhua myymäläympäristön yhteydessä omaa asiointia häiritsevistä kuin omaa turvallisuuden tunnetta uhkaavista tekijöistä. Syynä tähän voi olla se, että sana ”uhka” liitetään helposti pelkoon tai pakokauhuun, jotka ovat suomalaisille yleensä vieraita kokemuksia myymäläasioinnin kontekstissa. Arvioitiin, että esimerkiksi jouduttaessa käsirysyyn tai keskelle aseellista ryöstöä saatettaisiin tilanne kokea uhkaavana tai jopa traumatisoitavana. Juuri mainittujen uhkaavien tilanteiden harvinaisuuden vuoksi niiden todistajaksi joutuminen saattaa jättää erityisen vahvoja ja negatiivisia jälkiä yksilön muistiin ja ymmärrykseen omasta kokemuksesta.

Turvattomuuden kokeminen paikan päällä suomalaisessa myymäläympäristössä vaikuttaa olevan suhteellisen harvinaista. Kuitenkin niin kuluttajan omat kielteiset kokemukset kuin muilta ihmisiltä tai mediasta kuullut ikävät tarinat tietystä asiointipaikasta tai alueesta heikentävät kyseisen paikan turvallisuusmielikuvaa. Yksi merkittävä asiointipaikan turvattomuuden ja epähoukuttelevuuden mielikuvaa vahvistava tekijä on juuri häiriökäyttäytyjien potentiaalinen läsnäolo. Vaikka ryhmäkeskusteluissa häiriökäyttäytymiseen todettiin syyllistyvän monenlaisia ihmisryhmiä, laitapuolenkulkijat ja maleksivat nuorisojoukot vaikuttavat olevan asiointipaikkojen epämiellyttävyyttä eniten lisäävä ryhmä. Tämä voidaan selittää ensinnäkin sillä, että kyseiset ryhmät ovat päältä päin helposti tunnistettavissa, ja niihin liitetään suomalaisessa kulttuurissa melko paljon negatiivisia merkityksiä. Lisäksi keskusteluihin osallistuneiden on oman demografisen ja sosiaalisen asemansa puolesta helppo erottaa itsensä kyseisistä ryhmistä, joten liittämällä ryhmiin negatiivisia merkityksiä ei vahingossakaan kyseenalaisteta omaan identiteettiin liitettyjä ominaisuuksia.

Häiriökäyttäytymisen jatkuva esiintyminen tietyllä alueella tai tietyssä asiointipaikassa saattaa saada kuluttajan välttämään asiointipaikkaa. Tämä on hyvin todennäköistä pääkaupunkiseudulla ja ylipäätään isoissa kaupungeissa, joissa ihmiset voivat yleensä vaihtaa melko vaivattomasti vaihtoehtoihin myymälöihin. Koska suomalaiset kuluttajat kokevat rauhallisen ja huolettoman asiointimahdollisuuden erityisen tärkeäksi, myös näennäisen pienet ja vaarattomat häiriö- tai turvattomuustekijät, kuten esimerkiksi sisäänkäynneillä notkuvat ihmiset tai

kapeat ja sokkeloiset myymäläkäytävät, saattavat ajaa kuluttajan välttämään kyseistä asiointiympäristöä.

Myymäläympäristön hallintatekijöiden, jonka alle luetaan sekä luotettava ja ammattitaitoinen myymälähenkilökunta ja -vartiointi että myymälän fyysisten puitteiden tarkoituksenmukainen suunnittelu ja huolenpito, nähdään vähentävän häiriökäyttäytymistä ja asiointipaikkojen koettua turvattomuutta. Myyjien ja vartijoiden riittävä läsnäolo koetaan tarpeelliseksi, joskin riittävän ja tunkeilevan läsnäolon raja voi olla hieman häilyvä. Kriittinen suhtautuminen vartijoiden käyttäytymiseen kertoo yhteiskunnasta, jossa on sallittua ja myös yleistä kyseenalaistaa auktoriteetteja. Se, että näkyviin tavanomaista tiukempiin turvallisuustoimenpiteisiin myymäläympäristössä saatetaan suhtautua epäluuloisesti, voidaan taas selittää tilanteen merkityksellisellä ristiriitaisuudella; kuluttajat odottavat kohtaamiensa asiointipaikkojen olevan turvallisia, mutta vahvan kontrollin merkit viestivät päinvastaista. Tilanne koettaisiin varmasti eri lailla sellaisessa kulttuurissa, jossa myymälävartiointi on normaalistikin runsaasti varusteltua.

### 6.3 Myymäläympäristön hallintaan liittyviä suosituksia

Myymäläympäristön hallinnan tavoitteena voidaan pitää miellyttävän ja turvallisen asiointiympäristön ja -ilmapiirin luomista. Tutkielmassani nostettiin esille kolme myymäläympäristön koettua turvallisuutta lisäävää tekijää: myymälähenkilökunta, vartiointi ja tilojen ylläpito.

Myymälähenkilöstö, josta huokuu toiminnantuntemus ja jolla on varmat otteet haastavissakin poikkeustilanteissa, herättää asiakkaissa luottamusta. Henkilökunnalle olisi hyvä järjestää konkreettista turvallisuuskoulutusta heti työsuhteen alkuvaiheessa, minkä lisäksi hankalista sosiaalisista tilanteista selviytymisen taitoa olisi syytä kehittää jatkossakin koulutuksilla ja workshoppeilla. Kuluttajien mielikuvat kokemattomista ja osaamattomista myyjistä perustuvat todennäköisesti monessa tapauksessa osaksi henkilöstövuokrausyritysten välittämiin kii-reapulaisiin, joilla on hyvin lyhyt ja yksinkertainen perehdytys työhönsä. Olisi kuitenkin aiheellista harkita aikaisempaa monipuolisempaa katsausta turvallisuuspuoleen myös tämän ryhmän kanssa.

Vartijoilla nähdään olevan tärkeä rooli myymälähenkilöstön tukena häiriötilanteiden selvittämisessä tai estämisessä. Riittävän vartioinnin läsnäolo on perusteltua erityisesti keskimääräis-

tä rauhottomammilla alueilla sijaitsevilla myymälöissä tai keskuksissa. Toimiva ja sopivasti näkyvä vartiointi paitsi vähentää häiriköintiä, viestii myös asiakkaille siitä, että ympäristöä kontrolloidaan ja poikkeamia huomioidaan. Vartijoiden valmennuksessa olisi kuitenkin syytä korostaa käyttäytymisen asiallisuutta ja asiakaspalvelunäkökulmaa, sillä perustuuhan kuluttajien turvallisuuden tunne varmasti osaksi siihen, että uhkaavassa tilanteessa voidaan helposti pyytää apua luotettavalta ja ammattitaitoiselta taholta. Asiakaspalvelunäkökulman lisäämisellä viitataan helpon lähestyttävyyden lisäksi myös siihen, että esimerkiksi asiakkaiden valvonnan käytäntöihin luotaisiin selkeitä toimintaohjeita tai -suosituksia, joilla pyritään välttämään asiakkaille aiheuttomasti koituvaa epäluuloa tai ahdistusta.

Myymäläympäristön tilansuunnittelu ja huolellinen ylläpito ovat epämuodollisen valvonnan muotoja, joilla on merkittävä vaikutus kuluttajien viihtymiselle. Riittävä tila liikkumiselle ja hyvä näkyvyys eri puolille myymälää paitsi lisäävät asioinnin koettua turvallisuutta, myös edesauttavat sen suunnitelmallisuutta ja sujuvuutta. Haasteena tässä on toki se, että pienissä myymälöissä pinta-alan rajoittuneisuus ei useinkaan tue tilavien käytävien tai matalien hyllyrivien suunnittelua. Tilojen riittävä valaistus ja siisteys (mukaan lukien tuotteiden esillepano) sen sijaan ovat saavutettavissa vähäisemmällä vaivannäöllä ja suhteellisen alhaisilla kustannuksilla.

#### 6.4 Tutkielma ja ValueSse-hankkeen tavoitteet

Johdannossa esiteltiin ValueSse:n tavoitteeksi edistää turvallisuusalan liiketoimintaa syventämällä ymmärrystä turvallisuuspalveluiden kuluttamisesta ja tuottamisesta syntyvästä arvonmuodostuksesta. Tutkielmani tavoitteet ja tulokset pyrkivät tukemaan seuraavia hankkeen keskeisiä tutkimuskysymyksiä:

- Miten turvallisuuspalvelut tuottavat asiakkaalle lisäarvoa?
- Miten palveluiden tuottamaa hyötyä voidaan parhaiten kuvata (perustella) asiakkaalle?
- Miten arvo siirtyy asiakkaiden liiketoimintaan?

Tutkielmani osoittaa, että vähittäiskaupan alalla turvallisuuspalvelut tärkeänä osana myymäläympäristön muodollista valvontaa ovat merkittävä kuluttajien mielekästä ja häiriötöntä asiointia sekä asiointipaikan turvallisuusimagoa edistävä tekijä. Turvallisuuspalveluiden avulla voidaan vähentää tai pitää poissa häiriötilanteita sekä kontrolloida niitä mahdollisesti aiheuttavia ihmisryhmiä. Jos eteen tulevat häiriö- tai poikkeustilanteet hoidetaan tarkoituksenmukaisesti suunniteltujen ja toteutettujen järjestelyiden ansiosta tehokkaasti pois alta, myymälän ja sen prosessien uskottavuus ja toimintavarmuus tilanteita todistaneiden tai niistä myöhemmin kuulleiden kuluttajien silmissä vahvistuu.

Kaupan alalla turvallisuusinvestointeja koskevat päätökset nojaavat paljon laitteiden ja palveluiden hankinta- ja ylläpitokustannusten sekä hankintojen avulla konkreettisesti saavutettavien säästöjen, kuten tuotehävikin ja kiinteistöön kohdistuvan vahingonteon vähenemisen, väliin numeerisiin vertailuihin. Turvallisuuspalveluiden avulla kaupan alan toimijoille saavutettava lisäarvo voidaan linkittää niiden omien asiakkaiden eli kuluttajien asiointimielekkyyttä vähentävien häiriötilanteiden poissaoloon sekä parempaan turvallisuusimagoon, jotka edesauttavat asiakassuhteiden ylläpitoa. Tätä lisäarvoa on mahdotonta laskea tai edes arvioida tarkasti, mutta on kuitenkin selvää, että pitkällä aikavälillä se voi nousta merkittäväksi. Säännöllisesti ostavien asiakkaiden määrään korreloi positiivisesti myymälän kassavirran kanssa, kun taas menetetty asiakassuhde maksaa yleensä paljon enemmän kuin asiakassuhteen ylläpitäminen.

Turvallisuuspalveluiden tuottamia kokonaisvaltaisia hyötyjä voitaisiin perustella nykyisille tai potentiaalisille asiakkaille korostamalla turvallisuuspalveluprosessien ja laitteiden teknisten ominaisuuksien ja hyötyjen lisäksi palveluista konkreettisesti hyötyviä tahoja sekä sitä, mitä turvallisuus ja varmuus niiden näkökulmasta merkitsevät. Kaupan alalla kuluttaja-asiakkaat ovat toimijoiden tärkein sidosryhmä, jonka tarpeiden ja hyvinvoinnin onnistuneessa palvelamisessa toimivilla ja luotettavilla turvallisuusratkaisuilla on tärkeä rooli. Turvallisuuspalveluiden arvon voidaan ajatella siirtyvän toimijoiden liiketoimintaan siten, että ne edesauttavat toimijoiden kykyä tarjota omille asiakkailleen kokonaisvaltaisesti laadukas palvelukokemus.

## 6.5 Tutkimuksen rajoitukset ja ehdotuksia jatkotutkimuksille

Kuten jo aikaisemmin todettiin, tutkijan ja muiden tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden subjektiivisilla tulkinnoilla on merkittävä rooli konstruktivisen tutkimuksen tulosten ja johtopäätösten syntymisessä. Näin ollen tutkimukseni tarjoaa ainoastaan yhden syvällisen näkökulman suomalaisten kuluttajien häiriökäyttäytymiseen ja myymäläympäristön turvattomuuteen liittyvien kokemusten ja niille annettujen merkitysten tarkasteluun. Koska ihmiset kokevat ja tulkitsevat samoja asioita eri tavalla elämänsä eri vaiheissa, on oletettavaa, että esimerkiksi tämänkertaisen tutkimuksen ulkopuolelle jätettyjen teini-ikäisten ihmisten tai vanhusten keskinäisissä keskusteluissa nousisi esille uusia vaihtoehtoisia tapoja tulkita tutkittavia ilmiöitä.

Mikäli tutkielmani osa-alueista haluttaisiin tehdä helpommin yleistettäviä tai tapauskohtaisempia tutkimuksia tai selvityksiä, yksi vaihtoehto olisi esimerkiksi toteuttaa valituissa myymälöissä tai kaupallisissa keskuksissa lomakekyselyitä tai lyhythaastatteluita, joissa käsiteltäisiin analyysissäni esille nousseita teemoja. Tällöin pystyttäisiin käsittelemään fokusoidummin huomion kohteena olevan myymäläympäristön puitteita ja erityispiirteitä juuri siellä asioivien kuluttajien näkökulmasta.

Koska kuluttajien turvallisuus- ja turvattomuuskokemuksia myymäläympäristössä on tutkittu Suomessa melko vähän, syvällisen tarkastelun arvoisia alueita löytyy varmasti paljon. Yksi mielenkiintoinen näkökulma olisi tutkia, millaisia merkityksiä asiointipaikkojen turvallisuudelle antavat sellaiset kuluttajat, jotka ovat itse kohdanneet traumaattisia häiriötilanteita myymäläympäristössä. Toinen hedelmällinen tutkimusnäkökulma voisi olla, miten kuluttajat näkevät myymälän turvallisuusprosessit osana kokonaisvaltaista palvelukokemusta. Kaupan alan päättäjien näkökulmasta olisi taas aiheellista tutkia, esimerkiksi millä tavoilla kuluttaja-asiakkaiden ja henkilökunnan turvallisuustarpeita huomioidaan turvallisuusinvestointia koskevissa päätösprosesseissa.

## LÄHTEET

- Alasuutari, P. (2001). *Laadullinen tutkimus*. 3. painos. Vastapaino, Tampere.
- Archer, J. (2001). A Strategic Approach to Aggression. *Social Development*, 10(2), 267–271.
- Aura, S., Horelli, L. & Korpela, K. (1997). *Ympäristöpsykologian perusteet*. WSOY, Porvoo.
- Autio, M. (2004). Finnish young people's narrative construction of consumer identity. *International Journal of Consumer Studies*, 28(4), 388–398.
- Baker, J. (1994). The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(4), 328–339.
- Baker, J., Parasuraman, A., Grewal, D. & Voss, G. (2002). The Influence of Multiple Store Environment Cues on Perceived Merchandise Value and Patronage Intentions. *Journal of Marketing*, 66(2), 120–141.
- Blöbaum, A. & Hunecke, M. (2005). Perceived Danger in Urban Public Space: The Impacts of Physical Features and Personal Factors. *Environment and Behavior*, 37(4), 465–486.
- Bone, P. & Ellen, P. (1999). Scents in the Marketplace: Explaining a Fraction of Olfactory. *Journal of Retailing*, 75(2), 243–262.
- Bower, G. & Rinck, M. (1999). Goals as Generators of Activation in Narrative Understanding. *Narrative Comprehension, Causality and Coherence: Essays in Honor of Tom Trabasso*, toim. Goldman, S., Graesser, A. & Van den Broek, P. (1999), 111–134. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah.
- Brewin, C., Andrews, B., Rose, S. & Kirk, M. (1999). Acute Stress Disorder and Posttraumatic Stress Disorder in Victims of Violent Crime. *American Journal of Psychiatry*, 156(3), 360–366.
- Bruner, J. (1991). The Narrative Construction of Reality. *Critical Inquiry*, 18(1), 1–21.
- Bruner, J. (2004). Life as Narrative. *Social Research*, 71(3), 691–710.



- Burke, P. (1991). Identity Processes and Social Stress. *American Sociological Review*, 56(6), 836–849.
- Burns, D., Manolis, C. & Keep, W. (2010). Fear of crime on shopping intentions: an examination. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38(1), 45–56.
- Carver, C., Scheier, M, & Weintraub, J. (1989). Assessing Coping Strategies: A Theoretically Based Approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(2), 267–283.
- Coste, D. (1989). *Narrative as Communication*. University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Currie, G. & Brown, A. (2003). A narratological approach to understanding processes of organizing in a UK hospital. *Human Relations*, 56(5), 563–586.
- Dixon, J. & Durrheim, K. (2000). Displacing place-identity: A discursive approach to locating self and other. *British Journal of Social Psychology*, 39(1), 27–44.
- Donovan, R., Rossiter, J., Marcoolyn, G. & Nesdale, A. (1994). Store Atmosphere and Purchasing Behavior. *Journal of Retailing*, 70(3), 283–294.
- Duhachek, A. (2005). Coping: A Multidimensional, Hierarchical Framework of Responses to Stressful Consumption Episodes. *Journal of Consumer Research*, 32(1), 41–53.
- Erkkilä, R. (2009). Narratiivinen kokemuksen tutkimus: koettu paikka, tarina ja kuvaus. *Kokemuksen tutkimus – merkitys, tulkinta, ymmärtäminen*, toim. Perttula, J. & Latomaa, T. (2009), 195–226. 3. painos. Lapin yliopistokustannus, Rovaniemi.
- Escalas, J. & Bettman, J. (2000). Using narratives to discern self-identity related consumer goals and motivations. *The Why of Consumption: Contemporary perspectives on consumer motives, goals, and desires*, toim. Ratneshwar, S., Mick, D. & Huffman, C. (2000), 237–258. Routledge, Oxon.
- Ezzy, D. (1998). Theorizing Narrative Identity: Symbolic Interactionism and Hermeneutics. *The Sociological Quarterly*, 39(2), 239–252.
- Geen, R. (2001). *Human Aggression*. Toinen painos. Open University Press, Buckingham.
- Genette, G. (1980). *Narrative Discourse*. Basil Blackwell, Oxford.

Habermas, T. & Bluck, S. (2000) Getting a Life: The Emergence of the Life Story in Adolescence. *Psychological Bulletin*, 126(5), 748–769.

Hayduk, L. (1978). Personal Space: An Evaluative and Orienting Overview. *Psychological Bulletin*, 85(1), 117–134.

Heikkinen, H. (2007). Narratiivinen tutkimus – todellisuus kertomuksena. *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2: Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*, toim. Aaltola, J. & Valli, R. (2007), 142–158. 2. painos. PS-kustannus, Jyväskylä.

Heinonen, J., Airaskorpi, A., Hallikas, J., Kojo, J., Suokas, T. & Tuhkanen, T. (2010). Turvallisuuden tunteeseen vaikuttavat tekijät ja kauppakeskusten kilpailukyky. *Kaupallisten keskus-ten turvallisuus ja kilpailukyky*, toim. Järvinen, R. & Heinonen, J. (2010). Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu.

Heiskanen, M. (2002). *Väkivalta, pelko, turvattomuus – Surveytutkimusten näkökulmia suomalaisten turvallisuuteen*. Hakapaino Oy, Helsinki.

Hernández, B., Hidalgo, M., Salazar-Laplace, M. & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310–319.

Hyvärinen, M. (2006). *Kerronnallinen tutkimus*. Viitattu 30.9.2011.

[http://www.hyvarinen.info/material/Hyvarinen-Kerronnallinen\\_tutkimus.pdf](http://www.hyvarinen.info/material/Hyvarinen-Kerronnallinen_tutkimus.pdf)

Hyvärinen, M. & Löyttyniemi, V. (2005). Kerronnallinen haastattelu. *Haastattelu – tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*, toim. Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (2005), Vastapaino, Tampere.

Iltasanomat (2011). Iso nuorisojengi mellasti Helsingin ydinkeskustassa – ”pelottava tilanne”. Viitattu 19.4.2011.

<http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/Iso%20nuorisojengi%20mellasti%20Helsingin%20ydinkeskustassa%20-%20pelottava%20tilanne/art-1288371679784.html>

Jokinen, A. & Juhila, K. (1999). Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta. *Diskurssianalyysi liikkeessä*, toim. Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (1999), s. 54–97. Vastapaino, Tampere.

Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*, SAGE Publications, Lontoo.

Kafalenos, E. (2006). *Narrative Causalities*, Ohio State University Press, Columbus.

Kajalo, S. & Lindblom, A. (2010). Surveillance investments in store environment and sense of security. *Facilities*, 28(9/10), 465–474.

Karhunen, P. & Kosonen, R. (2010). Pietarilaiskuluttajien näkemyksiä kaupan turvallisuudesta. *Kaupallisten keskusten turvallisuus ja kilpailukyky*, toim. Järvinen, R. & Heinonen, J. (2010). Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu.

Kerby, A. (1991). *Narrative and the Self*. Indiana University Press, Bloomington.

Kiviniemi, K. (2007). Laadullinen tutkimus prosessina. *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2: Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*, toim. Aaltola, J. & Valli, R. (2007), 70–85. 2. painos. PS-kustannus, Jyväskylä.

Kjellberg, A., Landström, U., Tesarz, M., Söderberg, L. & Åkerlund, E. (1996). The effects of nonphysical noise characteristics, ongoing task and noise sensitivity on annoyance and distraction due to noise at work. *Journal of Environmental Psychology*, 16(2), 123–136.

Koistinen, K. & Peura-Kapanen, L. (2009). ”Kassajono se on se kaikista turvattomin paikka”. *Kuluttajien näkemyksiä asiainnin turvallisuudesta päivittäistavarakaupoissa ja kauppa-keskuksissa*. Kuluttajatutkimuskeskus.

Korander, T. (2000). Turvallisuus rikollisuuden ja sen pelon vastakohtana. *Inhimillinen turvallisuus*, toim. Niemelä, P. & Lahikainen, A. (2000), 177–216. Vastapaino, Tampere.

Korpela, K. (1989). Place-Identity as a Product of Environmental Self-Regulation. *Journal of Environmental Psychology*, 9(3), 241–256.

Kotler, P. (1973). Atmospherics as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*, 49(4), 48–64.

Kuluttajatutkimuskeskus (2011). Kuluttajaneeli. Viitattu 3.10.2011.

<http://www.ncrc.fi/tutkimus/kuluttajaneeli>

- Kunkel, J. & Berry, L. (1968). A Behavioral Conception of Retail Image. *Journal of Marketing*, 32(4), 21–27.
- Lahikainen, A. (2000). Turvallisuus identiteettikysymyksenä. *Inhimillinen turvallisuus*, toim. Niemelä, P. & Lahikainen, A. (2000), 61–89. Vastapaino, Tampere.
- Laine, T. (2007). Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2: Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*, toim. Aaltola, J. & Valli, R. (2007), 28–45. 2. painos. PS-kustannus, Jyväskylä.
- Lalli, M. (1992). Urban-Related Identity: Theory, Measurement, and Empirical Findings. *Journal of Environmental Psychology*, 12(4), 285–303.
- Lazarus, R. (1974). Cognitive and Coping Processes in Emotion. *Fifty Years of the Research and Theory of R.S. Lazarus: An Analysis of Historical and Perennial Issues*, toim. Lazarus, R. (1998), 70–84. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Massicotte, M., Michon, R., Chebat, J., Sirgy, M. & Borges, A. (2011). Effects of mall atmosphere on mall evaluation: Teenage versus adult shoppers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(1), 74–80.
- Mazursky, D. & Jacoby, J. (1986). Exploring the Development of Store Images. *Journal of Retailing*, 62(2), 145–165.
- McOmish, M. & Quester, P. (2005) Consumers' Affective Responses to the Retailscape: A Spatial and Temporal Perspective. ANZMAC 2005 Conference: Retailing, Distribution Channels and Supply Chain Management. Viitattu 8.3.2011.  
<http://smib.vuw.ac.nz:8081/www/anzmac2005/cd-site/pdfs/4-Retailing/4-McOmish.pdf>
- Mitchell, V. & Harris, G. (2005). The importance of consumers' perceived risk in retail strategy. *Journal of Marketing*, 39(7/8), 821–837.
- Moisander, J. & Valtonen, A. (2006). *Qualitative Marketing Research: A Cultural Approach*. SAGE Publications, Lontoo.

- Neumann, B. & Nünning, A. (2008). Ways of Self-Making in (Fictional) Narrative: Interdisciplinary Perspectives on Narrative and Identity. *Narrative and Identity: Theoretical Approaches and Critical Analyses*, toim. Neumann, B., Nünning, A. & Pettersson, B. (2008), s. 3–22. WVT, Trier.
- Niemelä, P. (2000). Turvallisuuden käsite ja tarkastelukehikko. *Inhimillinen turvallisuus*, toim. Niemelä, P. & Lahikainen, A. (2000), 21–37. Vastapaino, Tampere.
- Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos (2009). Rikollisuus- ja seuraamusjärjestelmä tilastojen valossa. *Rikollisuustilanne 2009*. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimuksia 250.
- Paasi, A. (2003) Region and place: regional identity in question. *Progress in Human Geography*, 27(4), 475–485.
- Park, C. & Folkman, S. (1997). Meaning in the Context of Stress and Coping. *Review of General Psychology*, 1(2), 115–144.
- Parker, I. (1998). *Social Constructionism, Discourse and Realism*, SAGE Publications, Lontoo.
- Parviainen, L. (2005). Fokusryhmät. *Käytettävyytutkimuksen menetelmät*, toim. Ovaska, S., Aula, A. & Majaranta, P. (2005), 53–62. Viitattu 25.5.2011.  
<http://www.cs.uta.fi/usabsem/luvut/4-Parviainen.pdf>
- Pavia, T. & Mason, M. (2004). The Reflexive Relationship between Consumer Behavior and Adaptive Coping. *Journal of Consumer Research*, 31(2), 441–453.
- Pearlin, L. & Schooler, C. (1978). The Structure of Coping. *Journal of Health and Social Behavior*, 19(1), 2–21.
- Poliisi (2011). Viitattu 28.3.2011. <http://www.poliisi.fi/>
- Polkinghorne, D. (1988). *Narrative Knowing and the Human Sciences*. State University of New York Press, Albany.
- Polkinghorne, D. (2007). Validity Issues in Narrative Research. *Qualitative Inquiry*, 13(4), 471–486.

Proshansky, H., Fabian, A. & Kaminoff, R. (1983). Place-Identity: Physical World Socialization of the Self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57–83.

Relph, E. (1986). *Place and placelessness*. 3. painos. Pion Limited, Lontoo.

Riessman, C.K. (2008). *Narrative Methods for the Human Sciences*. SAGE Publications, Thousand Oaks.

Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (2010). Haastattelun analyysin vaiheet. *Haastattelun analyysi*, toim. Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (2010), s. 9–36. Vastapaino, Tampere.

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (2005). *Haastattelu – tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*, Vastapaino, Tampere.

Shankar, A. & Goulding, C. (2001). Interpretive consumer research: two more contributions to theory and practice. *Qualitative Marketing Research: An International Journal*, 4(1), 7–16.

Silverman, D. (2005). *Doing Qualitative Research*. 2. painos. SAGE Publications, Lontoo.

Singer, J. (2004). Narrative Identity and Meaning Making Across the Adult Lifespan: An Introduction. *Journal of Personality*, 72(3), 437–459.

Sisäasiainministeriö (2006). Paikallisen turvallisuustyön kehittäminen. Sisäasiainministeriön julkaisu 19/2006. Viitattu 13.10.2011.

[http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/B9270743C6457188C2257147002DACFC/\\$file/192006.pdf](http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/B9270743C6457188C2257147002DACFC/$file/192006.pdf)

Sonenshein, S. (2010). We're Changing – or Are We? Untangling the Role of Progressive, Regressive, and Stability Narratives During Strategic Change Implementation. *Academy of Management Journal*, 53(3), 477–512.

Suomen kauppakeskusyhdystys (2011). *Kauppakeskukset 2011*. Viitattu 4.11.2011.

<http://www.rakli.fi/kky/attachements/2011-04-06T13-32-2765.pdf>

Suomen turvallisuusvuosikirja 2010-2011. Viitattu 15.2.2011.

<http://www.turvallisuusvuosikirja.fi/>

Tuominen, M. (2005). Turvattomuuskokemuksissa myös laadullisia eroja. *Kvartti*, 3, 23–30. Helsingin kaupungin tietokeskus.

Tuval-Mashiach, R., Freedman, S., Bargai, N., Boker, R., Hadar, H. & Shalev, A. (2004). Coping with Trauma: Narrative and Cognitive Perspectives. *Psychiatry*, 67(3), 280–293.

Valtonen, A. (2005). Ryhmäkeskustelut – millainen metodi? *Haastattelu – tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*, toim. Ruusuvoori, J. & Tiittula, L. (2005), s. 223–241. Vastapaino, Tampere.

Viemerö, V. (2006). Aggressio ja aggressiivisuus. *Tieteessä tapahtuu*, 23(3), 18–22.

Warr, M. (1990). Dangerous Situations: Social Context and Fear of Victimization. *Social Forces*, 68(3), 891–907.

Xie, H., Farmer, T. & Cairns, B. (2003). Different forms of aggression among inner-city African-American children: Gender, configurations, and school social networks. *Journal of School Psychology*, 41(5), 355–375.

Xie, H., Swift, D., Cairns, B. & Cairns, R. (2002). Aggressive Behaviors in Social Interaction and Developmental Adaptation: A Narrative Analysis of Interpersonal Conflicts During Early Adolescence. *Social Development*, 11(2), 205–224.

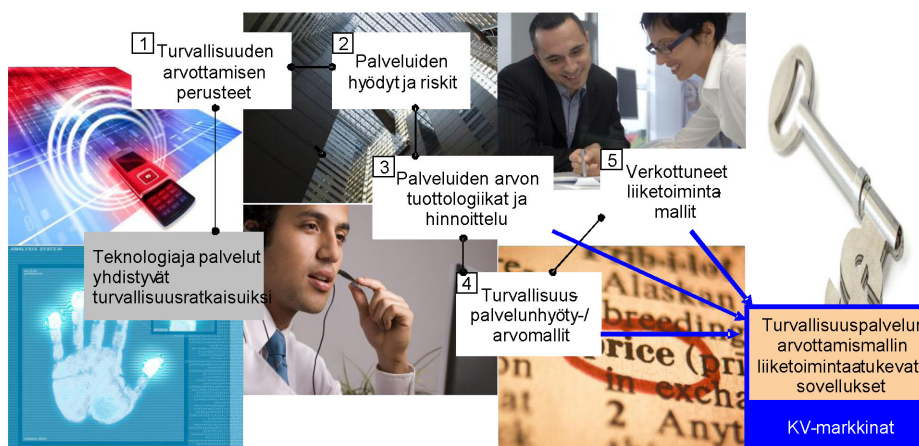
## ValueSse – The Value of Corporate Security Services Turvallisuuspalvelujen arvontuotanto

**Tavoitteena on vauhdittaa turvallisuusalan liiketoimintaa lisäämällä ymmärrystä turvallisuuspalvelujen tuottamiseen ja kuluttamiseen liittyvästä arvomuodostuksesta.** Hankkeessa kehitetään toimintamalleja turvallisuuspalveluiden arvon määrittämiseen ja kuvaamiseen. Lisäksi tuotetaan työvälineitä turvallisuuspalveluiden tuottamien hyötyjen sekä riskienhallintavaikutusten arviointiin, palveluiden hinnoitteluun ja verkostojen hallintaan.

Hanke toteutetaan aikavälillä 1.5.2009 – 31.5.2012.

Keskeisiä **tutkimuskysymyksiä** ovat:

- Miten turvallisuuspalvelut tuottavat asiakkaalle lisäarvoa?
- Miten palveluiden tuottamaa hyötyä voidaan parhaiten kuvata (perustella) asiakkaalle?
- Miten asiakkaat arvottavat erilaisia turvallisuuspalveluja?
- Miten arvo siirtyy asiakkaiden liiketoimintaan?
- Miten verkostomaiset liiketoimintamallit soveltuvat turvallisuusalalle?
- Millaisia riskienhallinnan haasteita uudentyyppisiin palvelukonsepteihin liittyy?



**Hanke rahoitetaan Tekesin Turvallisuus-ohjelmasta. Mukana ovat seuraavat yritykset:**  
G4S Security Services Oy • Niscayah Oy • Pelco Finland Oy • Otso Palvelut Oy • Flexim Security Oy  
Verifi Oy • Palmia Turvapalvelut • Granite Partners Oy • Outokumpu Oyj • Espoon kaupunki

### Yhteystiedot:

Arto Rajala, KTT  
Helsingin kauppakorkeakoulu (HSE)  
Verkostoitunut liiketoiminta  
PL 1210, 00101 Helsinki  
puh. 040 353 8226  
arto.rajala@hse.fi

Mervi Murtonen, DI  
VTT  
PL 1300, 33101 Tampere  
puh. 040 560 6602  
mervi.murtonen@vtt.fi



[www.vtt.fi/sites/valuesse](http://www.vtt.fi/sites/valuesse)