



Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

Kaisa Troberg

## **Ilmastokeskustelun sukupuolittuneisuus**

Kriittinen diskurssianalyysi kestävästä asumisesta internetin  
keskustelupalstalla

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö  
Markkinoinnin Pro gradu -tutkielma  
Markkinoinnin johtamisen koulutusohjelma

Vaasa 2024

---

**VAASAN YLIOPISTO****Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

<b>Tekijä:</b>	Kaisa Troberg		
<b>Tutkielman nimi:</b>	Ilmastokeskustelun sukupuolittuneisuus : Kriittinen diskurssianalyysi kestävästä asumisesta internetin keskustelupalstalla		
<b>Tutkinto:</b>	Kauppätieteiden maisteri		
<b>Oppiaine:</b>	Markkinoinnin johtaminen		
<b>Työn ohjaaja:</b>	Henna Syrjäjä		
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2024	<b>Sivumäärä:</b>	74

---

**TIIVISTELMÄ:**

Ilmastomuutos ja sen torjuminen vaikuttavat kuluttajien arkeen ja kulutustottumuksiin näkyvästi. Ilmastomuutos ei kuitenkaan ole sukupuolineutraali ilmiö, vaan se vaikuttaa sukupuoliin eri tavalla. Ilmastomuutokseen liittyvä keskustelu rakentaa todellisuutta, ja keskustelusta voidaan löytää sukupuolittuneita piirteitä. Se miten ilmastomuutoksesta keskustellaan, vaikuttaa asenteisiin, puheeseen ja käyttäytymiseen, ja siksi sukupuolittuneisuuden tutkiminen ilmastokeskustelussa on tärkeää. Tutkimus tuo sukupuolentutkimuksen kestävän asumisen kontekstiin Suomessa.

Tämä pro-gradu tutkielman tarkoitus on analysoida, miten sukupuolittuneisuus rakentuu diskursiivisesti ilmastomuutokseen ja kestäväan asumiseen liittyvissä keskusteluissa. Aineisto koostuu verkkokeskustelufoorumi Vauva.fi:n ilmastomuutokseen ja asumiseen liittyvistä keskusteluista, joita oli yhteensä 18, ja sivuja 55. Niiden pohjalta on muodostettu yhteensä neljä valta- ja vastadiskurssia.

Tutkimuksen ensimmäinen tavoite on selvittää, miten ilmastomuutos voidaan nähdä sukupuolentutkimuksen näkökulmasta. Tavoitteeseen vastataan analysoimalla, miten sukupuolentutkimusta on hyödynnetty markkinoinnin tutkimuksessa, ja miten ilmastomuutos, sukupuolentutkimus ja vastuullinen kuluttaminen on yhdistetty aiemmassa tutkimuksessa. Teoreettisen viitekehyksen pohjalta on muodostettu teoreettinen viitekehys.

Toinen tavoite on selvittää, millaisia valta- ja vastadiskursseja keskusteluissa rakentuu. Tutkimus on toteutettu laadullisena tutkimuksena, ja sen analyysimenetelmä on kriittinen diskurssianalyysi. Tuloksena löydettiin kaksi valtakurssia, ja kaksi vastadiskurssia. Valtadiskurssit olivat Arkisen sopeutumisen diskurssi ja Taloudellisen kasvun diskurssi. Löydetty vastadiskurssit olivat Ilmastoskeptinen diskurssi ja Köyhyydiskurssi.

Tutkimuksen kolmas tavoite oli analysoida, miten sukupuolittuneisuus rakentuu löydettyissä valta- ja vastadiskursseissa. Tutkimuksen tuloksena löydettiin neljä diskurssia, joista löydettiin sekä feminiinisiä, että maskuliinisia piirteitä. Tutkimus osoitti, että ilmastokeskusteluissa maskuliiniset piirteet esiintyvät feminiinisiä useammin. Diskursseista löydettiin myös selkeitä yhteneväisyyksiä aikaisemman tutkimuksen löytämiin hegemonisiin maskuliinisiin diskursseihin. Tutkimuksen tulokset auttavat ymmärtämään ilmastomuutosta sukupuolittuneena ilmiönä, sekä erityisesti ilmastokeskustelun sukupuolittuneisuutta asumisen kontekstissa.

---

**AVAINSANAT:** Sukupuolentutkimus, ilmastokeskustelu, ekofeminismi, ekomoderni diskurssi, kestävä asuminen, dualismi, kriittinen diskurssianalyysi

## Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet	7
1.2	Tutkimuksen lähestymistapa, tutkimusote ja näkökulma	8
1.3	Tutkimuksen rakenne ja rajaukset	9
2	Sukupuolentutkimus osana kestävän kuluttamisen tutkimusta	11
2.1	Kestävän kulutuksen tutkimus	11
2.2	Sukupuolentutkimus markkinoinnissa	13
2.2.1	Sukupuolentutkimuksen pääkäsitteet	14
2.2.2	Sukupuolentutkimuksen kehitys markkinoinnissa	15
2.3	Feminismi markkinoinnin tutkimuksessa	17
2.4	Ekofeminismi markkinoinnin tutkimuksessa	18
2.5	Kriittinen maskuliinisuuden tutkimus	21
2.6	Kestävä kuluttaminen ja sukupuolentutkimus	23
2.6.1	Dualismi kestävän kulutuksen tutkimuksessa	24
2.7	Sukupuolittuneet ilmastodiskurssit	27
2.8	Ilmastokeskustelun ja kestävän kulutuksen sukupuolittuneisuus — teoreettinen viitekehys	32
3	Tutkimuksen metodologia	34
3.1	Laadullinen tutkimus ja sosiaalinen konstruktionismi	34
3.2	Kriittinen diskurssianalyysi	35
3.3	Aineiston keruu	37
3.4	Aineiston analysointi	40
3.5	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	41
4	Sukupuolittuneet diskurssit	43
4.1	Valtadiskurssit	43
4.1.1	Arkisen sopeutumisen diskurssi	43
4.1.2	Taloudellisen kasvun diskurssi	48
4.2	Vastadiskurssit	53

4.2.1	Ilmastoskeptinen diskurssi	54
4.2.2	Köyhyysdiskurssi	59
4.3	Yhteenveto	63
5	Johtopäätökset	66
5.1	Tutkimuksen keskeisimmät tulokset ja johtopäätökset	66
5.2	Yhteiskunnalliset suositukset	69
5.3	Rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset	70
	Lähteet	71

**Kuviot**

Kuvio 1. Tutkimuksen rakenne.....	9
Kuvio 2. Hegemoniset maskuliinisuudet. ....	23
Kuvio 3. Dualismi kestävän kulutuksen tutkimuksessa.....	26
Kuvio 4. Hegemonisten ilmastodiskurssien kehitys.....	28
Kuvio 5. Teoreettinen viitekehys.....	32
Kuvio 6: Sukupuolittuneiden diskurssien suhde.....	64

**Taulukot**

Taulukko 1. Aineistona käytetyt Vauva.fi:n keskustelut.	38
---	----

# 1 Johdanto

Ilmastonmuutos ei ole MacGregorin (2010, s. 235) mukaan sukupuolineutraali ilmiö, vaan se vaikuttaa sukupuoliin eri tavalla. Siksi ilmastonmuutokseen liittyvää keskustelua on haasteellista tarkastella ottamatta huomioon sukupuolen vaikutusta. Ilmastonmuutos ja sen torjuminen vaikuttavat kuluttajien arkeen näkyvästi, ja kuluttajien valinnat ovat merkityksellisiä ilmastonmuutoksen hidastamisessa. Ilmastonmuutos ilmiönä rakentuu keskusteluissa, ja se miten siitä puhutaan, vaikuttaa suhtautumiseemme ja käyttäytymiseemme. Vowles ja Hultman (2021b, s. 84) väittävätkin, että ilmastodiskurssi yhtäaikaisesti vaikuttaa ilmastonmuutoksen torjumiseen, ja samalla ilmastonmuutoksen torjuminen muovaa diskursseja.

Ilmastonmuutokseen liittyvä keskustelu rakentaa todellisuutta, ja tästä keskustelusta voidaan erottaa sukupuolittuneita piirteitä. Ilmastokeskustelun sukupuolittuneisuus muodostuu sukupuoliin liitettävistä stereotyyppioista ja oletuksista. Sukupuolittuneisuus vaikuttaa siihen, miten ilmastonmuutoksesta ajatellaan, miten siitä puhutaan ja lopulta siihen, miten toimitaan. Usein etenkin asumisen kontekstissa vihreät valinnat nähdään feminiinisinä (MacGregor, 2021), ja siksi sukupuoli näkyy myös osana arjen tekoja. On siis hyvä tiedostaa sukupuolittuneisuuden vaikutus ilmastomuutokseen liittyvien asenteiden ja tekojen taustalla.

Puhe rakentaa todellisuutta, ja onkin kiinnostavaa tutkia, miten sukupuolittuneisuus ilmenee ilmastonmuutokseen liittyvässä keskustelussa. MacGregorin (2010, s. 235) mukaan feminiinisyys ja maskuliinisuus muodostuvat vallitsevien diskurssien kautta, ja se vaikuttaa siihen, miten ilmastonmuutoksen kaltaisiin ilmiöihin suhtaudutaan. Sukupuoli on tulkittava laajana kulttuurisesti ja sosiaalisesti muodostuneena ilmiönä, joka vaikuttaa siihen, miten maskuliinisuus ja feminiinisyys nähdään (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 268). Useat tutkijat ovat olleet kiinnostuneita sukupuolen ja ilmastonmuutoksen yhdistämisestä (MacGregor, 2010; Krange ja muut, 2019; Hultman, 2013; Anshelm & Hultman, 2014). MacGregorin (2010) mukaan sukupuolen ja ilmastonmuutoksen yhdistävässä tutkimuksessa on kuitenkin edelleen puutteita.

Tässä tutkimuksessa lähestytään kestävästä asumisen kuluttamista sukupuolentutkimuksen menetelmin. Kuluttajille suunnatut ilmastotoimet liittyvät kodin ja asumisen vastuullisempiin ratkaisuihin, joten sukupuolentutkimus tarjoaa kiinnostavan näkökulman tarkastella vastuullista kuluttamista asumisen kontekstissa.

## 1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on analysoida, *miten sukupuolittuneisuus rakentuu diskursiivisesti kestäväan asumiseen liittyvissä keskusteluissa*. Tutkimus yhdistää sukupuolentutkimuksen ja ilmastonmuutoksen asumisen kontekstiin – tätä Suomessa ei ole aikaisemmin tutkittu. Markkinoinnin näkökulmasta on tärkeää tunnistaa sukupuolittuneisuus ja sen vaikutukset ilmastokeskusteluun. Ymmärtämällä miten ilmastonmuutoksesta keskustellaan, ymmärretään paremmin tämänhetkistä ilmapiiriä, jolla on vaikutus markkinoihin ja kuluttajien näkemyksiin. Tutkimuksen tarkoitukseen päästään kolmen osatavoitteen avulla, jotka esitellään seuraavaksi tarkemmin.

Tutkielman ensimmäinen tavoite on selvittää, *miten ilmastonmuutos voidaan nähdä sukupuolentutkimuksen näkökulmasta*. Tavoitteena on rakentaa teoreettinen viitekehys sukupuolentutkimuksen aikaisemmasta hyödyntämisestä ja miten sitä on aiemmin yhdistetty markkinoinnin tutkimuksessa. Lisäksi tutkitaan miten ilmastonmuutos ja sukupuoli sekä vastuullinen kuluttaminen ja sukupuolentutkimus ovat yhdistetty aikaisemmassa tutkimuksessa.

Tutkielman toinen tavoite on *tunnistaa, millaisia valta- ja vastadiskursseja keskusteluissa muodostuu*. Tavoitteena on analysoida miten ne suhtautuvat toisiinsa. Tavoitteeseen päästään kriittisen diskurssianalyysin avulla, ja aineistona on käytetty Vauva.fi:ssä käytyjä keskusteluja.

Kolmas tavoite on analysoida, *miten sukupuolittuneisuus rakentuu löydetyissä valta- ja vastadiskursseissa*. Sukupuolta ei nähdä biologisena ilmiönä, vaan kulttuurisesti

tuotettuna rakenteena. Tutkimuksen kohteena onkin sen, miten feminiinisyteen ja maskuliinisuuteen liitetyt piirteet ilmenevät keskustelupalstalla käydyssä kestäväään asumiseen liittyvässä keskustelussa. Kriittisen diskurssianalyysi paljastaa ne tavat, joilla ilmastonmuutoksesta keskustellaan ja miten sukupuolittuneisuus ilmenee keskusteluissa ja minkälaisia diskursseja keskustelut muodostavat.

## **1.2 Tutkimuksen lähestymistapa, tutkimusote ja näkökulma**

Tämä pro gradu -tutkielma on luonteeltaan laadullinen tutkimus. Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus pyrkii holistiseen ymmärrykseen tutkittavasta ilmiöstä, ja ottaa huomioon sen sosiaalisen ja kulttuurisen kontekstin (Eriksson & Kovalainen, 2016, s.5). Laadullinen tutkimus on sopiva lähestymistapa ilmastonmuutoskeskustelun tutkimukseen, koska tutkimuksen tavoitteena on lisätä ymmärrystä ilmastokeskustelun luonteesta ja analysoida miten diskurssit muodostuvat sosiaalisessa mediassa. Tämä edellyttää aineiston kokonaisvaltaista ymmärtämistä ja kontekstin huomioimista. Tutkielman menetelmäksi valittiin kriittinen diskurssianalyysi, joka keskittyy tunnistamaan kulttuurillisia merkityksiä ja sosiaalisia rakenteita, jotka rakentuvat käytetyn kielen kautta (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 232).

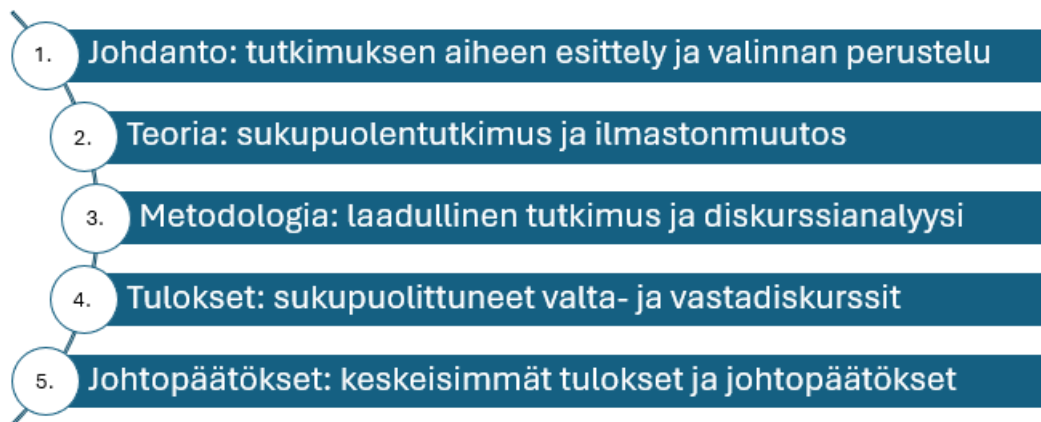
Kriittisen diskurssianalyysin ansiosta on mahdollista kurottaa yksilön kokemusten yli ja muodostaa ymmärrys siitä, miten sukupuolittuneisuus rakennetaan yleisessä keskustelussa. Se myös ottaa huomioon keskustelussa ilmenevät valtasuhteet. Tarkoituksena on tarkastella kriittisesti sukupuolittuneisuuden muodostumista ilmastonmuutokseen liittyvässä puheessa. Empiirisessä osiossa tarkastellaan internetin keskustelupalsta Vauva.fi:n keskustelua liittyen kestäväään asumiseen. Aineisto koostui 18 keskustelusta, ja piti sisällään yhteensä 912 kommenttia. Aineisto sijoittuu aikavälille 10.9.2018 – 1.6.2022. Tutkimus yhdistää sukupuolentutkimuksen, kestävään kuluttamisen, sekä asumisen kontekstin.

Tutkimus on toteutettu osana Decarbon-Home-tutkimushanketta. Decarbon-Home-tutkimushankkeen tarkoituksena on tutkia ja kehittää asukkaita osallistavia ratkaisuja

ilmastonmuutokseen ja asuinalueiden eriytymiseen liittyviin haasteisiin (Decarbon-Home, n.d.). Decarbon Home -hanke on Suomen Akatemian yhteydessä toimivan Strategisen Tutkimusneuvoston rahoittama tutkimushanke.

### 1.3 Tutkimuksen rakenne ja rajaukset

Tutkielma rakentuu viidestä pääluvusta, jotka vastaavat tutkimuksen tarkoitukseen ja osatavoitteisiin. Ensimmäinen luku on johdantoluku, joka tutustuttaa lukijan aiheeseen ja perustelee tutkimuksen tarpeellisuuden, sekä esittelee sen tarkoituksen ja tavoitteet, lähestymistavan, keskeiset käsitteet, sekä tutkimuksen rakenteen ja rajaukset. Kuviossa 1 on esitelty tutkimuksen rakenne.



**Kuvio 1.** Tutkimuksen rakenne.

Toinen luku esittelee tutkimuksen teoreettista pohjaa. Luku esittelee lyhyesti kestävän kulutuksen tutkimusta, avaa sukupuolen tutkimuksen historiaa markkinoinnissa ja kuluttajakäyttäytymisessä, määrittelee keskeisimmät käsitteet, kertoo sukupuolentutkimuksen suuntauksista, ja yhdistää sukupuolentutkimuksen ja vastuullisen kuluttamisen ja esittelee ilmastokeskustelujen hegemonisia muotoja. Luvun lopussa kootaan aiemman tutkimuksen perusteella teoreettinen viitekehys.

Kolmannessa luvussa esitellään perusteet tutkimusmenetelmän valinnalle ja käydään läpi tutkimusmenetelmä. Lisäksi esitellään aineisto, sen rajaukset ja analyysimenetelmät. Luvussa myös arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta ja eettisyyttä. Neljännessä luvussa esitellään aineistosta löydettyjä valta- ja vastadiskursseja ja analysoidaan niiden sukupuolittuneisuutta. Viidennessä luvussa esitellään tutkimuksen keskeisimmät tulokset ja johtopäätökset, ja pohditaan tutkimuksen rajoitteita ja yhteiskunnallisia suosituksia. Lopuksi ehdotetaan jatkotutkimusideaa.

Tutkimus keskittyy tarkastelemaan ilmastoteemojen käsittelyä asumisen kontekstissa, ja asumiseen ja ilmastonmuutokseen liittyvän keskustelun sukupuolittuneisuutta. Rajauksena on siis asumisen konteksti. Aineistosta on jätetty myös pois energian säästämiseen liittyvät keskustelut, jos keskusteluun ei liity kestävyysnäkökulma.

## **2 Sukupuolentutkimus osana kestävän kuluttamisen tutkimusta**

Tässä luvussa esitellään sukupuolentutkimusta osana markkinoinnin ja kuluttajakäyttäytymisen tutkimusta, sekä yhdistetään sukupuolentutkimus ja kestävä kuluttaminen. Ensin esitellään kestävän kulutuksen tutkimusta yleisesti. Tämän jälkeen käydään läpi sukupuolentutkimuksen pääkäsitteitä, kehitystä markkinoinnin tutkimuksessa, sekä sen suuntauksia. Sen jälkeen analysoidaan kestävän kuluttamisen ja sukupuolentutkimuksen yhdistävää tutkimusta, ja esitellään sen dualistinen luonne. Luvussa käydään läpi myös ilmastonmuutosdiskurssin tunnistettuja hegemonisia diskursseja, ja lopuksi muodostetaan aiemman tutkimuksen luomien käsitteiden pohjalta tutkimukselle teoreettinen viitekehys.

### **2.1 Kestävän kulutuksen tutkimus**

Taloustilanteen heikkeneminen ja inflaation kiihtyminen ovat pakottaneet kuluttajat pohtimaan uudelleen suhdettaan kuluttamiseen, ja MacGregor (2010, s.233) kertoo hallitusten korostavan yksilöiden roolia kuluttajina ilmastonmuutoksen torjumisessa asumisen ja elämisen valinnoilla, kuten sähkön säästämällä ja jätteiden kierrättämällä. Ilmastonmuutokseen liittyviä faktoja on alettu nostaa näkyvämmiin esille ja ihmiset ovat nähneet konkreettisia ilmastonmuutoksesta johtuvia seurauksia, kuten vuoden 2004 tsunamin (Prothero ja muut, 2010, s.149). Kuluttajat joutuvat nykyään miettimään kulutustottumuksiaan tarkemmin, kun hintojen nousu ja energiakriisi pakottivat kuluttajat miettimään tapoja vähentää kulutustaan. Tilastokeskuksen (2023) mukaan vuonna 2022 kotitalouksien kulutuksesta 59 % meni välttämättömyyksiin, jotka pitävät sisällään asumisen ja energian.

Kestävän kuluttamisen haasteena on kuitenkin kuluttajien ristiriitaisuus: vaikka kuluttajat haluaisivat edistää kestävästä kehitystä, he eivät aina käytännössä toimi

arvojensa mukaisesti ja kuluta vastuullisesti. Kestävään kuluttamiseen houkuttelu voi olla haasteellista, koska se hyödyttää yhteiskuntaa yleisesti, muttei välttämättä yksilötasolla (Costa Pinto ja muut, 2014, s. 541). Kestävän kuluttamisen hinta, ja siihen liittyvät uhraukset voivat vähentää motivaatiota toimia kestäväillä tavoilla (Costa Pinto ja muut, 2014, s.541). Tämä tuo esille Protheron ja muiden (2010, s. 148) määrittämän kestävänsä kuluttamisen pääongelman: vihreät hyödykkeet, eli vaihtoehtoiset tuotteet ja kulutustavat eivät välttämättä ole kuluttajan näkökulmasta paras vaihtoehto valtavirtamarkkinoilla. Kestävien asenteiden ja todellisen käyttäytymisen välillä oleva kuilu ja ristiriita tunnetaan, ja kestävät asenteet yhdistyvät usein kestävättömään kuluttamiseen (Prothero ja muut, 2011, s. 32). Tätä vihreäksi kuiluksi (green gap) kutsuttua ilmiötä on selitetty muun muassa tietoisella ignoranssilla (Prothero ja muut, 2011, s.32). Tietoinen ignoranssi tarkoittaa kuluttajan tietoista päätöstä jättää selvittämättä asioita, jotka saattaisivat aiheuttaa negatiivisia tunteita (Erich & Irwin, 2005, s.266). Tietoinen ignoranssi toteutuu, kun kuluttaja tietoisesti jättää selvittämättä tuotteen tai palvelun eettisiä taustoja, ja tekee kulutus päätöksen rajallisilla tiedoilla (Erich & Irwin, 2005).

Prothero ja muut (2011) esittelevät kolme kestävänsä kuluttamisen tutkimussuuntaa, joita he pitävät merkityksellisinä kestävänsä kuluttamisen tutkimuksen piirissä: kestävänsä asenteiden ja kestävättömän käyttäytymisen yhteys, kuluttaja-kansalainen-suhteen vahvistaminen ja makrotason lähestymistavat muutokseen. Erityisen kiinnostava on kuluttaja-kansalainen-suhteen vahvistaminen. Tämä suhde korostaa sitä, miten kuluttajat ovat myös huolestuneita kansalaisia, jotka tavoittelevat enemmän kuin henkilökohtaista etua. Esimerkiksi kulutuskapina ja kuluttamisen vähentäminen ovat kuluttajien keinoja hillitä ilmastonmuutosta, joiden taustalla voi olla altruistiset motiivit yhteisestä hyvästä. Tämän kuluttaja-kansalais-suhteen vahvistaminen voisi olla tärkeä osa green gap-ilmiön pienentämistä. (Prothero ja muut, 2011, s.33–35).

Makrotason markkinoinnin tutkimus tuo kestävänsä kuluttamiseen holistisemmän näkökulman, ja yhteiskunta voidaankin nähdä uskomusrakenteena, joka määrittää miten

ihmiset kokevat maailman ympärillään (Prothero ja muut, 2010). Makrotason tutkimus ottaa huomioon koko yhteiskunnan ja maailman, ja ilmastonmuutos on makrotason ilmiö, joten kestävää kuluttamista tarkastellessa tulee ottaa huomioon laajemmin siihen vaikuttavat tekijät.

Markkinoinnin ja kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksessa on hyödynnetty diskursiivista tutkimusta kokonaisvaltaisen ymmärryksen luomiseen ilmiöistä. Makrotason diskursiivinen tutkimus yhdistää diskurssit niiden yhteiskunnallisiin ja historiallisiin konteksteihin, ja kuvailee sekä kritisoi diskursiivisia maailmoja, joita ihmiset tuottavat (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 233). Jokinen ja muut, (2016, luku 1) määrittelevät diskurssin tarkoittavan eheää säännönmukaista merkityssuhdesysteemiä, joka samanaikaisesti sekä rakentuu sosiaalisissa käytännöissä että rakentaa sosiaalista todellisuutta.

Ilmastokeskustelujen kannalta tämä tarkoittaa sitä, että ilmastonmuutoksen torjumisen keinot muovaavat yhteiskunnallista keskustelua, ja keskustelut vaikuttavat yhteiskunnan ilmastonmuutoksen torjumisen keinoihin. Vowlesin ja Hultmanin (2021b, s. 84) mukaan diskurssit ovat osa sosiaalisia prosesseja, jotka muokkaavat yhteiskuntaa. Kestävä kuluttaminen on makrotason diskurssi, ja sen taustalla on sekä mikro- että makrotason motiiveja: kuluttaja- kansalainen ei ole enää motivoitunut kuluttamaan pelkästään materialistisista syistä, vaan motiivina voi olla sekä mikrotason huolia kuten perheenjäsenten terveys, että makrotason ilmiöitä kuten ilmastonmuutos (Prothero ja muut, 2010, s. 148).

## **2.2 Sukupuolentutkimus markkinoinnissa**

Sukupuolentutkimus on monitieteinen tutkimusala, jossa keskeistä on sukupuolen huomioiminen tutkimuksen osana. Sukupuolentutkimus on kehittynyt sukupuolten välisten erojen tutkimisesta laajempaan sukupuolen kokemuksen ja sen kulttuuriseen ja sosiaaliseen rakentumisen tutkimukseen (Bettany ja muut, 2010). Sukupuolentutkimusta on sovellettu markkinoinnin tutkimuksessa myöhemmin, ja

tutkimus onki seurannut jäljessä muuta sukupuolentutkimusta. Se keskittyi pitkään vahvasti kuluttajakäyttäytymisen tutkimukseen sekä käyttäytymisteoriaan, ja esitti sukupuolen lähinnä yhtenä muuttujana markkinoinnissa (Bettany ja muut, 2010, s. 7).

### 2.2.1 Sukupuolentutkimuksen pääkäsitteet

1960- ja 1970-luvuilla nousi feministinen sukupuolentutkimuksen liike, joka pyrki ymmärtämään naiseutta ja edistämään tasa-arvoa tieteen kentällä (Bettany ja muut, 2010, s. 6–7). Vuonna 1972 myös eroteltiin ensimmäisen kerran sukupuolta tarkoittavat englanninkieliset sanat *sex* ja *gender*, jotka tekevät eroa aikaisempaan sukupuolen käsitykseen (Bettany ja muut, 2010, s. 6–7). Tämä johti laajempaan tutkimukseen sukupuolesta (Bettany ja muut, 2010; Hearn & Husu, 2011). Hearn ja Hein (2015, s. 1628) kertovat *gender*-termin olevan feministien tieteelliseen tutkimukseen tuoma termi, jonka käytön tarkoitus oli kritisoida termin *sex* käyttöön sisältyviä oletettuja merkityksiä. Termi *sex* oli aikaisemmassa tutkimuksessa olettanut sukupuolen perustuvan vain biologiaan, mutta termi *gender* tulkitsee sukupuolen syntyvän osana kulttuurillisia ja sosiaalisia rakenteita (Hearn & Hein, 2015).

Sukupuolten tarkasteluun liittyvät myös termit feminiinisyys ja maskuliinisuus, ja Hearn ja Hein (2015, s. 1637) painottavat, että näitä termejä käyttäessä tulee olla huolellinen niiden merkityksen ja käyttötarkoituksen määrittelyssä. Heidän mukaansa on myös selvennettävä, mitä ne kulloisessakin käyttökonekstissa tarkoittavat. Tässä tutkimuksessa maskuliinisuutta/maskuliinia ja feminiinisyttä/feminiiniä tulkitaan sosiaalisesti, yhteiskunnallisesti ja kulttuurisesti rakentuvina käsitteinä. Ne eivät siis välttämättä viittaa sukupuoleen itsessään, eivätkä tee oletuksia biologisesta sukupuolesta tai sen ominaisuuksista, ja tarkoituksena onkin tunnistaa feminiinisiä ja maskuliinisia piirteitä diskursseissa. Bretherton (2003, s. 104) määrittelee hegemonisen maskuliinisuuden ja feminiinisyden olevan tietty vallalla oleva diskursiivinen kuvaus mieheydestä ja naiseudesta, joissa jotkin ryhmät ja ominaisuudet ovat alistettuja ja marginalisoitua.

Sukupuolentutkimus pyrkii ymmärtämään, millaista on olla nainen ja millaista on olla mies, sekä millaisia asioita maskuliinisuuteen ja feminiinisyteen liitetään (Bettany ja muut, 2010). Feminismi on liittynyt sukupuolentutkimukseen vahvasti: sukupuolentutkimus on pyrkinyt nostamaan esiin naiset ja naiseuden, jotka sen mukaan ovat olleet kautta historian alisteisessa asemassa (Bettany ja muut, 2010). Hearn ja Hein (2015, s. 1642) määrittelevät sukupuolen merkityksen yhteiskunnassa seuraavasti: sukupuoli ei itsessään selitä kaikkea, mutta on tärkeää ymmärtää, että se on yksi niistä fundamentaalisista rakenteista, jotka muodostuvat yhtäältä yksilöiden ja ryhmien kokemusten ja suhteiden, ja toisaalta yhteiskuntien ominaispiirteiden kautta.

### **2.2.2 Sukupuolentutkimuksen kehitys markkinoinnissa**

Sukupuolia tarkoittavien termien eriyttäminen biologisesta merkityksestään toi sukupuolentutkimukseen uuden näkökulman, ja sukupuolentutkimusta alettiin laajemmin hyödyntämään markkinoinnin tutkimuksessa. Sukupuolentutkimuksella on alusta asti ollut poliittinen agenda sosiaaliseen ja kulttuuriseen muutokseen, ja se haastaa käsityksen sukupuolen perustumisesta ainoastaan biologiaan (Bettany ja muut, 2010, s.7).

Markkinoinnin ja kuluttajakäyttäytymisen tutkimus alkoi kritisoida dominoivaa maskuliinisuutta ja pyrki purkamaan binääristä vastakkainasettelua markkinoinnissa (Hearn & Hein, 2015; Zayer ja muut, 2020). Tämä siirsi huomion kuluttajan yksilöllisestä sukupuolikokemuksesta sukupuolen teorointiin, ja nyttemmin sukupuoli nähdään moninaisena, ristiriitaisena, muuttavana ja monitulkintaisena (Hearn & Hein, 2015, s. 1632). Myöhemmin kulttuurinen kuluttajantutkimus yhdistettiin tähän, jotta voitaisiin ymmärtää paremmin kulttuurillisesti rakentuvia kuluttajakokemuksia ja tarjota uusia näkökulmia (Hearn & Hein, 2015, s. 1632).

Ennen kuin sukupuolentutkimus laajentui, oli markkinoinnin ja kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksessa tyyppillistä tutkia sukupuolten välisiä eroja perustuen sukupuolirooleihin, persoonallisuuteen ja identiteettiin (Hearn ja Hein, 2015, s. 1630). Tämän tyyppinen

tutkimus jatkuu osittain edelleenkin markkinoinnin tutkimuksessa: 2010-luvulla on tutkittu paljon miesten ja naisten asenne- ja käyttäytymiseroja, ja mainonta tarjoaa edelleen stereotyyppisiä oletuksia miehistä ja naisista (Bettany ja muut, 2010, s.5). Bettany ja muut (2010) kuitenkin haluavat painottaa eroa tämänkaltaisen tutkimuksen ja sukupuolentutkimuksen välillä.

Toinen tyypillinen edelleen käytössä oleva tutkimussuuntaus on sukupuolen käyttö selittävänä tekijänä markkinoinnin ja kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksessa (Bettany ja muut, 2010, s.7). Tutkijat ovat olleet erityisen kiinnostuneita selvittämään fundamentaalisia eroja sukupuolien välillä, ja näin ollen mahdollisesti olettavat näiden eroavaisuuksien määrittävän sukupuolen (Hearn & Hein, 2015, s. 1630). Sukupuolen oleellistamista eli sen nostamista ratkaisevaan asemaan tutkimuksessa on esimerkiksi hormonaalisten eroavaisuuksien tutkiminen kuluttajakäyttäytymisessä. Tällä on selitetty sukupuolten eroja kulutuskäyttäytymisessä (Hearn & Hein, 2015, s. 1630). Vaikka tällaista tutkimussuuntaa on kritisoitu laajasti, se on pysynyt sitkeästi osana markkinoinnin tutkimusta (Hearn & Hein, 2015). Vähitellen huomio on kuitenkin siirtynyt sukupuolten välisistä eroista sukupuolen esiintymisen nyansseihin (Bettany ja muut, 2010).

Vaikka sukupuolentutkimus on yleistynyt, on sillä edelleen marginaalinen rooli valtaviiran akateemisessa tutkimuksessa (Dobscha & Ostberg, 2021, s. 183). Lisäksi sukupuolirooleihin liittyvät ongelmat näkyvät edelleen markkinoinnin tutkimuksessa, eikä tutkimuksessa ole juurikaan analysoitu valtarakenteita ja sosiaalista muutosta (Hearn & Hein, 2015, s. 1630). Zayerin ja muiden (2020, s. 240) mukaan kuluttaja toimii yhteiskunnassa ja markkinoinnissa esitettyjen sukupuoliroolien mukaisesti. Tämä on haasteellista tilanteessa, jossa markkinointi ylläpitää stereotyyppisiä sukupuolirooleja ja normeja. Gurrierin (2021, s. 365) Gurrierin mukaan markkinointi jakaa yksilön ominaisuudet feminiinisiin ja maskuliinisiin: naiset nähdään haavoittuvaisina, alistaisina ja voimattomina, kun taas miehet esitetään itsevarmoina ja autoritäärisinä. Sukupuolen määrittelyä koskevan tiedon rakentuminen ja siihen liittyvät valtapositiot ovatkin

keskeisiä pohdittaessa sukupuolen huomioimista markkinoinnissa ja kuluttajatutkimuksessa (Hearn & Hein, 2015).

Hearn ja Hein (2015, s. 1640) väittävät, että vaikka moni tutkimus on omaksunut markkinointiin ja kuluttajakäyttäytymiseen liittyvässä sukupuolentutkimuksessa tulkinnallisen lähestymistavan, sukupuoli esitetään edelleen elämäntyyliävalintana. Tämä tarkoittaisi sitä, että yksilöllä olisi valtaa valita asemansa yhteiskunnassa. Gurrieri (2021) väittääkin, että vallalla oleva kulttuuri on rakentunut patriarkaalisista lähtökohdista, ja sukupuolittuneet merkitykset arvoineen ja normeineen ovat tuotettu patriarkaalisesta näkökulmasta, valmiiksi annettuina. Hearn ja Hein (2015, s. 1641) ehdottavatkin, että sukupuolentutkimuksessa sukupuolet tulisi nähdä prosesseina ennemmin kuin kahtena toisistaan erillisinä ryhminä. Tutkimus voisi tällöin yhteiskunnallisen rakenteen huomioiden keskittyä miten, milloin ja missä sukupuoli ilmenee tai missä se jää näkymättömäksi, alistetuksi tai marginalisoiduksi.

### **2.3 Feminismi markkinoinnin tutkimuksessa**

Feminismin tavoitteena on poistaa sukupuolten välistä epätasa-arvoa, ja Hearn ja Hein (2015, s. 1627) näkevät feminismin olevan laaja yhdistelmä teorioita, politiikkaa ja toimintatapoja, jotka haastavat vallalla olevaa sukupuolijärjestystä. Dobscha ja Ozanne (2001) kertovat feministisen tutkimuksen tähtäävän sosiaaliseen muutokseen ja monimuotoisuuden esittämiseen.

Bristor ja Fischer (1993) määrittelivät feminismin pääluokiksi liberaalin feminismin, naisten äänen ja kokemuksen feminismin ja poststruktuurialisen feminismin. Hearn & Hein (2015, s. 1628–1629) kuvaavat näitä suuntauksia seuraavasti: liberaali feminismi pitää sisällään ajatuksen, että sukupuolet ovat pohjimmiltaan keskenään samanlaisia, ja niiden väliset erot johtuvat epätasa-arvoisesta pääsystä resursseihin ja mahdollisuuksiin. Naisten ääni ja kokemus taas edustaa radikaalimpaa suuntausta, jossa ero sukupuolien välisten kokemusten ja fysiikan välillä nähdään perustavanlaatuisena. Epätasa-arvoa luo naisten kokemusten pitäminen miesten kokemuksia huonompana patriarkaalisessa

yhteiskunnassa. Postsruktuaalinen feminismi tavoittelee tasa-arvoa rakentamalla sukupuolet uudelleen kielessä ja diskursseissa (Hearn & Hein, 2015, s. 1628–1629).

On hyvä huomioida, ettei kaikki sukupuolentutkimus markkinoinnissa ja kuluttajakäyttäytymisessä ole feminististä tutkimusta, eikä noudata feministisiä periaatteita. Hearn ja Hein (2015, s. 1627) argumentoivat, että feminismi on jätetty vähemmälle huomiolle valtavirran markkinoinnin tutkimuksessa. Ourahmounen ja muiden (2014) mukaan markkinoinnin voidaan nähdä vahvistavan patriarkaattia ja puolustavan valtaapitäviä, mikä on vastoin feminismin periaatteita, ja siksi feminismi on tuotu myös markkinoinnin tutkimukseen.

## **2.4 Ekofeminismi markkinoinnin tutkimuksessa**

Ekofeminismi on feminismin muoto, joka yhdistää feminismin ja ekologisuuden, ja uskoo naisen ja luonnon olevan sidoksissa toisiinsa. Ekofeminismi on kuvailtu käsitteenä ensimmäinen kerran vuonna 1974, mutta sille ei ole yhtä universaalista määritelmää (Dobscha & Ozanne, 2001, s. 202). Ekofeminismi pohjautuu feminismiin, mutta eroaa siitä nostamalla luonnon ja naiseuden samalle merkitystasolle. Yleisesti ekofeministisen tutkimuksen piirissä ollaan yhtä mieltä siitä, että ne sosiaaliset rakenteet, jotka määrittelevät naisten asemaa, ovat samat kuin luonnon asemaa määrittelevät. He väittävätkin, että tällöin naisten tulisi linjata itsensä luonnon kanssa voidakseen muuttaa niitä molempia alistavaa ja vahingoittavaa järjestelmää. Patriarkaaliset järjestelmät, jotka feminismin mukaan ovat syy sukupuolien väliselle epätasa-arvolle, ovat ekofeminismin mukaan myös syy luonnon alistamiselle (Dobscha & Ozanne, 2001, s. 202). Gaardin (2001, s. 158) mukaan ekofeminismi näkee ympäristön saastumisen ja yhteiskunnallisen epätasa-arvon rinnasteisena sille, miten kohtelemme luontoa ja toisiamme.

Dualismi on ekofeminismissä usein esiintyvä käsite, joka viittaa janaan, jonka toisessa päässä on feminiinisyys ja toisessa maskuliinisuus (Dobscha & Ozanne, 2001). Myös feministit väittävät, että läntisessä kulttuurissa naisen alisteisen aseman yhtenä syynä on

naisten ja luonnon yhdistäminen (Gaard, 2001). Ekofeministit uskovat dualismin selittävän myös luonnon alistamista (Dobscha & Ozanne, 2001). Gaardin (2001, s. 158) mukaan ihmisen ja luonnon alistaminen on seurausta alistavista rakenteista, jotka perustuvat hierarkkiseen dualismiin. Näin ollen ei voida väittää alistamisen syntyvän mistään yksittäisestä tekijästä, kuten patriarkaatista tai kapitalismista. Hierarkkinen dualismi on läntisen kulttuurin ytimessä ja seurausta pitkästä historiallisesta kehityksestä. Ekofeminismi näkee yhteiskunnan olevan muodostunut niin, että mies/kulttuuri asetetaan naista/luontoa vastaan, ja luonto nähdään alisteisena resurssipohjana teollistumiselle (Anshelm & Hultman, 2014; Littlefield, 2010).

Dualismi jakaa ominaisuuksia ja arvoja feminiinisyyteen ja maskuliinisuuteen ja asettaa ne vastakkain. Maskuliinisuuteen liitetyt ominaisuudet ovat yhteiskunnassa vallalla olevia arvoja, joita arvostetaan enemmän kuin feminiinisyyteen liitetyjä arvoja. Gaard (2001, s. 158) kertoo vastakkain aseteltujen käsiteparien edustavan ihmisen vastaan luonto -asettelua, josta läntinen kulttuuri on rakentunut. Hän antaa esimerkeiksi muun muassa seuraavat parit: minä/muut, kulttuuri/luonto, järki/luonto, sivistynyt/primitiivinen, julkinen/yksityinen, subjekti/objekti, mies/nainen.

Dualismin mukainen luonnon ja naisten alistaminen on Gaardin (2001) mukaan seurausta miesten hallitsevasta asemasta yhteiskunnassa kautta historia. Littlefieldin (2010, s. 99) mukaan järki ja rationaalisuus nähdään vastakkaisena luonnolle ja tunteille, ja ne yhdistyvät maskuliinisuuteen ja miehiin. Näin ollen rationaalisuudella on etuoikeutettu asema yhteiskunnassa (Littlefield, 2010, s. 99). Ekofeministien mukaan dualismin ymmärtäminen auttaa ymmärtämään luonnon ja naisen alistamista paremmin, ja läntisessä kulttuurissa naisten asema ja kohtelu linkittyvät symbolisesti, psykologisesti, taloudellisesti, ja poliittisesti luonnon kohteluun (Gaard, 2001, s. 159).

Miehiin ja naisiin yhteiskunnassa kohdistuvat odotukset eroavat toisistaan, ne ohjaavat myös käyttäytymistä ja arkielämää. Littlefieldin (2010) mukaan kulttuurin arvostaminen luonnon kustannuksella on seurausta dualismista. Tämä näkyy myös siinä, miten

kestävällä markkinointiviestinnällä pyritään rakentamaan yhteiskuntaa sellaiseksi, että luontoa ja ympäristöä pidettäisiin kulttuurisesti arvokkaina. (Ourahmoune ja muut, 2014). Ympäristöä ja luontoa ei siis nähdä itsessään arvokkaina, vaan niiden arvostus muodostuu osana kulttuuria.

Gurrierin (2021) mukaan markkinoinnissa feminiinisyteen ja maskuliinisuuteen liitetään tiettyjä asioita: feminiinisyteen liitetään haavoittuvaisuus, alisteisuus, voimattomuus, kun taas maskuliinisuuteen liitetään itsevarmuus, autoritäärisyys. Näistä feminiinisyteen liitettäviä piirteitä pidetään alisteisina maskuliinisille ominaisuuksille ekofeminismin mukaisesti, joten markkinoinnin voidaan sanoa ylläpitävän dualismia.

McDonagin ja Protheron (1997, s. 363) mukaan markkinointi vahvistaa yhteiskunnan patriarkaattia laiminlyömällä ympäristöstä huolehtimista, sekä vahvistamalla materialistista ajattelua ja sukupuolten stereotyyppioita. Ekofeminismin vastaisesti useissa sukupuolen ja ilmastonmuutoksen tutkimuksissa luonto kuvataan uhkana naisille (MacGregor, 2010, s.228). Toisaalta taas ekofeminismin kannalta paikkansapitävää on se, että ilmastonmuutos ja ympäristöhaasteet vaikuttavat naisiin miehiä enemmän, sillä ekofeminismin mukaisesti luonnon ollessa uhattuna, on naisen asema myös uhattuna.

Littlefield (2010) jakaa ekofeminismin tulkinnat kahteen ryhmään: sosiaalisiin ekofeministeihin, jotka uskovat naisen ja luonnon välisen yhteyden olevan sosiaalisesti rakentunut myytti, ja se pitäisi tasa-arvon saavuttamiseksi purkaa, sekä ekofeministeihin, jotka pitävät naisen ja luonnon välistä suhdetta luonnollisena ja vahvistettavana asiana. Kahtiajaon lisäksi ekofeministisiä suuntauksia voidaan jakaa eri alalajeihin, joita ovat esimerkiksi liberaali ekofeminismi, kulttuurinen ekofeminismi sekä radikaalimmat ekofeminismin muodot (Dobscha & Ozanne, 2001, s. 202). Ne poikkeavat toisistaan lähinnä sen suhteen, miten epätasa-arvoa voitaisiin vähentää: liberaalit ekofeministit etsivät tapoja elää olemassa olevassa yhteiskunnallisessa järjestelmässä. Heidän mukaansa ongelmat ovat ratkaistavissa muuttamalla lakeja ja käytänteitä. Kulttuuriset ekofeministit taas uskovat naisen ja miehen eroavan toisistaan niin biologisesti kuin

sosiaalisestikin; tällöin ongelmien yhteiskunnallinen syy löytyy sekä naisen että luonnon aliarvostetusta asemasta. Radikaaleimmat muodot ovat näiden kahden suuntauksen yhdistelmiä, jotka haluaisivat kokonaan poistaa luontoa ja naista alistavat patriarkaaliset järjestelmät (Dobscha & Ozanne, 2001, s. 202).

## 2.5 Kriittinen maskuliinisuuden tutkimus

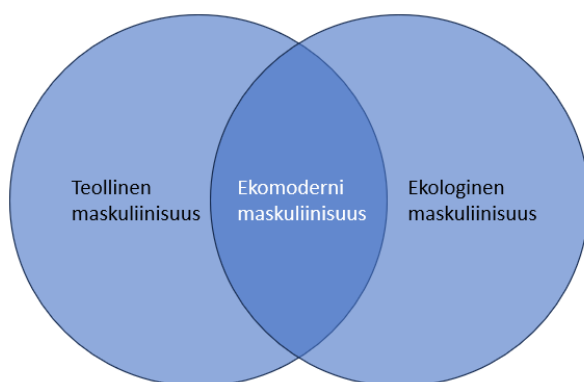
Kriittinen miesten ja maskuliinisuuden tutkimus (Critical studies on men and masculinities, CSMM) on kehittynyt feministisen teorian pohjalta, ja on otettu osaksi markkinoinnin ja kuluttajakäyttäytymisen tutkimusta (Hearn & Hein, 2015, s. 1634). Uusi tutkimussuuntaus on vaikuttanut siihen, miten miehet, markkinointi ja kuluttajakäyttäytyminen nähdään ja ymmärretään, sekä tuonut uusia näkökulmia sukupuolentutkimukseen markkinoinnissa (Hearn ja Hein, 2015, s. 1635). He määrittelevät kriittisen miesten ja maskuliinisuuden tutkimuksen olevan historiallista, kulttuurillista, ja uudelleenrakentavaa tutkimusta miehistä ja maskuliinisuudesta (Hearn & Hein, 2015, s. 1635). He kuitenkin myös huomauttavat, ettei miesten ja maskuliinisuuden tutkimus osana kuluttajatutkimusta ota huomioon maskuliinisuutta osana laajempaa sosiaalista rakennetta ja miesten rakenteellista asemaa yhteiskunnassa (Hearn & Hein, 2015, s. 1636).

Hegemoninen maskuliinisuus tarkoittaa kulttuurillista normia, joka yhdistää miehet ja maskuliinisuuden valtaan ja taloudellisiin saavutuksiin (Eige, 2024). Hegemonisella maskuliinisuudella on useita eri muotoja, ja vallalla oleva maskuliinisuus vaihtelee ajan mukana. Erilaisia hegemonisia maskuliinisuuksia ovat esimerkiksi *teollinen maskuliinisuus* (Vowles & Hultman, 2021a), *ekologinen maskuliinisuus* (Hultman, 2017) ja *ekomoderni maskuliinisuus* (Hultman, 2017). Näitä kaikkia maskuliinisuuksia yhdistää niiden sisältämä valta-asema, ja niiden rajoittavat määritelmät maskuliinisuudesta ja mieheydestä. Vowlesin ja Hultmanin (2021a, s. 416) mukaan maskuliinisuudet ovat aina monimutkaisia ja muodostuvat sosiaalisissa ja yhteiskunnallisissa toiminnoissa ja taloudellisissa rakenteissa, ja siksi ne ovat sidoksissa yhteiskuntaan ja vallassa olevaan diskurssiin.

*Teollinen tai breadwinner -maskuliinisuus* edustaa maskuliinisuutta, jossa miehet ovat liittyneet energiaintensiivisiin, tuottokeskeisiin, ekologisesti tuhoaviin ja fossiilisista polttoaineista riippuvaisiin prosesseihin (Vowles & Hultman, 2021a, s. 416). Hultmanin (2017, s. 91) mukaan teollinen maskuliinisuus sisältää *breadwinner maskuliinisuuden* ja *hypermaskuliinisuuden*, ja se liittyy teollisen modernin diskurssiin. Tämän kaltainen maskuliinisuus on ollut hegemoninen, mutta nykyään se edustaa myös taantumuksellista hypermaskuliinisuutta (Vowles & Hultman, 2021a, s. 416). Teollinen maskuliinisuus arvostaa neoklassista taloutta, keskitettyä ja laajamittaista energiateknologiaa, ja patriarkaalisia käytänteitä, joista esimerkkejä ovat ydinvoima ja fossiilisten polttoaineiden teknologiat (Hultman, 2017, s. 91).

Teollisen maskuliinisuuden vastakohta on *ekologinen maskuliinisuus*, joka edustaa välittävämpää ja nöyrympää maskuliinisuutta (Hultman, 2017, s. 94). Ekologisen maskuliinisuuden mukaan laaja yhteiskunnallinen muutos on välttämätön, eikä sitä saavuteta vapaaehtoisilla yksilöllisillä kuluttajien päätöksillä tai markkinaratkaisulla. Sen sijaan tulisi yhteisesti sitoutua politiikkaan, jossa uskotaan pitkän aikavälin vastuullisuuden merkitykseen, vaikka se tarkoittaisikin kansalaisten kulutustottumuksiin ja käyttäytymiseen puuttumista. Ekologista maskuliinisuutta edustaa esimerkiksi paikallisten tuottajien suosiminen suurten teollisten elintarvikevalmistajien sijaan keskusliikkeiden hankintaketjuissa. (Hultman, 2017, s. 94–95).

*Ekomoderni maskuliinisuus* edustaa nykyään poliittisesti vaikutusvaltaista maskuliinisuutta, jossa ilmastonmuutokseen suhtaudutaan sekä huolestuneesti että kovuudella, yhdistellen *teollisen maskuliinisuuden* ja *ekologisen maskuliinisuuden piirteitä* (Hultman, 2017, s. 96) (Kts. Kuvio 2).



**Kuvio 2.** Hegemoniset maskuliinisuudet.

*Ekomoderni maskuliinisuus* ylläpitää *ekomodernia diskurssia*, ja suojelee asemaansa yhteiskunnan valta-asemassa vastaamalla ilmastonmuutokseen liittyvään uhkaan teknologisilla ratkaisuilla ja taloudellisella kasvulla. Ekomoderni maskuliinisuus usko ilmastohaasteiden olevan hallinnassa ja ratkaistavissa teknologialla, ja markkinoiden kilpailu luo vihreitä työpaikkoja (Hultman, 2017, s. 97). Ekomoderni maskuliinisuus on huolissaan ilmastosta samaan aikaan peräänkuuluttaen taloudellisen kasvun tärkeyttä, ja tukee käytänteitä sekä teknologioita, jotka ylläpitävät ilmastoa tuhoavia rakenteita (Hultman, 2013).

## 2.6 Kestävä kuluttaminen ja sukupuolentutkimus

Hultmanin (2013, s. 80) mukaan sukupuoliantalyysi on noussut entistä tärkeämmäksi osaksi tieteellistä tutkimusta, teknologian kehittämistä ja ympäristöhaasteiden ratkaisemista. Niinpä sukupuolta onkin tutkittu osana ilmastonmuutokseen liittyvää diskurssia ja vastuullista kuluttamista myös markkinoinnin tutkimuksessa. Hearn ja Hein (2015) argumentoivat, että sukupuolittuneiden rakenteiden lähestyminen laajemmin voisi auttaa ymmärtämään nykyistä markkinointia ja kuluttamista paremmin, ja sukupuolittuneiden valtarakenteiden huomioiminen ja ymmärtäminen näkemään myös markkinoinnin roolia epätasa-arvoisen vallan ylläpitäjänä.

### 2.6.1 Dualismi kestävän kulutuksen tutkimuksessa

Sukupuolien välisen eron selittävät tekijät vihreiden valintojen takana on kiinnostanut tutkijoita (Brough ja muut, 2016). Aikaisempi tutkimus on huomannut, että naiset ovat miehiä alttiimpia tekemään vihreitä valintoja, ja halukkaampia sitoutumaan kestävän kulutuksen periaatteisiin ja toteuttamaan niitä (Brough ja muut, 2016; Costa Pinto ja muut, 2014). Brough ja muut (2016) sekä Bloodhart ja Swim (2020) selittävät tätä sukupuolten välistä eroa ympäristöystävällisyyteen ja vihreyteen liittyvillä assosiaatioilla: vihreys ja ympäristöystävällisyys yhdistetään feminiinisyyteen, ja tästä syystä miehet saattavat haluta välttää vihreää käyttäytymistä suojatakseen sukupuoli-identiteettiään. Aikaisempi tutkimus on todennut, että naiset ovat miehiä enemmän huolissaan kestävästä kuluttamisesta, ja ottavat ilmastohuolensa huomioon tehdessään kulutuspäätöksiä (Luchs ja Mooradian, 2012, s. 128). Brough ja muut (2016) selittävät vihreiden valintojen tekemisen osana sosiaalista identiteettiteoriaa: omakuva muodostuu osana ryhmää ja sukupuoli-identiteetti on merkittävä osa omakuvaa. Heidän mukaansa sukupuoli-identiteettiä voidaan ylläpitää kulutusvalinnoilla, koska yksilöt voivat signaloida identiteettiään hyödykkeiden ja hyödykkeisiin liittyvän käyttäytymisen avulla.

Bloodhart ja Swim (2020) mukaan sukupuolella on merkitystä kestävän kuluttamisen omaksumisessa. Heidän mukaansa sukupuoliin liitetyt stereotypiat muovaavat yksilön ajatuksia kestävästä kuluttamisesta. Kestävä kuluttaminen alentaa yksilön statusta, koska se merkitsee kulutuksen ja rahan käytön vähentämistä. Runsas kuluttaminen on assosioitunut valtaan, statukseen ja varakkuuteen, jotka ovat stereotyyppisesti maskuliinisina pidettyjä ominaisuuksia. Tämän vuoksi kuluttamisen vähentämistä pidetään feminiinisenä (Bloodhart & Swim, 2020, s. 104–105).

Bloodhart ja Swim (2020, s. 106) kertovat, että sukupuolien välistä eroa on perinteisesti selitetty naisten suuremmalla hoivaamisvietillä, mikä on ongelmallinen näkökulma. He argumentoivatkin, että kasvanut huoli ympäristöstä ei olekaan riippuvainen geneettisestä sukupuolesta, vaan kehittyy sosiaalisissa prosesseissa. Myös Hern ja Hein

(2015, s. 1637–1638) argumentoivat, että sukupuolten välinen ero kestävässä kuluttamisessa syntyy epätasa-arvoista rakenteista, jotka ohjaavat ja ylläpitävät sukupuolittuneita oletuksia ja käytänteitä. He nostavat esimerkiksi miesten ja naisten välisen eron liikkumisessa ja matkustamisessa: miehet matkustavat naisia pidempiä matkoja ja tekevät matkoja useammin autolla. Näiden erojen tausta liittyy epätasa-arvoisesti sukupuolittuneisiin suhteisiin ja aseisiin kotitalouksissa, työmarkkinoilla ja urbaaneissa rakenteissa. Tämä ilmenee siten, että jaettua kaupunkitilaa ja liikennejärjestelmiä käytetään eri tavoin sukupuolesta riippuen (Hearn & Hein, 2015, s. 1638).

Suuri osa kestävästä kuluttamisesta yksilökohtaisista ratkaisuista liittyy kodin arkeen, esimerkiksi veden ja energian käytön vähentämiseen (Bloodhart & Swim, 2020, s. 108). MacGregor (2010, s.233) kertoo vauraiden maiden hallitusten korostavan yksilön vastuuta kuluttajana, esimerkiksi kehottamalla säästämään sähköä ja kierrättämään jätteet. Hän väittää myös, että ympäristöhaasteisiin vastaaminen siirtymällä matalapäästöiseen elämäntapaan on kuvattu statukseltaan matalana, erityisesti naisia koskevana velvollisuutena. Samaan aikaan statukseltaan korkeina pidetyt ratkaisut ympäristöhaasteisiin, kuten sähköautot ja muut innovaatiot nähdään kuuluvan miehille. Bloodhart ja Swim (2020, s. 107) väittävät, että miehet suosivat teknologisia ratkaisuja kestävyysongelmiin, kun taas naiset suosivat kulutuksen vähentämistä.

MacGregorin (2021) mukaan sukupuolten välillä on huomattu merkittävää eroavaisuutta kodin ympäristöystävällisessä käyttäytymisessä: naiset käyttäytyvät keskimäärin ympäristöystävällisemmin kuin miehet. Hän nostaa esille myös sen, miten tutkittaessa jokapäiväistä elämää kiinnitetään kyllä huomiota arkisiin toimintoihin kysymättä kuitenkaan kuka niitä suorittaa ja millä tavoin. Tällä on merkitystä sen vuoksi, että koti on yksilön toimintapiirinä määritelty perinteisesti feminiiniseksi alueeksi. (MacGregor, 2021, s. 48). Bloodhart ja Swim (2020, s. 109) väittävät, että vastuullisen kuluttamisen ratkaisut kohdistuvat naisiin ja vähempituloisiin, eikä miehiin ja hyvätuloisiin.

Markkinoinnin tutkimuksessa kuluttajien motiiveja ja valintoja pyritään selittämään sukupuoliolla, ja niihin liitetään myös dualismin mukaisia vastakkaispareja. Usein feminiinisyyteen liitetään yhteisöllisyys ja auttamisenhalu, ja vihreään kuluttamiseen altruismi ja yhteistyöhalukkuus (Brough ja muut, 2016). Feminiinisyys ja kestävä kuluttaminen liitetäänkin usein yhteen, ja perusteena käytetään niin sukupuolten persoonallisuuksien eroavaisuuksia kuin yhteiskunnan valtarakenteitakin. Maskuliinisuuteen taas liitetään perinteisesti menestys, seksuaalisuus, voimakkuus ja individualismi (Zayer ja muut, 2020). Maskuliinisesta näkökulmasta nykyisen tasoinen resurssien kuluttaminen ei edellytä muutosta tai kulutuksen vähentämistä. Tämä liittyy sukupuolittuneisiin stereotyyppioihin, joissa maskuliinisuus yhdistetään hallitsevuuteen ja feminiinisyys sopeutumiseen ympäristöön (Bloodhart & Swim, 2020, s. 107).

Kuvioon 3 on koottu feminiinisyyteen ja maskuliinisuuteen liittyviä arvoja ja ominaisuuksia, jotka ovat stereotyyppisesti yhdistetty toisiinsa kestävän kuluttamisen ja sukupuolentutkimuksessa.

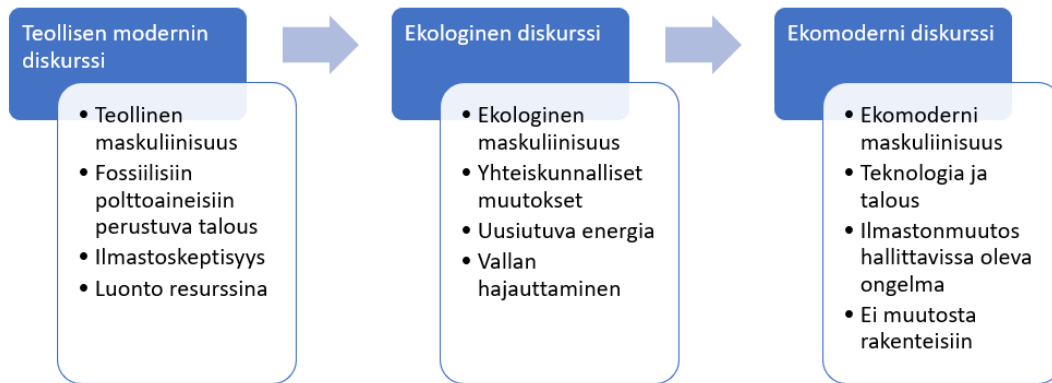


**Kuvio 3.** Dualismi kestävän kulutuksen tutkimuksessa.

Dualismi näkyy siis myös vahvasti myös kestävässä kuluttamisessa, jossa asetetaan maskuliinisuus/kulttuuri ja feminiinisyys/luonto vastakkain. Kestävä kuluttaminen ja vihreät valinnat mielletään feminiinisinä ominaisuuksina. Erot kestävässä kuluttamisessa johtuvat rakenteista, ja sukupuolien kulttuurisesti ja sosiaalisesti rakentuneista määritelmistä, jotka ohjaavat sukupuolia toimimaan tietyillä tavoilla. Dualismi voisi omalta osaltaan selittää myös sitä, miksi ilmastonmuutokseen ei reagoida riittävän tehokkailla tavoilla: voimakas reagoiminen uhkasi maskuliinista identiteettiä ja yhteiskunnallisesti merkittävien päätösten tekeminen tapahtuu maskuliinisen diskurssin hallitsemassa maailmassa.

## **2.7 Sukupuolittuneet ilmastodiskurssit**

Ashelmin ja Hultmanin (2014, s. 86) mukaan ilmastonmuutoksen vaikutusta naisiin on tutkittu paljon, mutta vähemmän huomiota on kiinnitetty siihen, miten maskuliinisuudet vaikuttavat ympäristöongelmiin. Ilmastonmuutos ei ole sukupuolineutraali tieteellinen ongelma, vaan sitä muovaa syvästi sukupuolittuneet diskurssit ja tämänhetkinen ilmastokeskustelu antaa äänen vakiintuneelle sukupuoli-ideologialle, joka perustuu liioiteltuihin eroavaisuuksiin miesten ja naisten välillä (MacGregor, 2010, s. 235). Tässä osiossa tarkastellaan hegemonisten ilmastodiskurssien ominaisuuksia ja kehitystä (kts. kuvio 4).



**Kuvio 4.** Hegemonisten ilmastodiskurssien kehitys.

*Teollisen modernin diskurssi* syntyi modernin teollistumisen myötä, ja se tarkastelee luontoa elottomana resurssina, ja siinä mies ja kulttuuri ovat dualistisesti valta-asemassa naiseen ja luontoon nähden (Hultman, 2013). 1960-luvulla ajateltiin, että vaikka teollisuus aiheutti ympäristöhaasteita, modernit teolliset ratkaisut – kuten ydinvoima – pystyisivät ratkaisemaan nämä ongelmat. Teollinen maskuliinisuus linkittyy tähän diskurssiin. Miehet hallitsivat teollista modernisaatiota aina 1990-luvulle saakka. 1970-luvulla nousseet ympäristöliikkeet joutuivatkin taistelemaan juuri teollista maskuliinisuutta vastaan. Teollisen modernin diskurssi ylläpitää patriarkaattia, ja kannattaa fossiilisiin polttoaineisiin sidottuja rakenteita ja teknologioita (Hultman, 2017, s. 91).

Ilmastonmuutoksen kieltäminen ja ilmastoskeptisyys ovat merkittäviä ongelmia tehokkaiden ilmastotoimien toteuttamisessa. Ilmastoskeptisyys on samalla hyvä esimerkki teollisesta maskuliinisuudesta (Hultman, 2017). Vaikka ilmastonmuutoksen uhka on tunnistettu, sen ehkäisemiseksi tehtävät toimet ovat hitaita ja puutteellisia, osin sen vuoksi, että omaa näkemystä uhkaavien faktojen epäileminen ja kieltäminen ovat osa teollisen maskuliinisuuden diskurssia ja päätöksentekoprosessia (Krange ja muut, 2019, s. 1). Anshelm ja Hultman (2014, s. 85) väittävät, että ilmastoskeptikkojen argumentit ovat linjassa maskuliinisuuden kanssa, ja oikeastaan uhattuna ei ole ilmasto, vaan tietynlainen moderni teollisuusyhteiskunta, joka on rakennettu maskuliinisuuden

muodoilla. Ilmastoskeptikot vastustavat ilmastonmuutoksen toimia ja kieltävät ilmastonmuutoksen, koska ne uhkaavat heidän yhteiskunnallis-poliittista identiteettiään ja näkemyksiään ideaalista yhteiskunnasta (Krange ja muut, 2019, s. 2).

Ilmastoskeptikot perustelevat näkemyksiään väittämällä, että ilmasto lämpenee osana luonnonmukaista ilmastosykliä ihmisen toimista riippumatta (Anshelm & Hultman, 2014, s. 87). Ilmastonmuutoksen kieltämistä perustellaan usein esimerkiksi vähättelemällä sen merkitystä, tai väittämällä, ettei pienten valtioiden ilmastopäästöillä ole merkitystä Kiinan kaltaisen suurten toimijoiden päästöihin verrattuna (Vowles & Hultman, 2021, b, s.88).

Ilmastoskeptikot korostavat maailman muita samanaikaisia ongelmia, kuten nälänhätää ja väestönkasvua ja väittävät ilmastopuheen vievän huomiota ihmiskunnan kannalta tärkeämmiltä haasteilta (Anshelm & Hultman, 2014, s. 90). Skeptikot nostavat esiin myös ilmastotoimien negatiivisia puolia, kuten massatyöttömyyden ja elintason laskun. Heidän mukaansa ilmastonmuutoksesta varoittaneet tutkijat ovat luoneet fanaattisen ekofasistisen uskonnon, vaikka he itse usein käyttävät uskopohjaisia argumentteja (Anshelm & Hultman, 2014, s. 89–91). Skeptikot myös haluavat esittää itsensä ja mielipiteensä marginalisoituina ja alisteisina. He haluavat nähdä itsensä valtavirtaa vastaan taistelevina totuuden ääninä. Anshelm ja Hultman (2014, s. 91) väittävätkin, että on tärkeää ymmärtää, kuinka ilmastoskeptikkojen maskuliininen identiteetti on muovautunut, ja kuinka se on haastettavissa tieteellisin argumentein.

Ilmastoskeptikot lietsovat kuvaa dystopiasta ja katastrofeista, argumentoiden ettei hyvinvointia ole ilman taloudellista kasvua (Anshelm & Hultman, 2014). Skeptikot turvautuvat maskuliinisiin argumentteihin perustellessaan luonnon hallintaa työkaluna taloudelliselle kasvulle, ja korostavat talouden kasvun tärkeyttä, mitkä ovat Anselmin ja Hultmanin (2014) mukaan hegemonista modernissa ajassa.

*Ekologinen diskurssi* haastoi teollisen modernin diskurssin 70- ja 80- luvuilla ja kritisoi sen aiheuttamia ympäristöongelmia (Hultman, 2013, s. 84). Ympäristöliikkeet osoittivat teollisuuden päästöihin liittyvät riskit ja vaativat yhteiskunnallista muutosta (Hultman,

2017, s. 93). Ekologiseen diskurssiin liittyvät ekologiset maskuliinisuudet, jotka edustavat vastakkaista käsitystä teolliselle maskuliinisuudelle. Ekologinen diskurssi pyrki saavuttamaan yhteiskunnallisia muutoksia ja sitoutumista pitkän aikavälin kestäväan politiikkaan, jossa yksilön kuluttamista voitaisiin tarpeen tullen rajoittaa. Ekologinen diskurssi myös ajoi vallan hajauttamista ja uusiutuvien energianlähteiden käyttöä (Hultman, 2017, s. 93–94). Ekologinen diskurssi voitti teollisen modernin diskurssin Ruotsissa, mutta hävisi lopulta 1990-luvun alussa ekomodernille diskurssille, josta tuli hegemoninen diskurssi (Hultman, 2013, s. 86).

*Ekomoderni diskurssi* edustaa ajatusta, jossa taloudellinen kasvu on perusta energia- ja ympäristöpolitiikan murrokselle kohti kestävää tulevaisuutta (Hultman, 2013). Se syntyi yhdistelmänä teollisen modernia diskurssia ja ekologista diskurssia, ja sitä ylläpitävät ekomodernit maskuliinit. Ilmastonmuutosta ja ympäristöongelmia ei enää nähdä vakavina uhkina sivilisaatiolle, jotka vaativat radikaaleja toimia, vaan hallinnassa olevina ja nopeasti korjattavissa olevina ongelmina. Taloudellinen kasvu on nostettu keskeiseksi aiheeksi ilmastokeskustelussa, ja on esitetty väite, ettei taloudellisen kasvun ja ympäristöongelmien välillä ole konfliktia. Päinvastoin ympäristöongelmien nähdään edistävän kasvua, innovaatiota ja kilpailua (Hultman, 2013, s. 86–87). Tämän näkemyksen mukaan hyvinvointia ei voi olla ilman taloudellista kasvua, eikä ilmastonmuutoksen torjumisen tule estää tai hidastaa taloudellista kasvua (Vowles & Hultman, 2021, a; Hultman, 2013, MacGregor, 2010). Teknologia, taloudellinen kasvu, markkinaratkaisut ja ympäristöystävällinen kuluttaminen on nostettu myös helppoina poliittisina ratkaisuin ilmastonmuutokseen (Anshelm ja Hultman, 2014).

Ilmastonmuutoksen torjumisessa huomio onkin kuluttamisen vähentämisen sijaan kiinnittynyt päästöjä vähentävän teknologian kehittämiseen (Hultman, 2013). Ekomoderni diskurssi on saavuttanut valta-aseman Euroopassa, ja sen pääajatus on se, että teknologiset saavutukset ratkaisevat ympäristöongelmat, ja nostavat talouden kasvuun. Sen myötä keskitytään päästöjen vähentämiseen eikä itse kulutuksen vähentämiseen, esimerkiksi autoteollisuudessa ja autoilussa: keskitytään innovoimaan matalampipäästöisiä autoja teknologian avulla sen sijaan, että muutettaisiin

järjestelmää, jossa yksityisautoilulle on niin suuri tarve (Hultman, 2013, s. 93). MacGregor (2010, s. 227) kritisoi ilmastonmuutoksen seurauksiin ja vaikutuksiin keskittyvän tutkimuksen hyväksyneen ilman kritiikkiä positivistisen lähestymistavan, jossa ilmastonmuutoksen seurauksia pidetään väistämättöminä. Ekomodernin diskurssin hegemonian myötä on mukauduttu ajatukseen ilmastonmuutoksen väistämättömyydestä, ja teknologisten ratkaisujen uskotaan olevan avain ilmastonmuutoksen torjumiseen.

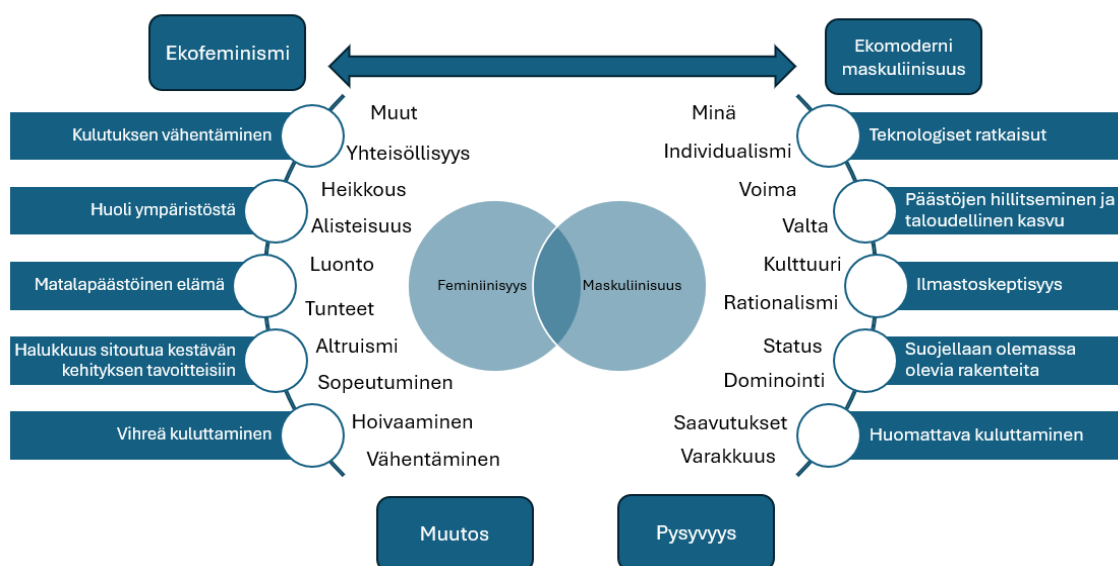
Ekomoderni diskurssi on epäsymmetrinen, koska teknologian avulla tuotetut vähempipäästöiset tuotteet eivät poista niiden tuottamiseen käytettyjen energian ja resurssien määrää (Hultman, 2013, s. 92). Samankaltainen epäsymmetria näyttäytyy myös ajattelussa globaaleista hiilidioksidipäästöistä: niitä ei vähennetä taloudellisen kasvun maissa, vaan ne ulkoistetaan muihin maihin (Hultman, 2013). Hultmanin (2013, s. 92) mukaan ekomodernin diskurssin kannattajat, ekomodernit maskuliinit, osoittavat onnistumisensa hiilidioksidipäästöjen vähentämisessä ja samanaikaisessa talouden kasvun säilyttämisessä vetoamalla kasvavan bruttokansantuotteen ja pienenevän päästömäärän korrelaatioon. Talouden kasvua ja pienentyneitä hiilidioksidipäästöjä ei voida kuitenkaan suoraan yhdistää toisiinsa, koska monet teollisuusmaat ovat ulkoistaneet päästöjä tuottavan teollisuutensa kolmansiin maihin. Teollisuusmaat keskittyvät tuottamaan bruttokansantuotetta nostavaa tietotyötä, jonka tarvitsemat koneet ja laitteet tuotetaan kolmansissa maissa, joiden kontrolle myös jäävät syntyvät hiilidioksidipäästöt. Hänen mukaansa tällä hetkellä ympäristöystävällisinä pidettyä teknologioita, kuten sähköautot ja ydinvoima edustavat ekomodernia maskuliinisuutta.

Ekomoderni maskuliinisuus on siis maskuliinien ja miesten valtajärjestelmää suojeleva diskurssi, joka näkee ilmastonmuutoksen uhkana valtarakenteille (Vowles & Hultman, 2021a). MacGregor (2010) väittää, että ilmastonmuutos on muotoutunut useiden erilaisten hegemonisten diskurssien kautta, ja väittää tämänhetkisen ympäristöpolitiikan maskuliinisuuden olevan seurausta ilmastonmuutoksen nousemisesta vihreän agendan pääaiheeksi. Ilmastopolitiikka on muovaantunut stereotyyppisten maskuliinisten diskurssien kautta, ja se häivyttää ja sulkee naiset

ulkopuolelle. Hänen mukaansa sukupuolittunut luonne tämänhetkisessä ilmastokeskustelussa vahvistaa vakiintuneita sukupuoli-ideologioita, jotka perustuvat liioiteltuihin eroavaisuuksiin miesten ja naisten välillä (MacGregor, 2010, s. 235).

## 2.8 Ilmastokeskustelun ja kestävän kulutuksen sukupuolittuneisuus — teoreettinen viitekehys

Ilmastonmuutos on siis sukupuolittunut ilmiö, ja siihen liittyvä keskustelu heijastelee yhteiskunnan kulttuurisesti rakentuneita sukupuolimääritelmiä. Ekofeminismin määrittelemä dualismi heijastuu myös kestävään kuluttamiseen ja ilmastonmuutokseen liittyvään diskurssiin: feminiinisyyteen ja maskuliinisuuteen liitetyt asiat asetetaan vastakkain, ja sukupuolittuneet diskurssit vahvistavat yhteiskunnan sukupuolirooleja. Sukupuolittuneisuuden tunnistaminen on tärkeää, koska sukupuoli vaikuttaa asenteisiin, ajatuksiin, puheeseen ja toimintaan, ja kuluttajakäyttäytymiseen. Kuvioon 5 on koottu dualismin mukaisesti sukupuoliin ja sukupuolten asemaan ilmastonmuutoksen torjumisessa perinteisesti liitettyjä piirteitä.



Kuvio 5. Teoreettinen viitekehys.

Feminiinisyyteen liitetään ominaisuuksia, jotka ovat alisteisessa asemassa: heikkous, tunteellisuus, sopeutuminen jne. Maskuliinisuuteen taas liitetään yhteiskunnassa arvostettuja ominaisuuksia kuten individualismi, varakkuus ja valta. Dualistisesti maskuliinisuuteen liitettyjä ominaisuuksia arvostetaan enemmän. Ekofeminismin mukaan tämä asetelma liittyy myös luonnon alisteiseen asemaan. Teoreettisessa viitekehyskuviossa (kts. kuvio 5) onkin esitetty sisäkehässä feminiinisyyteen ja maskuliinisuuteen yleisesti liitettyjä ominaisuuksia ja ulkokehässä kestäväan kuluttamiseen ja ilmastonmuutokseen liitettyjä ominaisuuksia.

Ilmastonmuutos ja kestävä kuluttaminen vaikuttavat sukupuoliin eri tavoilla. Feminiinisyyteen liitetään esimerkiksi kulutuksen vähentäminen, vihreä kuluttaminen ja halukkuus sitoutua yhteisiin tavoitteisiin. Vastaavasti maskuliinisuuteen liitetään teknologiset ratkaisut ja huomattava kuluttaminen. Sukupuoli on merkittävä tekijä kestäväan kuluttamisen taustalla, koska toisaalta kulutuspäätösten koetaan vahvistavan sekä feminiinistä että maskuliinista identiteettiä; toisaalta vihreä kuluttaminen liitetään usein erityisesti feminiinisyyteen. Sukupuolittuneisuus näkyy myös yhteiskunnan tavassa suhtautua ilmastonmuutokseen, kun ilmastonmuutoksen torjumisen keinona usein esitetty kulutuksen vähentäminen näyttäytyy eniten kodin kulutusvalinnoissa, jotka ovat usein naisten vastuulla.

Maskuliinista diskurssia edustaa pysyvyyden puolustaminen, halu ylläpitää olemassa olevia rakenteita ja systeemejä, josta esimerkkinä ilmastoskeptisyys. Ekofeministinen näkökulma etsii taas muutosta, ja haluaa purkaa ja muovata uudelleen nykyiset rakenteet uskoen siten edistävänsä sekä naisen, että luonnon asemaa. Feminiinistä diskurssia edustaa halu muutokseen. Ilmastonmuutos voidaan nähdä uhkana maskuliinisuudelle, koska sen torjuminen vaatisi keinoja, jotka purkaisivat maskuliinien valtaa ylläpitävät rakenteet. Ilmastonmuutokseen siis suhtaudutaan vastakkaisilla tavoilla, ja feminiinisyyteen voidaankin liittää muutos ja maskuliinisuuteen pysyvyys. Näitä kahta näkökulmaa edustaa kuviossa ylhäällä esitetyt kaksi diskurssia: ekofeminismi ja ekomoderni diskurssi.

### 3 Tutkimuksen metodologia

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen metodologiaa. Ensin käydään läpi laadullisen tutkimuksen luonnetta yleisesti, sekä tarkastellaan sosiaalista konstruktioismia tieteenfilosofian suuntauksena. Sen jälkeen esitellään kriittinen diskurssianalyysi ja perustellaan sen valinta tutkimuksen analyysimenetelmäksi. Tämän jälkeen tarkastellaan tutkimuksessa käytettyä aineistoa, sen hankintaa ja analyysin toteutusta. Lopuksi arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta.

#### 3.1 Laadullinen tutkimus ja sosiaalinen konstruktioismi

Tämän tutkimuksen tutkimusmenetelmä on laadullinen tutkimus, koska tutkimuksen tarkoituksena on ymmärtää ja selittää tutkittavaa ilmiötä. Laadullinen tutkimus pyrkii holistiseen ymmärrykseen tutkittavasta ilmiöstä ottaen huomioon sen sosiaalisen ja kulttuurisen kontekstin (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 5). Suurin osa laadullisen tutkimuksen lähestymistavoista pohjautuu ontologiseen ajatukseen todellisuuden subjektivismista, jossa todellisuus rakentuu kokemuksista ja näkemyksistä, ja näin ollen muuttuu ajan ja kontekstin myötä, eikä ole yhtä oikeaa todellisuutta (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 14).

Laadullinen tutkimus sopii tähän tutkimukseen, sillä se tukee tutkimuksen tavoitteita, joissa tavoitellaan ymmärrystä siitä, millaisia sukupuolittuneita diskursseja internetin keskustelupalstalla rakentuu, ja miten nämä löydettyt sukupuolittuneet diskurssit rakentuvat valta- ja vastadiskursseiksi. Paradigmat edustavat käsityksiä todellisuuden luonteesta, ja paradigma ohjaa ontologiaa, epistemologiaa ja metodologiaa, ja näin ollen tutkijan oma tulkinta ohjaa laadullista tutkimusta (Puusa ja muut, 2020, luku 11). Yksi vallitsevista paradigmoista on konstruktioismi, joka perustuu ajatukseen subjektiivisuudesta ja jaetuista merkityksistä (Eriksson & Kovalainen, 2016).

Konstruktiivisen paradigman mukaan ymmärrys muuttuvasta ja yksilöllisesti rakentuvasta todellisuudesta voidaan saavuttaa vain tarkastelemalla sosiaalisia

rakenteita kuten kieliä, ja jaettuja merkityksiä. Sosiaalinen konstruktionismi on konstruktionismin alalaji, joka pyrkii ymmärtämään miten erilaiset ominaisuudet muodostuvat yksilöllisissä subjektiivisissa merkityksissä ja keskinäisten prosessien, kuten diskurssien kautta (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 21). Todellisuus siis syntyy sosiaalisissa rakenteissa, ja ne ovat päällekkäisiä ja samanaikaisia. Sosiaalinen konstruktionismi sopii tähän tutkielmaan, koska kestävän asumisen diskurssit muodostuvat keskustelupalstalla vuorovaikutuksessa, ja ne heijastelevat yhteiskunnan ja yksilöiden tulkintoja.

### **3.2 Kriittinen diskurssianalyysi**

Diskurssianalyysi on sosiaalisen konstruktionismin tutkimusmenetelmä, joka keskittyy ihmisiin, tapahtumiin, esineisiin ja kokemuksiin liittyviin kulttuurisiin merkityksiin, jotka ilmenevät käytetyssä kielessä (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 232). Diskurssianalyysi ei kuitenkaan tarkastele kielen rakennetta itsessään, vaan kielen kautta ilmeneviä sosiaalisia toimintoja ja merkityksiä (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 232). Diskurssien avulla kommunikoidaan käsityksiä, ja diskurssit muodostavat tiedon rakenteita (Puusa ja muut, 2020, luku 15). Diskurssianalyysi tutkii diskurssien muutosta ajan myötä, kielen käyttöä diskursseissa sekä diskurssien valta-asetelmia (Puusa ja muut, 2020, luku 15). Kieli ei heijasta neutraalisti todellisuutta, vaan sitä käytetään eri tavoin erilaisten päämäärien saavuttamiseksi (Eskola & Suoranta, 2005, s. 140). Merkitykset syntyvät kielen käytön kautta, ja merkitykset muotoutuvat suhteessa toisiinsa jaettuina merkityssysteemeinä (Jokinen ja muut, 2016).

Kielen käytön periaatteet rakentavat sosiaalista todellisuutta, ja konteksti on tärkeä osa diskurssianalyysia, koska totuus syntyy aika- ja kontekstisidonnaisesti (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 232). Sosiaalinen todellisuus myös muodostuu useista rinnakkain toimivista systeemeistä eli diskursseista, jotka saattavat myös kilpailla keskenään (Jokinen ja muut, 2016). Makrotason diskurssianalyysi yhdistää diskurssit sosiaaliseen, yhteiskunnalliseen ja historialliseen kontekstiin, kuvaillen ja kritisoiden diskursiivisesti muodostuvaa maailmaa (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 233). Kieli ja sen käyttö on

sidonnainen aikaan, paikkaan ja johonkin kehykseen, minkä lisäksi tekstit ovat aina vuorovaikutuksessa muiden tekstien kanssa (Puusa ja muut, 2020, luku 15). Tekstien rakentumista aikaisemmille teksteille kutsutaan intertekstuaalisuudeksi (Puusa ja muut, 2020, luku 15).

Puusan ja muiden (2020) mukaan totuus on olemassa merkitysvälitteisesti, ja näin ollen todellisuuden tulkinnat tehdään kielen avulla. Tämän tutkimuksen kolmantena tavoitteena oli tunnistaa, miten sukupuolittuneisuus rakentuu löydettyissä valta- ja vastadiskursseissa. Niiden tulkinta todellisuudesta syntyy käytetyn kielen välityksellä, ja aineiston tekstit ovat muodostuneet suhteessa aiempiin teksteihin, keskusteluun ja kirjoittajiin. Tässä tutkimuksessa käytetään termiä diskurssi tulkintarepertuaarin sijaan, koska se sopii paremmin tutkimuksiin, joissa tarkastellaan ilmiöiden valtasuhteiden analyysi ja historiallisuus (Puusa ja muut, 2020, luku15).

Kriittinen diskurssianalyysi uskoor diskurssin olevan yhteiskunnallisesti sekä rakentuva, että rakentava (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 240). Sen tavoite on käsitellä yhteiskunnan valtarakenteiden ongelmia, jotka aiheuttavat muun muassa poliittista, etnistä, kulttuurista ja sukupuolten välistä epätasa-arvoa. Kriittinen diskurssianalyysi keskittyy tarkastelemaan kriittisesti yhteiskunnallisia rakenteita, sekä kielen, diskurssien ja puheen välistä suhdetta (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 240). Kriittinen diskurssianalyysi antaa tutkielmaan näkökulman, jossa tarkastellaan sukupuolittuneisuutta kestävään asumiseen liittyen kriittisesti yhteiskunnallisesti rakentuneena hierarkiana. Tutkimus sitoutuu sosiaalisen konstruktionismin tieteenfilosofian suuntaukseen, jonka mukaan todellisuus rakentuu sosiaalisten ja kognitiivisten prosessien kautta, eikä näin ollen ole yhtä oikeaa totuutta (Eriksson & Kovalainen, 2016).

Hegemonia diskursseissa tarkoittaa valtaapitäviä diskursseja, jotka auttavat ylläpitämään tiettyä vallalla olevaa näkemystä ja valta-asetelmaa. Hegemoniset diskurssit vastustavat muutosta ja näin pyrkivät ylläpitämään jo olemassa olevaa vallitsevaa diskurssia

(Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 242). Hegemoniset diskurssit ovat kulttuurisia itsestäänselvyksiä, kyseenalaistamattomiksi totuuksiksi muovaantuneita diskursseja, ja ne tukahduttavat muita diskursseja (Jokinen ja muut, 2016). Hegemonisia diskursseja yhdistää niiden vaihtoehdottomuus ja itsestäänselvyys (Jokinen ja muut, 2016). Tämän tutkielman kolmas tavoite on tunnistaa, miten löydetyt sukupuolittuneet kestävän asumisen diskurssit rakentuvat valta- ja vastadiskursseiksi.

### **3.3 Aineiston keruu**

Aineisto on koottu osana DeCarbon-Home-tutkimushanketta, ja se koostuu internetissä toimivan keskustelupalsta Vauva.fi:n keskusteluista. Aineisto on kerätty 10.9.2018-1.6.2022 välisellä ajalla julkaistuista keskustelualoituksista. Aineisto koostuu Vauva.fi-sivustolle julkaistuista keskustelunavauksista, ja keskusteluavausten kommenteista, kattaen siis koko viestiketjun. Haku on suoritettu Googlen hakukoneella, seuraavilla hakusanoilla: hiilijalanjälki, hiilineutraali, vähähiilinen, ilmastonmuutos, ilmastoviisas, ilmastoystävällinen, ilmaston lämpeneminen, lämmitys, joihin on lisätty lisäksi hakusanat asuminen ja keskustelu. Aineistoa rajattiin niin, että valittiin asumiseen liittyvää keskustelua, ja esimerkiksi ruokailutottumuksiin, liikenteeseen ja tavaroiden kuluttamiseen liittyvät keskustelut jätettiin pois. Lisäksi asumisen liittyvä keskustelu rajattiin tarkoittavan Suomessa asuvaa keskustelua. Analyysin kohteeksi on valittu keskustelut, joissa keskustellaan ilmastonmuutoksesta ja hiilijalanjäljestä asumisen kontekstissa. Keskusteluja on yhteensä 18, ja niissä on yhteensä 912 kommenttia ja 55 sivua. Aineistona käytetyt keskustelut on koottu taulukkoon 1.

**Taulukko 1.** Aineistona käytetyt Vauva.fi:n keskustelut.

Keskustelu	Päivämäärä	Keskustelun otsikko	Vastausten määrä
K1	10/28/2021	Kansalaisille esitettiin ilmastohaaste: Jokaisen suomalaisen on luovuttava elämässään ainakin viidestä asiasta jotta päästäisiin 1,5 asteen ilmastotavoitteeseen	237
K2	8/25/2021	Hävettääkö sinua asua liian suuressa asunnossa ?	185
K3	7/15/2021	Ilmastopaketti iskee Suomeen ja näin se tulee näkymään	95
K4	10/8/2021	Omat tekosi ilmastonmuutoksen torjumisessa?	70
K5	5/7/2021	Aikuismaista keskustelua ilmastonmuutoksesta (keinoja yksittäisille ihmisille)	63
K6	10/14/2018	Hiihijalanjälki, miten käyttäisit oman päästökiihtiäsi?	50
K7	7/16/2021	Mitä olet tehnyt ilmastonmuutoksen pysäyttämisen hyväksi?	37
K8	5/29/2019	Kysymys vihreille	31
K9	5/16/2019	Sitran tavoite: Kohti täysin hiilineutraalia päästötöntä Suomea!	25
K10	7/7/2019	Tällaista ihmistä ihailen - hiihijalanjäljen tietoista pienentämistä uudella elämäntyyllillä	24
K11	5/11/2021	Keskimääräisen hiihijalanjäljen tulisi vuonna 2030 olla 2500kg CO <sub>2</sub> e	20
K12	1/30/2022	Helsinkiäisten hiihijalanjälki on useimpia muita suurempi, vaikka ruuan ja liikkumisen suhteen tehdään fiksuja valintoja	19
K13	6/12/2021	Lämmitätkö puulla saunaa ja tuhoa ilmanlaadun lähes täydellisesti ja lisäksi pidät koiraa joka tuhoaa ilmastoa todella pahasti kuin keskikokoinen henkilöauto?	14
K14	10/17/2021	Puulla lämmittäminen, ympäristö kiittää?	11
K15	6/1/2022	Hiilineutraalius tuntuu maksavan aika paljon. Sähkön hinta ja polttoaineen hinta esim. Kansa saa sitä mitä on tilannut	10
K16	9/9/2021	Kaupungin hiihijalanjälki maaseutua suurempi	10
K17	3/12/2018	Taloutesi hiihijalanjälki?	8
K18	9/10/2018	Hiihijalanjälki asumisesta, montako neliötä/hlö	3
<b>Yhteensä</b>			<b>912</b>

Vauva.fi on anonyymi keskustelupalsta internetissä, jonka keskusteluaiheiden kirjo on laaja. Alustana se kokoaa eri lähtökohdista tulevia ihmisiä, koska sen anonymiteetti ja avoin saavutettavuus mahdollistaa erilaisten ihmisten osallistumisen keskusteluun. Se tarjoaakin hyvän otoksen keskustelusta liittyen ilmastonmuutokseen asumisen kontekstissa. Keskusteluita voi aloittaa tai niihin voi ottaa osaa käyttäjän luoman nimimerkin takaa tai ilman kirjautumista *vierailija*-nimimerkillä, joten keskustelu käydään anonyymina.

Aineisto on kerätty 10.9.2018 - 1.6.2022 väliseltä ajalta, joka sijoittuu aikaan, jolloin huoli ilmastonmuutoksesta kasvoi jatkuvasti. Vuonna 2015 solmittu kansainvälinen Pariisin ilmastopöytäkirja sitoutti sopimusmaat tiukkoihin ilmastotavoitteisiin, ja lisäsi huomiota

yhä enemmän ilmastonmuutokseen ja sen torjumiseen. Lisäksi tarkastelujakson lopussa Eurooppa ajautui energiakriisiin, mikä näkyy myös keskustelun luonteessa. Asumisen taloudellisen säästämisen ratkaisut usein ovat myös ilmastoystävällisiä, sillä ne liittyvät usein kulutuksen vähentämiseen.

Toinen kontekstisidonnainen seikka on aineiston sijoittuminen maantieteellisesti Suomeen, koska Vauva.fi on suomalainen keskustelualusta, ja aineiston keskustelut on käyty suomeksi asumisesta Suomessa. Suomen kuuluminen Euroopan Unioniin sitoo sitä pitkälti yhteisiin rajoitteisiin ja tavoitteisiin, mikä vaikuttaa vahvasti Suomen ja suomalaisten positioon ilmastonmuutokseen nähden. Suomi on sitoutunut YK:n vuoden 2030 kestävä kehityksen tavoitteisiin, ja se näkyy myös esimerkiksi hiilijalanjälkeen liittyvissä keskusteluissa, ja omien asumisen hiilijalanjäljen pohtimisessa. Lisäksi keskustelut sijoittuvat aikaan, jolloin Suomea johti punavihreä Sanna Marinin hallitus, jonka keulahahmoja olivat naiset, mikä näkyy myös keskusteluissa viittauksina.

Keskustelut liittyvät myös usein johonkin uutiseen, ja keskustelu on aloitettu uutisen pohjalta. Vauva.fi:n keskustelut käyvät siis vuoropuhelua muiden median aineistojen kanssa sekä yhteiskunnassa tapahtuvien asioiden kanssa, eikä keskustelut ole irrallisia muusta mediassa ja sosiaalisessa mediassa käydystä keskustelusta. Vauva.fi:n keskustelut saattavat usein jatkaa jotakin toista muualla käytyä keskustelua. Ilmastonmuutoskeskustelussa usein reunaehtona on se, että ilmastonmuutoksen torjuminen on yhteinen sovittu asia, ja sen vastustaminen on reunaehtoien ulkopuolella. Vauva.fi:ssä sen anonymiteetin vuoksi tämä reunaehto voi hämärtyä, ja ääripään mielipiteet vahvistua. Keskustelupalstan anonymiteetti myös mahdollistaa kärkkäämmät mielipiteet, sillä argumenttejaan ei tarvitse välttämättä puolustaa toisin kuin kasvokkain tapahtuvassa keskustelussa, jossa vastaajan odotetaan puolustavan argumenttiaan.

### 3.4 Aineiston analysointi

Aineiston analyysi aloitettiin selaamalla koko aineisto läpi silmämääräisesti. Tarkoituksena oli tutustua aineistoon suurpiirteisesti, ja tunnistaa usein toistuvia teemoja. Puusan ja muiden (2020) mukaan diskurssianalyysi kannattaa aloittaa tästä, jotta aineisto tulee tutuksi. Alustavan aineiston selauksen tarkoituksena oli tunnistaa millaisia keskusteluja aineisto pitää sisällään, ja minkälaisia teemoja sieltä nousee välittömästi esiin ensimmäisellä lukukerralla. Tämän jälkeen aineisto käytiin läpi alusta loppuun asti jokainen kommentti lukien, ja tunnistettiin usein toistuvia teemoja. Teemoittelussa pidettiin mielessä teoriaosuudessa tunnistettuja sukupuolittuneisuuden piirteitä, ja pyrittiin löytämään niitä. Teemoitus tehtiin niin, että kaikki aineiston kommentit jaettiin eri ryhmiin, jonka jälkeen niitä yhdisteltiin. Jaottelu muuttui aineiston analyysin edetessä.

Merkittävimpiä löydettyjä teemoja olivat hallituksen ja päättäjien kritisointi, Suomen ilmastopäästöjen vertailu muihin maihin, oman hiilijalanjäljen koon arviointi, ilmastotoimien taloudellinen merkitys, vastuun osoittaminen, köyhyys, varakkuus, ilmastonmuutoksen kieltäminen ja vähättely, ilmastonmuutoksen näkyminen omassa arjessa, ilmastotoimien vähättely, ilmastotoimille nauraminen, arjen muuttaminen, kestävien toimintatapojen löytäminen, asumisen kulutus, energian hinta ja ekologisuus ja asumismuotojen ekologisuus.

Kun aineisto oli jaoteltu karkeisiin teemoihin, käytiin aineisto uudelleen läpi muokaten jo löydettyjä teemoja. Kun alustavia teemoja oli yhdistelty edelleen uusiksi teemoiksi, aloitettiin niiden sukupuolittuneisuuden tutkiminen teoriaan pohjaten. Tässä kohtaa analyysia paneuduttiin aineiston kielen käytön analyysiin yksityiskohtaisemmin. Analyysin edetessä kirjattiin muistiinpanoja löydettyistä huomioista, ja muovattiin mahdollisia diskursseja jatkuvasti. Jaottelua muokattiin uudelleen, ja muodostettiin ensin valtakurssit. Analyysissa löydettiin kaksi valtakurssia: arkisen sopeutumisen diskurssi ja taloudellisen kasvun diskurssi. Valtakurssille löydettiin vastakurssit,

jotka olivat ilmastoskeptinen diskurssi ja köyhyysdiskurssi. Valta- ja vastadiskursseista tunnistettiin sukupuolittuneisuuden piirteitä.

Aineiston analyysissä käytettiin Parkerin määrittelemiä diskurssin rajausten ja ominaisuuksien tarkastelumahdollisuuksia, joista erityisesti keskityttiin diskurssin realisoitumiseen tekstissä, diskurssien käsittelyä yhtenäisenä merkityssysteeminä ja diskurssien historiallisuuteen (Jokinen ja muut, 2016, luku 2). Aineiston jaottelussa noudatettiin yhtenäistä merkityssysteemien tarkastelua, mutta huomioitiin se, ettei diskurssit muodostu samalta näyttävistä asioista, mikä on Jokisen ja muiden (2016) mukaan tärkeää diskurssien tunnistamisessa. Aluksi tavoitteena oli tunnistaa esiintyviä diskursseja, jonka jälkeen vasta analysoitiin niiden sukupuolittuneisuutta tarkemmin.

### **3.5 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi**

Puusa ja muut (2020) tiivistävät tutkimuksen luotettavuuden arvioinnin kolmeen käsitteeseen: uskottavuus, luotettavuus ja eettisyys. Uskottavuus viittaa tutkimuksen kykyyn esittää tutkimaansa ilmiötä niin, että lukijat voivat vakuuttua sen asianmukaisista tutkimustavoista. Luotettavuus tarkoittaa tutkijan kykyä perustella ammattitaitonsa, ja osoittaa valinneensa oikeanlaiset ja perustellut lähestymistavat tutkimusongelman ratkaisuksi. Eettisyydellä he tarkoittavat sitä, että tutkimuksessa on noudatettu eettisiä periaatteita koko tutkimuksen läpi.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan omat havainnot ja esitieto ovat osa tutkimusta, eivätkä ne ole haitaksi tutkimuksen luotettavuudelle (Puusa ja muut, 2020). Tutkijan on kuitenkin tärkeää ottaa huomioon oma asemansa tutkittavaan ilmiöön nähden, ja arvioitava omien esitietojensa vaikutus tutkimustuloksiin (Puusa ja muut, 2020). Tämän tutkimuksen uskottavuutta lisää ilmastokeskustelun sukupuolittuneisuudesta kertominen perustelluilla ja vakuuttavilla tavoilla. Luotettavuuden arviointiin vaikuttaa valitun tutkimusmenetelmän sopivuus ja sen perustelu. Tässä tutkimuksessa diskurssianalyysin valintaa on perusteltu suhteessa sen tarkoitukseen ja tavoitteisiin. Aineiston analyysissä luotettavuudesta kertoo analyysin yksityiskohtaisuus ja perustelut.

Päätelyketjun havainnollistamiseksi tutkimukseen on otettu mukaan lainauksia aineistosta, sekä kuvailtu tutkimusympäristö, mitkä ovat Puusan ja muiden (2020) mukaan yksi keinoista arvioida tutkimuksen luotettavuutta.

Diskurssianalyysiin liittyy tulosten tulkinnallisuus ja ainutkertaisuus, eikä tuloksia pysty toisintamaan eri aineistolla. Tutkija on itse väistämättä tulkitsijana diskurssianalyysia tehdessä, ja vaarana voi olla ilmiöiden rakentaminen epähuomiossa totutulla tavalla (Jokinen ja muut, 2016). Diskurssianalyysissa voidaan hyödyntää reliabeliutta ja validiutta Puusan ja muiden (2020) mukaan kuitenkin esimerkiksi niin, että esitetään ristiriitaisuuksia, ja huomioita, jotka eivät tue valittua tulosta, kuitenkin lopputulokseen päätyminen perustellen. Tässä tutkimuksessa on pyritty esittämään myös ristiriitaisuuksia, koska niiden esiintuominen ja tulkinta on myös tärkeä osa diskurssianalyysia (Jokinen ja muut, 2016).

Rajattu aineisto tukee tutkimuksen tarkoitusta saavuttaa parempi ymmärrys ilmastokeskustelun sukupuolittuneisuudesta. Pienempää aineistoa voidaan tutkia syvemmin ja tarkemmin, mutta sen ollessa kuitenkin tarpeeksi laaja, voidaan löytää selkeitä diskursseja. Aineisto on sopiva tähän tutkimukseen, koska ei pyritä saavuttamaan läpileikkausta ilmastokeskustelusta, eikä yleistä kuvausta sen tyylistä, vaan tunnistaa sukupuolittuneisuutta tutkimuksen kontekstissa. Laadullinen tutkimus ei pyri yleistettäviin tuloksiin, vaan luo tuloksissaan osuvaa ja ymmärrystä lisäävää tietoa tukinnan kohteena olevasta ilmiöstä (Jokinen ja muut, 2016).

Tässä tutkimuksessa eettisyyden periaatteita on noudatettu koko tutkimuksen ajan, ja aineisto on tutkimuseettisesti hyväksyttävä, sillä se koostuu anonyymeistä viesteistä. Keskusteluun osallistujien identiteetti ei ole olennainen osa tutkimusta, eikä osallistujia voida tunnistaa anonyymien keskustelupalstan ansioista. Lisäksi voidaan todeta, että keskustelujen ollessa internetissä kaikkien saatavilla ja nähtävillä, voidaan niiden käyttöä pitää perusteltuna.

## 4 Sukupuolittuneet diskurssit

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen tulokset. Ensin esitellään aineistosta löydetty valtakurssit, ja analysoidaan niiden sukupuolittuneita piirteitä. Tämän jälkeen tarkastellaan löydetyille valtakurssseille muodostuneita vastakurssseja, ja analysoidaan myös niiden sukupuolittuneita piirteitä. Tämä luku siis vastaa tutkimuksen toiseen ja kolmanteen tavoitteeseen: tunnistaa millaisia valta- ja vastakurssseja keskusteluissa muodostuu, sekä analysoida miten sukupuolittuneisuus rakentuu niissä.

### 4.1 Valtakurssit

Aineistosta löydettiin kaksi valtakurssia: arkisen sopeutumisen diskurssi ja taloudellisen kasvun diskurssi. Arkisen sopeutumisen diskurssi puhuu ilmastonmuutoksen toimista positiivisessa sävyssä, ja korostaa oman arjen muutoksia ilmastonmuutoksen torjumisessa. Siinä esiintyy sekä maskuliinisia, että feminiinisiä piirteitä. Taloudellisen kasvun diskurssi peräänkuuluttaa taloudellisen kasvun tärkeyttä, eikä halua ilmastotoimien rajoittavan yksilön arkea ja elämää. Diskurssissa esiintyy maskuliinisia piirteitä.

#### 4.1.1 Arkisen sopeutumisen diskurssi

Aineiston keskustelunavaukset keskittyvät pitkälti ilmastonmuutoksen estämiseen ja hiilijalanjäljen pienentämisen vinkkeihin. Arkisen sopeutumisen diskurssi käsittelee ilmastonmuutoksen torjumisen keinoja omassa arjessa, ja siinä nousee esiin tavoitteet maapallon suojelusta ja ilmastonmuutoksen estämisestä keinoina oman arjen ja asumisen muuttaminen. Diskurssia sävyttää oman aktiivisuuden korostaminen ja oman kulutuksen vähentäminen positiivisessa sävyssä. Teemat keskittyvät median ja asiantuntijoiden luomiin kehoituksiin ja mittareihin ekologisuudesta, joiden kautta keskustelijat pohtivat omaa kulutustaan. Diskurssissa esiintyy sekä maskuliinisia, että feminiinisiä piirteitä.

Keskustelussa on *positiivinen ja kannustava sävy*, ja keskustelu ohjaa aktiivisiin tekoihin. Muutokset kuvataan helppoina, ja korostetaan niiden positiivisia puolia. Kommentit pyrkivät tuomaan esille muutoksen vaivattomuutta ja sopivuutta omaan arkeen. Usein muutosten kuvataan sopivan jo omaan elämään, jolla korostetaan sitä, ettei niiden omaksuminen vaadi suuria muutoksia. Esille nostetaan ilmastotekojen sivutuotteina syntyvät muut hyödyt, kuten arkiliikunta ja taloudellinen säästö. Näin halutaan korostaa yksilölle seuraavia hyötyjä, koska taustalla on ajatus siitä, että pelkkä yhteisen hyvän tekeminen ei riitä motivaatioksi luopua omista kulutustottumuksistaan (Costa Pinto ja muut, 2014, s. 541). Keskusteluissa toistuu usko omien muutosten positiiviseen vaikutukseen.

Diskurssissa toistuu ilmastotekoihin kannattaminen joko omien kokemusten kautta, tai suoraan kannustamalla muita toimitaan tietyillä tavoilla. Kommentissa käytetään kehoittavaa verbia ryhdy, ja korostetaan kuinka samalla kun vaikuttaa ilmastonmuutokseen, tavoittaa myös muita hyötyjä. Kommentti on vahvasti ohjaava ja kannustaa lukijaa ryhtymään vegaaniksi.

Ryhdy vegaaniksi. Samalla kun vaikutat ilmastonmuutokseen, voit osaltasi auttaa ruuan riittämistä kaikille sekä autat eläimiä 🍷 Win-win situation. Aiheeseen voi perehtyä mm. Vegaaniliiton sivuilla. (K5, keskustelijan kommentti.)

Tämä kommentti korostaa muutoksen helppoutta, ja tuo esille myös taloudellisen hyödyn, jonka voi saavuttaa ilmastotoimien ansiosta. Ostamisen vähentämistä kutsutaan turhien hankintojen tekemättä jättämiseksi, millä halutaan osoittaa se, ettei mistään oleellisesta tai tärkeästä tarvitse luopua.

Toinen helppo muutos on, että jos tarvitsen jotain, katson aina ensin löydäkö sen kontista tai joltain muulta kirpparilta. Jos ei löydy, ostan uutena. Pyrin ostamaan aina kestäväntä. Alennusjuttuihin en hatkahda enää lainkaan. Tällä säästää aika kivasti rahaa, koska turhat hankinnat jää tekemättä. (K4, keskustelijan kommentti).

Kolmas kommentti pyrkii esittämään ilmastoteot mahdollisimman helppoina ja vaivattomina. Kutsumalla omia ilmastotekoja laiskan ja pihin naisen harrastukseksi, luodaan ilmastoteoista kuva matalan kynnyksen tason muutoksina. Jos laiska ihminen

pystyy muuttamaan kulutustottumustaan, pystyy siihen kuka tahansa. Autoilun minimoinnista nostetaan ensin muut hyödyt, eli ajan, rahan ja hermojen säästäminen, ja vasta lopuksi ilmaston säästäminen. Tällä pyritään korostamaan sitä, miten helpoilla teoilla ilmastonmuutoksen torjuminen tulee siinä sivussa, eikä sen tarvitse olla päätavoite.

Mä harrastan laiskan ja pihin naisen ilmastotekoja. Tehokkainta on, kun jättää kuluttamatta johonkin asiaan olleenkaan. Muutettiin paikkaan, jossa voi kävellä tai pyöräillä suurimpaan osaan paikoista, eli tarve liikkua on paljon vähäisempi, säästyy aikaa, rahaa, hermoja ja se ilmastokin. (K5, keskustelijan kommentti).

Arkisen sopeutumisen diskurssissa toistuu *oman kulutuksen vertailu yleiseen standardiin ja asiantuntija-arvioihin*, ja siinä tuodaan esille yleisesti ekologisina pidettyjä keinoja. Keskusteluissa toistuu oman hiilijalanjäljen vertailu Sitran testin mukaisiin arvioihin tavoiteltavasta hiilijalanjäljestä. Arkisen sopeutumisen diskurssi myös pohjautuu usein hiilijalanjäljen ja kulutuksen vähentämiseen liittyviin uutisiin, joissa korostuu kuluttajan vastuu ilmastonmuutoksen torjumisesta.

Komentissa kerrotaan oma tulos Sitran elämäntapatestissä, ja verrataan sitä keskivertosuomalaisen tulokseen. Kommentoijan tulos on keskivertotulosta huomattavasti matalampi ja kommentissa nostetaan tarkoituksenmukaisesti tämä ero esiin, joten kommentin voi katsoa hyväksyttävän omaa kulutustaan vertaamalla sitä keskivertosuomalaisen huomattavasti korkeampaan tulokseen.

Sitran elämäntapatestin mukaan hiilijalanjälkeni on 3 400 kg. Testin tehneiden jalanjälki on keskimäärin 7 400 kg ja keskivertosuomalaisen 10 300 kg. (K6, keskustelijan kommentti.)

Toinen kommentti pitää sisällään oletuksen, että kaikki ovat valmiita muuttamaan elämäänsä jollakin tavoin yhteiseksi tavoitteeksi asetetun 1,5 asteen lämmön nousun estämiseksi. Kommentissa ei kysytä olisitko valmis luopumaan, vaan mistä olisit valmis luopumaan, joten se pitää itsestään selvänä sitä, että ilmastonmuutoksen torjuminen on kaikkien vastuulla.

Mistä viidestä asiasta sinä luopuisit ja muuttaisit elämässäsi jotta maapallon 1,5 asteen lämmön nousu ei tapahdu? (K1, keskustelija kommentti.)

Diskurssissa nousee esille *uhrautuminen ja sopeutuvaisuus*, sekä maapallon ja luonnon pelastamisen kulma. Diskurssissa korostuu valmius tehdä muutoksia arjessa ilmastonmuutoksen estämiseksi oman mukavuuden kustannuksella. Diskurssissa toistuu valmius ja halu muuttaa omaa arkeaan ja asumisen käytäntöjä, vaikkei se tuottaisi hyötyä itselle.

Alla olevassa kommentissa kerrotaan, kuinka kirjoittaja on lopettanut lentämisen jo ennen koronaa, mikä viittaa siihen, että kommentoija haluaa tuoda ilmi sen, ettei ole tehnyt lopetuspäätöstä vain pandemian vuoksi, vaan jo aiemmin ilmastosyistä. Kommentti kertoo valmiudesta luopua aktiivisesti jostakin itselleen tärkeästä asiasta ilmastonmuutoksen vuoksi, eli matkustelusta, vaikka se houkuttelisikin välillä.

Lopetin lentämisen, siis jo ennen koronaa. Välillä houkuttais, kun jengi on ulkomailla, mutta laivalla ja junallikin pääsee, jos olis aikaa. (K7, keskustelijan kommentti.)

Myös näissä kommentteissa nousee esiin uhrautuvaisuus, kun kerrotaan valmiudesta luopua myös asioista, joista ei haluaisi luopua. Luetellaan asioita, joista pitää ja joista haaveilee, mutta samalla ollaan valmiita vastoin omaa etua luopumaan niistä. Uhrautuvaisuus nousee erityisesti esiin, kun kerrotaan, että on valmis totta kai luopumaan itselleen iloa tuovista asioista tarvittaessa: perusolettamuksena on se, ettei oma etu mene yhteisen edun edelle.

Syön kuitenkin jonkun verran lihaa. Sen voisin lopettaa. Samoin voisin muuttaa pienempään asuntoon nollapäästöiseen taloon. En haluaisi luopua maitotuotteista, kahvista enkä tietyistä hedelmistä, vaikka ne tuodaankin Suomeen kaukaa. Pakon edessä tietysti luopuisin niistäkin. (K6, keskustelijan kommentti.)

**Voisin luopua:**

- viimeisetkin lihanrippeet ruokavaliosta
- juusto ja suurin osa maitotuotteista
- turhan kulutuksen vähentäminen (meikit yms)
- tavaroiden ostaminen uutena
- 1/4 asunnon pinta-alasta

**Samalla kyllä haaveilen siitä, että olisi:**

- oma auto, koska helpompi liikkuminen
- enemmän matkustelua
- sauna, koska rentoutuminen
- mökki kivan matkan päästä kotoa
- valoisa ja suuri talo
- lapsia ja ehkä lemmikki (K1, keskustelijan kommentti.)

Diskurssissa nousee esiin kuluttaja-kansalainen-suhde, jossa kuluttaja on huolestunut kansalainen (Prothero ja muut 2011). Keskustelijat ovat valmiita tekemään aktiivisia muutoksia omaan arkeen ja asumiseen myös oman mukavuuden kustannuksella. Kuluttaja-kansalainen suhteessa kansalainen tavoittelee enemmän kuin henkilökohtaista etua, ja taustalla on altruistiset motiivit (Prothero ja muut 2011). Altruismi ja yhteisöllisyys ovat stereotyyppisesti feminiinisiksi miellettyjä piirteitä, joita arkisen sopeutumisen diskurssissa esiintyy usein. Arkisen sopeutumisen diskurssissa esiintyy myös sopeutuvaisuutta, kun etsitään keinoja sopeutua tilanteeseen.

Kommentti osoittaa, kuinka pyritään sopeutumaan muutoksiin erilaisin asumiseen liittyvin keinoin, kuten auton vaihtaminen ja muutto matalan energialuokan asuntoon.

Rakennutin uuden talon matalaenergiaperusteisesti, vuosi ollaan asuttu ja sähkönkulutus vähentyi 80% entiseen riviasuntoon verrattuna. Vaihdoin auton uudempaan ecodieseliin, joka kuluttaa puolta vähemmän kuin vanha vaikka samaa kokoluokkaa. Lisäksi jouduttiin lopettamaan lemmikkikoira sairauden vuoksi eikä hankita uutta enää. Paljon enempään en usko pystyväni enää. (K7, keskustelijan kommentti.)

Arkisen sopeutumisen diskurssissa on ristiriitaisesti motiivina sekä altruistinen ja individualistinen pohja. Diskurssissa nostetaan esille uhrautuvaisuuden ja altruismin rinnalle myös vahva individualismi. Keskusteluissa selkeästi pohjaoletetaan, että ilmastotekojen houkuttavuuden kasvattamiseksi täytyy mainostaa yksilölle koituvia hyötyjä, kuten rahan säästäminen ja arkiliikunta. Tällaiset keinot pyrkivät vähentämään Costa Pinton ja muiden (2014) esille nostamaa haastetta kuluttajien haluttomuudesta sitoutua kestävään kuluttamiseen, sillä se ei aina hyödytä yksilöä. Individualismi on maskuliinisuuden stereotyyppisesti liitetty ominisuus, ja arkisen sopeutumisen

diskurssin voidaankin sanoa omaavan myös maskuliinisia piirteitä. Kestävän kuluttamisen taustalla ei siis aina ole yhteinen hyvä ja luonnon suojeleminen itsessään, vaan usein mukana korostuvat myös yksilön hyödyt vastuullisten tekojen vaikutuksesta arjessa.

Toisaalta taas diskurssissa esiintyvät altruismi ja sopeutuvaisuus ovat feminiiniksi miellettyjä ominaisuuksia (Bloodhart & Swim, 2020). Arkisen sopeutumisen diskurssi on valmis muutokseen, ja on valmis edistämään sitä omassa arjessaan. Muutokseen suhtaudutaan positiivisesti, ja eikä sitä vastusteta. Ekofeministisestä näkökulmasta muutoksen ajaminen ja ympäristön suojeleminen edistää samanaikaisesti naisten asemaa yhteiskunnassa (Dobscha & Ozanne, 2001). Kulutuksen vähentäminen, jota diskurssissa esiintyy paljon, liitetään myös feminiinisyyteen (Bloodhart & Swim, 2020), joten arkisen sopeutumisen diskurssin voidaan sanoa sisältävän enemmän feminiinisiä piirteitä.

#### **4.1.2 Taloudellisen kasvun diskurssi**

Taloudellisen kasvun diskurssissa toistuu taloudelliset teemat, muutoksen vastaisuus ja kulutuksen oikeuttaminen. Diskurssissa nousee esiin taloudellisen kasvun tärkeys ja muiden asioiden hoidon tärkeys ennen ilmastonmuutoksen torjumista. Diskurssissa puhutaan ilmastonmuutoksen vastaisista toimista negatiivisesti, ja niitä pidetään talouskasvun esteenä ja köyhtymisen aiheuttajina, eikä kulutuksen rajoittamista pidetä oikeutettuna. Diskurssia sävyttää pessimistisempi sävy ilmastonmuutoksen torjumisen keinoihin, ja yksilön vaikutusmahdollisuuksiin. Diskurssissa arvostetaan työntekoa ja kulutus yhdistetään vaurauteen ja ansiokkaaseen työntekoon.

Taloudellisen kasvun diskurssi on sävyllään *mahtipontinen ja vähättelevä*. Diskurssi puhuu ylpeästi kuluttamisesta ja vauraudesta, ja haastaa lukijan provosoitumaan. Mahtipontinen sävy liioittelee kulutusta, ja kuvailee materiaa suurellisesti, puhuen usein rahasta ja varallisuudesta kulutuksen yhteydessä.

Kommentti tuo esille, kuinka kirjoittaja asuu yksin isossa asunnossa, ja kertoo itsevarmasti, ettei asia hävetä todellakaan. Kommentissa tunnistetaan se, että oma asuminen on poikkeuksellista, 115 neliötä on paljon yhdelle ihmiselle, mutta kommentin pyrkimys on juuri osoittaa, kuinka vähän se kirjoittajaa haittaa.

Asun yksin 115 neliön omakoti talossa ja vastaus on että ei todellakaan hävetä (K2, keskustelijan kommentti.)

Diskurssissa toistuu teema, jossa *ilmastotoimien nähdään johtavan talouden ja elintason laskuun*. Siinä argumentoidaan ilmastotoimien ja rajoitusten haittaavan tavallisen ihmisen toimeentuloa ja arkea, ja asetetaan päättäjät ja kansalaiset vastakkain. Ilmastotoimia pidetään talouskasvun esteenä, ja niiden katsotaan aiheuttavan köyhyyttä. Diskurssi väittää hallituksen tekevän ilmastonmuutoksen vastaista työtä tavallisen kansalaisen kustannuksella.

Kommentti väittää, kuinka ruokapula saattaa olla ilmastopäästötavoitteiden syytä. Kommentti asettelee hallituksen ja tavalliset kansalaiset vastakkain, ja osoittaa näin ilmastotoimien olevan kansalaisten hyvinvoinnin vastaisia. Ilmastotoimet nähdään haitallisina, tavallisen ihmisen elämää turhaan vaikeuttavina asioina.

Hallitus pyrkiin nyt vaikeuttamaan maanviljelijöiden asemaa ilmastopäästötavoitteilla, ja vuodelle 2023 on povattu jo ruokapulaa muutenkin tai sitten juuri siitä syystä. Tämä hallitus vihaa suomalaisia. (K16, keskustelijan kommentti.)

Alla oleva kommentti väittää ilmastotoimien olevan hallituksen, eli punikkien omaa hyötyä tavoittelevia keinoja, jotka ovat tavallista kansalaista vastaan. Punikki on pilkallinen nimitys vasemmistosta, ja sen käyttö tähtää vasemmiston ja hallituksen kritisoimiseen.

Ilmaston varjolla tehdyt talouspäätökset ajavat kotitaloudet ahtaalle. Punikit hyötyvät (K3, keskustelijan kommentti.)

Talouteen liittyvät päätökset, jotka rajoittavat kansalaisten nykyistä elämää ja kulutusta, nähdään tavoittelevan muuta kuin ilmastonmuutoksen torjumista. Toistuva teema

taloudellisen kasvun diskurssissa on ilmastotoimien näkeminen motiivina hallituksen ja päättäjien keinona saada valtaa ja hyötyä tavallisen kansalaisen kustannuksella.

Diskurssissa ilmastotoimia pidetään syyllisenä yksilön talouden huonontumisen lisäksi kansallisen ja kansainvälisen talouden heikkenemiseen. Talouden kasvua pidetään tärkeänä osana myös ilmastomuutoksen torjuntaa. Alla oleva kommentti osoittaa, kuinka teknologiaan ja yritysten liiketoimintaan panostamista pidetään tärkeänä, ja vihreiden ilmastopolitiikkaa pidetään taloutta rajoittavana. Kommentti sisältää myös teollisen modernin diskurssin piirteitä, jossa teolliset maskuliinit uskovat ilmastomuutoksen ratkeavan osana taloudellista kehitystä (Hultman, 2013). Kommentti korostaa ennen kaikkea talouskasvun tärkeyttä, ja syyttää ilmastomuutoksen torjumisen olevan esteenä taloudelliselle ja tekniselle kehitykselle. Puhumalla meistä, kommentti viittaa siihen, kuinka Suomen sen hetkinen ilmastomuutoksen torjumista ajava politiikka johtaa Suomen jälkeen jäämiseen kansainvälisessä kehityksessä ja taloudessa.

Suomen kannattaisi keskittää kaikki pelimerkit teknologian kehittämiseen ja firmoihin jotka sitä teknologiaa kauppaa muihinkin maihin. Mutta kun ei, meidän vihreät ei tajua muuta kuin kieltämisen ja lisäverot niin niillä mennään vaikka vaikutus on käytännössä teknistä kehitystä hidastava. Tää on just se perustavaa laatua oleva ongelma joka tulee kun (poliittiseen) johtoon ei valita objektiivisesti pätevintä vaan se joka onnistuu sinne millä tahansa lehmänkaupoilla tai kyynärpäätaktiikalla tai valehtelemalla itsensä kampeamaan. (K1, keskustelijan kommentti.)

Diskurssissa esiintyy *usko teknologisten innovaatioiden ratkaisevan ilmastokriisin*. Teknologiasta puhutaan varmana ratkaisuna, mikä samalla vähättelee ilmastokriisin vakavuutta ja sen vaatimia toimia. Teknologiaan luottaminen ratkaisuna ilmastomuutokseen on osa ekomodernia diskurssia, joka on maskuliininen diskurssi. Diskurssissa toistuu puheen tyyli, jossa päättäjiä pidetään typerinä ja heidän älykkyyttään vähätellään, koska he eivät ymmärrä panostaa teknologiaan ja sen kehitykseen. Puhe on itsevarmaa ja suoraviivaistaa asioita, esittäen argumentit itsestään selvinä totuuksina.

Alla oleva kommentti kutsuu ilmastonmuutoksen vastaisia tekoja näpértelyksi, minkä tarkoitus on vähätellä niiden merkitystä suhteessa teknologisiin ratkaisuihin. Näpértely viittaa keskustelussa jaettuihin vinkkeihin oman hiilijalanjäljen pienentämiseen. Kommentti osoittaa, kuinka yksilön tekoja ja arjen muutoksia pidetään hyödyttöminä ja alisteisina kriisin ratkaiseviin teknologisiin innovaatioihin verrattuna. Bloodhart ja Swim (2020) argumentoivat yleistäen, että miehet suosivat teknologisia ratkaisuja ilmastokriisin ratkaisussa, kun taas naiset suosivat kulutuksen vähentämistä. Myös MacGregor (2010) väittää teknologisten ratkaisujen olevan esitetty erinomaisina ratkaisuina vallassa oleville miehille, kun taas kulutuksen vähentäminen on kuvattu matalan statuksen velvollisuutena naisille kohdistuen. Diskurssissa siis esiintyy dualismin mukaista vastakkainasettelua.

Ei tää näpértely vaikuta juurikaan ilmastoon eikä muuten suomalaisten lisäverotukseen. Tarvitaan teknologiaa joka korvaa huonomman teknologian ja sitä pitää viedä nimenomaan sinne eniten saastuttaviin maihin eikä suomeen jossa saasteet on jo nyt pienehköt (K1, keskustelijan kommentti.)

Myös toinen kommentti osoittaa ilmastokriisin pitämistä liitoitteluna, ja vetoaa luontoon naturalisoiden mielipidettä : fysiikan lait eivät muutu. Kommentti kuvaa ilmastokriisiä asiana, jolle ihminen ei voi mitään, ja näin ollen oikeuttaa passiivisuuden. Kommentti suhtautuu luottavasti nykyteknologiaan, ja uskoo asioiden järjestyvän. Puhumalla varmalla tavalla asioiden järjestymisestä, kommentti viittaa ilmastokriisin selviämiseen osana ihmiskunnan ja teknologian kehitystä, ja viestii samalla pitänsä ilmastonmuutoksen vastaisia toimia liitoitteluna ilmastonmuutoksen uhkaan verrattuna.

Ihminen sopeutuu vaihtelevaan säähän ja nykyteknologialla löydetään keinot. Nytkin jo ihmisiä asuu pakkaserämaissa samoin kun autiomaissa ja kaikessa siltä väliltä. Minä en jaksan manata maailmanloppua lapsilleni. Sanon että kaikki tulee järjestymään. Ihminen löytää aina keinot. Pitkällä tähtäimellä pääsemme eroon fossiilisista, mutta tällä hetkellä korvaavaa teknologiaa ei ole (riittävään energian tuottoon) ja fysiikan lait eivät lakimiesten ja -naisten käskyistä muuksi muutu. (K3, keskustelijan kommentti.)

Taloudellisessa diskurssissa toistuu oman *elintason suojaaminen ja oman kulutuksen oikeuttaminen*. Puheen sävy on osin puolustelemaa, sekä itsevarmaa, välillä jopa

provosoivaa. Omaa kuluttamista erityisesti asumisessa pidetään ansaittuna ja oikeutettuna, eikä haluta muiden siihen puuttuvan. Keskustelu kannattaa pysyvyyttä ja näkee ilmatorajoitukset omaa elintasoja kohtuuttomasti rajoittavina. Kuluttaminen nähdään merkinä vauraudesta.

Alla oleva kommentti osoittaa, kuinka suuressa talossa asumista oikeutetaan sillä, että se on itse rakennettu ja maksettu. Kommentti peräänkuuluttaa työn ja vaurauden arvoa, ja pitää itsestäänselvyytenä sitä, että omalla työllä ansaitusta ei tarvitse luopua. Kommentti kertoo talon olevan kirjoittajan koti hautaan asti, mikä osoittaa, ettei siitä aiota luopua mistään syystä.

Meillä 240 m<sup>2</sup> ok-talo, kaksi henkilöä ja kissa. Tämä talo on ollut myös kolmen lapsemme koti, jotka aikuistuttuaan ovat kukin vuorollaan muuttaneet pois, perustaneet oman kodin ja perheen. Olemme talomme itse rakentaneet ja maksaneet, tämä on meidän kotimme hautaan saakka, joten en näe mitään syytä hävetä. (K2, keskustelijan kommentti.)

Myös toinen kommentti pitää itsestään selvänä, ettei omaa asumisen kulutusta tule hävetä, jos siihen käytetyt varat ovat itse ansaittuja. Kuluttaminen yhdistetään työntekoon, joka perusteella sitä pidetään oikeutettuna.

Huom. On monia asioita, joita ei tarvi eikä kuulu hävetä. Asunnon koko on yksi sellainen asia. Ihminen asuu juuri sellaisessa asunnossa, jossa hän tahtoo, omien mahdollisuuksiensa ja rahojensa mukaisesti. (K2, keskustelijan kommentti.)

Keskustelussa kuluttaminen yhdistetään vaurauteen, ja ilmastonmuutosta ei nähdä tarpeeksi painavana syynä vähentää omaa kuluttamista. Alla oleva kommentti yhdistää ilmatorajoitukset matalatuloisten kateelliseen valitukseen, mikä osoittaa, kuinka korkeaa kuluttamista pidetään vaurauden merkinä. Kommentissa nostetaan itsensä valta-asemaan matalatuloisiin verrattuna. Kommentin viittaus oman äidin asumiseen myös suuressa asunnossa pyrkii korostamaan, kuinka omassa suvussa jo aiemmat sukupolvet ovat eläneet korkeatasoisesti.

Miksi hävettäisi? Oma äitini asui "liian suuressa asunnossa" jo teini-ikäisenä. Pariskunta ja kolme lasta, mutta asunnon koko oli yli 200 neliömetriä. Miksi vaihtaa koirankoppiin ihan vaan siksi, että joku köyhä naapuri paheksuu? (K2, keskustelijan kommentti.)

Taloudellisen kasvun diskurssissa esiintyy maskuliinisia piirteitä. Valta ja status ovat perinteisesti maskuliinisuuteen liitettyjä ominaisuuksia. MacGroganin (2014) mukaan siirtyminen matalapäästöiseen elämään on kuvattu matalan statuksen velvollisuutena kohdistuen naisiin, ja omaa elintänsä suojaavaa teemaa diskurssissa voidaan kutsua maskuliiniseksi, koska diskurssi osoittaa, kuinka matalan tason kulutus kuuluu matalatuloisille. Lisäksi Bloodhartin ja Swamin (2020) mukaan maskuliininen lähestymistapa kestävään kuluttamiseen on nykyistä kulutuksen tasoa suojaava, koska sen mukaan nykyisessä reusrssien kulutuksessa ei tarvita muutosta. Diskurssissa esiintyy vahva oman kulutuksen suojaaminen ja kieltäytyminen muuttaa omia kulutustottumuksiaan, mikä voidaan nähdä maskuliinisenä piirteenä.

Taloukasvun ja ilmastonmuutoksen yhdistäminen, ja taloukasvun edellyttäminen ilmastonmuutoksen torjunnassa on osa ekomodernia diskurssia, jota ylläpitävät ekomodernit maskuliinit (Hultman, 2013). Taloukasvun ja talouden rakenteiden säilyttämistä voidaan pitää maskuliinisina piirteinä, sillä se pyrkii säilyttämään olemassa olevia rakenteita ja järjestelmiä, pitäen maskuliinit vallassa. Taloudellisen kasvun diskurssissa voidaan huomata paljon yhteisiä piirteitä ekomoderniin diskurssiin, joka on Hultmanin (2013) mukaan vallalla oleva maskuliininen ilmastonmuutoksen diskurssi Euroopassa.

## **4.2 Vastadiskurssit**

Vastadiskurssit edustavat löydettyjen valtakurssien vastakkaisia näkemyksiä, ja ne ovat usein aseteltuina vastakkain aineiston keskusteluissa. Vastadiskurssit pyrkivät vastustamaan ja haastamaan valtakurssia. Aineistosta löydettiin kaksi vastadiskurssia: ilmastoskeptinen diskurssi ja köyhyysdiskurssi. Ilmastoskeptinen diskurssi edustaa vastadiskurssia arjen sopeutumisen valtakurssille, ja köyhyysdiskurssi on muotoutunut vastadiskurssina taloudellisen kasvun diskurssille.

#### 4.2.1 Ilmastoskeptinen diskurssi

Ilmastoskeptinen diskurssi suhtautuu ilmastotoimiin negatiivisesti, jopa vihamielisesti, ja kieltää ilmastomuutoksen olemassaolon. Se on syntynyt vastadiskurssina arjen sopeutumisen diskurssille, ja edustaa vastakkaista näkökulmaa. Diskurssi pitää ilmastotoimia turhina, ja niitä vaativia ihmisiä naurettavina. Diskurssissa toistuu syyttävä, sarkastinen ja pilkkaava sävy, ja vetoaa usein faktoihin ja järkeen. Diskurssin teemoissa toistuu hallituksen ja vasemmiston pilkkaaminen, ja ivallinen puhe. Ilmastoskeptinen diskurssi puhuu vähättelevään sävyyn ilmastoteoista ja ihmisistä, jotka niitä toteuttavat. Ilmastoskeptinen diskurssi on Hultmanin (2017) mukaan maskuliinien ylläpitämä diskurssi, ja siinä yhdistetään vihreä kuluttaminen feminiinisyteen samalla arvottaen molemmat matalalle.

Ilmastoskeptisessä diskurssissa toistuu *sarkastinen ja ivallinen puheen sävy*, jossa käytetään kärjistettyjä esimerkkejä ja viljellään stereotyyppioita liittyen vasemmistoon, vihreisiin ja vastuulliseen kuluttamiseen. Puheessa ilmenee huutomerkkien ja hymiöiden käyttö osoituksena sarkastisesta innokkuudesta ja positiivisuudesta. Sarkastinen sävy pyrkii näyttämään vihreät teot naurettavina, ja kutsuu lukijan provosoitumaan tai nauramaan mukana.

Alla oleva kommentti vastaa kysymykseen siitä, mistä olisi valmis luopumaan ilmastomuutoksen estämiseksi. Kommentti ei vastaa kysymykseen tosissaan, mikä kertoo siitä, ettei kysymystä pidetä tarpeeksi arvokkaana, jotta siihen haluaisi tosissaan vastata. Lisäksi luetellaan sarkastisesti eri asioita, joita ei pidetä mieluisina tai arvokkaina. Kommentti kertoo näin saavansa hyveellisen ja helpottuneen olon, mikä viittaa siihen, että kommentti pitää vihreitä tekoja tekopyhänä ja hyödyttömänä. Lopun huutomerkkiä on käytetty sarkastisesti osoittamaan innokkuutta, mikä kertoo kommentin olevan kaikkea muuta kuin innostunut

Luovun oitis:

1. raittiudesta
2. liikunnasta (kävelyä ei lasketa, kun johonkin on kuitenkin aina käveltävä)
3. terveellisestä ruuasta

4. aikaisista herätyksistä

5. pölyjen pyyhkimisestä viikottain

Nyt on hyveellinen ja helpottunut olo.

Tulkaa ihmeessä mukaan talkoisiin! (K1, keskustelijan kommentti.)

Toinen kommentti käyttää sarkastisesti surullisuutta ilmaisevaa hymiöitä suureen hiilijalanjälkeen liittyen, mikä kertoo, ettei kommentti todellisuudessa ole kiinnostunut suuresta hiilijalanjäljestään.

Sain 8800kg CO<sub>2</sub> :( yli 200 neliön talo, pihviä ja 3 omaa autoa pihvit jne.. mitä voitin? (K6, keskustelijan kommentti.)

Ilmastoskeptinen diskurssi pyrkii osoittamaan *vastuun ilmastonmuutoksesta muille*. Diskurssissa toistuu vahvasti Suomen ja suomalaisten ilmastotoimien merkitys, ja oikeudenmukaisuuden argumentti siitä, kenen tulisi vähentää päästöjä. Vallitseva teema on korostaa Suomen ilmastotekojen mitättömyyttä verrattuna suuriin saastuttaviin maihin, kuten Kiinaan ja Intiaan. Toistuva teema on myös kieltäytyä ilmastoteoista ennen kuin suuremman päästöluokan maat tekevät samat sitoumukset kuin Suomi. Keskustelussa nousee myös vahva individualismi, kun ajatellaan ensisijaisesti omaa hyötysuhdetta.

Alla oleva kommentti osoittaa, kuinka pidetään epärealistina sitä, että Suomen ja suomalaisten joutuessa rajoittamaan päästöjään, muut maat eivät sitoudu samalla tasolla. Kommentti vähättelee Suomen vaikutusta globaalilla tasolla, ja kyseenalaistaa suoraan muiden maiden osuutta.

Suomessa laitetaan panostetaan nyt kunnolla, mutta entäs muut maat?

Paskalta tämä kaikki tuntuu, jos Suomi on etunenässä ja pelkkä Suomi on vain hyvin pieni osa tätä koko maailmaa. Nyt sentään saisi kaikki maat osallistua tähän kunnolla. (K3, keskustelijan kommentti.)

Sairas -sanon käyttö viittaa suomalaisten ilmastovaikutuksen pitämistä merkittävänä olevan luonnollisen vastaista. Kommentti pyrkii osoittamaan, kuinka suomalaisten ilmastotoimilla ei ole mitään merkitystä isossa mittakaavassa.

Onhan tää nyt aivan sairasta että kuvitellaan muutaman suomalaisen voivan vaikuttaa siihen verraten kun esim kiina ja Intia paskoo miten huvittaa. (K1,

keskustelijan

kommentti.)

Myös toisessa kommentissa korostetaan miten Intia ja Kiina voivat toimia ilman mitään rajoituksia, ja kuinka me, eli suomalaiset ovat väärä kohde kohdistaa ilmastosyyllisyyttä. Viittaus Fuengirolan katuihin viittaa myös siihen, että Suomea pidetään kaikkiin muihin maihin, myös Euroopan maihin verrattuna jo ennestään ilmastoteoiltaan edistyksellisenä maana. Kommentti viittaa siihen, että Suomen ilmastotoimia pidetään riittävänä, jopa liiallisuutena, mikä on ilmastoskeptisessä diskurssissa toistuva teema.

Täällä porukka on sääntillistä ja kierrättää yms mutta ei tarte kuin muistella niitä Fuengirolan katuja niin voi pohtia että oisko parempia ruokinnan kohteita kuin me (K1, keskustelijan kommentti.)

Diskurssissa nousee myös vahva maskuliininen individualistinen ote, kun kritisoidaan ilmastotoimien merkitystä omaan elämään välittämättä niiden yhteiskunnallisesta vaikutuksesta. Ilmastotoimet nähdään ennen kaikkea omaa elämää rajoittavina toimina, ja omaa vaikutusta vähätellään ja pyritään siirtämään vastuu muille.

*Ilmastotoimien vähättely* pyrkii kuvaamaan ilmastotoimet naurettavana puuhasteluna, jolla ei ole isolla mittakaavalla mitään merkitystä. Samalla ne myös usein liitetään feminiinisyyteen, käyttämällä feminiinejä kuvaavia termejä pilkkaavassa sävyssä. Ensimmäisessä kommentissa viitataan pohjaoletuksena stereotyyppiseen ekologiaa valintoja tekevään henkilöön. Diskurssissa toistuu kuvaus vihreästä kuluttajasta todellisuudesta vieraantuneena kaupunkilaisena, joka kuvittelee omilla mitättömillä teoillaan olevan vaikutusta. Kommentti viittaa tällaisen vihreän kuluttajan olevan naispuolinen termillä täti, ja yhdistää näin vihreän kulutuksen feminiinisyyteen, mikä on Bloodhartin ja Swimmin (2020) mukaan yleinen assosiaatio.

En myöskään ymmärrä. Hillitön kulutus, turhat asiat ja ties mitkä pärinät ja pörinät, ovat tärkeämpiä, kuin ruoan tuottaminen?? Jos tässä maassa tuotetaan lihaa, maitoa ja viljellään monipuolisesti, niin miten hiton sellainen kaupungissa asuva soijarouhetta osteleva desingtati aiheuttaa pienemmän jäljen tilaillessaan ties mitä luksustuotteita. Kai nyt vuoden meikit ja tökötit jo jättävät saman jäljen, kuin 150 lehmää... 😊 (K16, keskustelijan kommentti.)

Toinen kommentti luonnollistaa eläinperäisten tuotteiden käytön väittämällä, että lihansyönti kuuluu Suomalaisten ruokavalioon, ja kutsuu ilmastotoimia viherpiipertäjien propagandaksi. Vihreiden valintojen kutsuminen viherpiiperrykseksi vähättelee niiden merkitystä, ja viittaa sillä yksilöiden tekemiin usein kotona tapahtuviin ekologisiin tekoihin. Kodin vihreä käyttäytyminen mielletään usein feminiinisenä (MacGregor, 2021) ja yhdistämällä vihreät teot feminiinisyteen, pidetään niitä ekofeminismin mukaisesti automaattisesti vähempiarvoisina.

Suomessa kuuluu syödä maitotuotteita ja lihaa. Kaikki muu on epäekologista. Missä vaiheessa tuo viherpiiperöiden propaganda on mennyt läpi? (K6, keskustelijan kommentti.)

Myös kaksi allaolevaa kommenttia käyttää vihreistä kuluttajista alentavasti termiä tytöt ja mammat, ja puhuu ilmastokysymyksistä vähätellen hauskoina kysymyksinä. Vihreän kuluttamisen yhdistäminen feminiinisyteen pyrkii viemään pois sen uskottavuutta, mikä on ilmastokeptisessä diskursissa toistuva teema.

Kettutyöt vauhdissa hauskoine kysymyksineen (K2, keskustelijan kommentti)

Just...ei taida sitran mammoilla olla matkaa lähimpään kauppaan 37km. Jos muutan kaupunkiin jää noin miljoona suomalaista vaille valkosipulia ja porkkanaa.....valitkaa meenkö kauppaan vai pistäkö viljely puljun kiinni. (K8, keskustelijan kommentti)

Diskurssissa toistuu *vetoaminen järkeen ja faktoihin*, joiden oletetaan olevan universaaleja totuuksia ja kaikkien tiedossa. Asioita esitetään faktana, ilman perusteluja, olettaen näin niiden olevan perustelua tarvitsemattomia totuuksia. Keskustelussa toistuu eri mieltä olevien älykkyyden epäily, ja alentava puheen sävy. Diskurssissa yksinkertaistetaan suomalaisten ilmastotoimien vaikutusten mitättömyys, jolloin siitä muodostuu keskusteluissa yksinkertaistettu totuus.

Alla olevassa kommentissa kerrotaan itsestäänselvytenä se, ettei suomalaisten teoilla ole mitään merkitystä, ja otetaan autoritäärinen rooli ikään kuin puuttuen liian pitkälle menevään ilmastotouhuun. Lopuksi vedotaan suoraan järjen käyttöön, ja näin viitataan päättäjien linjaamien ilmastotoimien olevan liioittelua, joka ajaa ihmisiä turhaan pelkoon

ja hysteriaan. Kommentti asettaa vastakkain tunteet (ahdistuksen) ja rationaalisuuden, mikä on dualismin periaatteiden mukaan feminiinisuuden ja maskuliinisuuden vastakkainasettelua. Rationaalisuuden arvostaminen ja korostaminen ovat stereotyyppisesti maskuliinisina pidettyjä ominaisuuksia

Vaikka Suomen jokainen auto vaihdettaisiin sähköiseksi ja lopettaisimme lihansyönnin ja kaiken mikä ilmaston lämpenemiseen vaikuttaa, niin olemme niin pieni porukka että emme siltikään maailmaa noilla teoilla pelastaisi. Tämä nykyinen touhu vaan ikävä kyllä ahdistaa nuorisoa, joka uutisissa jo kertoi haastattelussa että voivat luopua riisin käytöstä. Oikeasti pitäisi olla nyt järkevää ajattelua ja tekoja päättäjillä! (K1, keskustelijan kommentti.)

Myös toinen kommentti korostaa järjen ylivertaisuutta, ja puhuttelee vihreitä kulutustottumuksia pohtivaa ihmistä alaspäin. Tässäkin kommentissa ilmastotekoja kannattavat ihmiset kuvataan harhaisina realiteettien ja järjen ulkopuolella olevina ihmisinä.

Sinun täytyy olla todella surkea matematiikassa. Säälän sinua syvästi. Vaikka kaikki suomalaiset tappaisivat itsensä, ilmasto ei muuttuisi suuntaan eikä toiseen. Suomen maksama kehitysapu ei muuta ilmastoa suuntaan eikä toiseen. Olet täydellinen esimerkki harhaisesta vihreiden äänestäjästä, joka on aivan pihalla realiteeteista. (K8, keskustelijan kommentti.)

Diskurssissa toistuu *hallituksen ja päättäjien kritisointi*, ja erityisesti vasemmiston ja vihreiden pilkkaaminen ja syyttely. Keskustelut sijoittuvat aikaan, jolloin Suomea johti punavihreä Sanna Marinin hallitus, jonka keulahahmot olivat naisia. Tämä näkyy myös keskusteluissa, ja Suomen huonosta tilanteesta syytetään hallitusta ja ilmastotoimia. Diskurssissa esiintyy Hultmanin (2017) mukaan ilmastoskeptiselle diskurssille tyypillisiä ominaisuuksia, kuten ilmastotoimien vertaaminen uskontoon ja muiden ongelmien korostaminen. Alla olevat kommentit viittaavat hallituspuolueeseen tyttöinä, tarkoituksena vähätellä heidän asiantuntijuuttaan ja ammattimaisuuttaan. Kommentit syyttävät hallituksen naisia Suomen tilanteesta, ja heidän sukupuolensa korostuksella pyritään dualismin mukaisesti arvottamaan heitä alaspäin. Toinen kommentti suoraan ehdottaa, että tilanne olisi parempi, jos hallituksessa olisi naispuolisen Marinin sijasta ollut Antti Rinne, ja näin asettaa jälleen miehen ja maskuliinisuuden naista ja feminiinisyyttä vastaan.

Hallituksella on verta käsissään!  
Voiko tytöiltä odottaa enempää? (K3, keskustelijan kommentti.)

Eihän kansa olekaan antanut mitään mandaattia näille hallitus-5:n nuorille rouville, omaa ajatusta ja ihannetta he ajavat eteenpäin ja kansa maksaa. Keskustan teki ehkä virheen siinä, että vaihdattivat Rinteen pois pm paikalta ja saivat Sannan tilalle. Olisi ollut hallituksen dynamiikka vähän toista jos tyttöjen välissä olisi ollut A. Rinne pm:nä. (K11, keskustelijan kommentti.)

Kolmas kommentti korostaa kuinka kansa ja hallitus elävät aivan eri todellisuudessa, ja argumentoi ilmastonmuutoksen vastaisten toimien olevan pois muista ongelmista, kuten velkaantumisesta ja rikollisuudesta. Muiden ongelmien korostaminen on Hultmanin (2017) mukaan tyyppillinen ilmastoskeptisen diskurssin piirre.

Huolestuttavaa se, sekä pääministerin että sisäministeri suurin huolenaihe on ilmastonmuutos. Ovat aina eri todellisuudessa kuin kansa. Niinkuin meillä Suomessa ei olisi muuta ongelmaa. Ongelmia on, ja pahenevasti tulossa, esim velkaantuminen, rikollisuus jne. (K1, keskustelijan kommentti.)

Aineistosta löydetty ilmastoskeptinen diskurssi pitää sisällään paljon Hultmanin (2017) määrittelemiä ilmastoskeptisyyden piirteitä, kuten ilmastonmuutoksen kieltämistä, vähättelyä ja muiden ongelmien korostamista. Ilmastoskeptisyys on Hultmanin (2017) mukaan luonteeltaan maskuliininen, joten ilmastoskeptisen diskurssin voidaan sanoa olevan maskuliininen diskurssi. Lisäksi se yhdistää vastuullisen kuluttamisen feminiinisyyteen, ja pyrkii näin vähättelemään sen merkitystä. Diskurssi korostaa järkeä ja rationaalisuutta, mikä on Gaardin (2001) mukaan maskuliininen ominaisuus. Ilmastoskeptinen diskurssi vastustaa muutosta ja oman hyödyn rajoittamista, mitkä ovat maskuliinisia ominaisuuksia.

#### **4.2.2 Köyhyysdiskurssi**

Köyhyysdiskurssi on syntynyt vastadiskurssina taloudellisen kasvun diskurssille. Kun taloudellisen kasvun diskurssissa ilmastonmuutoksen torjuminen nähtiin matalan statustason velvollisuutena, johon ei haluta sitoutua, köyhyysdiskurssissa katsotaan nykyisen elämäntyylin jo toteutettavan ekologista asumista osana vähempituloista elämää. Löydettyjä teemoja olivat oman elintason pitäminen ennestään ekologisena,

kieltäytyminen toiminnan muutoksesta, vastuun osoittaminen rikkaille ja rakenteelliset esteet. Diskurssissa korostuu pienet arjen teot ilmastonmuutoksen torjumiseksi, sekä yhteiskunnan rakenteiden kritisoiminen. Diskurssi on sävyltään katkera, ja pitää korkeatuloisten elämää epäekologisena. Toisaalta diskurssissa myös etsitään keinoja ekologisempaan kuluttamiseen, mutta niiden katsotaan olevan hankala toteuttaa rakenteiden ja tulotason takia.

Diskurssi tarkastelee ilmastonmuutosta ja vastuullista kuluttamista *katkeralla sävyllä*. Asumisesta ja ilmastonmuutoksesta keskustellaan negatiivissävytteisesti, korostaen omaa huonoa asemaa, ja syyttäen rikkaita ihmisiä. Alla olevassa kommentissa viitataan keskustelunavaukseen, jossa pohdittiin asioita, joista luopua ilmaston vuoksi. Kommentti ulkoistaa vastuun muille, sillä perusteella, että omassa elämässä on tapahtunut vain vähän hyviä asioita. Diskurssissa nousee esiin rikkaiden syyttely ja katkeralla sävyllä oman elintason kuvailu.

No eihän heidän tarvitsekaan 🙄 En minäkään luovu, ei tulisi mieleenkään! Muutenkin vähän elämässä hyvää saanu (K1, keskustelijan kommentti.)

Köyhyysdiskurssissa *vastuu ilmastonmuutoksesta osoitetaan varakkaille ihmisille*. Keskustelussa nousee toistuvasti esiin debatti siitä, kenen vastuulle ilmastonmuutoksen estäminen kuuluu. Siinä missä talouden kasvun diskurssissa ilmastotekoja pidettiin vasemmiston, vihreiden ja vähempituloisten ajamana agendana ja heidän vastuualueenaan, köyhyysdiskurssissa kestävä kuluttamisen taakan katsotaan kuuluvan niille, jotka kuluttavat eniten, eli varakkaille ihmisille.

Alla oleva kommentti käyttää tehokeinona isoja kirjaimia korostaakseen keskustelunaloitukseen tekemäänsä oikaisua siitä, että kenen tulisi vähentää kulutustaan ja hiilijalanjälkeään. Kommentti erottaa itsensä me-sanalla muiden kanssa kuuluvaksi pienemmän hiilijalanjäljen joukkoon, ja asettaa tämän ryhmän ökyrikkaita vastaan. Diskurssissa esiintyy vastakkainasettelua vahvasti, ja yhteenkuuluvuuden tunnetta haetaan me- sanan käytöllä ja puhumalla muista, heistä ja niistä, viitaten korkeatuloisiin. Kommentissa kerrotaan hiilijalanjäljen olevan jo muutenkin pieni, mikä kertoo siitä, että

kommentti tahtoo tehdä selväksi, että vähähiilinen eläminen johtuu omien tekojen lisäksi rahatilanteesta. Lisäksi kerrotaan mitä asioita elämässä on jo muutettu.

Ei JOKAINEN suomalainen, vaan KESKIVERTO suomalainen. Ökyläjät enemmän, ja me, joiden hiilijalanjälki on muutenkin jo pieni, vähemmän tai ei mitään. Luovuin jo autosta ja tehostin kierrätystä, ja kasvisruokapainotteisesti syön. Asunto lämpiää puulla ja sähköllä - sitä en tiedä, mitä sähköä se käyttää. (K1,keskustelijan kommentti.)

Toisessa kommentissa köyhyyttä kutsutaan parhaaksi ilmastoteoksi, mikä kertoo siitä, että pienempi kuluttaminen liitetään matalatuloisuuteen, ja tehdään päätelmä, että köyhydestä seuraa automaattisesti pienempi kuluttaminen ja vähähiilisempi elämä. Tässäkin kommentissa vastuu ilmastotoimista osoitetaan rikkaille, joista puhutaan he-sanalla. Kommentissa myös kerrotaan epäsuorasti oletus siitä, että vauraus ja kuluttaminen on seurausta kouluttautumisesta ja työnteosta. Siinä siis tunnistetaan taloudellisen kasvun diskurssissakin esiin nousut peruste kulutukselle: omalla työllä ansaittu elintaso on perustelua ja oikeudenmukaista säilyttää.

Tämähän se on. Köyhyys on paras ilmastoteko. Kehitysmaiden kohdalla suurin uhka on väestön vaurastuminen. Jos kaikille kiinalaisille suotaisiin länsimainen elintaso, edes 8 maapalloa ei riittäisi. Silti köyhiä ja vähävaraisia aina haukutaan. Ilmastotoimet pitäisikin kohdistaa rikkaisiin, mutta onko tosiaan oletus, että he tuosta noin vaan luopuvat elintasosta, jonka eteen ovat kouluttautuneet ja tehneet paljon töitä? Miksi kukaan haluaisi elää köyhästi? (K1, keskustelijan kommentti.)

Köyhyydiskurssissa *oman elintason nähdään olevan jo riittävän ekologista*, ja pienien tulojen nähdään aiheuttavan automaattisesti pienemmän hiilijalanjäljen. Ilmastoystävällisyyttä pidetään vaivattomana sen ollessa jo osa elämää. Diskurssissa kuitenkin esiintyy myös köyhyyden käyttämistä oikeutuksena epäekologiseen elämään. Tällöin argumentoidaan elämäntilanteen ja yhteiskunnan rakenteiden olevans syyppää siihen, ettei ole varaa kuluttaa ekologisemmin, tai vaihtoehtoisesti ulkoistetaan itsensä kokonaan vastuusta köyhyyden perusteella.

Ensimmäinen kommentti kuvailee ilmastotekojaan passiivisuuden kautta, eli sellaisten asioiden kautta, joita ei tee. Kommentti myös korostaa, kuinka ekologisuus syntyy automaationa matalasta tulotasosta.

En hanki lapsia, en aja autolla, en kuluta turhaa. Helppoa olla ilmastoystävällinen köyhänä velana. (K7, keskustelijan kommentti.)

Toinen kommentti korostaa samaa asiaa, mutta samalla nostaa esille asioita, joita voisi vielä tehdä ilmaston eteen, muttei ole valmis tekemään. Kommentissa kerrotaan, kuinka ilmastotoimia toteutetaan automaattisesti köyhyiden seurauksena, ja viittaus herkkujen vähentämiseen ainoastaan lihomisen pelossa viittaa siihen, että kommentilla halutaan tehdä selväksi, että ilmastotoimia joudutaan noudattamaan pakon edessä.

Elän toimeentulotuella, kaikkienensa noin tonnilla kuussa. Siinä ei juuri muuta tehdä kuin syödä ja käydä kylällä kirjastossa. Tietysti voisin varmaan vielä lopettaa lihansyönnin ja alkaa selvittämään muutenkin elintarvikkeiden tuotantoketjuja, mutta en kyllä jaksaa kun omatunto on ilmastoasian suhteen puhdas ilman. Ylimääräistä herkutteluakin yritän vähentää vain koska maha on viime vuosina kasvanut. Esimerkiksi ulkomailla olen käynyt lentäen viimeksi yli 20 vuotta sitten.. (K4, keskustelijan kommentti.)

Syitä ilmastotekojen hankaluudelle osoitetaan nykyisten *rakenteiden ja toimintamallien rajoituksista*, ja puutteita ilmastotoimissa perustellaan johtuvan itsestä riippumattomista syistä. Puhe on osittain kärkeästä, mutta myös puolustelemaa, ja siinä toistuu tyyli, jossa kerrotaan, että tehtäisiin asioita toisin, jos se olisi mahdollista. Näin ulkoistetaan syy kestävämmästä kuluttamisesta muille kuin itselle. Alla olevassa kommentissa siirretään syy työpaikalle auton käytöstä. Kommentti kritisoi järjestelmää, joka on joustamaton ja näin ollen ylläpitää epäekologisia käytänteitä.

Niin. Auto. Siihen minä olen syytön. Työpisteen vaihdon takia oli pakko ostaa auto. Lähellä olevaan pisteeseen ei kuulemma voi mennä ja kätevästi bussireitin varrella olevasta pisteestä mut ajettiin pois. Ihan hevonkuuseen. Kuulemma siellä keskustassa käy töissä ihan Tuusulasta asti ihmisiä ja sieltä mun uuden työpisteen läheltäkin. Että ei kuulemma ole ongelma. Sikäli hassua, että sieltä Tuusulasta olisi helppoa mennä siihen mun paikkaan samoin kai kun siitä vierestäkin. Mitta ei käy. Ihmisiä liikutellaan ja ilmastosta ei vissiin niin välitetä. Se on mahtavaa, kun on valtaa. (K6, keskustelijan kommentti.)

Myös tässä kommentissa syytetään epäekologista asumista rakenteita, jotka eivät salli vähähiilisempää kulutusta asumisessa. Epäekologiset rakennukset ja energia ovat asioita,

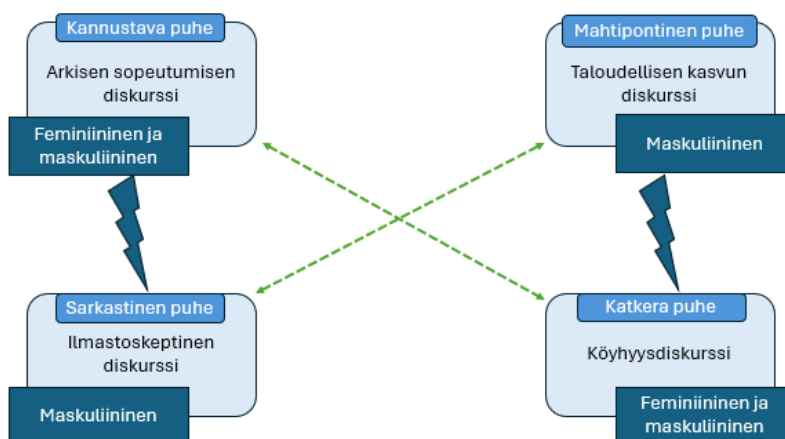
joihin kuluttaja ei pysty vaikuttamaan, ja näin kritisoidaan rakenteita, jotka estävät kestävämmän kuluttamisen. Kommentissa korostetaan yksilön vaikutuspiirissä olevia asioita, ja käytetään kehottavaa muotoa.

Kannattaa lukea se juttu. Helsinkiläisten hiilijalanjäljen koko johtuu rakentamisesta ja energiasta, eli asioista, joihin yksittäinen kaupunkilainen ei voi juuri vaikuttaa. Sen sijaan on sitäkin tärkeämpää tiedostaa ne asiat joihin voi vaikuttaa, eli juurikin ruoka ja liikkuminen. Lisäksi kannattaa äänestää jatkossakin vihreitä. (K12, keskustelijan kommentti.)

Köyhyysdiskurssissa toistuu toive muutoksesta ja nykyisten rakenteiden muuttamisesta. Ekofeminismi etsii muutosta olemassa oleviin rakenteisiin, ja pyrkii muuttamaan järjestelmää, joka heikentää luonnon ja naisen asemaa (Dobscha & Ozanne, 2001). Keskustelussa on siis ekofeminismin mukaisia piirteitä, mutta ei voida aineiston perusteella väittää, että keskustelu pyrki ekofeminismin mukaisesti naisen aseman parantamiseen. Diskurssi etsii muutosta rakenteisiin, mutta samaan aikaan se ei ole valmis muuttamaan omaa arkeaan, koska nähdään että oma asuminen ja kuluttaminen on jo ekologista matalan varallisuuden vuoksi, ja sysätään vastuu muille. Se yhdistää maskuliinisesti vaurauden ja kuluttamisen yhteen, ja matalan kulutuksen matalaan tulotasoon.

### **4.3 Yhteenveto**

Aineistosta löydettiin yhteensä neljä diskurssia. Löydetyt valtdiskurssit olivat arkisen sopeutumisen diskurssi ja taloudellisen kasvun diskurssi, ja löydetyt vastadiskurssit olivat ilmastoskeptinen diskurssi ja köyhyysdiskurssi. Kuvioon 6 on koottu löydetyt diskurssit ja niiden väliset suhteet.



**Kuvio 6:** Sukupuolittuneiden diskurssien suhde.

Diskursseista löydettiin sukupuolittuneita piirteitä, ja ilmastoskeptinen ja taloudellisen kasvun diskurssit olivat selkeästi maskuliinisia. Niistä löytyi selkeitä yhteneväisyyksiä ekomoderniin maskuliinisuuteen ja teollisen modernin maskuliinisuuteen. Ilmastoskeptisessä diskurssissa nousee selkeästi teollisen modernin maskuliinisuuden piirteistä ilmastonmuutoksen kieltäminen, rakenteiden säilyttäminen, rationaalisuuden korostaminen ja ilmastonmuutoksen uhan vähättely. Taloudellisen kasvun diskurssissa esiintyviä ekomodernin maskuliinisuuden piirteitä: talouden kasvun ajaminen, rakenteiden säilyttäminen ja teknologiausko. Nämä molemmat diskurssit keskustelevat ilmastonmuutoksesta vähättelevään sävyyn, ja vihreä katkoviivanuoli kuviossa kuvaa niiden sukulaissuhdetta (kts. kuvio 6).

Arkisen sopeutumisen diskurssi ja köyhyydiskurssi eivät ole selkeästi maskuliinisia tai feminiinisiä, vaan niistä löytyy molempia piirteitä. Arkisen sopeutumisen diskurssi on enemmän feminiininen, sillä se osoittaa sopeutumista, altruismia ja kannattaa vastuullista kuluttamista arjen muutoksilla. Siinä on kuitenkin myös maskuliinisia piirteitä, kuten yksilön hyödyn korostaminen motivaationa kestävään kuluttamiseen. Köyhyydiskurssi ajaa muutosta rakenteisiin, mutta on samanaikaisesti passiivinen muutoksen suhteen, ja maskuliinisesti yhdistää vaurauden korkeaan kuluttamiseen. Nämä diskurssit uskovat ilmastonmuutoksen vastaisiin toimiin, ja pitävät

ilmastonmuutosta todellisena uhkana. Niiden välistä sukulaisuutta kuvaa vihreä katkoviivanuoli (kts. kuvio 6).

## 5 Johtopäätökset

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset. Tuloksia analysoidaan suhteutettuna tutkimuksen tarkoitukseen ja tavoitteisiin. Ensin esitellään tutkimuksen keskeisimmät tulokset ja johtopäätökset, jonka jälkeen esitellään tutkimuksen yhteiskunnalliset suositukset. Lopuksi käydään läpi tutkimuksen rajoitteita ja esitetään jatkotutkimusehdotus.

### 5.1 Tutkimuksen keskeisimmät tulokset ja johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tarkoitus oli analysoida, miten sukupuolittuneisuus rakentuu diskursiivisesti ilmastonmuutokseen ja kestäväan asumiseen liittyvissä keskusteluissa. Pyrkimyksenä oli tunnistaa, millaisia sulkupuolittuneita piirteitä kestäväan asumisen diskursseissa esiintyy. Tutkimus kohdistui verkkokeskustelualusta Vauva.fi:n ilmastonmuutokseen liittyviin keskusteluihin asumisen kontekstissa. Tutkimus toteutettiin kriittisenä diskurssianalyysina, ja aineisto koostui 18 keskustelusta, jotka sisälsivät yhteensä 912 kommenttia.

Tutkimuksen ensimmäinen tavoite oli selvittää, miten ilmastonmuutos voidaan nähdä sukupuolentutkimuksen näkökulmasta. Tavoitteeseen päästiin muodostamalla teoreettinen viitekehys siitä, miten sukupuolentutkimusta on aiemmin hyödynnetty markkinoinnin tutkimuksessa ja miten se on yhdistetty kestäväan kulutuksen tutkimukseen. Teoriaosuudessa käsiteltiin erilaisia sukupuolentutkimuksen kategorioita, ja tarkasteltiin ilmastonmuutokseen liittyvien diskurssien tutkimusta.

Teoriaosuuden alussa käytiin läpi lyhyesti kestäväan kulutuksen tutkimusta, jonka jälkeen esiteltiin sukupuolentutkimuksen historiaa ja käyttöä markkinoinnin ja kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksessa. Sukupuolentutkimus markkinoinnissa on kehittynyt sukupuolten ominaisuuksien eroavaisuuksien etsimisestä tutkimaan sukupuolen sosiaalista ja kulttuurista rakentumista. Sukupuolentutkimukseen liittyy vahvasti myös feministinen tutkimus, joka pyrkii poistamaan sukupuolten välistä

epätasa-arvoa, ja markkinoinnin tutkimuksessa se tuo esille naisen ja naiseuden kokemuksia. Ekofeminismi seuraa feminismin jalanjälkiä, mutta yhdistää luonnon ja naisen alistetun asian toisiinsa, ja väittää naisen alisteisen aseman yhteiskunnassa liittyvän luonnon alistamiseen. Sen mukaan maailmaa johtaa maskuliininen järjestelmä, ja kohentamalla luonnon asemaa voidaan vaikuttaa myös naisen asemaan yhteiskunnassa (Dobscha & Ozanne, 2001). Ekofeminismi esittelee dualismin käsitteen, jossa maskuliinisuuteen liitetään yhteiskunnassa arvostettuja asioita, ja feminiinisyyteen liitetyjä asioita pidetään alisteisena maskuliinisuuteen.

Sukupuolentutkimus ja kestävä kulutus on yhdistetty aikaisemmassa tutkimuksessa lähinnä niin, että on pyritty löytämään sukupuolten välistä eroa vastuullisessa kuluttamisessa. Samalla on ylläpidetty dualismin periaatteita, kun vihreys ja matala kuluttaminen on yhdistetty feminiinisyyteen, ja korkea kuluttaminen statukseen ja maskuliinisuuteen. Kulutuksen vähentämistä on kuvattu feminiineille kuuluvana ilmastovastuuna, ja teknologiset innovaatiot maskuliineille kohdistettuina ratkaisuuina. Ilmastokeskustelun keskiössä on ekomoderni diskurssi, joka on maskuliinien valta-asemaa ylläpitävä diskurssi, joka ei etsi rakenteiden muutosta ja ilmastonmuutoksen estämistä, vaan päästöjen siirtämistä muualle teknologisilla innovaatioilla. Teoreettisessa viitekehyksessä koottiin yhteen maskuliinisuuteen ja feminiinisyyteen liitetyjä ominaisuuksia kestävän kulutuksen tutkimuksessa ja ilmastokeskustelussa.

Tutkimuksen toinen tavoite oli tunnistaa, millaisia valta- ja vastadiskursseja keskusteluissa muodostuu. Tavoitteisiin päästiin hyödyntämällä kriittistä diskurssianalyysia. Aineistosta tunnistettiin yhteensä kaksi valtakurssia ja kaksi vastadiskurssia.

*Arkisen sopeutumisen valtakurssi* puhuu yksilön arjen ilmastotoimista positiivisesti ja toiveikkaasti. Diskurssi kannustaa arjen pieniin muutoksiin, ja uskoo yksilön vaikutusmahdollisuuksiin. Puhe muutoksista on avointa ja positiivista, ja osoittaa valmiutta luopumaan omasta elinmukavuudesta yhteisen hyvän vuoksi.

*Taloudellisen kasvun valtakurssi* keskustelee mahtipontisesti taloudellisista teemoista, yksilön ja yhteiskunnan rajoittamisesta, ja pyrkii puolustamaan yksilön kulutusta. Diskurssi nostaa taloudellisen kasvun tärkeyden ja teknologiset ratkaisut, ja suhtautuu ilmastonmuutokseen vähättelevästi.

*Ilmastoskeptinen diskurssi* on syntynyt vastadiskurssina arkisen sopeutumisen diskurssille, ja se vastustaa ilmastonmuutoksen torjumisen keinoja, ja jopa kieltää ilmastonmuutoksen olemassaolon. Keskustelussa sysätään vastuu ilmastonmuutoksen torjumisesta muille, pilkataan ja vähätellään vastuullista kuluttamista, korostetaan rationaalisuutta ja kritisoidaan hallitusta.

*Köyhyydiskurssi* on syntynyt vastadiskurssina taloudellisen kasvun diskurssille, ja se syyttää ilmastonmuutoksesta rikkaita. Myös tässä diskurssissa vauraus yhdistetään korkeaan kuluttamiseen, ja se puhuu pessimistisemmin ilmastonmuutoksen torjumisen mahdollisuudesta nykyisellä yhteiskuntarakenteella. Diskurssissa epäekologista kuluttamista perustellaan köyhyydellä, mutta toisaalta pitää nykyistä matalasta tulotasosta johtuvaa elämäntyyliä kestäväenä.

Tutkimuksen kolmas tavoite oli analysoida, miten sukupuolittuneisuus rakentuu löydetyissä valta- ja vastadiskursseissa. Analyysissa diskursseista löydettiin sekä feminiinisiä, että maskuliinisia piirteitä.

*Arkisen sopeutumisen diskurssissa* esiintyy sekä feminiinisiä, että maskuliinisia piirteitä. Feminiinisiä piirteitä olivat altruismi, sopeutuvaisuus ja yhteisöllisyys. Ilmastotoimien motivaattoriksi esitetään kuitenkin erityisesti yksilön hyötyjä, kuten taloudellista säästöä ja arkiliikuntaa. Yksilön hyötyjen korostaminen on individualismia, jota pidetään maskuliinisena piirteenä.

*Taloudellisen kasvun diskurssissa* esiintyy paljon maskuliinisia piirteitä, kuten kulutuksen liittäminen valtaan ja statukseen, vihreän kuluttamisen ja yksilön ilmastotoimien vähättelyä ja taloudellisen kasvun ehdottomuutta. Diskurssissa esiintyy paljon yhtäläisyyksiä ekomoderniin maskuliinisuuteen, kuten teknologiausko.

*Ilmastoskeptinen diskurssi* on maskuliininen diskurssi, ja se pyrkii suojaamaan ja ylläpitämään olemassa olevia rakenteita. Siinä ilmeneviä maskuliinisia piirteitä ovat individualismi, järjen ja rationaalisuuden korostaminen ja oman aseman suojaaminen.

*Köyhyysdiskurssi* sisältää sekä feminiinisiä että maskuliinisia piirteitä, eikä se ole selkeästi painottunut kumpaankaan. Feminiinisenä voidaan pitää muutoksen ajamista ja rakenteiden kritisointia, ja maskuliinisenä kuluttamisen yhdistämistä vaurauteen.

Tutkimus osoitti, että kestävän asumisen kontekstissa ilmastokeskustelusta voidaan löytää sukupuolittuneita piirteitä, eikä ilmastokeskustelu ole sukupuolineutraali ilmiö. Sukupuolittuneisuus ilmenee diskurssien teemoissa ja aiheissa, ja tavoissa puhua, ja diskursseissa esiintyi enemmän maskuliinisia piirteitä.

## **5.2 Yhteiskunnalliset suositukset**

Tämä tutkimus on tuonut esille ilmastonmuutokseen liittyvän keskustelun sukupuolittuneisuutta asumisen kontekstissa, mikä auttaa ymmärtämään ilmiötä paremmin. Sukupuolittuneisuuden tutkiminen ilmastonmuutokseen liittyvässä keskustelussa auttaa ymmärtämään, miten sukupuolittuneisuus rakentuu ilmastonmuutoksen kontekstissa, ja näin ollen auttaa myös luomaan keinoja ilmastonmuutoksen torjumiseen. Osana DeCarbon-Home hanketta tutkimus on mukana edistämässä asumisen ja rakentamisen oikeudenmukaista kestävyysmurrosta (DeCarbon-Home, n.d.)

Jotta tulevaisuuden kestävä rakentaminen on oikeudenmukaista ja tasa-arvoista, on otettava huomioon ilmastonmuutoksen vaikutusten ja sen hidastamisen epätasa-

arvoiset vaikutukset. Tämä tutkimus on osoittanut, ettei kestävän asumisen kontekstissa ilmastokeskustelu ole sukupuolineutraalia, ja olisikin tärkeää luoda keinoja sukupuolten välisen tasa-arvon parantamiseksi myös ilmastonmuutoksen hidastamisen ja estämisen keinoihin liittyen. Tutkimus voi auttaa mediaa ja yrityksiä viestimään ilmastonmuutoksesta ja kestävästä kuluttamisesta, ja auttaa niitä tiedostamaan jakavatko ne feminiinisiä tai maskuliinisia diskursseja. Tutkimus voi auttaa ymmärtämään ilmiötä sukupuolittuneisuuden taustojen ymmärtämisessä, ja olla tukena luomassa keinoja tasa-arvon parantamiseksi.

### **5.3 Rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset**

Tämän tutkimuksen rajoitteena voidaan pitää sen valittua tutkimusmenetelmää. Kriittinen diskurssianalyysi nojaa tutkijan omaan subjektiiviseen tulkintaa, ja se heijastelee aina tekijänsä maailmankuvaa ja näkemyksiä. Vaikka tutkijan oma tulkinta on oleellinen osa diskurssianalyysia, se rajaa väistämättä tutkimuksen näkökulmaa. Toisaalta tutkimuksen tarkoituksena ei ole saada yleistettävää tutkimustulosta, eikä koko ilmastokeskustelua edustavaa otosta. Lisäksi verkossa kirjoitetusta keskustelusta jää pois eleet, ilmeet ja äänensävyt, jolloin tulkinta voi olla virheellinen. Tutkimuksen tekijä voi tulkita omaan kokemukseensa pohjaten keskustelussa käytettyjä merkityksiä tavalla, joka ei ole ollut niiden alkuperäinen tarkoitus. Toisaalta tämäkin on osa tutkimuksen tulkintaa, joka on merkittävä osa diskurssianalyysia.

Vaikka tutkimuksessa käytetty aineisto oli jollain tavalla rajattu, voidaan ajatella siitä löytyneen puheen ilmenevän myös muilla foorumeilla, jolloin se tarjoaa hyvän katsauksen keskustelun luonteeseen. Aineisto luo ajan ja kontekstin kuvaa Suomesta ja osoittaa millaisia asioita on esillä tämän päivän ilmastokeskustelussa. Tutkimuksen aineiston voisi olettaa edustavan myös muita pohjoismaita, koska siitä löydettiin paljon yhteneväisyyksiä Hultmanin (2017; 2013) tutkimuksiin, jotka edustavat Ruotsin ilmastodiskurssia. Jatkotutkimuskohteena voisikin olla jokin toinen foorumi, ja olisi kiinnostavaa tutkia, löytyykö samankaltaisia tuloksia myös muilta foorumeilta, vai vaihtelee sukupuolittuneisuuden ilmeneminen alustasta riippuen.

## Lähteet

- Anshelm, J., & Hultman, M. (2014). A green fatwā? Climate change as a threat to the masculinity of industrial modernity. *Norma : International Journal for Masculinity Studies*, 9(2), 84–96. <https://doi.org/10.1080/18902138.2014.908627>
- Bettany, S., Dobscha, S., O'Malley, L., & Prothero, A. (2010). Moving beyond binary opposition: Exploring the tapestry of gender in consumer research and marketing. *Marketing theory*, 10(1), 3–28. <https://doi.org/10.1177/1470593109355244>
- Bloodhart, B., & Swim, J. K. (2020). Sustainability and consumption: What's gender got to do with it? *Journal of social issues*, 76(1), 101–113. <https://doi.org/10.1111/josi.12370>
- Bretherton, C. (2003). Movements, networks, hierarchies: A gender perspective on global environmental governance. *Global environmental politics*, 3(2), 103–119. <https://doi.org/10.1162/152638003322068245>
- Bristor, J. M., & Fischer, E. (1993). Feminist thought: implications for consumer research. *The Journal of consumer research*, 19(4), 518–536. <https://doi.org/10.1086/209320>
- Brough, A. R., Wilkie, J. E. B., Ma, J., Isaac, M. S., & Gal, D. (2016). Is Eco-friendly unmanly? The green-feminine stereotype and its effect on sustainable consumption. *The Journal of consumer research*, 43(4), 567–582. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw044>
- Costa Pinto, D., Herter, M., Rossi, P., & Borges, A. (2014). Going green for self or for others? gender and identity salience effects on sustainable consumption. *International Journal of Consumer Studies*, 38(5), 540–549. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12114>
- DeCarbon-Home. (n.d.). *Hanketietoa*. Noudettu 21.11.2023 osoitteesta <https://decarbonhome.fi/hanketietoa/>
- Dobscha, S., & Ostberg, J. (2021). Introduction to the special issue on gender impacts: Consumption, markets, marketing, and marketing organisations. *Journal of marketing management*, 37(3–4), 181–187. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1880163>

- Dobscha, S., & Ozanne, J. L. (2001). An ecofeminist analysis of environmentally sensitive women using qualitative methodology: The emancipatory potential of an ecological life: *JPP&M. Journal of Public Policy & Marketing*, 20(2), 201–214. <https://doi.org/10.1509/jppm.20.2.201.17360>
- Ehrich, K. R., & Irwin, J. R. (2005). Willful Ignorance in the request for product attribute information. *Journal of marketing research*, 42(3), 266–277. <https://doi.org/10.1509/jmkr.2005.42.3.266>
- Eriksson, P., & Kovalainen, A. (2016). *Qualitative methods in business research* (2nd edition.). Sage Publications.
- Eskola, J., & Suoranta, J. (2005). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino.
- European Institute for Gender Equality (Eige), (2024). Hegemonic masculinity. Noudettu 15.1.2024 [https://eige.europa.eu/taxonomy/term/1382?language\\_content\\_entity=en](https://eige.europa.eu/taxonomy/term/1382?language_content_entity=en)
- Gaard, G. (2001). Women, water, energy: An ecofeminist approach. *Organization & environment*, 14(2), 157-172. <https://doi.org/10.1177/1086026601142002>
- Gurrieri, L. (2021). Patriarchal marketing and the symbolic annihilation of women. *Journal of Marketing Management*, 37(3-4), 364–370. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1826179>
- Hearn, J. & Hein, W. (2015). Reframing gender and feminist knowledge construction in marketing and consumer research: missing feminisms and the case of men and masculinities. *Journal of Marketing Management*, 31(15–16), 1626–1651. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1068835>
- Hearn, J., & Husu, L. (2011) Understanding gender: some implications for science and technology, *Interdisciplinary Science Reviews*, 36(2), 103–113. <https://doi.org/10.1179/030801811X13013181961301>
- Hultman, M. (2013). The making of an environmental hero: A history of ecomodern masculinity, fuel cells and Arnold Schwarzenegger. *Environmental humanities*, 2(1), 79–99. <https://doi.org/10.1215/22011919-3610360>
- Hultman, M. (2017). Conceptualising industrial, ecomodern and ecological masculinities. Teoksessa S. Buckingham & V. Le Masson (toim.), *Understanding*

- climate change through gender relations*, (s. 87–103). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315661605>
- Jokinen, A., Juhila, K., & Suoninen, E. (2016). *Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Vastapaino.
- Krange, O., Kaltenborn, B. P., & Hultman, M. (2019). Cool dudes in Norway: Climate change denial among conservative Norwegian men. *Environmental sociology*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.1080/23251042.2018.1488516>
- Littlefield, J. (2010). Men on the hunt: Ecofeminist insights into masculinity. *Marketing theory*, 10(1), 97–117. <https://doi.org/10.1177/1470593109355250>
- Luchs, M. G., & Mooradian, T. A. (2012). Sex, personality, and sustainable consumer behaviour: Elucidating the gender effect: Journal of consumer policy. *Journal of Consumer Policy*, 35(1), 127–144. <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9179-0>
- MacGregor, S. (2010). 'Gender and climate change': From impacts to discourses. *Journal of Indian Ocean region*, 6(2), 223–238. <https://doi.org/10.1080/19480881.2010.536669>
- MacGregor, S. (2021). Making matter great again? Ecofeminism, new materialism and the everyday turn in environmental politics. *Environmental politics*, 30(1–2), 41–60. <https://doi.org/10.1080/09644016.2020.1846954>
- McDonagh, P., & Prothero, A. (1997). Leap-frog marketing: the contribution of ecofeminist thought to the world of patriarchal marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 15(7), 361–368. <https://doi.org/10.1108/02634509710193190>
- Ourahmoune, N., Binninger, A., & Robert, I. (2014). Brand narratives, sustainability, and gender. *Journal of macromarketing*, 34(3), 313–331. <https://doi.org/10.1177/0276146714528335>
- Prothero, A., McDonagh, P., & Dobscha, S. (2010). Is green the new black? Reflections on a green commodity discourse. *Journal of macromarketing*, 30(2), 147–159. <https://doi.org/10.1177/0276146710361922>
- Prothero, A., Dobscha, S., Freund, J., Kilbourne, W. E., Luchs, M. G., Ozanne, L. K., & Thøgersen, J. (2011). Sustainable consumption: opportunities for consumer

- research and public policy. *Journal of public policy & marketing*, 30(1), 31–38.  
<https://doi.org/10.1509/jppm.30.1.31>
- Puusa, A., Juuti, P., & Aaltio, I. (2020). *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Gaudeamus.
- Tilastokeskus. (2023). *Kotitalouksien kulutuksesta 59 % meni välttämättömyyksiin vuonna 2022*. Noudettu 15.5.2024 osoitteesta  
<https://stat.fi/uutinen/kotitalouksien-kulutuksesta-59-meni-valttamattomyyksiin-vuonna-2022>
- Vowles, K., & Hultman, M. (2021a). Dead white men vs. Greta Thunberg: nationalism, misogyny, and climate change denial in Swedish far-right digital media, *Australian Feminist Studies*, 36(110), 414–431.  
<https://doi.org/10.1080/08164649.2022.2062669>
- Vowles, K., & Hultman, M. (2021b). Scare-quoting climate: The rapid rise of climate denial in the Swedish far-right media ecosystem. *Nordic journal of media studies*, 3(1), 79–95. <https://doi.org/10.2478/njms-2021-0005>
- Zayer, L. T., McGrath, M. A., & Castro-González, P. (2020). Men and masculinities in a changing world: (de)legitimizing gender ideals in advertising. *European Journal of Marketing*, 54(1), 238–260. <https://doi.org/10.1108/EJM-07-2018-0502>