



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Elina Salmi

Energian säästämisen mielikuvat asumisessa

Diskurssianalyysi uutisista ja sosiaalisen median keskusteluista

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

Vaasa 2023

VAASAN YLIOPISTO**Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

| | | | |
|--------------------------|---|-------------------|----|
| Tekijä: | Elina Salmi | | |
| Tutkielman nimi: | Energian säästämisen mielikuvat asumisessa : Diskurssianalyysi uutisista ja sosiaalisen median keskusteluista | | |
| Tutkinto: | Kauppatieteiden maisteri | | |
| Oppiaine: | Markkinoinnin johtaminen | | |
| Työn ohjaaja: | Henna Syrjälä | | |
| Valmistumisvuosi: | 2023 | Sivumäärä: | 95 |

TIIVISTELMÄ:

Ilmastonmuutos on yksi aikamme suurimmista kriiseistä, joka vaikuttaa negatiivisesti kaikkeen elämään maapallolla. Asumisen päästöjen ja energiankulutuksen vähentämisellä nähdään olevan suuri merkitys ilmastonmuutoksen hillinnässä. Energiakriisin puhkeamisen vuoksi asumisen energian säästäminen on viimeisen vuoden aikana koskettanut suomalaisten elämää merkittävästi. Samalla energian säästäminen on noussut puhutuksi aiheeksi kotimaisissa uutismedioissa.

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoitus on tutkia ja analysoida, miten asumiseen liittyvät energian säästämisen valta- ja vastadiskurssit rakentuvat sosiaalisessa mediassa. Tutkielma on luonteeltaan laadullinen tutkimus, jonka analyysimenetelmänä hyödynnetään diskurssianalyysiä. Tutkimuksen media-aineisto koostuu Helsingin Sanomien ja Ylen uutisten Facebook-julkaisuista sekä julkaisujen kommenttiosioista. Medioiden tuottamat uutiset keskittyvät tarkastelemaan energian säästämistä asumisen kontekstissa. Aineisto sisältää kokonaisuudessaan 40 uutista sekä 1921 kuluttajien kommenttia.

Tutkimuksen ensimmäinen tavoite on rakentaa tutkimukselle teoreettinen viitekehys ja ymmärtää, miten uutismediat ja kuluttajat osallistuvat asumisen vastuullisuuden mielikuvien muodotumiseen sosiaalisessa mediassa. Teoriassa syvennetään ymmärrystä vastuullisesta asumisesta sekä vuorovaikutteisen mediaympäristön ja sen eri toimijoiden roolista kuluttajien mielikuvien rakentumisessa.

Toinen tutkimuksen tavoite on tunnistaa, millaisia asumisen energian säästämisen valtakurssseja uutismediat rakentavat sosiaalisessa mediassa. Diskurssianalyysin avulla uutisista on tunnistettu kolme uutismedioiden luomaa valtakurssia, joita ovat yhteiskunnallinen diskurssi, tulevaisuuden diskurssi sekä taloudellisen hyödyn diskurssi. Median uutisten analyysin tulosten perusteella voidaan todeta, että uutismediat luovat kokonaisuudessaan positiivista mielikuvaa asumisen energian säästämisestä.

Tutkimuksen kolmas tavoite on analysoida ja verrata, millaisia vastadiskurssseja kuluttajat rakentavat median valtakurssseihin asumisen energian säästämisestä sosiaalisessa mediassa. Aineiston kommenttiosioista on tunnistettu kolme vastadiskurssia, joita ovat ilmastokeskeinen diskurssi, yhteiskuntakriittinen diskurssi sekä energiakriisiä vähättelevä diskurssi. Vastadiskurssien analyysin tulokset osoittavat, että kuluttajat reagoivat median valtakurssseihin pääosin negatiivisesti, kritisoivasti ja sarkastisesti. Tutkimuksen tulokset auttavat ymmärtämään asumisen energian säästämisen mielikuvien rakentumista median ja sosiaalisen median kontekstissa.

AVAINSANAT: Vastuullinen asuminen, energian säästäminen, mielikuva, sosiaalinen media, media, valtakurssi, vastadiskurssi

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto | 6 |
| 1.1 | Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet | 8 |
| 1.2 | Tutkimusote ja lähestymistapa | 9 |
| 1.3 | Tutkimuksen rakenne | 10 |
| 2 | Media vastuullisen asumisen mielikuvien muodostajana | 13 |
| 2.1 | Mielikuvat | 13 |
| 2.1.1 | Mielikuvan käsite ja muodostuminen | 13 |
| 2.1.2 | Tunteiden ja mielikuvien yhteys | 16 |
| 2.1.3 | Mielikuvat sosiaalisessa mediassa | 17 |
| 2.2 | Vastuullinen asuminen | 19 |
| 2.2.1 | Vastuullisen asumisen käsite | 19 |
| 2.2.2 | Vastuullisen asumisen mielikuvat | 23 |
| 2.2.3 | Asumisen energiapäästöt ja energiankulutus | 24 |
| 2.3 | Median rooli sosiaalisessa mediassa | 29 |
| 2.3.1 | Media ja sen luomat diskurssit | 29 |
| 2.3.2 | Vuorovaikutteinen mediaympäristö | 32 |
| 2.4 | Teoreettinen viitekehys | 34 |
| 3 | Metodologia | 38 |
| 3.1 | Laadullinen tutkimus ja sosiaalinen konstruktionismi | 38 |
| 3.2 | Diskurssianalyysi | 39 |
| 3.3 | Tutkimuksen aineisto | 40 |
| 3.3.1 | Aineiston hankinta | 41 |
| 3.3.2 | Aineiston analyysi | 44 |
| 3.4 | Tutkimuksen luotettavuuden arviointi | 46 |
| 4 | Tutkimuksen tulokset | 49 |
| 4.1 | Median valtakurssit | 49 |
| 4.1.1 | Yhteiskunnallinen diskurssi | 50 |
| 4.1.2 | Tulevaisuuden diskurssi | 55 |

| | | |
|-------|---|----|
| 4.1.3 | Taloudellisen hyödyn diskurssi | 59 |
| 4.1.4 | Diskurssien esiintyminen medioittain | 66 |
| 4.2 | Kuluttajien vastadiskurssit | 67 |
| 4.2.1 | Ilmastoskeptinen diskurssi | 68 |
| 4.2.2 | Yhteiskuntakriittinen diskurssi | 72 |
| 4.2.3 | Energiakriisiä vähättelevä diskurssi | 75 |
| 5 | Johtopäätökset | 79 |
| 5.1 | Keskeisimmät tulokset ja johtopäätökset | 79 |
| 5.2 | Yhteiskunnalliset suositukset | 83 |
| 5.3 | Tutkielman rajoitukset ja jatkotutkimusehdotukset | 84 |
| | Lähteet | 86 |

Kuvat

| | | |
|----------------|---|----|
| Kuva 1. | Asumisen energiankulutus käyttökohteittain 2008-2021. | 25 |
|----------------|---|----|

Kuviot

| | | |
|-----------------|--|----|
| Kuvio 1. | Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet. | 8 |
| Kuvio 2. | Tutkimuksen rakenne. | 11 |
| Kuvio 3. | Mielikuvan ulottuvuudet. | 15 |
| Kuvio 4. | Asumisen energiapäästöjen tekijät. | 28 |
| Kuvio 5. | Mediavälitteinen vaikuttaminen hybridissä mediaympäristössä. | 33 |
| Kuvio 6. | Asumisen mielikuvien muodostuminen vuorovaikutteisessa media-ympäristössä. | 36 |
| Kuvio 7. | Diskurssit medioittain. | 67 |

Taulukot

| | | |
|--------------------|-----------------------|----|
| Taulukko 1. | Tutkimuksen aineisto. | 43 |
|--------------------|-----------------------|----|

1 Johdanto

Ilmastonmuutos on yksi aikamme suurimmista kriiseistä, joka vaikuttaa kokonaisvaltaisesti ilmaston lämpenemiseen ja sitä kautta negatiivisesti kaikkeen elämään maapallolla. Stoddard ja muut (2021) linjaavat, että energiantuotanto sekä -kulutus ovat tärkeässä roolissa ilmastonmuutoksen hillinnässä. Vuotta 2022 voidaankin pitää merkittävänä Euroopan energiankulutuksen kannalta. Venäjän aloittama hyökkäyssota Ukrainaan vuoden alussa aiheutti energiakriisin, joka on nostanut energian säästämisen puhutuksi aiheeksi medioissa (Euro & Talous, 2022). Energiakriisiksi voidaan kutsua tilannetta, jossa energiaa ei ehditä tuottamaan tai toimittamaan muualta samalla tahdilla kuin sitä kulutetaan, minkä seurauksena energiasta syntyy puutetta (Fingrid, 2022).

Energiamarkkinoiden kriisi syntyi, kun Venäjä vastasi Euroopan asettamiin pakotteisiin tiukentamalla maakaasun vientiä Eurooppaan (Virta, 2022). Tilanne aiheutti Suomessa energiapulan sekä hintojen nousun, mihin Suomi reagoi lisäämällä kotimaista energiantuotantoa sekä vähentämällä sen kulutusta (Kankare, 2023). Energian säästäminen onkin ollut tärkeä ja polttava aihe Suomessa sekä koko Euroopassa alkuvuodesta 2022 lähtien. Aiheen ajankohtaisuuden sekä yhteiskunnallisen merkityksen vuoksi energiankulutuksesta on uutisoitu tavallista enemmän juuri kotimaisissa medioissa.

Energiankulutus koskettaa erityisesti kotitalouksia, sillä energiaa käytetään asumisen useissa eri tarpeissa (Tilastokeskus, 2022a). Asuntojen ekologisella rakentamisella sekä kestäväällä asumisella on ympäristölle suuri merkitys, sillä noin kolmasosa Suomen ilmastopäästöistä on peräisin asumisesta ja sen toimista (Elonen, 2020). Yksilön valintoja tarkasteltaessa asuminen kuuluu suurimpiin päästönaiheuttajiin ohittaen kasvihuonepäästöissä liikenteen ja syömisen (YIT, 2022). Asuntojen lämmityksellä onkin kaikista suurin merkitys kotitalouksien energiankulutuksessa (Tilastokeskus, 2022a; Elonen, 2020). Muihin hiilipäästöihin voidaan lukea muun muassa veden- ja sähkönkulutus. Asumisen ekologisuutta on mahdollista edistää asumalla pienissä neliöissä, suosimalla vastuullisia lämmitysratkaisuja sekä huomioimalla energiatehokkuus asumiseen liittyvissä käytännöissä. (YIT, 2022.)

Vastuullinen asuminen on osa laajempaa asumisen murrosta, jonka pyrkimyksenä on ymmärtää asumisessa näkyviä rakenteita sekä siinä toteutuvia vuorovaikutuksellisia toimia. Sen tarkoitus on saavuttaa yhteiskunnallinen siirtymä kohti ekologisuuutta ja vähähiilisyttä. Se on ympäristöystävällistä asumista, jossa on otettu huomioon kehittyvä energiakorjaus sekä rakentamisen kokonaisvaltaiset ilmastovaikutukset. (Luonnonvarakeskus, n.d.) Energiankäytön näkökulmasta tarkasteltuna rakennukset ovatkin merkittävässä asemassa Suomessa, sillä ne ovat vastuussa yli kolmasosasta energiasta, jota kulutamme (Ympäristöministeriö, n.d.). Onkin selvää, että energiankulutus on olennainen ja tärkeä osa vastuullista asumista.

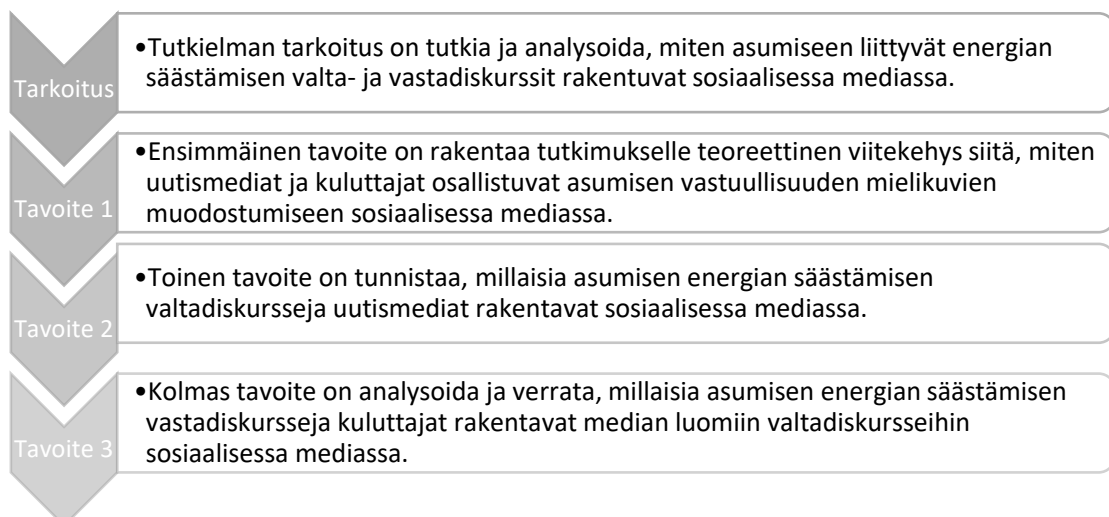
Media-aineistot sopivat hyvin selvittämään ihmisten mielikuvien rakentumista asumisen energian säästämisestä. Tutkimus osoittaa, että medialla on mahdollisuus muokata vastaanottajan mielikuvia ja reaktioita uutisoimistaan aiheista erilaisin kielellisin keinoin (Vowles & Hultman, 2021; Carvalho, 2007). Medialla on myös tärkeä rooli ilmastonmuutoksen hillinnässä ja siinä käytävässä keskustelussa (Carvalho, 2007; Ikäheimo & Vahti, 2021, s. 18). Sosiaalinen media viestintäympäristönä taas vaikuttaa ja muokkaa mielikuvien muodostumista sen vuorovaikutteisen luonteensa vuoksi (Xiong ja muut, 2018; Li ja muut, 2017; Del Vicario ja muut, 2016).

Burbachin ja muiden (2020) mukaan sosiaalisen median alustoja käytetään nykypäivänä yhä enemmän uutisten hakuun yhteydenpidon sijasta. Suomessa 43 % kuluttajista hyödyntää uutisten haussa sosiaalisen median alustoja, joista Facebookia pidetään kaikista suosituimpana (Media-alan tutkimussäätiö, 2020). Tiedon ja mielipiteiden jakaminen sen alustojen verkostoissa on yleistynyt, mikä on mahdollistanut tilanteen, jossa useampia näkökulmia nousee esiin (Bakshy ja muut, 2012). Sosiaalisella medialla ja sen verkostoilla onkin suuri merkitys käyttäjien mielikuvien rakentumisessa (Burbach ja muut, 2020). Tämän vuoksi on tärkeää tutkia, kuinka uutismedioiden ja sosiaalisen median vaikutukset näkyvät kuluttajien luomissa asumisen energian säästämisestä mielikuvissa. Tutkielma lisää ymmärrystä havaittuun tutkimusaukkoon, josta puuttuu asumisen energian

säästämisen tarkastelu median ja sosiaalisen median kontekstissa. Energiakriisi luo tutkimukselle myös uuden yhteiskunnallisen näkökulman.

1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoitus on tutkia ja analysoida, *miten asumiseen liittyvät energian säästämisen valta- ja vastadiskurssit rakentuvat sosiaalisessa mediassa*. Tässä tutkielmassa energian säästämällä tarkoitetaan kotitalouksien toimia, joiden avulla asumisen energiankulutusta vähennetään. Näihin toimiin kuuluvat asunnon lämmitys, vedenkulutus sekä kokonaisvaltainen sähkönkulutus. Sähkön säästämällä taas tarkoitetaan kotitalouksien toimia, joilla vähennetään sähkönkulutusta. Kuvio 1 havainnollistaa tutkielman tarkoitusta sekä sen kolmea osatavoitetta. Tutkimuksessa analysoidaan Helsingin Sanomien ja Ylen julkaisemia asumisen energian säästämisen uutisia Facebookissa. Uutisten analysoinnin jälkeen selvitetään Facebook-julkaisujen kommenttien ja reaktioiden avulla, millaisia vastadiskursseja kuluttajat rakentavat uutismedioiden luomiin valtakursseihin. Tutkimukselle asetetut kolme osatavoitetta käydään seuraavaksi tarkemmin läpi.



Kuvio 1. Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet.

Tämän pro gradu -tutkielman ensimmäinen tavoite on rakentaa tutkimukselle teoreettinen viitekehys siitä, miten uutismediat sekä kuluttajat osallistuvat asumisen vastuullisuuden mielikuvien muodostumiseen sosiaalisessa mediassa. Teoria syvenyy mielikuvan ja vastuullisen asumisen käsitteisiin. Se luo ymmärrystä siihen, millainen rooli mediaympäristöllä ja sen eri toimijoilla, kuten perinteisellä ja sosiaalisella medially on kuluttajan luomissa vastuullisen asumisen käsityksissä.

Toinen tutkimuksen tavoite on tunnistaa, millaisia asumisen energian säästämisen valtakursseja uutismediat rakentavat sosiaalisessa mediassa. Diskursseja pyritään tunnistamaan analysoimalla uutismedioiden julkaisemia uutisia heidän omilla Facebook-sivustoillaan. Analyysi toteutetaan hyödyntämällä diskurssianalyysiä, ja siinä otetaan huomioon Facebook-julkaisujen teksti, uutinen sekä kuva.

Kolmas tavoite on analysoida ja verrata, millaisia vastadiskursseja kuluttajat luovat median valtakursseihin asumisen energian säästämisestä sosiaalisessa mediassa. Analysoimalla uutismedioiden Facebook-julkaisujen alle kertyneitä kommentteja ja reaktioita tunnistetaan kuluttajien rakentamia diskursseja. Kommenttien ja reaktioiden analyysi keskittyy ainoastaan kuluttajien vastareaktioihin, jolloin muut käyttäjien reaktiot jäävät tutkimuksen ulkopuolelle.

1.2 Tutkimusote ja lähestymistapa

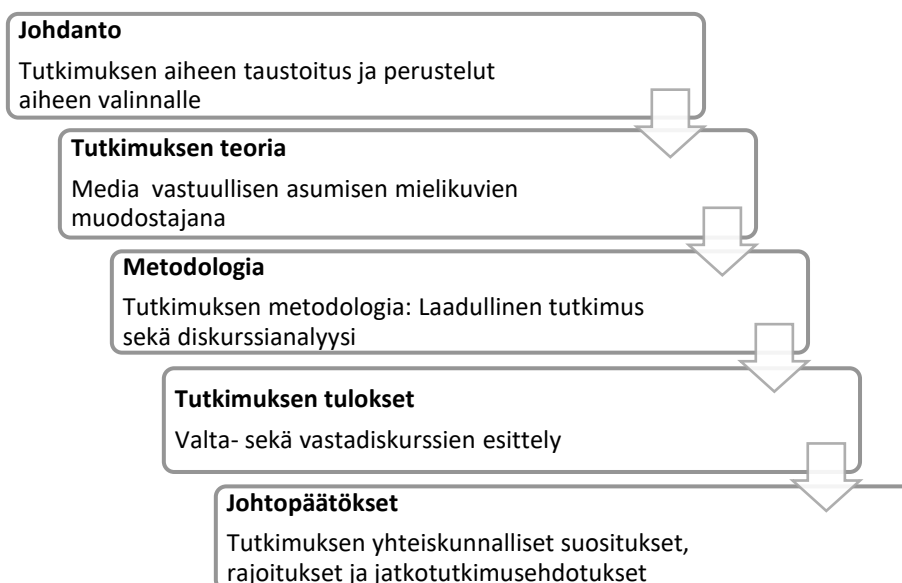
Tämä pro gradu -tutkielma on luonteeltaan laadullinen tutkimus ja se toteutetaan osana Decarbon-Home-tutkimushanketta. Decarbon-Home-hanke on osa yhteiskunnallista tutkimusohjelmaa, jonka tarkoitus on edistää asumisen ja rakentamisen kokonaisvaltaista kestävyden murrosta (Decarbon-Home, n.d.). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tarkoitus luoda käsitystä tutkittavasta ilmiöstä ja muodostaa siitä erilaisia tulkintoja (Puusa & Juuti, 2020, luku 1). Laadullinen menetelmä sopii tähän tutkimukseen, sillä pyrkimyksenä on ymmärtää, kuinka asumisen energian säästämisen valta- ja vastadiskurssit rakentuvat sosiaalisessa mediassa.

Tämä työ sitoutuu sosiaalisen konstruktionismin tieteenfilosofiseen suuntaukseen, joka toimii perustana diskurssianalyysille (Jokinen ja muut, 2016, s. 202). Tutkimuksen analyysimenetelmänä hyödynnetään diskurssianalyysiä, jonka mukaan todellisuus on vuorovaikutuksellista ja rakentuu erilaisin kielellisin keinoin (Jokinen ja muut, 2016, s. 21). Se tutkii kielen rakentamia merkitysten systeemejä erityisesti tekstejä analysoimalla (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 231–232). Tämä vuoksi diskurssianalyysi sopiikin hyvin tutkimaan media-aineistoja ja niiden luomia vuorovaikutuksellisia merkityssysteemejä liittyen asumisen energian säästämiseen.

Tämän tutkimuksen tekijä on kerännyt tutkittavan aineiston sosiaalisesta mediasta osana Decarbon-Home-hanketta. Ensimmäinen osa aineistosta koostuu Ylen ja Helsingin Sanomien Facebook-julkaisuista, joihin sisältyy julkaisun teksti, uutinen sekä kuva. Julkaisuja on yhteensä 40, joista 8 kuuluu Ylelle ja 32 Helsingin Sanomille. Tutkimuksen aineiston toinen osa koostuu Facebook-julkaisujen alle kertyneistä kommentteista, viestiketjuista ja reaktioista. Julkaisujen uutisten analyysin avulla saadaan selvitettyä, millaisia valtakursseja uutismediat rakentavat asumisen energian säästämistä. Aineiston kommenttien avulla tunnistetaan, millaisia vastadiskursseja kuluttajat rakentavat sosiaalisessa mediassa. Kerätty media-aineisto analysoidaan ottaen huomioon työn tavoitteet, teoreettinen viitekehys sekä laadullisen tutkimuksen periaatteet hyödyntäen diskurssianalyysiä.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tämän tutkimuksen rakenne koostuu viidestä pääluvusta, jota kuvio 2 havainnollistaa. Ensimmäinen pääluku on johdanto, jossa taustoitetaan tutkimuksen aihetta ja perustellaan sen tarpeellisuutta. Seuraavaksi lukijalle avataan tutkimuksen tarkoitus sekä siihen liittyvät kolme osatavoitetta. Lopuksi kerrotaan tutkimusotteesta ja lähestymistavasta sekä käydään läpi tutkimuksen rakenne.



Kuvio 2. Tutkimuksen rakenne.

Toisessa luvussa luodaan tutkimukselle teoreettinen viitekehys ja vastataan ensimmäiseen osatavoitteeseen. Teoreettinen viitekehys muodostuu neljästä alaluvusta, joista ensimmäinen käsittelee mielikuvan muodostumista ja sen rakentumista sosiaalisessa mediassa. Toinen alaluku tarkastelee vastuullisen asumisen käsitettä, sen mielikuvia sekä energiankulutuksen roolia osana kestäväää asumista. Teorian kolmas alaluku kuvaa median roolia sosiaalisessa mediassa. Siinä käsitellään vuorovaikutteista mediaympäristöä ja sen toimijoiden merkitystä kuluttajien asumisen vastuullisuuden käsityksissä. Teoriassa syvennyttään erityisesti perinteisen median ja sosiaalisen median rooliin mielikuvien muodostumisessa. Lopuksi neljäs alaluku muodostaa yhteenvedon tutkimuksen teoreettisesta viitekehyksestä, joka luo pohjan empiiriselle tutkimukselle ja sen etenemiselle.

Tutkimuksen kolmannessa luvussa tarkastellaan tutkimuksen metodologisia valintoja. Luvussa esitellään ja perustellaan laadullisen tutkimuksen ja diskurssianalyysin käyttäminen tämän työn tutkimusmenetelmänä. Luvussa esitellään myös tutkimuksen aineisto, sen keruuprosessi sekä analyysin eri vaiheet. Lopuksi arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta.

Neljännessä luvussa tuodaan esille tämän pro gradu -tutkielman tutkimustulokset. Aluksi luvussa esitellään uutismedioiden luomat asumisen energian säästämisen valtakurssit sekä avataan kontekstia, jossa ne ovat syntyneet. Valtakurssien esiintyvyyttä tarkastellaan suhteessa molempiin uutismedioihin sekä koko aineistoon. Seuraavaksi esitellään kommenttiaineistosta tunnistetut kuluttajien rakentamat asumisen energian säästämisen vastakurssit ja verrataan niitä median luomiin valtakurssisiin.

Tutkimuksen viidennessä luvussa esitetään tutkimustulokset tiivistetysti ja tehdään johtopäätöksiä tulosten hyödynnettävyydestä. Tutkimustuloksia tarkastellaan suhteessa asetettuihin tavoitteisiin sekä tutkimuksen tarkoitukseen. Viimeinen pääluo esittelee myös tutkimuksen yhteiskunnalliset suositukset, tutkielman rajoitukset ja jatkotutkimusehdotukset.

2 Media vastuullisen asumisen mielikuvien muodostajana

Tästä luvusta koostuu tutkimuksen teoriaosuus, joka käsittelee kokonaisuudessaan, miten uutismediat ja kuluttajat osallistuvat asumisen vastuullisuuden mielikuvien muodostamiseen sosiaalisessa mediassa. Teoriaosuus avaa, millainen rooli vuorovaikutuksellisella mediaympäristöllä ja sen toimijoilla on kuluttajan luomissa asumisen vastuullisuuden käsityksissä. Teoriaosuus on jaettu kolmeen lukuun, joista ensimmäinen käsittelee mielikuvien muodostumista. Toinen alaluku syventyy vastuullisen asumisen käsitteeseen sekä energiankulutuksen rooliin osana kestäväää asumista. Viimeinen alaluku tarkastelee perinteisen ja sosiaalisen median roolia vuorovaikutteisessa mediaympäristössä. Jokainen luku sisältää omia alalukuja, joiden avulla päästään käsittelemään aihetta syvällisemmin. Teoriaosuudessa tarkastellaan tutkimuksen aihetta kirjallisuuden sekä tieteellisen tutkimuksen kautta.

2.1 Mielikuvat

Tässä luvussa käydään läpi mielikuvan määritelmää sekä osatekijöitä, joista sen nähdään muodostuvan. Lisäksi tarkastellaan, millainen yhteys tunteilla ja mielikuvilla on. Lopuksi luvussa käsitellään, millainen merkitys sosiaalisen median vuorovaikutteisella ympäristöllä on mielikuvien muodostumisessa.

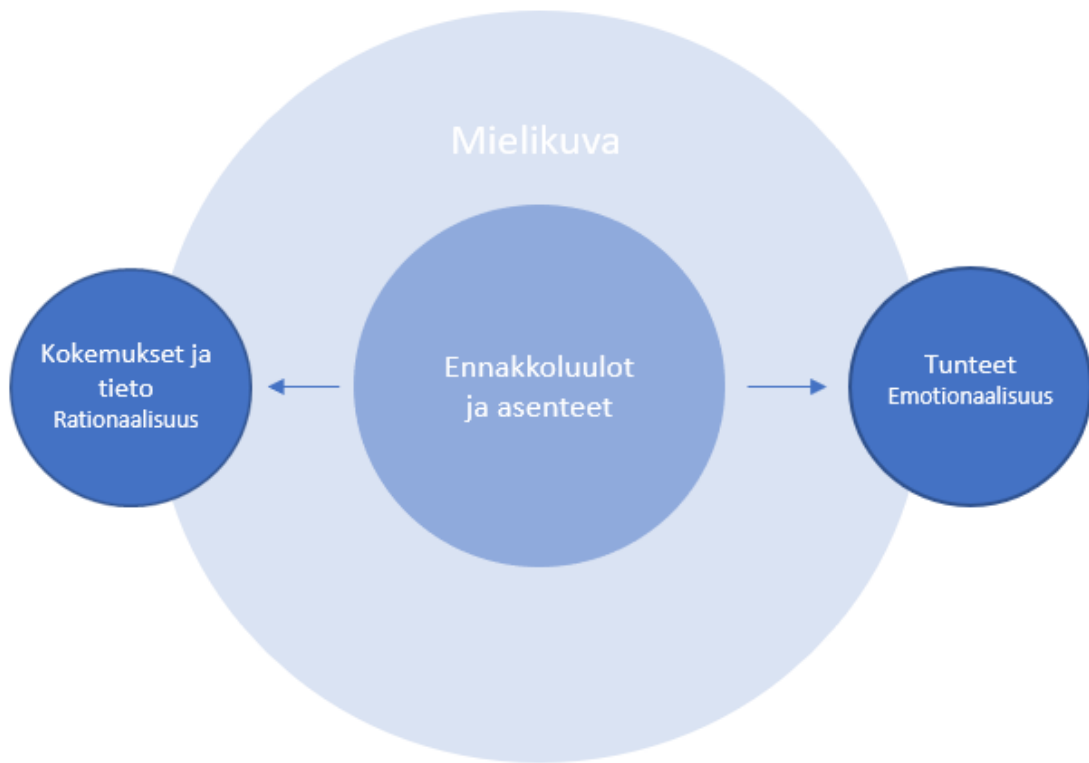
2.1.1 Mielikuvan käsite ja muodostuminen

Kielitoimiston sanakirja (2022) havainnollistaa mielikuvan käsitettä sanoin: ”sisäinen, psyykinen kuva jostakin”. Terveyskirjaston (2016) mukaan psyyke ymmärretään ihmisen tajunnan ja alitajunnan muodostamana mielenä, joka sisältää tuntemuksia ja ajatuksia. Kosslyn ja muut (2001) taas havainnollistavat mielikuvan käsitettä sanoin: ”nähdä mielen silmällä tai kuulla mielen korvalla”. Isohookanan (2007, s. 19–20) mukaan mielikuvaa voidaan pitää aina subjektiivisena kokemuksena, sillä se on ihmisen sisäisesti syntynyt

kuva tai jonkin havainnon ja tapahtuman aiheuttama tuntemus. Hän jatkaa sisäisen maailman kuvaamista ihmisen henkilökohtaisena todellisuutena, jossa mielikuvat muodostuvat.

Perinteisesti mielikuvaa on luonnehdittu mielen visuaalisena kuvana, joka toteutuu esimerkiksi ajatteleamalla jotakin asiaa silmät suljettuina (Kind, 2001). Nanay (2017) kuitenkin korostaa, että mielikuvia on mahdollista kokea aistien kaikissa ilmenemismuodoissa. Mielikuvan muodostaminen ei vaadi myöskään aina tiedollista tai vapaaehtoista toimintaa, vaan sen voi saada aikaan jokin ulkoinen tapahtuma (Pearson ja muut, 2015). Nanay (2018) laajentaa mielikuvan muodostumisen käsitettä multimodaalisuudella, joka kuvaa mielikuvan syntymistä jonkin toisen aistiärsyksen aiheuttamana. Hyvä esimerkki multimodaalisen mielikuvan syntymisestä on kuulla liikenteessä auton jarruttavan ilman näköhavaintoa ja luoda mielikuva tapahtumasta.

Mielikuvat muodostuvatkin useammasta osatekijästä, eikä niiden rakentumiseen tarvita aina omakohtaista kokemusta. Kuvio 3 havainnollistaa erilaisia ulottuvuuksia ja vallitsevia elementtejä, joista mielikuva ihmisen sisällä muodostuu. Vaikka ennakkoluulot ja asenteet toimivat perustana mielikuvien rakentumisessa, on rationaalisilla ja tunteisiin perustuvilla osatekijöillä myös suuri merkitys niiden muodostumisprosessissa. On otettava huomioon, ettei mikään kuvion elementeistä ole toisistaan riippumaton. Vaikka ymmärryksemme ja kokemuksemme pohjautuvat todellisiin tapahtumiin ja rationaalisuuteen, voi niitäkin muovata muiden elementtien aiheuttamat ajatusten vinoumat. (Isohookana, 2007, s. 20.) Mielikuvat muodostuvat siis pääosin sekoituksesta emotionaalista ja tiedollista historiaamme, johon linkittyy tiedostamattomat sekä tiedolliset kokemuksemme. Esimerkiksi nuori, jonka kasvatukseen ja koulutukseen on sisällytetty vastuullisia arvoja, voi luoda positiivisia mielikuvia vastuullisista yrityksistä. Jos nuoren ystävät ovat kuitenkin vakuuttuneita, että vastuullisesti toimivat yritykset harjoittavat viherpesua, voi enemmistön mielipiteellä olla merkitystä alkuperäisen mielikuvan muuttumiseen.



Kuvio 3. Mielikuvan ulottuvuudet (mukaillen Isohookana, 2007, s. 20).

Seuraavaksi käsitellään hieman tarkemmin mielikuvan ulottuvuuksiin sisältyviä ennakkoluuloja. Stereotyyppit ovat ennakkoluuloja, jotka koostuvat kulttuurillisesti syntyvästä tiedosta. Ne levittyvät vuorovaikutuksessa ja syntyvät, kun ihmiset liittävät tiettyjä piirteitä määrättyyn ihmisryhmään. Juuri vuorovaikutuksella nähdään olevan olennainen osuus stereotyyppisten asenteiden ylläpidossa ja lujittumisessa. (Lyons & Kashima, 2003.) Ihmisten nähdäänkin hyödyntävän stereotyyppioita juuri erilaisissa viestinnällisissä tilanteissa (Clark & Kashima, 2007). Stereotyyppioilla on suuri rooli ennakkoluulojen ja asenteiden muodostumisessa, minkä vuoksi ne ovat myös merkittävässä asemassa mielikuvien muodostumisessa. Stereotyyppioiden hyödyntäminen voi näyttäytyä sosiaalisen median kontekstissa niin, että kommentoija jakaa ennakkoluuloihin perustuvaa tietoa yrittäessään luoda yhteyttä muihin keskustelijoihin tai saadakseen mielipiteilleen kannatusta.

Mielipiteemme muodostuvat suurelta osin osana sosiaalisia vuorovaikutussuhteita (Acemoglu & Ozdaglar, 2011; Moussaid ja muut, 2013). Niiden nähdään kehittyvän ja muokkautuvan jatkuvasti erilaisissa sosiaalisissa olosuhteissa. Voidaan myös todeta, että oppimisella on oma sosiaalinen ulottuvuutensa, johon kuuluu käyttäytymisen tulkintaa osana tiedon omaksumista. Vuorovaikutuksellisella ympäristöllämme on siis merkittävä rooli siinä, millaisia mielipiteitä muodostamme. (Acemoglu & Ozdaglar, 2011.) Kuviossa 3 esiintyviin todellisuuteen perustuviin elementteihin, kuten elämäkokemuksiin ja tietoon voidaan näin yhdistää sosiaalinen ulottuvuus, joka muokkaa tulkintojamme ja mielipiteitämme.

Moussaid ja muut (2013) tukevat ajatusta siitä, että vuorovaikutuksella on merkitystä mielipiteiden muodostumisessa. Heidän tutkimuksensa mukaan vuorovaikutuksen nähdään lisäävän luottamusta omiin ajatuksiin silloin, kun osallistujat ovat yksimielisiä keskusteltavasta aiheesta. Ajatus voidaan yhdistää kognitiiviseen vinoumaan vahvistusharaan, jonka mukaan ihminen etsii ja keskittää huomionsa vain sellaiseen tietoon, joka tukee jo muodostuneita ajatuksia ja mielikuvia (Nickerson, 1998). Erilaisilla kognitiivisilla vinoumilla voi olla merkitystä siihen, miten koemme ja tulkitsemme todellisuutta ja millaisia mielikuvia asioista luomme. Kognitiivista vinoumaa voidaan kuvata ajattelun harhalla, jonka seurauksena emme käsittele ympärillämme olevaa tietoa puolueettomasti, vaan tiedon tulkintaa häiritsee elämän aikana kerryttämämme kokemukset (Stanborough, 2020).

2.1.2 Tunteiden ja mielikuvien yhteys

Tutkimuksen mukaan tunnekokemuksilla ja tunteilla on merkittävä rooli mielikuvien muodostumisessa (Pearson ja muut, 2015; Holmes & Mathews, 2010). Erityisesti voimakkaat ja negatiiviset emotionaaliset mielikuvat voivat haitata ihmisen toimintakykyä. Tällaisilla emotionaalisilla mielikuvilla onkin nähty olevan yhteys erilaisiin mielenterveyden häiriöihin. (Holmes & Mathews, 2010.) Tunteilla voi siis olla merkitystä mielikuvien voimakkuuteen ja siihen, kuinka tulkitsemme ja käsittelemme mielikuviamme.

Holmesin ja Mathewsin (2010) tutkimuksen mukaan mielikuvilla voidaan vastavuoroisesti muokata ihmisten tunnekokemuksia niin miellyttävään kuin epämiellyttäväänkin suuntaan. Tutkimuksen mukaan mielikuvien luominen ja kuvittelemisen aiheuttavat ihmisessä suuremman tunnereaktion kuin vastaavat verbaliset ärsykkeet. Voidaan siis ajatella, että ihminen kokee voimakkaampaa ahdistusta silloin, kun häntä pyydetään kuvittelemaan ilmastonmuutoksen aiheuttama tuho, verrattuna tilanteeseen, jossa hänelle todetaan sama asia sanallisesti.

Hirschin ja Holmesin (2007) mukaan mielikuvilla on merkittävä rooli erilaisissa mielen-terveyden häiriöissä sekä niihin linkittyvissä tunnekokemuksissa. Heidän tutkimuksensa mukaan negatiiviset mielikuvat voivat laukaista negatiivisen tunnereaktion, joka edesauttaa mielenhäiriön ylläpitämistä. Mielikuvaharjoittelua voidaanakin hyödyntää tunnetilojen muokkaamiseen ja sen avulla pyrkiä muuttamaan käyttäytymistä haluttuun suuntaan (Knäuper ja muut, 2011; Holmes ja muut, 2016). Voidaan todeta, että mielikuvilla ja tunteilla on vahva vuorovaikutuksellinen yhteys, joka voi heijastua ihmisen toimintakykyyn ja säädellä mielikuvan kokemuksen voimakkuutta.

2.1.3 Mielikuvat sosiaalisessa mediassa

Sosiaalista mediaa voidaan kuvata verkon viestintäympäristöksi, jonka kanavat eroavat toiminnallaan ja tarkoituksellaan. Se on jatkuvassa vuorovaikutuksessa muun median kanssa, eikä sitä voida pitää irrallisena osana siitä. Sosiaalinen media muodostaa lukuisia toisiinsa kytkeytyviä verkostoja, jotka mahdollistavat tiedon ja sisällön leviämisen nopeasti ja vaivattomasti. Vuorovaikutuksen nähdäänkin olevan olennainen osa sen eri alustoja. Esimerkiksi Facebookin pääasiallinen tarkoitus on keskittyä erilaisten sosiaalisten vuorovaikutusten ja yhteisöjen rakentamiseen. (Seppänen & Väliverronen, 2012. s. 25–28.)

Wun ja Hubermanin (Moussaid ja muut, 2013) mukaan viestintävälineiden digitaalisen murroksen vuoksi ihmiset ovat yhä alttiimpia sosiaaliselle tiedolle. Tämä näkyy erityisesti sosiaalisessa mediassa, jossa käyttäjät altistuvat rajattomalle määrälle muiden ihmisten mielipiteitä ja ajatuksia. Xiong ja muut (2018) ovat tutkimuksessaan todenneet vuorovaikutuksen olevan olennaisessa roolissa mielipiteiden muodostumisessa sosiaalisen median kontekstissa. Tutkimuksen mukaan sitä voidaan hyödyntää erilaisten suosittelujärjestelmien käyttökokemuksen vahvistamiseen, jolla on merkitystä siihen, millaista sisältöä meille sosiaalisessa mediassa tarjotaan. Voidaankin todeta että, sosiaalinen media viestintäympäristönä tarjoaa omanlaisensa ehdot informaation näkyvyydelle ja on siksi suuressa roolissa mielipiteiden muodostumisessa.

Burbachin ja muiden (2020) mukaan sosiaalista mediaa hyödynnetään yhä enenevässä määrin tiedon hankintaan. Tiedon jakaminen eteenpäin on yleistynyt ja mahdollistanut tilanteen, jossa yhä suurempi valikoima erilaisia mielipiteitä ja ajatuksia nousee esiin (Bakshy ja muut, 2012). Myös tiedon omaksuminen sosiaalisessa mediassa eroaa perinteiseen mediaan alustan vuorovaikutteisen luonteen vuoksi, sillä sosiaalisessa mediassa mielipiteiden muodostuminen rakentuu niin julkaisujen sisällön kuin muidenkin käyttäjien käytöksen ja kommenttien perusteella (Li ja muut, 2017). Emme voi siis käsitellä sosiaalisesta mediasta hankkimaamme uutistietoa täysin objektiivisesti median tuottamana, sillä se muuttuu ja kehittyy vuorovaikutuksessa. Esimerkiksi median Facebookissa julkaistun uutisen alle rakentunut keskustelu uutisen aiheesta, voi muokata olennaisesti lukijan mielikuvaa. Jos esimerkiksi energian säästämiseen liittyvää uutista kritisoidaan kommenttiosiossa, se voi muuttaa lukijan mielipidettä uutisoidusta aiheesta negatiiviseen suuntaan.

Myös vahvistusharhan nähdään voimistuvan sosiaalisen median kontekstissa ja luovan vastakkainasettelua eri mielipiteiden välillä (Bessi ja muut, 2015; Del Vicario ja muut, 2016). Tutkimus osoittaa, että sosiaalinen media ja erityisesti Facebook on otollinen paikka mielipiteiden polarisoitumiselle, sillä siellä tiedon jakaminen ja levittäminen on helppoa. Mielipiteiden polarisoituminen taas voi säädellä tiedon objektiivista tulkintaa

negatiiviseen suuntaan. (Del Vicario ja muut, 2016.) Se voi myös estää ihmistä altistumasta tiedolle ja mielipiteille, jotka eroavat omista näkemyksistä (Bessi ja muut, 2015). Voidaan siis ajatella, että käyttäjä on alttiimpi mielipiteiden polarisoitumiselle ja rajatulle informaatiolle silloin, kun hän hankkii tietonsa ainoastaan sosiaalisesta mediasta.

Pristlin (2020) mukaan myös erilaiset visuaaliset ärsykkeet, kuten kuvat ja videot muodostavat merkittävän pohjan mielikuvien muodostumiselle. Sosiaalinen media sisältää paljon visuaalisia elementtejä, kuten kuvia ja videoita, joilta kuluttaja ei voi välttyä. Voidaankin todeta, että sosiaalisessa mediassa vastuullisuutta käsittelevän uutisen yhteyteen liitetyllä kuvalla voi olla merkitystä siihen, millaisia mielikuvia ja tunteita aiheeseen yhdistetään.

2.2 Vastuullinen asuminen

Tässä luvussa tarkastellaan vastuullisen asumisen käsitettä sekä sen osatekijöiden roolia yhteiskunnassa ja sen kehittymisessä toimivampaan ja tasapainoisempaan suuntaan. Luvussa käsitellään, millaisia ovat vastuullisen asumisen mielikuvat ja millaisina ne Suomessa näyttäytyvät. Lopuksi syvennytään energiankulutuksen rooliin vastuullisessa asumisessa sekä asumisen energiapäästöihin vaikuttaviin tekijöihin.

2.2.1 Vastuullisen asumisen käsite

Vastuullisuutta voidaan kuvata taloudellisen, sosiaalisen sekä ekologisen ulottuvuuden avulla (Jussila, 2010, s. 15–16). Nämä kolme osatekijää toimivat limittäin ja yhteydessä toisiinsa lukuisin eri tavoin. Aiemmassa tutkimuksessa vastuullisuutta on myös kuvattu kestävä, ympäristöystävällisen (Raymundo ja muut, 2019) tai vähähiilisen (Lovell, 2004) käsitteiden synonyymeinä. Vaikka itse vastuullinen asuminen on käsitteenä vielä

suhteellisen uusi, voidaan siihen yhdistää samoja osa-alueita kuin vastuullisuuden määritelmäänkin.

Lovellin (2004) mukaan asuminen on kestävää silloin, kun sen sosiaaliset ja ekologiset hyödyt ylittävät keskivertaisen asumisen hyödyt. Asumisen ekologiset hyödyt täyttyvät silloin, kun hiilidioksidipäästöt ovat pienempiä suhteessa keskivertoasunnon tuottamiin päästöihin. Niiden vähentäminen kestäväälle tasolle vaatiikin usein rakentamiseen liittyviä edellytyksiä, kuten vihreitä energiamuotoja hyödyntävää teknologiaa, alhaista energiankulutusta tukevaa suunnittelua tai rakennuksen lämmöneristyksen toimivuutta (Lovell, 2004.) Carruthers ja muut (2013) taas kuvaavat asumisen hiilineutraaliutta tilanteena, jossa rakennusten energiapäästöt on laskettu lähes kokonaisuudessaan nollan tasolle. Ilmastokeskustelussa nettonollapäästö onkin usein esiin nouseva käsite, joka kuvaa omien hiilipäästöjen täyttä kompensointia suhteessa ilmakehään (Finnwatch, 2021).

Asumisen merkitystä ilmastonmuutoksessa ei voida vähätellä, sillä sen aiheuttama energiankulutus muodostaa neljänneksen koko Euroopan maiden energiankulutuksesta. Ilmaston lämpötilan vaihteluiden nähdään kuormittavan asumisen sektoria ja kylmän ilman lisäävän kotitalouksien energiankäyttöä. (Euroopan ympäristökeskus, 2018.) Euroopan unioni onkin asettanut jäsenmailleen vaatimuksia asumisen sektorin energiankulutuksen tehostamiselle. Energiastehokkuusdirektiivin tarkoitus on leikata asumisen aiheuttamia energiapäästöjä merkittävästi vuoteen 2030 mennessä (Euroopan komissio, 2022.)

Voidaan todeta, että asumisen hiilidioksidipäästöt ovat olennaisin osa vastuullisen asumisen ekologista ulottuvuutta. Kotitalouksien lämmitysmuodolla, koolla sekä ihmisten asumiseen liittämällä käytänteillä on merkitystä hiilidioksidipäästöihin, ja niitä muuttamalla voidaankin vähentää asumisen ilmastokuormaa. Suomessa muutosta voidaan edistää esimerkiksi korvaamalla kotitalouksien öljylämmitys vastuullisemmalla energiamuodolla. Tällaiset muutokset vaativat kuitenkin taloudellisia resursseja, joita kaikilla

suomalaisilla ei ole. Erilaiset yhteiskunnan taloudelliset kannustimet ja tuet antavat myös näille väestöryhmille mahdollisuuden toteuttaa vastuullisempaa asumista. (Lounasheimo & Cederlöf, 2021.)

Yhteiskunnan ekologisuutta kehittävät taloudelliset tuet ovat hyvä esimerkki siitä, kuinka vastuullisen asumisen eri ulottuvuudet ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Yhteiskunta tukee taloudellisesti asukkaitaan kohti ekologista käyttäytymistä. Samalla se ottaa huomioon vastuullisen asumisen sosiaalisen ulottuvuuden niin, ettei se jätä vähävaraisempia epätasa-arvoiseen asemaan asumisen vastuullisuusmurroksessa. Taloudelliset tuet lisäävät näin tasa-arvoa sekä ympäristön hyvinvointia. Samalla yhteiskunnan, sen kansalaisten sekä ympäristön hyvinvointi tukee tasapainoista ja kestävää talouskasvua (Sosiaali- ja terveysministeriö, 2023).

Asumisen vastuullisuutta ei tule tarkastella ainoastaan energiatehokkuuden näkökulmasta, vaan siinä on otettava huomioon erilaiset vuorovaikutukselliset tekijät, kuten ihmisten tavat ja sosiokulttuuriset käytänteet (Hagbert & Femenias, 2015; Gram-Hanssen, 2011). Juuri asumisen käytänteiden muuttaminen ympäristöystävällisempään suuntaan on tärkeä osa kokonaisvaltaista kestävää asumista (Gram-Hanssen, 2011). Ympäristöystävällisten ja sosiaalisten vastuullisuuden ulottuvuuksien yhdistäminen asumisessa olisi-kin tärkeää, jotta ihmisten kulutustottumuksia pystyttäisiin kehittämään (Hagbert & Femenias, 2015). Myös Marckmann ja muut (2012) puhuvat asumisen kestävyden kehittämisen puolesta yhteisasumisen kontekstissa, jossa sosiaalinen ympäristö voi kannustaa käyttäytymään ympäristöystävällisesti. Parhaimmillaan tällainen sosiaalisten ja ekologisten ulottuvuuksien yhdistäminen asumisessa voi siis muokata yksilön käyttäytymistä vastuullisempaan suuntaan. Asuinympäristöillämme sekä sosiaalisilla käytänteillämme on merkitystä siihen, kuinka toteutamme yksilöinä sekä yhteisönä vastuullista asumista.

Ympäristöministeriö (2023) kuvaa sosiaalista vastuullisuutta kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin tukemisena, mikä tarjoaa yhtäläiset edellytykset jokaiselle suomalaiselle.

Taloudellisen ulottuvuuden nähdään varmistavan lähtökohdat sosiaaliselle hyvinvoinnille, mikä näkyy suoraan siinä, kuinka ihmiset kykenevät toteuttamaan ympäristön hyvinvointiin liittyviä toimia (Ympäristöministeriö, 2023). Asumisen kontekstissa sosiaalinen vastuullisuus näyttäytyy yhteiskunnan erilaisina avustuksina. Esimerkiksi EU:n energiatehokkuusdirektiivi pyrkii parantamaan heikommassa taloudellisessa asemassa olevien kansalaisten tilannetta erilaisilla energiaan liittyvillä tukitoimilla, kuten neuvonnalla ja tiedottamisella (Euroopan komissio, 2022). Myös Suomessa Energiavirasto tarjoaa kansalaisille ilmaista energianeuvontaa kehittääkseen energiankulutuksen vihreää siirtymää (Motiva, 2023a).

Lounasheimon ja Cederlöfin (2021) mukaan talouden tulee toimia vuorovaikutuksessa ympäristön kanssa, sillä ekologisuutta kehittävien toimien nähdään olevan myös taloudelle kannattavaa toimintaa. Maailman ilmastotavoitteiden nähdäänkin avaavan suomalaisille potentiaaliset markkinat, sillä Suomi luo tehokkaasti edistyksellistä teknologiaa, joka tukee luonnonvarojen kestävästä käyttöä. Asumisen sektorilla tämä voisi näkyä esimerkiksi energiatehokkuuden kehityksessä. (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2022.) Vastuullisen asumisen taloudellinen ja ekologinen ulottuvuus voivatkin näin ruokkia toistensa toimintaa ja kehitystä.

Asumisen vastuullisuutta säädellään myös erilaisin taloudellisin keinoin. Esimerkiksi EU:ssa tämä näkyy vasta päivitetyn energiatehokkuusdirektiivin myötä. Direktiivi velvoittaa jäsenmaitaan rakentamaan vähähiilisesti sekä tekemään peruskorjauksia rakennuksiin, jotka eivät täytä energiatehokkuuden vaatimuksia. (Euroopan parlamentti, 2023.) Myös Suomessa yrityksiltä sekä yksilöiltä vaaditaan toimia ekologisen vastuullisuuden edistämiseksi energiaverotuksen avulla (Valtiovarainministeriö, n.d.). Asumisen taloudellisen vastuullisuuden voidaankin nähdä kytkeytyvän vahvasti politiikkaan ja siellä tehtäviin päätöksiin.

2.2.2 Vastuullisen asumisen mielikuvat

Vastuullisen asumisen mielikuvat linkitetään usein ekologisuuteen ja vähähiilisyyteen (Lowell, 2004; Carruthers ja muut, 2013). Tieteellisessä tutkimuksessa nousee kuitenkin usein esiin käsite asumisen holistisuudesta (Hagbert & Femenias, 2015; Miller & Buys, 2013; Raymundo ja muut, 2019). Millerin ja Buysin (2013) mukaan holistinen näkemys ottaa asumisessa tasavertaisesti huomioon vastuullisuuden kaikki ulottuvuudet. Heidän mukaansa asumisen vastuullisuutta on katsottava kokonaisvaltaisesti niin, että rakennuksen koko elinkaari ja sen aiheuttama ympäristökuorma otetaan tarkasteluun.

Raymundo ja muut (2019) jatkavat, että asumista ja sen suunnittelua tulisi ajatella ensisijaisesti rakennuksen ympäristön näkökulmasta, minkä nähdään tukevan myös asukkaiden hyvinvointia. He ymmärtävät ihmisen, asuinrakennuksen ja sen ympäristön terveyden vuorovaikutuksellisenä ja toisiinsa kytkeytyvänä voimavarana. Voidaankin todeta, että vastuullisessa asumisessa on ymmärrettävä asukkaan ja ympäristön välistä suhdetta, jotta siitä on mahdollista tehdä kestävää.

Myös Suomessa vastuullisen asumisen holistisuuden tärkeys on tunnistettu, ja sitä varten on kehitetty strategisia toimia. Valtioneuvoston (2022) julkaisema Kansallinen luonnon virkistyskäytön strategia on uudistus, jonka avulla pyritään takaamaan suomalaisten luontoyhteyden säilyttäminen myös kaupunkiolosuhteissa. Uudistus tuo virkistysympäristöt paremmin urbaanialueiden käytettäväksi ja pyrkii näin parantamaan kansalaisten kokonaisvaltaista hyvinvointia. Virkistyskäytön strategia tukee ajatusta siitä, että ihmisen hyvinvointi ja luonto ovat vahvasti yhteydessä toisiinsa.

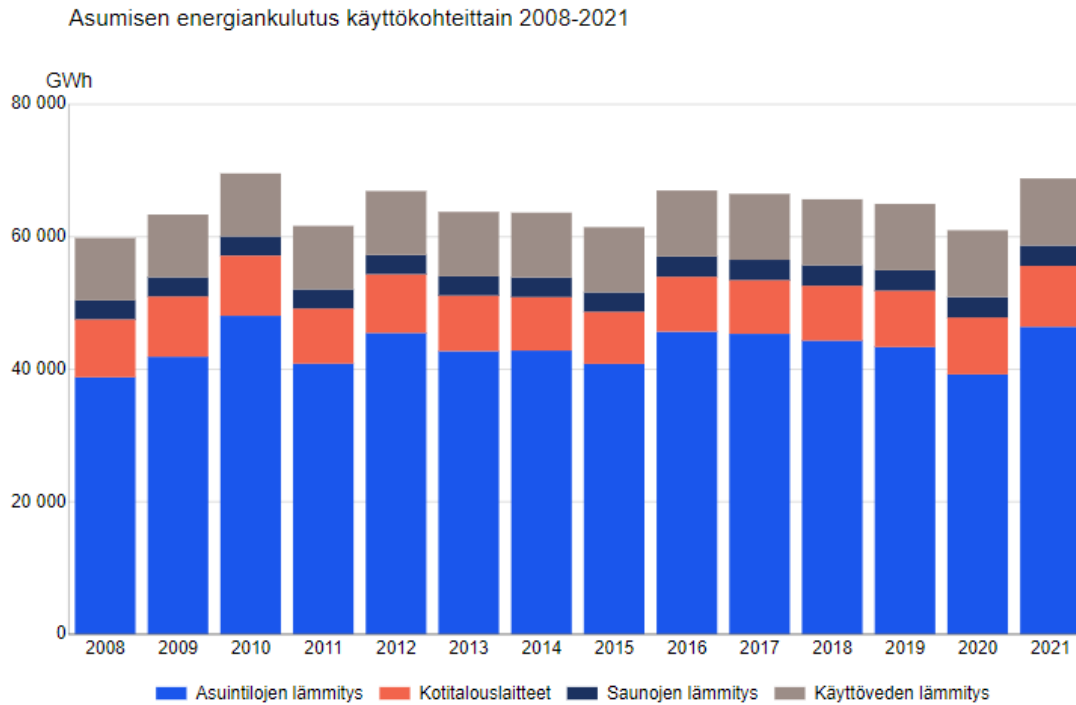
Suomalaisten nähdään liittävän myös ympäristöystävällisiä arvoja vastuullisen asumisen mielikuvaan. Vainio ja muut (2019) ovat tutkineet suomalaisten käsityksiä energiamuutosten muutoksesta ja niiden tulevaisuudesta. Tutkimuksessa selvisi, että suomalaiset pitävät uusiutuvia energiamuotoja tarpeellisina ja näkevät niiden käytön lisääntyvän tulevaisuudessa Suomessa. Samalla koettiin, että kuluttajien tietämys liittyen vastuullisiin energiamuotoihin tulee lisääntymään (Vainio ja muut, 2019). Suomalaisten mielikuvat

energiamuodon roolista osana vastuullisuutta nähdään siis positiivisena sekä kehittyvänä. Tulokset voivat antaa myös viitettä siitä, että suomalaisilla on muutosvalmiutta siirtyä kohti kestävämpiä energiamuotoja. Myös Nrepin (Valkama & Sjöberg, 2021) selvityksen mukaan suomalaisten kotitalouksien tyytyväisyyden nähdään kasvavan vastuullisten arvojen myötä.

2.2.3 Asumisen energiapäästöt ja energiankulutus

Kuluttamisen näkökulmasta tarkasteltuna asumisen päästöt ovat yksi suurimmista ilmastonmuutoksen takana olevista tekijöistä, minkä vuoksi niitä onkin tärkeää seurata (Schrader & Thøgersen, 2011). Asumisen päästöt muodostavat noin 30 % osuuden yksittäisen suomalaisen ilmastokuormasta, joista seuraavaksi suurimmat päästöt ovat peräisin liikenteestä sekä ravitsemuksesta (YIT, 2022; Suomen Ilmastopaneeli, 2020). Asumisen ilmastokuormaan sisältyy koko rakennuksen elinkaaren ajalta kertyvät päästöt asunon rakentamisvaiheesta kunnossapitoon ja purkamiseen (Hiilihelppi, n.d.). Siihen kuuluu myös asumisen energiankulutuksen päästöt, jotka ovat nousseet nykyaikana olennaiseksi osaksi vastuullista asumista. Asuintilan lämmityksellä onkin merkittävä osuus asumisen energiapäästöissä, kun veden- ja sähkönkulutus muodostavat loput kotitalouksien energiankulutuksesta (YIT, 2022).

Alla näkyvä kuva 1 havainnollistaa asumisen energiankulutuksen jakautumista suomalaisissa kodeissa vuosina 2008–2021. Kuvasta voidaan huomata, että kotitalouksien energiankulutuksesta suurin osuus on koostunut asuntojen lämmityksestä. Vuonna 2021 tämä osuus oli jopa 67 % kokonaiskulutuksesta. Loput kotitalouksien energiankäytöstä koostuvat kodinkoneista (13 %), lämpimän veden kulutuksesta (15 %) sekä saunomisesta (4–5 %). (Tilastokeskus, 2022a.) Asumisen energiapäästöillä onkin merkitystä yksittäisen suomalaisen hiilijalanjälkeen, ja kodin energiankulutuksen vähentäminen on järkevä tapa edistää asumisen vastuullisuutta.



Kuva 1. Asumisen energiankulutus käyttökohteittain 2008–2021 (Tilastokeskus, 2022a).

Ilmastolla nähdään olevan merkitystä asumisen energiapäästöihin, sillä mitä alhaisempi lämpötila on, sitä suurempi kotitalouksien lämmityksen tarve on. Ulkoilman korkea lämpötila taas vähentää kotitalouksien lämmityksen tarvetta, mutta nostaa vedenkulutusta. Suhteessa kylmällä ilmalla on kuitenkin merkittävämpi rooli energiapäästöjen nousussa. (Tilastokeskus, 2022a.) Suomen pohjoisella sijainnilla ja talven lämpötilan laskulla on suuri merkitys asuntojen lämmityksen korostumiseen asumisen päästöissä (Vainio ja muut, 2019). Asumisen vastuullisuutta ajateltaessa energian säästäminen korostuu juuri suomalaisen kuluttajan kohdalla, sillä kotitalouksien lämmityksen päästöt ovat suoraan sidoksissa ilmastoon ja sen muutoksiin.

Maailman tämänhetkinen energiantuotanto on maapallon kannalta kestävämmällä tasolla, minkä vuoksi sen tulisi siirtyä uusiutumattomista energialähteistä kohti uusiutuvia energialähteitä (Markard ja muut, 2012). Motivan (2023b) mukaan tällainen siirtymä tarkoittaa energialähteiden fossiilittomuutta, kuten vedestä tai tuulesta hankittua voimaa. Tilastokeskuksen (2022b) mukaan suomalaisten sähköntuotannon energialähteet ovat

siirtyneet viimeisen kymmenen vuoden sisällä merkittävästi vihreämpään suuntaan uusiutumattomien energialähteiden osuuden pienentyessä. Kuluttajalla on mahdollisuus valita, millaista energiaa asunnon sähkönkulutuksessa käytetään. Kodin energiaviisaus näkyykin valitsemalla uusiutuvista energialähteistä koostuvan sähkösopimuksen (YIT, 2022).

Energiatehokas rakentaminen on tärkeää, sillä sen merkitys asumisen energiapäästöihin on suuri. Sen tärkein tehtävä on poistaa tarvetta asuintilan lämmittämiseksi erilaisten rakenteellisten toteutuksien avulla. Esimerkiksi auringon valosta saatua energiaa voidaan käyttää hyväksi sijoittamalla rakennus niin, että se laskee ylimääräistä valaisun sekä lämmittämisen tarvetta. (Lylykangas ja muut, 2015, s. 2.) Asumisen vastuullisuuden kannalta on merkitystä, miten ja milloin talo on rakennettu (YIT, 2022). Energiatehokas rakentaminen onkin luonnollinen ja tehokas tapa hyödyntää jo olemassa olevia luonnon resursseja asumisen päästöjen vähentämiseen.

Rakennusten energiankulutuksen laskeminen onnistuu myös erilaisilla energiakorjauksilla. Suomessa energiaremonttien tarve kohdistuu juuri ikääntyviin rakennuksiin, sillä uudisrakentamisessa on päästy tasolle, jossa lämmitykseen kuluva energia on uusiutuvaa ja vähäistä. Rakennusten energiatehokkuutta pystytään korottamaan esimerkiksi lämmitysmuodon vaihtamisella sekä ilmanvaihdon tehostamisella. (YLönen, 2016.) Taloyhtiöillä nähdään olevan suuri vastuu rakennusten energiatehokkuuden kehittämisessä erilaisten huoltoremonttien sekä tulevaisuutta ennakoivien energiatehokkuuden parannuksien keinoin (Välimäki, 2016).

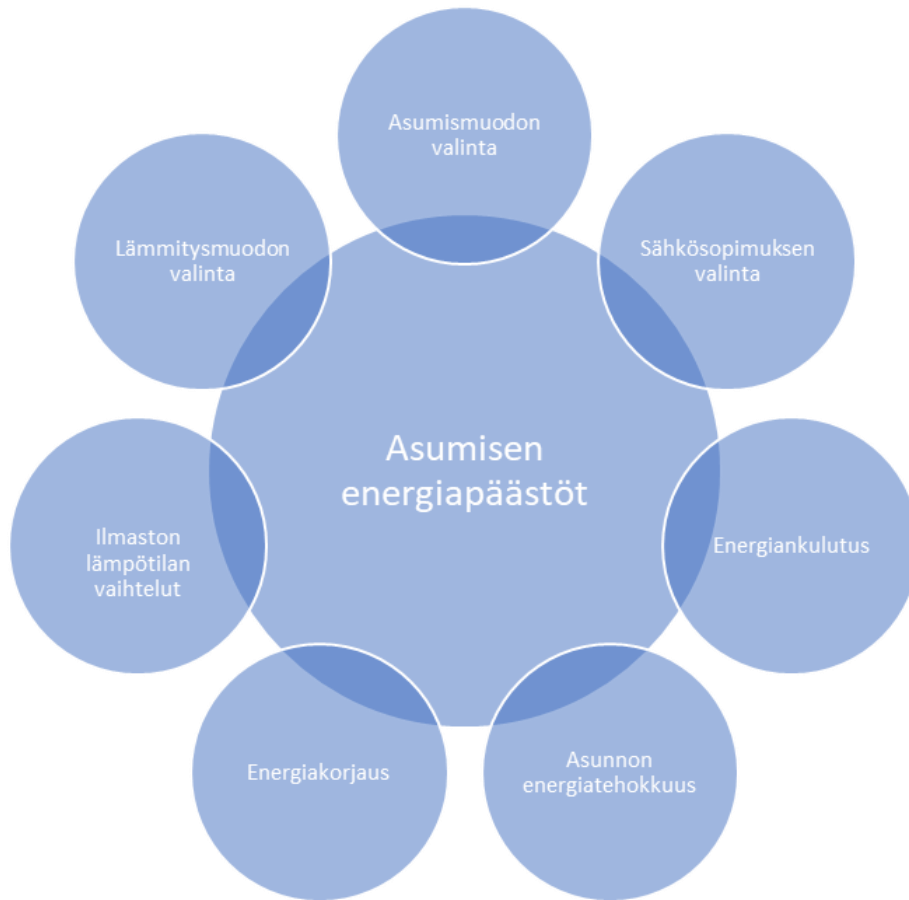
Niin taloyhtiöiden kuin omakotitalojenkin lämmitysjärjestelmillä on olennainen merkitys asumisen aiheuttamaan energiankulutukseen. Erityisesti öljylämmityksen muuttaminen vastuullisempaan lämmitysmuotoon vähentää olennaisesti asumisen aiheuttamia päästöjä. Suomen valtio tukeekin tätä siirtymää erilaisten avustuksien ja verotuksen kohdistamisen keinoin ja pyrkii helpottamaan suomalaisten tilannetta keskellä asumisen vastuullisuuden murrosta. Auringosta saadun energian, maalämmön sekä erilaisten

biopolttoaineiden nähdäänkin toimivan Suomessa ympäristöystävällisinä lämmitysmuotoina. (Lounasheimo & Cederlöf, 2021.)

Asumisen energiapäästöjä voi vähentää myös valitsemalla ilmastoystävällisen sekä asuinneliöiltään mahdollisimman pienen asunnon. Ilmastoystävällisessä asunnossa käytetään vihreää lämmitysjärjestelmää, ja se on rakennettu toimimaan energiatehokkaasti. (YIT, 2022.) Myös Marckmannin ja muiden (2012) mukaan asumismuodolla on merkitystä asumisen vastuullisuuteen. Heidän tutkimuksensa mukaan yhteisasumisen on nähty edistävän erilaisten vastuullisten teknologioiden käyttöönottoa, kuten vastuullisen lämmitysjärjestelmän valintaa asumisessa. Asunnon jakaminen voi vähentää myös käytettyjä asuinneliöitä yksilöä kohden ja niin henkilökohtaista lämmityksen tarvetta.

Viimeisimpänä asumisen energiapäästöt muodostuvat energiankulutuksesta. Siihen voidaan sisällyttää asuintilan lämmitys, kokonaisvaltainen sähkönkulutus sekä lämpimän veden käyttö. Yksilö voi esimerkiksi valita asuntoonsa ilmastoystävällisiä kodinkoneita, jotka kuluttavat vähemmän sähköä sekä kiinnittää huomiota saunomisen määrään. Yleisellä sähkön- sekä vedenkäytön seuraamisella voikin saada karsittua ylimääräistä kuluusta. (YIT, 2022.) Aiemmin esitetystä kuvasta (kuva 1) voidaan päätellä, että lämmityksen osuus asumisen energiankulutuksessa on kuitenkin kaikista olennaisin. Kodin lämmitykseen liittyvää energiankulutusta on mahdollisuus laskea optimoimalla energiatehokkuutta esimerkiksi ympäristöystävällisen lämmitysmuodon valinnalla (Ylönen, 2016).

Asumisen energiapäästöt koostuvat monesta tekijästä, jotka havainnollistuvat kuviossa 4. Energiapäästöjen nähdään muodostuvan ilmaston lämpötilan vaihteluista, sähkösovimuksesta, asumismuodon valinnasta, energiankulutuksesta, asunnon energiatehokkuudesta, energiakorjauksista sekä lämmitysmuodon valinnasta.



Kuvio 4. Asumisen energiapäästöjen tekijät.

Kuviosta 4 voidaan havaita, että yksilön vaikutusmahdollisuudet asumisen energiapäästöihin linkittyvät asumismuotoon eli siihen, asuuko henkilö esimerkiksi omakotitalossa vai kerrostalossa. Kerrostalossa asuva voi valita vihreän sähkösopimuksen, asuintilan koon sekä muokata sähkönkulutusta omilla valinnoillaan ja käyttäytymisellään. Rakennusten energiatehokkuuden suunnittelu sekä energiaremonttien toteutus jää kuitenkin usein taloyhtiön hoidettavaksi. Myös vihreän lämmitysmuodon sekä lämmityksen energialähteiden valinta kallistuu usein taloyhtiöille, sillä kerrostaloasuntoja lämmitetään suurimmaksi osaksi kaukolämmöllä (Vattenfall, n.d.). Omakotitalossa asuvilla on taas kokonaisvaltaisempi mahdollisuus säännellä asumisen energiapäästöjä.

2.3 Median rooli sosiaalisessa mediassa

Teorialuvun kolmannessa osiossa käydään läpi median käsitteen syntyä sekä sen laajentumista teknologian kehityksen ja sosiaalisen median murroksen myötä. Tässä luvussa kuvataan, millainen rooli perinteisellä medialla on sosiaalisessa mediassa. Ensimmäisessä alaluvussa syvennytään siihen, kuinka media ja sen diskurssit voivat pyrkiä muokkaamaan lukijan mielikuvia erilaisin kielellisin keinoin. Toisessa alaluvussa kuvataan nykyajan vuorovaikutteista mediaympäristöä sekä perinteisen median ja sosiaalisen median roolia osana sitä.

2.3.1 Media ja sen luomat diskurssit

Termin *media* juuret yltävät latinaan, jossa sen merkitystä on kuvattu sanoilla: ”välissä oleva”. Nyky-yhteiskunnassa mediaa voidaan pitää juuri ihmisten ja erilaisten yhteisöjen sosiaalisen kommunikaation välisenä elementtinä. Termi *mass media* taas liittyy joukkoviestimiin, ja se voidaankin luokitella yhdeksi median tunnetuimmista kuvauksista. Se on syntynyt yli 100 vuotta sitten, kun eri tiedonvälityksen muodot yleistyivät ja laajensivat median käsitettä. Nykyään sillä voidaan viitata myös erilaisiin teknologioihin tai käyttää vielä kattavampaa kuvausta sanoen, että media viittaa mihin tahansa viestinnän välineeseen. (Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 16–18.) Viestintätieteissä joukkoviestinnän merkityksiä on tutkittu jo pitkään, ja sitä voidaankin pitää alan yhtenä suosituimmista tutkimusaiheista (Kunelius, 2003, s. 127–128).

Jo 2000-luvun alkupuolella on koettu, että media on tunkeutunut yhteiskunnan rakenteisiin niin syväälle, että on voitu puhua mediayhteiskunnasta (Kunelius, 2003, s.205–206). Nykypäivänä käsite on vakiinnuttanut asemansa, sillä median tärkeys yhteiskunnassa on vahvistunut ja jatkanut kasvamistaan suurelta osin teknologian nopean kehityksen johdosta (Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 30).

Teknologiasta onkin tullut välttämätön osa medioiden tiedonvälitystä ja sen merkityksen nähdään muodostuvan juuri niiden välisessä vuorovaikutuksessa. Teknologian kehityksen ja sosiaalisen median murroksen myötä mediassa aiemmin vallinneet ymmärrykset sisällön tuottamisen ja kuluttamisen välillä ovatkin sekoittuneet ja himmentyneet. Median kuluttamisesta on tullut niin keskeinen osa ihmisten arkea, että sen käyttötapojen mukaan on jo identifioitu eri sukupolvia. Medioiden kehittyessä myös eri ikäluokkien käyttötavat kehittyvät ja rakentuvat sen hetkisen kulttuurin ja sosiaalisesti syntyneiden käytäntöjen mukaisesti. (Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 16–19.) Median kehittyminen näkyy myös siinä, mistä kuluttajat etsivät ja lukevat uutisensa. Media-alan tutkimussäätiön (2020) mukaan tänä päivänä esimerkiksi 43 % suomalaisista käyttää sosiaalista mediaa osana uutisten hakua.

Ihmiset vastaanottavat median tuottamaa sisältöä vahvasti näön ja kuulon aistien kautta. Erityisesti kuvien määrän räjähdysmäisellä kasvulla on ollut merkitystä siihen, kuinka havainnoimme maailmaa medioiden avulla. Nykyajan kuvien reaaliaikaisuus sekä kuvakulmien variaatiot mahdollistavat pääsyn uudenlaiseen todellisuuteen. Kuvat voivatkin toimia aistiemme jatkeena laajentamalla näkökulmaamme median uutisoimista aiheista. (Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 24.) Median uutisiin liittämällä kuvallisella viestinnällä voidaan siis vahvistaa siellä luotuja mielikuvia ja diskursseja.

Diskursseja voidaan luonnehtia jonkin toiminnan tai aihepiirin yhteyteen liittyväksi puhetavaksi. Tarkemmin ne selittävät, millaisena todellisuutta pidämme ja miten sitä määrittelemme. Ne näyttäytyvät teksteinä, suullisena viestintänä tai kuvallisina toteutuksina, jotka ovat vahvasti liitoksissa ympäröivään yhteiskuntaan ja sen rakenteisiin. Erityisesti mediaympäristöön liittyvässä keskustelussa diskurssia voidaan kuvata sanoin: ”esittämisen tapa”. Näitä tapoja media on käyttänyt läpi historian luoden ihmisten välisiä arvojärjestyksiä esimerkiksi ihonvärin ja maantieteellisen sijainnin perusteella. Diskurssien tutkimisen avulla voidaankin kyseenalaistaa median tuottamaa sisältöä ja sen luomia itsensänselvyyksiä. (Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 77–79.)

Myös Carvalhon (2007) mukaan media muokkaa asenteita ja mielikuvia erilaisten diskursiivisten käytäntöjen kautta. Tämä voi tapahtua esimerkiksi erilaisia tulkinnallisia keinoja käyttämällä. Vowles ja Hultman (2021) huomasivat tutkimuksessaan, että äärioikeistomediat pyrkivät muokkaamaan lukijoiden käsitystä ilmastonmuutoksesta erilaisin kieltämisen keinoin. Medioiden huomattiin hyödyntävän kirjaimellista kieltämistä, jonka mukaan yleisesti totuutena pidettyä informaatiota esitetään virheellisenä. Tämän lisäksi hyödynnettiin tulkinnallista kieltämistä, jonka avulla tieto pyritään tulkitsemaan uudelleen omaa näkökulmaa tukevaksi. Kumpaakin keinoa yhdistää se, ettei informaatiota esitetä todenmukaisesti. (Vowles & Hultman, 2021.) Tulkinnallinen kieltäminen voisi näkyä asumisen energian säästämässä esimerkiksi niin, että media kertoo energiankulutuksen tuottavan päästöjä, mutta niin vähän, ettei sillä ole merkitystä. Media kykenee siis luomaan tarkoitustensa mukaisia diskursseja erilaisin uutisoinnin keinoin, milloin sillä on mahdollisuus muokata lukijan mielikuvaa haluamaansa suuntaan.

Media voi pyrkiä muokkaamaan lukijoiden mielikuvia myös erilaisin kielellisin keinoin. Vowlesin ja Hulmanin (2021) tutkimuksen mukaan lainausmerkkejä ja erilaisia vähätteleviä termejä, kuten ”niin kutsuttu” voidaan hyödyntää haluttujen uutisaiheiden kyseenalaistamisessa. Lainausmerkeillä voidaan luoda ristiriitaisia mielikuvia asettamalla ne yksittäisten sanojen ympärille. Tällä tavalla lukijalle luodaan mielikuva, että lainausmerkkien sisään sijoitettua sanaa tulee tulkita eri tavalla kuin sen todellisessa merkityksessä. (Vowles & Hultman, 2021.) Tällainen kielellinen manipulointi toimii erityisen hyvin silloin, kun luotu mielikuva on ristiriidassa todellisuuden kanssa. Esimerkiksi energian säästämistä voitaisiin uutisoida seuraavalla tavalla: Euroopan ”energiakriisin” myötä suomalaisia kehoitetaan säästämään sähköä. Energiakriisi sanan sijoittaminen lainausmerkkeihin luo mielikuvan siitä, että energiakriisiä ei olisi olemassa tai sen vakavuutta olisi liioiteltu.

Media onkin tärkeä toimija ilmastonmuutokseen liittyvässä keskustelussa. Sillä on valtaa valita, mistä aiheista uutisoidaan ja millaisesta näkökulmasta. Tämä korostuu erityisesti

tieteellisten aiheiden uutisoinnissa, sillä niiden nähdään linkittyvän vahvasti medioiden omiin ideologioihin. Tämä tarkoittaa sitä, etteivät mediat välttämättä uutisoi tieteellistä tietoa täysin objektiivisesti. Ongelma korostuu ilmastonmuutokseen liittyvässä keskustelussa, sillä se on aiheena tieteellinen sekä vahvoja tunteita ja mielipiteitä herättävä. (Carvalho, 2007.)

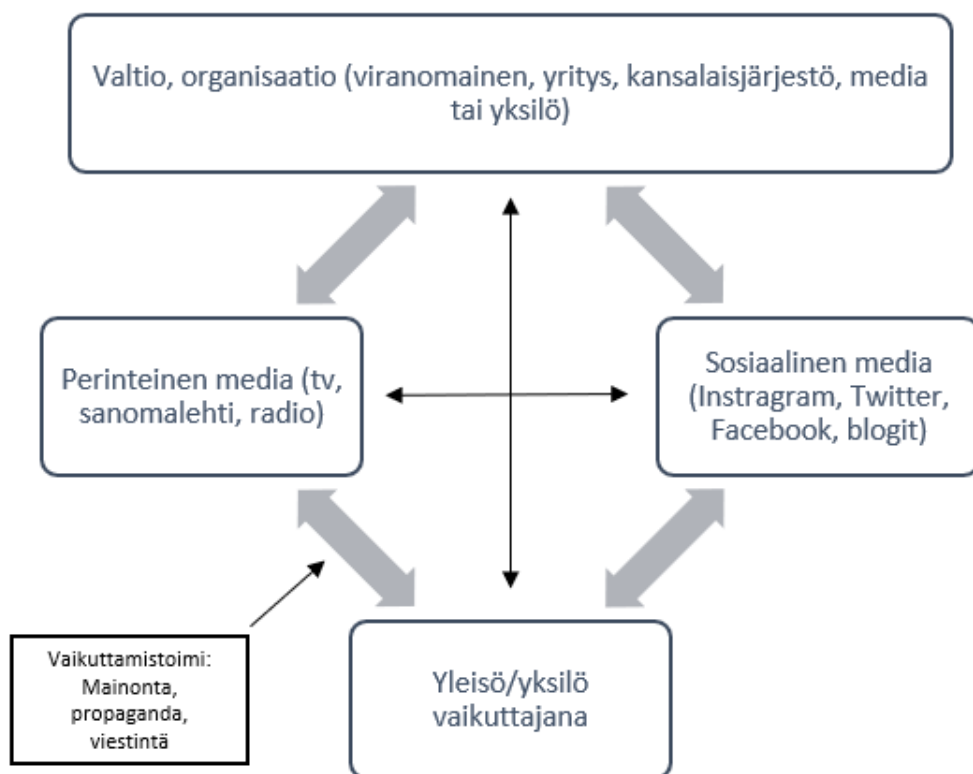
2.3.2 Vuorovaikutteinen mediaympäristö

Teknologian murros on muuttanut median asemaa maailmassa merkittävästi, sillä yhteiskunnan rakenteet ovat nykyisin yhä enemmän kiinnittyneet sen luomaan viestintäjärjestelmään (Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 8). Ikäheimon ja Vahdin (2021, s. 15) mukaan yhteiskunta on siirtynyt vaiheeseen, jossa mediaympäristöä voidaan kuvata hybridisenä. Tämä tarkoittaa sitä, että median eri toimijoilla ei ole enää samanlaisia arvojärjestyksiä kuin ennen, vaan ne vaikuttavat risteävästi ja samanaikaisesti (Ikäheimo & Vahti, 2021, s. 15).

Tiedonvälitys onkin siirtynyt perinteiseltä medialta yhä useammalle taholle, jolloin vaikuttamisen aiemmin selkeät roolit ovat heikentyneet. Se on vapauttanut käsitteen laajenemisen antaen mahdollisuuden uusien näkökulmien nousemiseen yleiseen keskusteluun. (Ikäheimo & Vahti, 2021, s. 15.) Langerin ja Gruberin (2021) mukaan monitahoisessa ja vuorovaikutteisessa mediaympäristössä olennaista onkin sen eri toimijoiden välinen vuorovaikutus. Mediaympäristön toimijoiden välillä voidaankin nähdä paljon eroja. Esimerkiksi tiedonvälityksen näkökulmasta tarkasteltuna sosiaalisen median nähdään toimivan mediaympäristössä huomattavasti nopeammin kuin perinteisen median (Langer & Gruber, 2021).

Kuvio 5 havainnollistaa, kuinka nykyajan hybridinen mediajärjestelmä toimii. Vuorovaikutuksen nähdään olevan keskeisessä roolissa tässä uudessa ympäristössä, sillä vaikuttaminen tapahtuu juuri sen avulla. Kuvion molempiin suuntiin osoittavat nuolet kuvaavat tätä keskinäistä vaikuttamisen prosessia eri toimijoiden välillä. Vaikuttaminen

järjestelmässä tapahtuu erilaisten viestinnällisten keinojen kautta, joita ovat: propaganda, mainostaminen sekä informaation välitys (Ikäheimo & Vahti, 2021, s. 15–16). Median rooli yhteiskunnassa on siis muuttunut ja siirtynyt kohti dynaamisempaa sekä vuorovaikutteisempaa todellisuutta.



Kuvio 5. Mediavälitteinen vaikuttaminen hybridissä mediaympäristössä (mukaillen Ikäheimo & Vahti, 2021, s. 16).

Teknologinen kehitys viekin meitä kohti digitaalisempaa ympäristöä ja kasvattaa sosiaalisen median asemaa informaation jakamisessa. Vaikka mediajärjestelmä korostaakin arvojärjestelmien muutosta ja vallan jakautumisen tasaantumista, on perinteisellä medialla silti tukeva jalansija yhteiskunnassa. (Ikäheimo & Vahti, 2021, s. 20.) Esimerkiksi Suomessa perinteisen median vaikutusvalta on vielä vahvaa, sillä vuonna 2020 Suomen aikuisväestöstä 85 % seurasi perinteisten medioiden uutisia internetistä (Tilastokeskus, 2020). Voidaan siis sanoa, että vaikka mediaympäristö on muuttunut, on perinteinen media säilyttänyt paikkansa suomalaisten median kuluttamisessa.

Nykyaikaisen mediaympäristön aiheuttamat muutokset näkyvät myös siinä, miten uutisia luetaan ja tuotetaan. Ikäheimon ja Vahdin (2021, s. 19) mukaan tiedon monipuolisuuden ja määrän lisääntyminen on johtanut yksinkertaisen sisällön suosimiseen kuluttajien keskuudessa. Heidän mukaansa myös tiedonvälityksen rajattomuus on tehnyt tilaa disinformaation lisääntymiselle. Sosiaalinen media on tässäkin toimessa vahvasti mukana, sillä se on tehnyt tiedon välittämisestä entistä helpompaa (Bakshy ja muut, 2012). Tilanteella on merkitystä vahvasti myös ilmastonmuutokseen liittyvässä keskustelussa. Maapallo on ajautunut ilmastonmuutoksen myötä kriisiin, minkä vuoksi sen lämpenemistä estäviä toimia on tehtävä välittömästi (Stoddard ja muut, 2021). Koska aihe on kiireellinen ja eriäviä mielipiteitä herättävä, ei keskustelussa ole varaa väärälle tiedolle ja sen tulkinnalle.

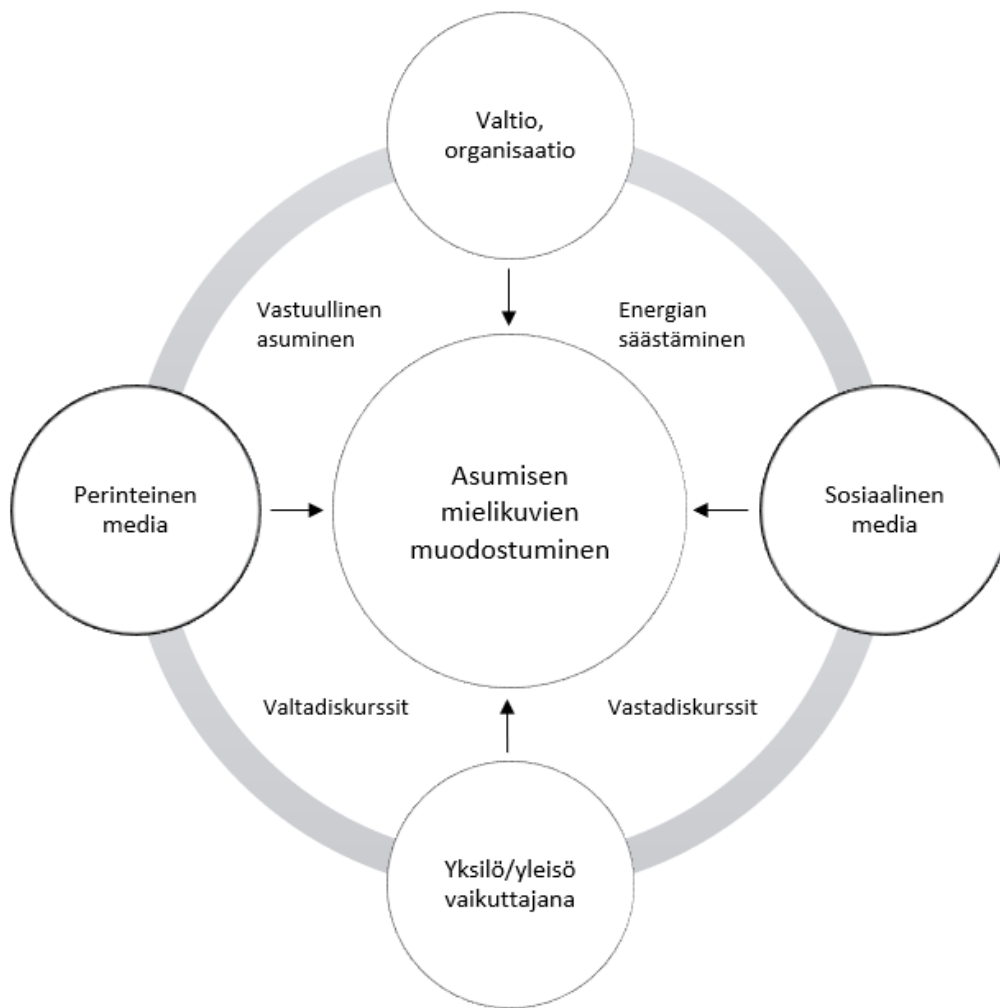
2.4 Teoreettinen viitekehys

Tässä luvussa muodostetaan yhteenveto tutkimuksen teoreettisesta viitekehystä sekä siinä käsiteltävistä aiheista. Teoriaosuus käsitteli kokonaisuudessaan sitä, millainen rooli uutismedioilla ja kuluttajilla on asumisen vastuullisuuden mielikuvien muodostumisessa sosiaalisessa mediassa. Teoriassa käytiin läpi, kuinka mediaympäristön vuorovaikutteisuus muokkaa mielikuvien muodostumista. Lisäksi kuvattiin, kuinka suuri rooli perinteisellä medially ja sosiaalisella medially tässä prosessissa on. Tämä luku avaa teoriaosuuden tärkeimmät käsitteet sekä luo pohjan tutkimuksen lopulliselle työlle kirjallisuuden sekä tieteellisen tutkimuksen kautta.

Kuvio 6 havainnollistaa tutkimuksen teoreettista viitekehystä ja tuo esiin kokonaisuudessaan, kuinka kuluttajien asumisen mielikuvat syntyvät vuorovaikutteisessa mediaympäristössä. Kuvion keskiosasta löytyvät elementit vastuullinen asuminen, energian säästäminen, vastadiskurssit sekä valtakurssit, jotka havainnollistavat mistä kuluttajien vastuullisen asumisen mielikuvat muodostuvat.

Vastuullinen asuminen muodostaa keskeisen osan tutkimuksen teoriaa. Tutkimuksen mukaan asumisen vastuullisuutta kuvataan termein kestävyys ja ympäristöystävällisyys (Raymundo ja muut, 2019) ja vähähiilisyys (Lovell, 2004). Lovellin (2004) mukaan vastuullisen asumisen ekologiset edellytykset täyttyvät silloin, kun hiilidioksidipäästöt ovat pienempiä suhteessa keskivertoasunnon päästöihin. Hän kuvaa asumisen olevan kestävä silloin, kun siinä hyödynnetään vihreitä energiamuotoja sekä alhaista energiankulutusta. Vastuullisen asumisen toteuttaminen edellyttää myös asumisen käytänteiden kehittämistä kestävään suuntaan (Gram-Hanssen, 2011). Kuvion 6 keskiosassa esiintyvä energian säästäminen on tärkeä osa vastuullista asumista, sillä energiankulutus muodostaa merkittävän osan asumisen ilmastopäästöistä. Asumisen aiheuttama energiankulutus muodostaakin neljänneksen kaikesta energiasta, jota Euroopan maissa kulutetaan (Euroopan ympäristökeskus, 2018). Yksilön valintoja tarkasteltaessa asunnon lämmittäminen on energiankulutuksen kannalta olennaisin tekijä (Tilastokeskus, 2022a).

Kuvion 6 keskiöstä löytyvät myös asumisen mielikuvia rakentavat valta- ja vastadiskurssit. Valtadiskurssit kuvaavat median tuottamia hegemonisia diskursseja, kun taas vastadiskurssit kuluttajien luomia vastakkaisia reaktioita median rakentamiin valtakursseihin. Kuvion ulkoreuna havainnollistaa vuorovaikutteista mediaympäristöä, joka koostuu valtion ja organisaatioiden tasosta, perinteisestä mediasta, sosiaalisesta mediasta sekä yksilöistä ja yleisöstä vaikuttajina. Sosiaalisen median sekä perinteisen median toimijoiden osuudet on kuviossa korostettu, sillä teoria keskittyy tarkastelemaan mielikuvien muodostumista niiden kontekstissa. Kuvion kehämuoto havainnollistaa mediaympäristön toimijoiden keskinäistä jatkuvaa vuorovaikutusta, kun taas nuolet ilmentävät näiden toimijoiden vaikutusta kuluttajien asumisen mielikuvien muodostumiseen.



Kuvio 6. Asumisen mielikuvien muodostuminen vuorovaikuttisessa mediaympäristössä.

Tässä tutkielmassa analysoidaan perinteisen median sekä sosiaalisen median tuottamaa aineistoa, minkä vuoksi näiden toimijoiden merkitys työssä korostuu. Median nähdään muokkaavan kuluttajien mielikuvia diskursiivisten käytäntöjen (Carvalho, 2007) sekä erilaisten tulkinnallisten ja kielellisten keinojen kautta (Vowles & Hultman, 2021). Nykyisen mediajärjestelmän nähdään myös toimivan vuorovaikutuksen ehdoilla niin, että sen eri toimijat operoivat järjestelmässä risteävästi ja samanaikaisesti (Ikäheimo & Vahti, 2021, s. 15). Mediajärjestelmässä mielikuvien muodostumisprosessin voidaan nähdä sitoutuvan sosiaaliseen konstruktionismiin, sillä tieto muodostuu vuorovaikutuksessa ja uusia todellisuuksia rakentuu siellä kaiken aikaa.

Myös sosiaalisella medially nähdään olevan merkitystä käyttäjän mielipiteiden muodostumisessa (Xiong ja muut, 2018; Li ja muut, 2017; Del Vicario ja muut, 2016). Sosiaalista mediaa voidaan kutsua verkon viestintäympäristöksi, joka sisältää lukuisia toisiinsa kytkeytyviä verkostoja (Seppänen & Välvirronen, 2012, s. 25–28). Vuorovaikutus on siellä olennaisessa roolissa ja tutkimuksen mukaan sitä voidaan hyödyntää erilaisissa suosittelujärjestelmissä, joilla on merkitystä alustan tarjoamaan sisältöön (Xiong ja muut, 2018). Sosiaalista mediaa ja erityisesti Facebookia voidaan pitää otollisena paikkana mielipiteiden polarisoitumiselle (Del Vicario ja muut, 2016). Voidaan sanoa, että sosiaalinen media vaikuttaa käyttäjäkohtaisen informaation näkyvyyteen ja sen seurauksena mielipiteiden muodostumiseen.

Myös tiedon omaksuminen sosiaalisessa mediassa poikkeaa perinteisestä mediasta, sillä siellä mielipiteiden muodostumiseen vaikuttaa muiden käyttäjien kommentointi ja toiminta (Li ja muut, 2017). Tässä työssä sosiaalisen median vuorovaikutteisuus on olennaista, sillä tarkastelu kohdistuu myös siihen, millaisia vastadiskursseja kuluttajat luovat median valtdiskursseihin sosiaalisen median kontekstissa. Vastadiskurssit muodostuvat Facebookin viestintäympäristössä, jossa käyttäjät ovat alttiita muiden kuluttajien mielipiteille, kommenteille ja reaktioille.

3 Metodologia

Tässä luvussa tutustutaan tutkimuksen metodologisiin valintoihin. Aluksi tarkastellaan laadullista tutkimusta sekä sosiaalista konstruktivismia tieteenfilosofian suuntauksena. Tämän jälkeen esitellään diskurssianalyysi ja perustellaan, miksi se on valittu tutkimuksen analyysimenetelmäksi. Seuraavaksi kuvataan tutkimuksen aineistoa, sen hankintaa sekä tutkimusaineiston analyysin toteutusta. Lopuksi arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta.

3.1 Laadullinen tutkimus ja sosiaalinen konstruktivismi

Tämä tutkimus on toteutettu laadullisena tutkimuksena. Puusan ja Juutin (2020, luku 1) mukaan laadullinen menetelmäsuuntaus sopii tutkimukseen, jossa pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä ja tekemään tulkintoja siitä. Tieteenfilosofisesta näkökulmasta katsottuna laadullisen tutkimuksen epistemologinen käsitys perustuu siihen, ettei tieto ole objektiivista, vaan aina ihmisen omakohtaisesti tulkitsemaa (Tuomi & Sarajärvi, 2018, luku 1). Myöskään todellisuutta ei nähdä objektiivisena, vaan siihen suhtaudutaan muuttavana ja sosiaalisesti rakentuvana (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 3–5).

Laadullinen tutkimus kattaa kuitenkin useita erilaisia tutkimusmenetelmiä, jotka sisältävät erilaisia lähestymistapoja tutkimuksen tekemiseen (Puusa & Juuti, 2020, luku 1). Tutkijan oma ääni ja valittu tutkimusmenetelmä vaikuttavat siis kvalitatiivisessa tutkimuksessa lopputulokseen merkittävästi. Laadullinen tutkimus soveltuu hyvin tämän tutkimuksen tavoitteisiin, joissa pyritään rakentamaan ymmärrystä siitä, millaisia mielikuvia ja valtakursseja uutismediat luovat asumisen energian säästämisestä. Lisäksi pyritään ymmärtämään, millaisia vastadiskursseja kuluttajat median diskursseista muodostavat.

Erikssonin ja Kovalaisen mukaan (2016, s. 14–18) paradigmaksi voidaan kutsua uskomuksiin perustuvaa ajattelutapaa, joka nojautuu tutkijan näkemykseen tiedosta,

todellisuudesta ja metodologiasta. Konstruktionismia ja sen suuntausta sosiaalista konstruktionismia voidaan pitää yhtenä laadullisen tutkimuksen paradigmoista. Sosiaalisen konstruktionismin mukaan tieto muodostuu sosiaalisissa vuorovaikutusten verkostoissa, ja erilaisia todellisuuksia syntyy niissä kaiken aikaa. Todellisuuden nähdään muodostuvan yksilön kokemuksista, joita juuri kieli ilmaisee ja välittää. Näin todellisuutta ei nähdä muuttumattomana, vaan vuorovaikutuksessa toistuvasti uudelleen syntyvänä ja muuntuvana. (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 21.) Sosiaalisen konstruktionismin mukaisesti median luomat puhutavat eli diskurssit asumisen energian säästämistä ovat syntyneet vuorovaikutuksessa yhteiskuntaan, muihin medioihin ja lukijoihin. Koska todellisuus rakentuu kuitenkin uudelleen jatkuvasti, voivat myös diskurssit muuttua vuorovaikutuksessa ja todellisuuden muuntuessa.

3.2 Diskurssianalyysi

Diskurssianalyysi on Erikssonin ja Kovalaisen (2016, s. 231–232) mukaan yksi laadullisen tutkimuksen menetelmistä, joka sitoutuu sosiaaliseen konstruktionismiin ja tutkii kielen rakentamia merkityksiä erityisesti kirjoitettuja tekstejä analysoimalla. He tarkentavat diskurssiivisen analyysin olevan hyvä tapa tutkia kielen aikaansaamia vaikutuksia sekä käytänteitä, sillä kielen nähdään ilmaisevan erilaisia merkityksiä ja rakentavan niin sosiaalista todellisuutta. Tutkimuksessa kohde nähdään siis kielen välityksellä syntyvänä ilmiönä eikä siitä erillisenä objektiivisesti kuvattavana tutkimuskohteena (Puusa & Juuti, 2020, luku 15).

Wetherell ja Potter (Puusa & Juuti, 2020, luku 15) ovat luoneet käsityksen diskursseista tulkintarepertuaareina, ja sanan käyttö sopiikin kuvaamaan pienempien aineistojen ilmiöiden täsmällisempään tarkasteluun. Tulkintarepertuaari on kuvaus loogisesti ja järjestelmällisesti muodostuneista puhutavoista, jotka asettuvat jonkin aihealueen ympärille (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 237). Puusa ja Juuti (2020, luku 15) kuitenkin painottavat, että kieli ja sen luomat erilaiset merkitykset rakentuvat aina jossakin asiayhteydessä. Konteksti on olennainen osa myös sosiaalista konstruktionismia, sillä suuntauksen

mukaisesti todellisuus on sidottu siihen ympäristöön ja ihmisiin, joiden kautta se sillä hetkellä rakentuu (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 21).

Puusan ja Juutin (2020, luku 15) mukaan olennainen osa diskursiivista tutkimusta on myös käsitys intertekstuaalisuudesta, joka kuvaa merkitysten muodostumista vuorovaikutusten tuloksena. Käsitteen mukaan tutkimuksen kohteissa havainnollistuvat merkitykset ovat osa laajempaa vuorovaikutusten verkostoa, johon vaikuttavat niin aiemmat tekstit sekä niiden arvioijat, kirjoittajat ja lukijat. Tämän tutkimuksen toinen tavoite on löytää Facebook-julkaisujen uutisista median luomia valtakursseja. Analyysin kohteena ovat siis mediatekstit, jotka ovat muodostuneet suhteessa aiempiin materiaaleihin sekä uutisiin ja tämän lisäksi olleet vuorovaikutuksessa niiden tulkitsijoihin ja kirjoittajiin. Tutkimuksen kolmannessa tavoitteessa tunnistetaan kuluttajien rakentamia vastadiskursseja median luomiin valtakursseihin, jotka muodostuvat vuorovaikutuksessa muihin kommentoijiin ja sosiaaliseen mediaan.

Jokisen ja muiden (2016, s. 71) mukaan valtakursseja voidaan kuvata hegemonisina ja aineistossa usein vahvasti toistuvina diskursseina. Hegemonialla tarkoitetaan diskurssin valta-asemaa ja sen sisällön itsestäänselvyttä (Jokinen ja muut, 2016, s. 167). Vastadiskurssit taas kyseenalastavat näiden valtakurssien ajattelutapaa ja tuovat usein esiin korvaavia ja vastakkaisia näkemyksiä vallitsevaan puheeseen (Jokinen ja muut, 2016, s. 81).

3.3 Tutkimuksen aineisto

Tutkimuksen aineisto rakentuu kahden suomalaisen uutismedian Helsingin Sanomien (HS) sekä Ylen Facebook-sivujen julkaisuista ja niiden alle kertyvistä kommentteista. Seuraavaksi käydään läpi, kuinka nämä uutismediat valittiin, miten aineisto kerättiin, mistä se koostui sekä millaisia rajoituksia siihen on tehty.

Tutkimukseen haluttiin valita luotettavia suomenkielisiä uutismedioita, joiden uutisia suomalaiset lukevat keskimäärin enemmän verkossa. Uutismedian liiton (2021) teettämästä tutkimuksesta käy ilmi, että suomalaiset pitävät Ylen ja muiden sanomalehtien julkaisuja verkoissa kaikista luotettavimpina. Saman tutkimuksen mukaan yli puolet 15 vuotta täyttäneistä suomalaisista luottaa näiden lehtien verkkosisältöön samalla tavalla kuin paperiseenkin versioon. Tutkimus korostaa, että luotettavuuden tärkeys on lisääntynyt suomalaisten median kulutuksessa. Yle ja Helsingin Sanomat valittiin tähän tutkimukseen, sillä ne nähdään suomalaisten silmissä luotettavina uutismedioina. Media-alan tutkimussäätiön (2020) tutkimuksen mukaan 88 % suomalaisista lukee uutisensa sanomalehtien digitaalisilta sivuilta. Sama tutkimus kertoo, että 43 % suomalaisista käyttää uutisten haussa sosiaalisen median alustoja, joista juuri Facebookia pidetään suosituimpana. Tämä vuoksi Facebookin nähdäänkin olevan sopiva sosiaalisen median kanava tutkimuksen aineistolle.

3.3.1 Aineiston hankinta

Tutkimuksen aineisto koostuu Ylen ja Helsingin Sanomien Facebook-sivujen vastuullisen asumisen julkaisuista ajalta 1.1.2022-31.1.2023. Aineiston haku ja keruu on suoritettu vuoden 2022 lopussa sekä alkuvuodesta 2023. Median ja sosiaalisen median aineistoa on kerätty Decarbon-Home-tutkimushankkeessa, ja aineistohaut on suorittanut manuaalisesti tämän tutkimuksen tekijä. Tutkimuksen aineisto koostuu kahdesta osiosta, joista ensimmäinen sisältää Facebook-julkaisujen tekstin, uutisen sekä kuvan. Julkaisun tekstillä viitataan Facebook-julkaisuissa näkyvään uutista johdantelevaan muutaman lauseen tekstiosuuteen. Aineiston toinen osio koostuu julkaisujen kommentteista, viestiketjuista sekä reaktioista.

Energiakriisi on lisännyt siihen liittyvää uutisointia vuosina 2022 ja 2023. Tämän vuoksi suurin osa vastuulliseen asumiseen liittyvästä uutisoinnista Helsingin Sanomien ja Ylen Facebook-sivuilla on liittynyt kotitalouksien energian säästämiseen. Koska uutisia energian säästämisestä löytyi huomattavasti enemmän verrattuna muihin vastuullisen

asumisen aiheisiin, päätettiin tutkittava aineisto rajata pelkästään energian säästämiseen liittyviin julkaisuihin. Hakutuloksista on siis jätetty ulkopuolelle kaikki muu sähköön ja energiaan liittyvä uutisointi, joka ei suoranaisesti liity niiden säästämiseen.

Tämä tutkimus keskittyy tarkastelemaan energian säästämistä asumisen kontekstissa. Aineisto rajautuukin yhteiskunnallisen energiakriisin sekä vastuullisen asumisen kontekstiin. Aineiston aiheen rajauksen vuoksi julkaisujen etsinnässä käytettiin hakusanoja: energia, lämmitys sekä sähkö. Hakusanat valikoituvat energian uutisoinnin kasvun myötä, ja niiden tavoite oli löytää mahdollisimman paljon kotitalouksien energiansäästöön liittyviä julkaisuja. Hakusanojen rajauksen myötä on mahdollista, että yksittäisiä energian säästämiseen liittyviä uutisia on jäänyt tutkimuksen ulkopuolelle.

Tämä tutkimus keskittyy analysoimaan Helsingin Sanomien sekä Ylen Facebookin pääsivustoja. Molemmilta medioilta löytyy myös muita Facebook-sivustoja, kuten Yle luonto tai HS Kulttuuri, mutta nämä sivustot on päätetty jättää tutkimuksen ulkopuolelle rajatun aihevalinnan vuoksi. Aineistosta on rajattu pois mielipidekirjoitukset, koska tutkimuksen tarkoitus on tarkastella, millaisia diskursseja medioiden itse tuottamissa uutisissa esiintyy. Tutkimuksen aineistoon ei sisällytetty yksittäisiä reagoiteja kommentteihin eikä sitä, kuinka paljon julkaisua on jaettu Facebookissa. Niin aineiston uutiset kuin niiden kommentitkin ovat julkisia.

Taulukko 1 esittelee kokonaisuudessaan tutkimuksen aineiston. Tutkimusaineiston ensimmäinen osio koostui yhteensä 40:stä Ylen sekä Helsingin Sanomien julkaisemasta uutisesta heidän omilla Facebook-sivuillaan. Ylen osuus aineiston Facebook-julkaisuista on 8 ja Helsingin Sanomien 32. Taulukosta 1 voidaan nähdä ensimmäisen aineiston uutisten numero, julkaisuvuosi, jakautuminen medioittain sekä julkaisujen aiheet. Kaikki uutiset liittyvät kotitalouksien energian säästämiseen, mutta suurin osa niistä käsittelee kotitalouksien energiankulutusta osana energian säästämistä. Taulukossa energiankulutuksen kuvataan sisältävän kotitalouksien asunnon lämmityksen, vedenkulutuksen sekä

sähkökulutuksen. Muita uutisaiheita ovat muun muassa energiaremontit, asuntojen lämmitys sekä sähkökulutuksen seuranta.

Taulukko 1. Tutkimuksen aineisto.

| Aineisto 1 | | | | Aineisto 2 | |
|----------------|-------|-------|-------------------------------|------------|----------|
| Uutisen numero | Media | Vuosi | Aihe | Kommentit | Reaktiot |
| U1 | Yle | 2022 | Asunnon lämmitys | 28 | 50 |
| U2 | Yle | 2022 | Sähkökulutuksen seuranta | 3 | 24 |
| U3 | Yle | 2022 | Mökkeilyn energiankulutus | 93 | 129 |
| U4 | Yle | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 122 | 356 |
| U5 | Yle | 2022 | Sähkökulutuksen seuranta | 5 | 42 |
| U6 | Yle | 2022 | Asunnon lämmitys | 0 | 17 |
| U7 | Yle | 2022 | Asunnon lämmitys | 43 | 32 |
| U8 | Yle | 2023 | Asunnon lämmitys | 20 | 37 |
| U9 | HS | 2022 | Sähkökulutus | 24 | 28 |
| U10 | HS | 2022 | Sähkökulutus | 223 | 235 |
| U11 | HS | 2022 | Sähkökulutus | 149 | 201 |
| U12 | HS | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 30 | 11 |
| U13 | HS | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 2 | 10 |
| U14 | HS | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 10 | 26 |
| U15 | HS | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 11 | 16 |
| U16 | HS | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 0 | 17 |
| U17 | HS | 2022 | Sähkökulutuksen seuranta | 30 | 45 |
| U18 | HS | 2022 | Asunnon lämmitys | 197 | 457 |
| U19 | HS | 2022 | Asunnon lämmitys | 111 | 124 |
| U20 | HS | 2022 | Asunnon lämmitys | 7 | 4 |
| U21 | HS | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 1 | 2 |
| U22 | HS | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 33 | 32 |
| U23 | HS | 2022 | Asunnon lämmitys: sähköauto | 191 | 353 |
| U24 | HS | 2022 | Energiakriisi | 60 | 62 |
| U25 | HS | 2022 | Sähkökulutuksen seuranta | 0 | 30 |
| U26 | HS | 2022 | Energiaremontti | 5 | 17 |
| U27 | HS | 2022 | Asunnon lämmitys | 176 | 1100 |
| U28 | HS | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 89 | 89 |
| U29 | HS | 2022 | Energiankulutus: kotitaloudet | 70 | 152 |
| U30 | HS | 2023 | Asunnon lämmitys | 0 | 8 |
| U31 | HS | 2023 | Asunnon lämmitys | 46 | 53 |
| U32 | HS | 2023 | Energiankulutus: kotitaloudet | 48 | 47 |
| U33 | HS | 2023 | Minimalistisuus | 31 | 76 |
| U34 | HS | 2023 | Asunnon lämmitys | 11 | 37 |
| U35 | HS | 2023 | Asunnon lämmitys | 0 | 6 |
| U36 | HS | 2023 | Energiaremontti: maalämpö | 0 | 2 |
| U37 | HS | 2023 | Energiankulutus: kotitaloudet | 22 | 86 |
| U38 | HS | 2023 | Energiankulutus: kotitaloudet | 21 | 149 |
| U39 | HS | 2023 | Energiaremontti: maalämpö | 0 | 14 |
| U40 | HS | 2023 | Energiaremontti: maalämpö | 9 | 36 |

Tutkimusaineiston toinen osio koostuu uutisten Facebook-julkaisujen alle kertyneistä kommentteista, reaktioista ja viestiketjuista. Kommentteja on aineistossa yhteensä 1921.

Taulukosta 1 voidaan todeta, että uutisten kommenttiosuuksien suuruudet vaihtelevat paljon. Osa uutisista ei ole saanut lainkaan kommentteja, kun taas kommentoiduin uutinen sisältää niitä 223. Taulukosta voidaan myös tarkastella, millaisia reaktioita uutinen on saanut ja kuinka paljon. Vähiten reagoitussa uutisessa on vain kaksi tykkäystä, kun taas eniten reaktioita saanut uutinen sisältää 1100 tykkäystä. Tutkimuksen Facebook-julkaisuihin on reagoitu kuudella eri emojiilla, joita ovat: tykkäys, rakastan, surullinen, vihainen, vau ja haha.

3.3.2 Aineiston analyysi

Tämän tutkimuksen analyysin kohteena on kaksi erilaista, mutta toisiinsa kiinnittynyttä verkkoaineistoa, joihin on hyödynnetty samaa tutkimusmenetelmää. Ensimmäinen aineisto koostui Helsingin Sanomien ja Ylen tuottamista uutisista liittyen asumisen energian säästämiseen. Toinen aineisto koostui uutisten Facebook-julkaisujen alle kertyvistä lukijoiden kommentteista ja reaktioista. Molempien aineistojen analysoinnissa hyödynnettiin diskurssianalyysiä hieman eri näkökulmasta. Diskurssianalyysin toteuttamiselle ei löydy yksittäistä ohjenuoraa, vaan analyysi rakentuu aina tutkimusongelman sekä tutkijan tekemien päätösten mukaisesti (Jokinen ja muut, 2016, s. 25).

Tässä tutkimuksessa keskityttiin aineistosta löytyviin merkityssysteemeihin ja niiden moninaisuuden kuvaamiseen. Ian Parker (Jokinen ja muut, 2016, s. 61-63) on kehittänyt listauksen, jonka avulla diskurssien erottelua voidaan kohdentaa eri näkökulmiin. Tämän tutkimuksen analyysissä on hyödynnetty Parkerin listauksen mukaista analyysin kohdistumista tekstien luomiin merkityksiin eikä sen tekijöihin. Listauksen mukaisesti analyysissä keskitytään myös erilaisiin merkitysten ryhmittymiin, jotka luovat tulkinnallisia kokonaisuuksia.

Media-aineiston analyysin ensimmäisessä vaiheessa tunnistettiin valtakurssieja. Analyysi aloitettiin kysymällä, millaisia syitä media tarjoaa energian säästämiseen

uutisissaan. Tutkimuksen uutiset käytiin aluksi läpi useaan kertaan etsien näitä kyseisiä syitä sekä teemoja, jotka nousivat aineistosta esiin. Uutisaiheiden teemat on kerätty tutkimuksen aineisto taulukkoon (Taulukko 1) ja niitä hyödynnettiin analyysin alkuvaiheessa. Diskurssianalyysi voidaan aloittaa tekstistä löytyvien eroavaisuuksien sekä yhteneväisyyksien tarkastelulla ennen kuin siirrytään aineiston perusteellisempaan käsittelyyn (Puusa & Juuti, 2020, luku 15). Kun aineisto oli teemoiteltu, aineistosta lähdettiin etsimään näitä eroavaisuuksia sekä yhteneväisyyksiä, joiden perusteella uutisista nousi diskurssien hahmotelmia.

Puusan ja Juutin (2020, luku 9) mukaan aineiston yleisen hahmottelun jälkeen tulee siirtyä vaiheeseen, jossa tekstien sisältöihin pureudutaan perinpohjaisemmin ja syvällisemmin. Aineistoa lähdettiin käymään yksityiskohtaisesti läpi tarkastellen diskurssien sisällä nousevia puheen tyylejä, alateemoja sekä erilaisia kielellisiä ilmaisuja. Tässä vaiheessa otettiin myös huomioon, kenen toimijoiden ääni uutisissa nousee esiin ja kuinka eri toimijat korostuvat kussakin diskurssissa.

Seuraavassa vaiheessa aineistoa lähdettiin käymään vielä yksityiskohtaisemmin läpi etsien diskurssien välillä esiintyviä rinnakkaisuuksia sekä niiden sisällä esiintyviä ristiriitaisuuksia. Diskurseissa esiintyvien ristiriitojen esittäminen on tärkeää, sillä niiden nähdään luovan analyysille uskottavuutta sekä syvyyttä (Jokinen ja muut, 2016, s. 25). Aineiston analyysin jokaisessa vaiheessa kirjoitettiin ylös löydettyjä huomioita, joista lopulta muodostui tutkimuksen tulososiossa esitellyt valtakurssit. Lopuksi uutiset jaoteltiin diskurssien mukaan värikoodeihin, jotta nähtäisiin miten diskurssit missäkin uutisessa ilmenevät ja saataisiin kokonaisvaltaisempi kuva niiden esiintyvyydestä suhteessa koko aineistoon. Media-analyysi vastaakin tutkimuksen toiseen tavoitteeseen, jossa pyrittiin tunnistamaan, millaisia energian säästämisen valtakurssija uutismediat rakentavat sosiaalisessa mediassa.

Aineiston analyysin toisessa vaiheessa keskityttiin kuluttajien kommentteihin ja tunnistettiin vastakurssija. Analyysin avulla pyrittiin löytämään yksinomaan kuluttajien

vastakkaisia reaktioita median luomille valtakursseille. Analysointi toteutettiin pääpiirteittäin samaa kaavaa noudattaen kuin mediatekstienkin analyysi. Siitä jätettiin kuitenkin pois toimijoiden äänen tarkasteleminen, sillä on ilmeistä, että jokaisessa vastadiskurssissa korostuu kuluttajien oma ääni. Analyysi aloitettiin, kun median valtakurssit olivat löytyneet. Tämän jälkeen kommenttiaineistoa lähdettiin käymään läpi etsien kuluttajien vastareaktioita. Kommenttiosio käytiin aluksi läpi selaten, jotta saataisiin kuva siitä, millaisia teemoja aineistosta nousee esiin. Tämän jälkeen kommentteja lähdettiin tarkastelemaan syvällisemmin tunnistuen kuluttajien luomia vastareaktioita ja niiden merkityssysteemejä.

Koska vastadiskurssit ovat syntyneet erittäin vuorovaikutuksellisessa sosiaalisen median kontekstissa, otettiin analyysissä myös huomioon, kuinka keskustelijat rakensivat todellisuutta ja niissä syntyviä vastadiskursseja vuorovaikutuksellisesti. Kun vastadiskurssit olivat muodostuneet, niitä tarkasteltiin ja vertailtiin suhteessa median teksteistä löytyneisiin valtakursseihin. Media-aineiston kommenttien analyysi vastaa tutkimuksen kolmanteen tavoitteeseen. Tavoitteessa pyrittiin analysoimaan ja vertaamaan, millaisia asumisen energian säästämisen vastadiskursseja kuluttajat rakentavat median luomiin valtakursseihin sosiaalisessa mediassa.

3.4 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen luotettavuuden arviointi on olennainen osa kvalitatiivista tutkimusta ja sitä tulisi tehdä koko tutkimusprosessin ajan. Tavanomaisesti luotettavuuden arviointi nojautuu validiteetin ja reliabiliteetin käsitteisiin ja niiden toteutumiseen. (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 304–305.) Tuomen ja Sarajärven (2018, s. 118) mukaan nämä käsitteet soveltuvat kuitenkin paremmin kvantitatiiviseen tutkimukseen eivätkä suoranaisesti diskursianalyysiin sen sosiaalisen konstruktionismin mukaisen todellisuuskäsityksen vuoksi. Tutkimuksessa onkin päätetty, että luotettavuutta arvioidaan *uskottavuuden, siirrettävyyden, käyttövarmuuden* sekä *yhdenmukaisuuden* käsitteiden kautta.

Eriksson ja Kovalainen (2016, s. 308) määrittelevät *siirrettävyyden* käsitettä kyvyksi osoittaa aiempien tutkimustulosten linkittymistä omaan tutkimukseen ja sen tuloksiin. Tutkimuksessa onkin pyritty yhdistämään esitetyt näkemykset aiempaan tutkimustietoon. Tätä yhteyttä havainnollistettiin huomioimalla aiempia tutkimuksia liittyen vastuulliseen asumiseen sekä mielipiteiden muodostumiseen sosiaalisessa mediassa ja mediassa. Vaikka sosiaalisen median konteksti on globaali, tulee tutkimuksen yleistettävyyttä arvioida osittain Suomen näkökulmasta, sillä tulkitut diskurssit ovat syntyneet Suomen mediassa ja analysoitu aineisto on kohdennettu suomalaisille.

Tutkimuksen *uskottavuutta* voidaan mitata tutkimusaineiston riittävytenä suhteessa tutkimuksen tavoitteisiin sekä tutkijan syvällistä ymmärrystä sen sisällöstä järkevien johtopäätöksien tekemiseksi (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 308). Tutkimuksen uskottavuutta tukee se, että tutkija on itse kerännyt aineiston manuaalisesti verkosta ja perehtynyt siihen syvällisesti. Tutkittava aineisto on laaja, ja se on kerätty 13 kuukauden ajanjaksolta, jolloin energiakriisi on puhjennut Euroopassa. Tutkimuksen teoriaosuudessa on perehdytty ajankohtaiseen kirjallisuuteen sekä aiempaan tutkimukseen aiheesta kattavasti. Tätä tietoa on hyödynnetty tutkimuksen analysoinnissa ja lopputulosten argumentoinnissa, joka tukee omalta osaltaan uskottavuuden toteutumista.

Erikssonin ja Kovalaisen (2016, s. 308) mukaan *käyttövarmuudella* pyritään tutkimuksessa takaamaan se, että koko prosessi on toteutettu johdonmukaisesti ja läpinäkyvästi niin, että se on dokumentoitu sekä tarvittaessa jäljitettävissä. Tämän tutkimuksen eri vaiheet ja analyysin tulokset on pyritty esittämään selkeästi ja johdonmukaisesti läpi työn. Lukijan on helppo seurata tutkimuksen etenemistä sekä ymmärtää, miten johtopäätöksiin on tultu selkeän argumentoinnin ja lähdeviitteiden käytön myötä.

Tutkimuksen *yhdennukaisuus* kuvaa tutkimuksen datan ja sen perusteella rakennettujen tulkintojen yhdennukaisuutta (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 308). Tämän tutkimuksen aineistosta on nostettu konkreettisia esimerkkejä argumentoinnin tueksi niin, että lukijan on mahdollisimman helppo ymmärtää prosessi ja lopputulos johtopäätösten takana.

Diskurssianalyysi on kuitenkin aina sidoksissa tutkijan omaan tulkintaan ja valintoihin aineiston analyysissä (Puusa & Juuti, 2020, luku 15). Tutkimuksen päätelmät on kuitenkin perusteltu pohjautuen tutkimuksen aineistoon, jolloin lukijalla on mahdollisuus itse arvioida tutkimuksen tuloksia.

4 Tutkimuksen tulokset

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen tulokset. Ensimmäiseksi esitellään mediassa esiintyvät valtakurssit asumisen energian säästämisestä sekä konteksti, jossa ne ovat syntyneet. Valtakurssia verrataan suhteessa koko aineistoon ja luodaan käsitys niiden esiintyvyydestä eri uutismedioissa. Lopuksi esitellään aineiston kommentteista tunnistetut kuluttajien luomat vastakurssit median luomiin valtakurssihin.

4.1 Median valtakurssit

Tutkimuksen media-analyysin kohteena olivat Helsingin Sanomien ja Ylen tuottamat uutiset asumisen energian säästämisestä. Uutisista löydettiin kolme valtakurssia, jotka ovat taloudellisen hyödyn kurssi, yhteiskunnallinen kurssi sekä tulevaisuuden kurssi. Jokinen ja muut (2016, s. 34) kuvaavat kurssia monien erilaisten merkitysten rakennelmina, jotka luovat kielen välityksellä todellisuutta.

Median luomat valtakurssit ovat syntyneet ainutlaatuisissa olosuhteissa energiakriisin kontekstissa. Tämän vuoksi onkin tärkeää avata aluksi tutkimustulosten kontekstisidonnaisuutta. Jokinen ja muut (2016, s. 36–37) kuvaavat kontekstia tietyksi ajanjaksoksi ja sijainniksi, jossa analyysi toteutetaan ja johon se sovitetaan. He jatkavat kontekstin vaihtelevuuden kuvaamista analyysiä nostattavana ja avartavana tekijänä.

Ensimmäinen kontekstia kuvaava tekijä on aineiston ajallinen esiintyminen. Tämän tutkimuksen aineisto on kerätty 1.1.2022–30.1.2023, joka sijoittuu ajallisesti energiakriisin puhkeamiseen ja kehittymiseen Euroopassa. Energiakriisin merkitys on korostunut aineiston rajauksessa, sillä energian säästämisen lisääntynyt uutisointi kohdisti aineiston valittuun teemaan.

Toinen kontekstia kuvaava tekijä on aineiston maantieteellinen yhteys. Tämän tutkimuksen aineisto sijoittuu Suomeen, sillä analysoidut uutismediat ovat suomalaisia ja niiden

uutisointi on painottunut suomalaisten asemaan energiakriisissä. Aineiston asumisen energian säästämisen uutiset ovat painottuneet talveen ja syksyyn, jolloin Suomen ilmaston lämpötila lähtee laskemaan. Tilastokeskuksen (2022) mukaan ulkolämpötilojen laskiessa kotitalouksen lämmityksen tarve lisääntyy merkittävästi. Energian säästäminen on korostunut juuri Suomessa, ja kylmät sääolosuhteet suhteessa vallitsevaan energiakriisiin näkyvät vahvasti aineistossa.

Lisäksi voidaan todeta, että Euroopan energiemarkkinat ovat sidoksissa myös Suomeen, minkä vuoksi Suomen ja Euroopan välistä vuorovaikutteisuutta ei voida ohittaa. Suomi on EU:hun kuulumalla velvoitettu toimimaan sen määräysten mukaisesti. (Euroopan unionin neuvosto, 2023.) Analysoitavassa aineistossa onkin korostunut käytännölliset energian säästämisen ohjeistukset, jotka perustuvat osittain EU:n säätämiin asetuksiin.

Kolmanneksi analyysin tuloksiin vaikuttaa vuorovaikutuksellinen konteksti, joka on tässä tutkimuksessa mediaympäristö. Median keskinäiset arvojärjestykset ovat heikentyneet, minkä vuoksi toimijoiden välinen vuorovaikutus on lisääntynyt ja sen merkitys korostunut (Ikäheimo & Vahti, 2021, s. 15). Media käy siis vuoropuhelua muiden toimijoiden kanssa, mikä näkyy sen tuottamissa teksteissä ja uutisvalinnoissa. Medioiden uutisointi koskien asumisen energian säästämistä energiakriisin keskellä voidaan nähdä syntyneen vuorovaikutuksessa muihin medioihin, valtioihin ja organisaatioihin. Asumisen energian säästämisen diskurssit ovat rakentuneet siis jatkuvasti muuttuvassa ja vuorovaikutuksellisessa mediaympäristössä. Seuraavaksi käydään läpi aineistosta löydetyt kolme valtakurssia. Kunkin diskurssin yhteydessä kuvataan esiin nousevia teemoja, kielellisiä ilmaisuja, puhetyyliä sekä erilaisten toimijoiden äänien korostumista.

4.1.1 Yhteiskunnallinen diskurssi

Tutkimuksen aineisto on syntynyt yhteiskunnallisessa energiakriisin kontekstissa, joten sen sisällössä esiintyy paljon yhteiskunnallisia teemoja. Yhteiskunnallinen diskurssi korostaa kokonaisuudessaan yhteiskunnan ja sen kaikkien osapuolien hyvinvointia sekä sitä,

kuinka yhteisillä toimilla voidaan vähentää energiakriisin negatiivisia vaikutuksia. Diskurssissa nousevat aiheet keskittyvät erilaisiin yhteiskunnan taloudellisiin tukiin, säästökampanjoihin, ekologisuuden kehitykseen sekä energiakriisin vaikutuksiin. Yhteiskunnan hyvinvoinnissa korostuu käytännöllinen ja toiveikas puheen sävy. Lisäksi Suomen valtion, asiantuntijoiden sekä Euroopan ääni nousevat diskurssissa vahvasti esiin.

Kannustava ja toiveikas puhetyyli

Tässä diskurssissa nousee esiin toiveikas ja kannustava puhetyyli. Diskurssissa keskitytään energian säästämiseen yhteiskunnan hyvinvoinnin näkökulmasta. Uutisten sävy on kannustava ja niissä toistuu useasti sana kannustaa ja kehottaa. Tätä diskurssia synnyttävät uutiset on kohdistettu usein yksittäisille kuluttajille, mutta niiden taustalla korostuvat valtion virastojen sekä yritysten ääni. Uutisaiheissa nousee esiin vinkkiutiset, joiden avulla kuluttajia pyritään aktivoimaan yhteisiin energiansäästötalkoihin. Vinkkiutiset sisältävät käytännön neuvoja asumisen energian säästämiseen. Tutkimuksen mukaan juuri asumisen käytänteiden kehittäminen onkin tärkeässä roolissa ympäristöystävällisessä asumisessa (Gram-Hanssen, 2011). Media luo siis positiivista mielikuvaa energian säästämistä ja perustelee sitä usein juuri sähkön riittävyyden ja kulutuspiikkien tasaamisella, kuten alla olevat aineistoesimerkit kuvastavat.

Suomalaisia on tänä vuonna kannustettu säästämään sähköä useammalta suunnalta kuin koskaan, ja suomalaiset ovat myös totelleet. (U13, HS 8.12.2022.)

Energiavirasto on kehottanut kaikkia suomalaiskoteja siirtämään sähkön kulu- tusta arkisin pois sähkönkäytön ruuhkaisimmilta tunneilta, eli kello 8–10 ja 16–20. Näin tuetaan sähkön riittävyyttä tulevana talvena ja pyritään välttämään sähkönjakelun keskeytyksiä. (U12, HS 11.11.2022.)

Erilaisia säästövinkkejä jaetaan jo, ja Suomessa kansalaisia kannustetaan ener- gian-säästötalkoihin syksyllä alkavassa kampanjassa. (U17, HS 2.8.2022.)

Kannustavaa puhetyyliä rikkoo osittain diskurssissa satunnaisesti esiintyvä käskevä ja vaativa puhetyyli. Aineistossa ilmenee lausahduksia kuten ”suomalaisten tulee varautua säästämään energiaa” sekä ”suomalaisten on syytä varautua säästämään energiaa”.

Lausahdukset asettavat painetta kansalaisille ja niissä painottuu median kautta Suomen ja Euroopan ääni. Energian säästämisen uutisointi perustuu osittain EU:n vaatimuksille vähentää sähkönkulutusta jäsenmaissaan (Euroopan unionin neuvosto, 2023). Ikäheimon ja Vahdin (2021, s. 15) mukaan median eri toimijoiden välinen vuorovaikutus onkin lisääntynyt. Tämä näkyy aineistossa, sillä vuorovaikutuksellinen mediaympäristö sekä Suomen ja EU:n tarpeet vaikuttavat näin median uutisointiin. Voidaan olettaa, että EU:n kehotuksilla on merkitystä sähkön uutisoinnin vaativampaan puhetyyliin.

”Suomalaisten on syytä varautua säästämään energiaa”, sanoo Energiateollisuus ry:n toimitusjohtaja Jukka Leskelä. (U24, HS 22.7.2022.)

Euroopan ja Suomen yhteys

Yhteiskunnallisessa diskurssissa painottuu Suomen ja Euroopan yhteys Ukrainan sodan sekä Euroopan epävakaiden energiamarkkinoiden seurauksena. Vaikka diskurssissa nousee esiin myös Euroopan hyvinvointi, pääpaino pysyy silti suomalaisen yhteiskunnan toimintakyvyssä. Alla olevat esimerkit kuvaavat suomalaisten hyvinvoinnin korostamista tiedostaen samalla Euroopan tilanteen ja sen vaikutukset Suomeen. Yhteiskunnallinen diskurssi risteääkin osittain taloudellisen hyödyn diskurssin kanssa, joka korostaa suomalaisuutta ja suomalaisten kokemuksia.

Suomi ei ole yhtä riippuvainen kaasusta kuin monet muut Euroopan maat. Kaasupula vaikuttaa kuitenkin sähkön hintaan eurooppalaisilla markkinoilla. (U24, HS 22.7.2022.)

Meillä on Putinin sotahinnat, jotka käyvät tavallisten suomalaisten lompakolle ja vaikeuttavat myös teollisuutta ja elinkeinoelämää. (U24, HS 22.7.2022.)

Kuluttajia on kannustettu energian säästämiseen monilla energiansäästökampanjoilla. Yksi esimerkki on valtionyhtiö Motivan Astetta alemmas- kampanja, jossa jatkuu diskurssissa esiintyvä kannustava ja toiveikas puheen sävy. Media pyrkii kampanjoiden uutisoinnilla tuomaan esiin asumisen energian säästämisen yhteiskunnallista merkitystä. Energiakriisin kontekstissa sähkön säästämisen nähdään hillitsevän inflaatiota ja alentavan

energian kuluttajahintoja kysynnän hellittäessä (Tynkkynen, 2022). Yhteiskunnallisen ja taloudellisen hyödyn diskurssit näkyvät rinnakkain säästökampanjoiden uutisoinnissa, sillä ne korostavat yhteiskunnan ja yksilön taloudellista hyötyä. Myös sähköyhtiöt ovat osallistuneet säästötalkoisiin omilla kampanjoillaan korostaen yhteiskunnan yhteistä etua. Esimerkiksi Pohjois-Karjalan Sähkö loi Talven sankarit- kampanjan, jonka avulla kuluttajille maksetaan sähkönkulutuksen vähentämisestä. Kampanjan nimi viittaa siihen, että kuluttajille luodaan pelastajan ja sankarin viittaa energiakriisissä, kuten seuraava ai-neistoesimerkki kuvastaa:

Turusen mukaan kampanjan taustalla on silti ensisijaisesti sähköyhtiöiden talouden sijaan Suomen ja Euroopan laajuinen energiakriisi ja uhkaava sähköpula. ”Kannustimena on yhteiskunnallisesti sähkön riittävyys. Tämä on meidän ponnistelumme yhteiseen asiaan, jotta saamme myös tämän asiakasryhmän osallistumaan.” Turunen sanoo. (U13, HS 8.12.2022.)

Yhteiskunnallisessa diskurssissa korostetaan suomalaisten tekemää työtä energian säästämisen hyväksi ja nostetaan sitä kautta kansalaisia jalustalle. Energiankulutuksen vähentyminen syksyllä kuvattiin mediassa kansalaisten teoksi ja sen merkitystä tuotiin esiin kiittäen. Aiemmin tässä diskurssissa esitelty vaativuuden ja oletuksen puhetyyli nousee ensimmäisessä alla näkyvässä sitaatissa esiin ilmauksella ”toivottavasti suuntaus jatkuu”. Suomalaisia siis kannustetaan ja kiitellään säästötoimista, mutta samalla taustalla on vahva oletus siitä, että energiaa säästetään. Tämä luo jännitettä näkökulmien välille, sillä media ei esitäkään energian säästämistä täysin vapaaehtoisena toimenä.

”Syyn täytyy olla sähkön hintoihin ja riittävyyteen liittyvässä keskustelussa. Sähkönkäyttäjät ovat tehneet paljon vähentääkseen sähkönkäyttöä ja helpottaakseen sähkölaskujen nousua. Toivottavasti suuntaus jatkuu”, Leskelä sanoo. (U16, HS 13.10.2022.)

Fingridin tilastojen mukaan suomalaiset ovat leikanneet elo-joulukuussa merkittävästi sähkönkulutustaan viime vuodesta. (U38, HS 2.1.2023.)

Yhteiskunnan tuki ekologiseen kehitykseen

Yhteiskunnallisessa diskurssissa nousee esiin ekologinen kestävyys erilaisten valtion asettamien tukien kautta. Ilmastonmuutoksen torjuminen vaatii yhteiskunnallisia muutoksia energiasektorilla, sillä yhteiskunnan nähdään siirtyvän kohti yhä energiapainotteisempaa aikakautta (Pajunen & Toivonen, 2022). Uutiset kuvaavat energian säästämistä implisiittisesti yhteiskunnan ongelmaksi ja niissä nousee esiin ekologisen kestävyyskehityksen kehitys energiaremonttien, tiedottamisen ja valtion tukien kautta. Puhetyylissä korostuu positiivisuus ja se nostaa toimijana Suomen valtiota esiin. Alla oleva esimerkki havainnollistaa, kuinka valtio tukee kaasulämmitteisiä kotitalouksia siirtymään vihreämpiin lämmitysmuotoihin. Esimerkissä korostuu asumisen ekologisuus, mutta myös yhteiskunnan sosiaalinen vastuu tarjota avustusta heikommassa asemassa oleville kansalaisille, joiden sähkölaskut ovat nousseet energiakriisin myötä. Yhteiskunnalliseen ekologisuuteen yhdistyy tällä tavalla myös sosiaalinen näkökulma.

Kaasulämmitteisten pientalojen omistajille tarjotaan samankaltaista avustusta, jota öljylämmityksen vaihtajat ovat voineet hakea kahden vuoden ajan, tiedottavat ympäristöministeriö ja Pirkanmaan ely-keskus. Uutta avustusta voidaan myöntää pientaloille, jotka on liitetty maakaasua kuljettavaan siirtoverkkoon. (U26, HS 18.10.2022.)

Yhteiskunnan ekologisen kestävyysuutisointi yhdistyy vahvasti myös taloudellisen hyödyn sekä tulevaisuuden diskursseihin. Valtion avustuksia tuodaan kuluttajalle esiin usein juuri rahallisen hyödyn kautta. Myös energiaremontteihin liittyvien tukien uutisoinnissa korostuu tulevaisuus ja tulevaisuuden ratkaisut. Ensimmäisessä alla näkyvässä esimerkissä havainnollistetaan, millainen on valtion tukema kotitalouksien euromääräinen hyöty aurinkopaneelien asennuksessa. Toisessa esimerkissä taas maalämpöön siirtymistä kuvataan investointina, joka voidaan mieltää tulevaisuuden hyödyksi. Yhteiskunnalliset tuet näyttäytyvätkin kaikissa aineiston valtakurssissa eri tavoin.

Hagerlund kertoo aurinkopaneelien kokonaiskustannuksen olleen 6 899 euroa. Kun summaan huomioi mukaan kotitalousvähennyksen, niin maksettavaksi jäi 5479 euroa. (U25, HS 19.10.2022.)

Maalämpöön siirtymiseen voi saada valtiolta tukea. Taloyhtiöiden Ara-tuki on usein noin neljänneksen investoinnista, ja energiaremontista voi saada myös kotitalousvähennystä. (U39, HS 28.1.2023.)

4.1.2 Tulevaisuuden diskurssi

Tulevaisuuden diskurssissa korostuvia teemoja ovat tulevaisuuden ekologinen hyöty, teknologian kehitys sekä erilaiset energiatehokkuuden ratkaisut liittyen ilmastonmuutoksen torjumiseen. Diskurssi kuvaa tulevaisuutta muutoksen ja ratkaisujen kautta, mikä korostaa käytännöllistä lähestymistapaa asumisen energian säästämiseen. Median ääni nousee valtakirjassa vahvasti esiin, muodostaen uutisissa positiivista mielikuvaa tulevaisuuden asumisen energian säästämisestä. Median nähdäänkin kykenevän muokkaamaan lukijoiden asenteita ja mielipiteitä diskursiivisten käytäntöjen avulla (Carvalho, 2007). Puheen sävy on tulevaisuuden diskurssissa innostava ja positiivinen. Median lisäksi siinä korostuu myös yksilöiden ja erilaisten asiantuntijoiden ääni.

Ekologiset hyödyt

Tulevaisuuden diskurssin vallitsevin teema on ympäristön hyvinvoinnin takaaminen pitkälle tulevaisuuteen. Uutiset korostavat paljon ilmastoystävällisiä ratkaisuja, joiden avulla voidaan vähentää asumisen energiankulutusta tulevaisuudessa. Ekologisten aiheiden uutisoinnissa korostuu käytännöllinen sekä positiivinen puheen sävy. Alla olevat esimerkit korostavat ympäristöystävällisten energiamuotojen ja fossiilittomuuden olevan osittain jo nyt nykypäivää. Samalla ne tuovat esiin, kuinka kotitaloudet voivat siirtyä kohti ekologisempaa tulevaisuutta. Ensimmäinen esimerkki korostaa, kuinka moni suomalainen on jo muuttanut öljylämmityksen vastuullisempaan lämmitysmuotoon. Näin viitataan siihen, että vihreä siirtymä ja muutos on jo käynnissä. Toinen sitaatti taas korostaa muutoksen kiireellisyyttä sanoilla ”nopea tarve” ja perustelee sitä niin ekologisesta kuin energiakriisin yhteiskunnallisesta näkökulmasta.

Öljylämmityksen vaihtajille tarjottavaa avustusta on hakenut reilun kahden vuoden aikana jo yli 25 000 kotitaloutta. (U26, HS 18.10.2022.)

Ympäristö- ja ilmastoministeri Maria Ohisalo toteaa tiedotteessaan, että energiakriisi on osoittanut nopean tarpeen irtautua fossiilienergiasta. Sama linjaus koskee kotitalouksia. (U26, HS 18.10.2022.)

Tulevaisuuden diskurssin uutisissa korostuu asiantuntijoiden kommentit, joilla pyritään tuomaan uutisen sisältöön uskottavuutta. Yllä olevassa esimerkissä siteerataan vihreiden puolueen puheenjohtajaa Maria Ohisaloa, jota voidaan pitää asianmukaisena ja luottettavana henkilönä kommentoimaan asumisen vastuullisia energiamuotoja. Näin lukijalle luodaan mielikuva ekologisen muutoksen tarpeellisuudesta, sillä vaikutusvaltainen päättäjä pitää sitä tärkeänä.

Teknologian kehitys

Tulevaisuuden diskurssissa energiatehokkuuden ja energian säästämisen uutisoinnissa nojaututaan paljon teknologian kehitykseen ja sen tuottamiin ratkaisuihin. Myös tutkimuksen mukaan asumisen vastuullisuus vaatii vihreitä energiamuotoja hyödyntävää teknologiaa sekä suunnittelua, mikä mahdollistaa rakennuksen vähäisen energiankulutuksen (Lovell, 2004). Teknologian kehitys nähdään vastauksena nykyisille energiankulutuksen ongelmille ja se nousee esiin uutisissa juuri tulevaisuudesta keskusteltaessa. Alla olevassa esimerkissä viitataan teknologian kehityksen mahdollistavan tulevaisuudessa vihreiden energiamuotojen varastoimisen. Vaikka nykyhetkellä uusiutuvien energiamuotojen varastointi on vaikeaa, sitaatti keskittyy tarkastelemaan asiaa tulevaisuuden näkökulmasta.

Moni varautumismekanismi perustuu fossiilisiin polttoaineisiin, sillä uusiutuvat tuotantomuodot ovat Oeschin mukaan vaikeammin varastoitavia. Pitemmällä tähtäimellä haasteena on keksiä tapoja varastoida myös uusiutuvia. Näihin voisi kuulua esimerkiksi akku- ja vetyteknologiaan panostaminen sekä siirtymäkaudella energiapuun saatavuuden varmistaminen. (U24, HS 22.7.2022)

Uutisissa annetaan myös käytännön esimerkkejä teknologian kehityksestä ja uusista ratkaisuista, jotka voivat olla tulevaisuudessa arkipäivää. Alla olevat esimerkit korostavat tulevaisuuden teknologian kehityksen hyötyjä, kuten auton akun hyödyntämistä kotitalouksien sähkövarastona tai sen energian luovuttamista sähköverkon käyttöön. Niissä voidaankin havaita puhetyyli, joka on ratkaisukeskeinen sekä käytännöllisyyttä korostava. Esimerkit perustelevat teknologisia innovaatioita myös taloudellisen hyödyn näkökulmasta. Ensimmäisessä esimerkissä puhutaan halvasta ratkaisusta ja toinen esimerkki korostaa lataushinnan rahallista hyvitystä.

Sähköauto on halvin tapa hankkia kotiin suuri akku, ja sitä voidaan jopa käyttää kodin sähkövarastona. [...] ”Suomesta ei ole tehty erillistä ennustetta, mutta globaalisti sähköautoissa oleva akkukapasiteetti tulee olemaan aivan huikea”, laatuja järjestelmiä myyvän Virran energiapalveluista vastaava johtaja Juha Karpinen sanoo. Ennusteiden mukaan itse asiassa valtaosa yhteiskuntien akuista tulee olemaan juuri henkilöautoissa. (U23, HS 17.7.2022.)

Parkkihalleissa seisovien autojen virtaa voidaan käyttää hyväksi, kun autot eivät ole käytössä. Auton luovuttaminen sähköverkon käyttöön hyvitetäisiin lataushinnassa. (U23, HS 17.7.2022.)

Ennustettavuuden näkökulma

Tutkimus osoittaa, että suomalaiset suhtautuvat positiivisesti tulevaisuuden energiamuotoihin (Vainio ja muut, 2019). Tämä näkyy myös media-aineiston uutisoinnissa, joka sisältää suomalaisten positiivisia kokemuksia kotitalouksien energiaremonteista. Tulevaisuuden energiaremonteista keskustellaan valtadiskurssissa lisäksi ennustettavuuden näkökulmasta. Media vertaa, miten tietyistä energiamuodoista on hyötyä yksilölle taloudellisesti myös tulevaisuudessa ja ennustaa energiamuodon kuluja pidemmällä aikavälillä. Alla näkyvässä esimerkissä ympäristöystävällistä lämmitysratkaisua perustellaan juuri kulujen tulevaisuuden hintavakaudella, mikä korostaa kuluttajan rahallista hyötyä. Näin tulevaisuuden diskurssi yhdistyy myös taloudellisen hyödyn diskurssiin.

”Lämpöpumppujen etu on myös hintavakaus pitkälle tulevaisuuteen. Kun ostat yhden kilowattitunnin ja tuotat sillä kolme tai neljä kilowattituntia, niin hinnankorotuksen vaikutus on vain kolmas- tai neljäsosa”, Nurhonen muistuttaa. (U1, YLE 5.2.2022.)

Erilaisten energiaremonttien uutisoinnissa korostuu rahallinen hyöty myös tulevaisuuden investointien vähentymisellä. Energiaremonttien tarkoitus on lisätä energiatehokkuutta, mikä puolestaan edistää energian säästämistä tulevaisuudessa. Myös EU on asettanut säädöksen, jonka mukaan jäsenmaiden tulee rakentaa vähähiilisesti sekä tehdä peruskorjauksia rakennuksiin, jotka eivät täytä energiatehokkuuden vaatimuksia (Euroopan parlamentti, 2023). Yhteiskunnan asettamat säädökset ovat siis vahvasti läsnä energiaremonteissa tulevaisuudessa. Tulevaisuuden diskurssissa korostuu näin myös Euroopan ääni median välittämänä. Direktiivin myötä energiaremontit tulevat näkymään asuntojen arvossa positiivisesti, kuten ensimmäisestä alla näkyvästä esimerkistä voidaan todeta. Lämpöpumppujen myynnin kasvu taas viittaa energiaremonttien kasvuun, mikä havainnollistuu toisessa esimerkissä. Energiaremontit lisäävät näin myös asunnon arvon ennustettavuutta tulevaisuudessa.

Pääkaupunkiseudulla energiaremontti voi maksaa itsensä takaisin puhtaasti myyntihinnan nousuna, ilmenee tuoreesta tutkimuksesta. (U39, HS 28.1.2023.)

IEA arvioi, että EU:ssa lämpöpumppujen vuosittaiset myyntimäärät voivat kasvaa seitsemään miljoonaan vuoteen 2030 mennessä. (U40, HS 28.1.2023.)

Ristiriitana tulevaisuuden diskurssin positiiviselle puheen sävyllä ilmenee satunnaisesti esiintyvät median luomat huolestuttavat tulevaisuuden mielikuvat. Kirjoitusten sävy on usein negatiivinen ja niissä luodaan epämiellyttävä tulevaisuuden näkymä. Alla oleva esimerkki havainnollistaa tilannetta, jossa energiaremontti on mennyt pieleen.

Suurin sudenkuoppa on Kettusen mukaan se, että energiakaivojen määrä on aliarvioitu. Kaivot nimittäin viilenevät vähitellen. ”Voi olla, että kymmenen vuoden kuluttua ne eivät enää riitä”, Kettunen huomauttaa. (U36, HS 9.1.2023.)

4.1.3 Taloudellisen hyödyn diskurssi

Taloudellisen hyödyn diskurssi esiintyy jokaisessa uutisessa ja onkin aineistossa voimakaimmin näkyvä valtakurssi. Tässä diskurssissa energian säästämisestä puhutaan taloudellisen hyödyn näkökulmasta, mikä voi kohdistua niin yksilöön kuin muihinkin toimijoihin, kuten yrityksiin tai valtioon. Taloudelliset hyödyt korostuvat aineistossa kuitenkin yksilön näkökulmasta, sillä valtaosa uutisista käsittelee energian säästämistä kotitalouksien näkökulmasta. YIT:n (2022) mukaan asuintilan lämmityksellä on merkittävin osuus asumisen energiankulutuksessa. Tämä näkyy analysoidussa aineistossa, sillä suuri osa energian säästämisen uutisista keskittyy juuri kotitalouksien lämmityksestä johtuvien energiapäästöjen vähentämiseen. Muita esiin nousevia aiheita ovat energiaremontit, sähkönkulutuksen seuranta sekä sähkön säästäminen kotitalouksissa.

Taloudellisen hyödyn diskurssissa nousee esiin vahvasti suomalaisten yksilöiden ääni. Uutiset sisältävät tavallisten ja vähävaraisten suomalaisten haastatteluja ja heidän kokemuksiaan energian säästämisestä. Tavallisten henkilöiden kokemusten lisäksi uutisoinnissa korostuu erilaisten asiantuntijoiden haastattelut. Asiantuntijahaastatteluin pyritään vahvistamaan uutisen viestiä ja tuomaan auktoriteettia mukaan keskusteluun, millöin uutisen sanomasta tulee uskottavampi. Haastateltavat asiantuntijat ovat usein kansanedustajia, yrityksen asiantuntijoita tai valtionyhtiön edustajia. Asiantuntijoiden kautta uutisissa heijastuu myös Suomen valtion sekä yritysten ääni.

Taloudellisen hyödyn diskurssissa korostuu myös puhetapojen vaihtelevuus eli se, miten eri tavoin energian säästämisen taloudellisista hyödyistä puhutaan. Jokinen ja muut (2016, s. 51) ovat kuvanneet kielen vaihtelevuutta muun muassa erilaisten jännitteiden tarkkailuna ja löytämisenä. Kielen vaihtelevuus korostuu diskurssissa muun muassa energian säästämisen helppouden, käytännöllisyyden, vertailun sekä erilaisten puhetyylien ristiriitoina.

Käytännöllisyyden ja helppouden korostuminen

Aineistossa korostuu käytännöllisyys ja selkeys uutisten kautta, jotka listaavat erilaisia vinkkejä energian säästämiseen. Tiedon määrän lisääntyminen mediassa onkin saanut kuluttajat suosimaan yksinkertaisempia ja selkeämpiä sisältöjä (Ikäheimo & Vahti, 2021, s. 19). Tämä näkyy median vinkkiuutisissa, jotka painottavat selkeitä ja ytimekkäitä lauseita sekä toimintaohjeita. Tällä tavoin sisällöstä tehdään lukijalle ymmärrettävämpää, ja energian säästämisen vinkkejä on helpompi ottaa käyttöön. Myös diskurssin uutisiin liitettyissä kuvissa korostuu käytännöllisyys, sillä ne ilmentävät usein erilaisia energian säästämisen tapoja.

Energian säästämisen vinkeissä painotetaan yksilöllisen kuluttajan vastuuta maltillisen kuluttamisen keinoin. Käytännöllisen kuluttamisen puhetyyli on usein myös olettavaa ja paikoin vaativaa. Alla olevien esimerkkien mukaisesti aineistossa ilmenee lausahduksia kuten ”on syytä” tai ”voivat vähentää”, jotka viittaavat oletukseen, että jokaisella on mahdollisuus ja vastuu noudattaa median asettamia kehotuksia. Veden ”turha valuttaminen” taas kuvaa oletusta maltillisesta kuluttamisesta.

Toisin sanoen jääkaapin täyttöasteeseen on syytä kiinnittää huomiota. Mitä taaisemmin täytetty jääkaappi, sitä enemmän sisällä olevat purkit ja pakkaukset varaavat kylmää, joka ei siis pääse karkaamaan. (U15, HS 17.12.2022.)

Asukkaat voivat vähentää lämpimän veden käyttöä lyhentämällä suihkussa olemisen aikaa ja välttämällä veden turhaa valuttamista. (U29, HS 19.10.2022.)

Vaativa puhetyyli voidaan nähdä diskurssissa vahvana, mutta sitä rikkoo paikoittain esiintyvät pehmentävät ilmaisut. Aineistossa esiintyy inhimillisyyttä ja ymmärrystä kuluttajien vaikeaa tilannetta kohtaan, kuitenkin huomattavasti vaativuutta vähemmän. Tämä havainnollistuu alla näkyvässä esimerkissä.

”Monet toki elävät hyvin niukasti jo nyt, eivätkä voi vaikuttaa omaan kulutukseensa enempää”, hän sanoo. (U24, HS 22.7.2022)

Taloudellisen hyödyn diskurssissa esiintyy myös narratiivi energian säästämisen helppoudesta. Energian säästäminen esitetään mahdollisuutena ja taloudellisesti hyödyllisenä toimena. Energian säästämisen helppouden yhteydessä ilmenee toiveikas puheen sävy siitä, että omaa sähkölaskua on mahdollisuus pienentää. Puhetyyli korostaakin näkökulmaa, jossa vaiva on pieni, mutta hyöty suuri.

”15,5 prosentin tuotto sijoitetulle pääomalle on kuitenkin mielestäni aika hyvin ensimmäiseltä vuodelta”, Hagerlund päättää. (U25, HS 19.10.2022.)

Kun viimevuoden marraskuussa 2021 sähköä oli kulunut 902 kilowattituntia, nyt marraskuussa kulutus oli 202 kilowattituntia. [...] ”Se yllätti positiivisesti, kun tämä ei ole iso investointi. Putki maksaa kymppin, kanavapuhaltimia saa 20 eurolla. Kivet olivat kalleimmat. Ne maksavat satasen”, Kirjavainen sanoo. (U18, HS 4.12.2022.)

Helppouden ja toiveikkuuden rinnalle nousee aineistossa esiin yhtä vahvasti pelottelevat ilmaisut. Energian hintojen nousua ja vaihtelevuutta kuvataan sanoin hurja, roima ja valtava. Uutisissa nostetaan esiin yksittäisten suomalaisten negatiivisia kokemuksia varoitavina esimerkkeinä sekä hypoteettisia tilanteita siitä, mihin varomaton toiminta voi joutaa. Vastoin energiansäästön helppoutta, näissä esimerkeissä korostuu toivottomuus ja energiansäästön vaikeus. Varoittavissa esimerkeissä nousee esiin rahan menetys sekä pelko maksukyvyttömyydestä. Seuraavissa esimerkeissä puheen sävyä voidaan pitää jopa uhkaavana.

Ville Luotolaa uhkasi järjetön sähkölasku-sitten hän alkoi käydä hengästyttävällä hartaudella läpi kodin yllättäviä sähkölaskuja. (U28, HS 19.9.2022.)

Merja Koivunen odottaa yli 5 000 euron sähkölaskua joulukuulta, mutta ei uskalla nostaa oikeusjuttua – näillä keinoilla omaan laskuun voi yrittää vaikuttaa. (U8, YLE 4.1.2023.)

Vertailu

Taloudellisen hyödyn diskurssissa media tekee selkeää vertailua eri energiamuotojen kuluista ja sitä kautta avaa puhetyylissään ymmärrettäviä rahallisia hyötyjä kansalaisten

talouteen. Näin media tuo esiin tarkkoina summina sen, mitkä ovat juuri yksilön euro-määräiset säästöt erilaisten vertailujen ja esimerkkien avulla. Seuraavissa esimerkeissä taloudellinen hyöty on avattu konkreettisesti laskemalla eri lämmitysmuotojen kulut ja asettamalla ne rinnakkain lukijalle, jotta niitä voidaan verrata. Jälkimmäinen esimerkki avaa säästöt vielä erikseen auki euroissa, jotta hyöty olisi lukijalle mahdollisimman helposti ymmärrettävä.

Suoralla sähkölämmityksellä, 13 sentin kokonaishinnalla lämmitys maksaa 3 300 euroa. Tiiviiden kaupunkiverkkojen ulkopuolella sähkön siirtomaksu nostaa kilowattituntia herkästi 1–2 senttiä. Vertailun jumbosija menee selvällä erolla öljylämmitykselle, josta joutuu nykyisellä 1,1 euron litrahinnalla pulittamaan 3 900 euroa. (U1, YLE 5.2.2022.)

Aurinkosähkön käyttö toi Hagerlundille säästöä 366 euroa (verrattuna sähkön ostamiseen sen hetkiselä sopimushinnalla). Myymällä aurinkosähköä hän sai 483 euroa. Kaikkineen säästö oli siis vuositasolla 849 euroa. (U25, HS 19.10.2022.)

Samalla yllä olevista esimerkeistä voidaan todeta, että kun media vertaa erilaisia lämmitysmuotoja, se tuo myös esiin, kuinka ekologisempi vaihtoehto on taloudellisesti kannattavampi. Eri puhetyylit toimivat myös rinnakkain ja limittäin diskurssin uutisoinnissa, sillä yllä olevissa esimerkeissä korostuu vertailun lisäksi käytännöllisyys sekä rahasta puhumisen avoimuus.

Vertailun puhetyylissä korostuu jatkuvasti myös rahamäärän vertaaminen energian kilowattituntiin. Tällä tavalla pyritään tuomaan yksityiskohtaisesti esiin energian säästämissen taloudellista hyötyä. Erilaisilla sähkönseurannan vinkeillä pyritään myös vertaamaan kilowattituntien määrää isompiin kokonaisuuksiin, kuten kodin tai mökin kokonaiskulutukseen. Tällä tavoin media helpottaa oman kulutuksen hahmottamista esimerkiksi tilanteissa, joissa lukijalla ei ole mahdollisuutta seurata omaa sähkönkulutusta tarkemmin. Media pyrkiikin helpottamaan ja yksinkertaistamaan sähkönkulutuksen seurantaä, mikä havainnollistuu seuraavissa esimerkeissä.

Yön halvimpina tunteina kello 23–05 sähköenergia maksoi keskimäärin 7,09 senttiä kilowattitunnilta. (U12, HS 11.11.2022.)

Näet sekä Datahubissa että sähköyhtiöllä samat kulutustiedot: Kuinka monta kilowattituntia kotisi tai mökkisi käyttää? (U2, YLE 11.9.2022.)

Rahan näkyvyys keskustelussa

Tässä diskurssissa taloudellista hyötyä korostetaan läpi aineiston, ja sitä havainnollistetaan rahan avulla. Rahasta puhutaan avoimesti, eikä sitä pyritä piilottelemaan millään tavalla. Tällä tavalla lukijalle ei jää epäselväksi, millainen on energian säästämisestä koituva tarkka euromääräinen hyöty. Suomalaisten nähdään motivoituvan taloudellisista kannustimista, minkä vuoksi rahallisen hyödyn esiin tuominen on järkevää (Mandatum, 2022). Rahasta puhumisessa korostuu loogisuus, tarkkuus sekä analysoiva sävy. Rahallinen hyöty tuodaan aineistossa usein esiin avaamalla ensin kalliiden ratkaisujen hintaluokkaa, kuten alla oleva esimerkki omakotitalon sähkölämmityksen hintavuudesta havainnollistaa. Sama uutinen kertoo kuitenkin myös halvemman lämmitysratkaisun euro määrän.

Suoralla sähkölämmityksellä, 13 sentin kokonaishinnalla lämmitys maksaa 3 300 euroa. Tiiviiden kaupunkiverkkojen ulkopuolella sähkön siirtomaksu nostaa kilowattituntia herkästi 1–2 senttiä. [...] Sähkölämmityksen ja ilmalämpöpumpun yhdistelmässä laskua kertyy 2 600 euroa vuodessa. (U1, YLE 5.2.2022)

Rahasta puhumiseen yhdistyy usein myös sähkönkulutuksen seuraaminen ja erityisesti sähkönkäytön ajankohta. Moni uutinen antaakin suoraan tai epäsuorasti ohjeistuksia siihen, milloin sähköä kannattaa kuluttaa. Uutiset on kohdistettu usein kotitalouksille, joilla oma sähkönkulutus korostuu sähkölaskussa. Seuraavassa esimerkissä tuodaan esiin sähkön korkea hinta ja kehoitetaan epäsuorasti sähkönkulutuksen vähentämiseen tai hinnan seuraamiseen tiettyinä ajankohtana. Median sanavalinta ”reaaliajassa” viittaa sähkön seurannan tärkeyteen ja korostaa lukijalle toimen kiireellisyyttä.

Sähkö maksaa torstaina kalleimmillaan lähes 51 senttiä- HS:n grafiikka seuraa pörssisähkön hintaa reaaliajassa. (U13, HS 8.12.2022)

Taloudellisen hyödyn diskurssi olettaa juuri rahan toimivan motivaattorina kuluttajien energiansäästöissä. Alla oleva esimerkki havainnollistaa, kuinka maalämmön investointia perustellaan kannattavana vain silloin, kun talon on omistanut tarpeeksi pitkään, jotta siitä voi saada taloudellista hyötyä. Lausahdus ”maksaa itsensä takaisin” toistuu aineistossa useamman kerran vahvistaen tätä näkemystä.

Muulla suomessa investoinnin kääntyminen plussalle vaatii myyntihinnan nousun lisäksi useamman vuoden energiansäästön. Talo pitää siis omistaa pidempään, jotta maalämpöpumppu maksaa itsensä takaisin myyntitilanteessa. (U39, HS 28.1.2023.)

Yksilön ja suomalaisuuden korostuminen

Taloudellisen hyödyn diskurssi tuo esiin paljon tavallisten suomalaisten kokemuksia ja sen sisällössä korostuvat juuri yksilön taloudelliset hyödyt. Sähkönkulutusta havainnollistetaan suomalaisille arkisten ja tuttujen teemojen avulla. Tällä tavalla sähkön säästämisen ja taloudellisen hyödyn teemoja tuodaan lähemmäksi lukijaa, ja samalla säästämisen kynnyks voi kuluttajalla madaltua. Ensimmäisessä alla näkyvässä esimerkissä mobiiliverkon sähkönkulutusta suhteessa kiinteän verkon sähkönkulutukseen havainnollistetaan saunan lämmittämisen avulla. Toinen esimerkki taas havainnollistaa sähkönkulutusta kinkun paistamisen avulla.

Jokainen bitti mobiiliverkkoon lisää virrankulutusta. Tätä voisi verrata sähkösaunan lämmitykseen. Jos yhdessä kodissa laitetaan sauna lämpiämään, se ei tunnu missään, mutta kun miljoonassa kodissa lämmitetään sauna samaan aikaan, se alkaa tuntua Fingridissä (Suomen sähköjakelun kantaverkkoa ylläpitävä yhtiö). Aalto-yliopiston keväällä julkistaman tiedon mukaan kahden tunnin mittaisen elokuvan katsominen 4K-tasoisella kuvalla mobiililiittymän kautta lisää mobiiliverkon sähkön kulutusta saman verran kuin saunan lämmittäminen. (U9, HS, 28.12.2022.)

Motivan koordinoimassa Astetta alemmas-kampanjassa on tehty laskelma, jonka mukaan kolmen kilon kinkun paistaminen vie 2,5–3 kilowattituntia sähköä. (U11, HS 13.12.2022.)

Taloudellisen hyödyn diskurssin uutisissa korostuu median neuvova sävy, joka pyrkii aktivoimaan kuluttajia energiankulutuksen seurantaan. Lisäksi uutisointi korostaa tavallisten suomalaisten kokemuksia energian säästämisestä. Tällä tavalla kuluttajalle pyritään tuomaan esiin, miten energiankulutus voi vaikuttaa lukijan omaan taloudelliseen tilanteeseen. Seuraavat esimerkit havainnollistavat yksilön taloudellisen hyödyn näkökulmaa.

Omaa sähkönkulutustasi voit seurata kahdessa paikassa: valtakunnallisessa Datahub-palvelussa ja oman sähköyhtiösi palvelussa. Saat niistä tarkempaa tietoa alta. (U2, YLE 11.9.2022.)

Mika Kirjavainen teki kotiinsa erikoisia virityksiä ja marraskuinen sähkölasku pieneni roimasti. (U18, HS 4.12.2022.)

Ekologisuuden ja talouden synergian hyödyt

Taloudellisen hyödyn diskurssissa nousee esille näkökulma, jonka mukaan ekologisten ratkaisujen nähdään olevan myös taloudellisesti järkeviä. Näkemyksen mukaan molemmat tuottavat toisilleen lisäarvoa luoden synergiahyötyä. Ajatus ei ole uusi, sillä ympäristön hyvinvoinnin nähdäänkin voimistavan yhteiskunnan kestäväää talouskasvua (Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus, 2023). Talouden ja ekologisuuden yhteishyödyt painottuvat valtakunnallisen uutisoinnissa yksilöön, mutta sillä nähdään olevan yhteys myös yhteiskuntaan.

Seuraava esimerkki kuvaa aurinkopaneelien taloudellista hyötyä yksilölle erilaisten kulu- jen vähentymisellä. Esimerkki havainnollistaa myös aurinkopaneelien tuottomahdollisuutta, jonka mukaan paneelien tuottaman ylimääräisen sähkön voi myydä sähköyhtiölle. Tällä tavalla ekologinen ratkaisu vähentää kustannuksia ja voi lisäksi tuoda yksilölle taloudellista tuottoa.

Hagerlundin tuottolaskelmat perustuvat sekä itse käytettyyn aurinkosähköön että sähköyhtiölle myytyyn sähkөөn. Suurin hyöty Hagerlundille tulee silloin, kun hän käyttää tuotetun sähkön itse. Silloin säästää sekä sen, mitä sähköstä maksaa että verot ja sähkön siirtomaksut. (U25, HS 19.10.2022.)

Taloudellisten tukien voidaan nähdä tuovan lisäarvoa myös ympäristölle. Alla oleva esimerkki kuvaa valtion tukea, joka auttaa kotitalouksia siirtymään pois kaasulämmityksestä. Tukea on saatavilla vain silloin, kun uusi lämmitysjärjestelmä on ympäristöystävällinen. Esimerkki havainnollistaa hyvin, kuinka yksilö saavuttaa taloudellista hyötyä vain, jos samalla siirtyy ekologisempaan lämmitysmuotoon. Samalla esimerkissä voidaan havaita taloudellisen hyödyn sekä yhteiskunnallisen diskurssin risteäminen.

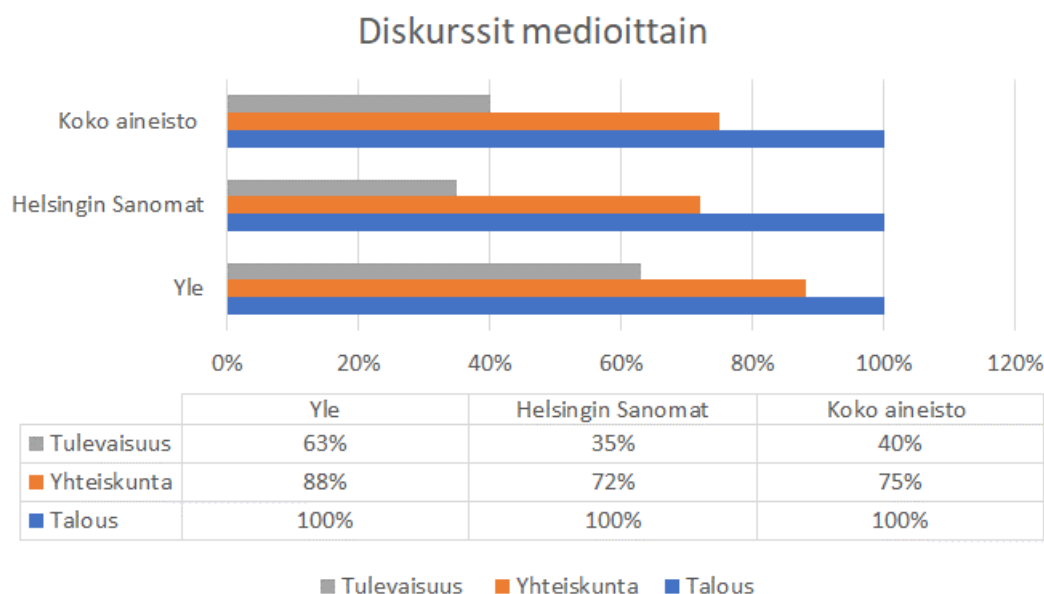
Tukea voi hakea maakaasua käyttävän kaasulämmitysjärjestelmän poistamiseen ja korvaamiseen toisella lämmitysjärjestelmällä. Tukea ei voi kuitenkaan hakea fossiilisia polttoaineita tai biokaasu tai-öljyä käyttävällä lämmitysjärjestelmällä. (U26, HS 18.10.2022.)

Vaikka vallitseva puhetapa painottuu ympäristön ja talouden hyötyyn, löytyy aineistosta myös ristiriitaisia näkemyksiä. Puunpolttoa ei voida pitää vihreänä energiamuotona, sillä sen nähdään edistävän ilmaston lämpenemistä (Savolahti, 2020). Seuraavassa esimerkissä korostetaan sähkölaskun pienentämistä juuri puiden polttamisella. Vastoin vallitsevaa näkökulmaa, sähkön säästämisen taloudellista hyötyä kuvataan epäekologisen lämmitystavan avulla.

Nissinen on samaa mieltä. Hän itse kertoo lämmittävänsä kaukolämmöllä toimivan asuntonsa takkaa joka päivä pesällisellä. Tapa näkyy takuulla myös sähkölaskussa. (U19, HS 29.9.2022.)

4.1.4 Diskurssien esiintyminen medioittain

Analyysin seuraavassa vaiheessa tutkittiin, miten valtakurssit esiintyivät eri uutismedioissa. Kuvio 7 havainnollistaa, kuinka aiemmin esitellyt valtakurssit jakautuvat koko aineistossa sekä Ylen ja Helsingin Sanomien uutisissa prosenttimäärien mukaisesti. Kuviota tulkittaessa on otettava huomioon, että Ylen uutisia on analysoitavassa aineistossa huomattavasti vähemmän kuin Helsingin Sanomien uutisia. Ensimmäisen aineiston 40:stä uutisesta 8 on Ylen tuottamia ja 32 Helsingin Sanomien julkaisemia.



Kuvio 7. Diskurssit medioittain.

Kuvioista 7 voidaan havaita, että taloudellisen hyödyn diskurssi esiintyy molempien uutismedioiden jokaisessa uutisessa ja on aineistossa kaikista vallitsevin. Seuraavaksi eniten uutisissa esiintyy yhteiskunnallista diskurssia, jota voidaan havaita 75 % koko aineistosta. Yhteiskunnallista valtakurssia esiintyy molempien medioiden energian säästämisen uutisissa merkittävästi, Ylen uutisaineistossa kuitenkin hieman enemmän. Tulevaisuuden diskurssia taas ilmenee uutisissa selkeästi muita valtakursseja vähemmän, vain 40 % koko aineistosta. Voidaan kuitenkin todeta, että sitä esiintyy merkittävästi enemmän Ylen uutisissa verrattuna Helsingin Sanomien uutisiin. Seuraavaksi kuvataan media-aineiston kommentteissa rakentuvia vastadiskursseja.

4.2 Kuluttajien vastadiskurssit

Aineiston toinen osio koostui uutismedioiden Facebook-julkaisujen kommenttiosiossa esiintyneistä kuluttajien kommentteista, joista tunnistettiin vastadiskursseja. Vastadiskurssit ovat syntyneet vastakkaisina reaktioina aiemmin esitellyille median luomille valtakursseille. Aineiston kommenttiosio koostuu lukijoiden reaktioista, kommentteista

sekä niiden alle kertyneistä viestiketjuista. Tämä luo aineistoon erittäin vuorovaikutuksellisen ympäristön, sillä kommentoijat ovat alttiita muiden käyttäjien toiminnalle ja mielipiteille. Aineistosta löydettiin kolme vastadiskurssia, jotka käsitellään seuraavaksi yksitellen.

4.2.1 Ilmastoskeptinen diskurssi

Ilmastoskeptinen vastadiskurssi on syntynyt vastareaktion median tulevaisuuden valtakurssille. Valtadiskurssissa korostuvat ekologiset tulevaisuuden ratkaisut sekä ilmastonmuutoksen torjuminen, kun taas vastadiskurssi kyseenalaistaa ilmaston lämpenemisen lähtökohtaisesti ympäristöön vaikuttavana ilmiönä. Tämä näkyy diskurssin ajattelutavassa, jonka mukaan ilmastonmuutokseen liittyviä tulevaisuuden toimia ei tarvitse tehdä. Diskurssin vallitseva asennoituminen ekologisuutta kohtaan näyttäytyy niin, että ympäristöystävällisiä teknologioita ja energialähteitä pidetään syinä energiakriisin pahentumiselle ja syntymiselle. Ilmastoskeptisen näkökulman keskeisiin argumentteihin kuuluu, että ekologiset vaihtoehdot ovat kalliita ja huonoja ratkaisuja yksilölle sekä koko Suomelle. Diskurssissa korostuu vahvasti negatiivinen, syyttävä sekä sarkastinen puheen sävy.

Ekologisuus ja energiakriisi

Ilmastoskeptisessä vastadiskurssissa nousee esiin puhe, jossa ilmastonmuutos kielletään tai sitä vähätellään. Aineistossa esiintyvistä kommenteista voidaan todeta, että ilmastonmuutoksen vähättely ja kieltäminen nousee esiin vahvasti sarkastisen puheen kautta. Tutkimuksen mukaan sarkasmia hyödynnetäänkin usein ilmastonmuutoksen kieltämiseen liittyvässä kommentoinnissa sosiaalisessa mediassa (Eslén-Ziya, 2022).

Vowles ja Hultman (2021) ovat tutkimuksessaan huomanneet medioiden käyttävän tulkinnallisen kieltämisen keinoa lukijoiden mielikuvien muokkaamiseen ilmastonmuutokseen liittyvässä uutisoinnissa. He jatkavat sen kuvaamista keinoksi,

jonka avulla informaatiota on tarkoitus tulkita uudelleen omaa näkökulmaa tukevaksi. Ensimmäinen alla näkyvä kommentti hyödyntääkin sarkasmia sekä tulkinnallisen kieltämisen keinoa väittämällä ilmaston kyllä lämpenevän, mutta niin vähän, ettei sillä ole merkitystä. Toisessa kommentissa perustellaan sarkastiseen sävyyn puulla lämmittämisen olevan kohta kiellettyä, sillä jäätiköt sulavat. Kommentin lopussa esiintyvä naurava emoji havainnollistaa huvittuneisuutta, joka väitteeseen liitetään. Kommentti viittaakin implisiittisesti siihen, etteivät jäätiköt ole sulamassa. Samalla se vähättelee ilmastonmuutoksen vaikutusta ympäristön hyvinvointiin.

Ehkä myös päätökset hiilivoimaloiden purkamisista vaikuttavat nykyisiin hintoihin. 😏 Voidaanhan me palella, ettei maailma lämpenisi 0,000....00001 C. (HS U28, lukijan kommentti.)

Puulla lämmittäminen on kohta kiellettyä. 🌲🌳 Ja lämmittäminen yleensäkin. Jäätiköt sulaa. 😄 (HS U10, lukijan kommentti.)

Vastadiskurssia synnyttävissä kommentteissa korostuu myös näkökulma, jonka mukaan energiakriisi on huonontunut Suomessa ekologisten toimien tuloksena. Kommentteissa fossiilisten polttoaineiden nähdään toimivan ratkaisuna energiakriisin hillinnässä. Samalla niissä kritisoidaan Suomen valtion päätöstä vähentää turpeen käyttämistä energialähteenä. Turvetta pidetään Suomessa epäekologisena energialähteenä, minkä vuoksi sen energiatuotannon lopettamista on vauhditettu verotuksen korottamisella (Valtioneuvosto, 2021). Ilmastoskeptinen vastadiskurssi katsookin energiakriisiä kapeasti ainoastaan energian riittävyyden näkökulmasta, eikä ota huomioon energialähteiden merkitystä ympäristön hyvinvointiin. Seuraavat kommentit havainnollistavat vastadiskurssin näkemystä, jonka mukaan turve ja muut fossiiliset polttoaineet auttaisivat takaamaan energian riittävyyttä energiakriisissä.

Vihreä siirtymä on lopettanut kahden olkiluoto kolmosen verran kivihiili/turvevoimaloita. Iso "kiitos" vihreälle siirtymälle. Eli hallituksen syy koko soppa. (HS U18, lukijan kommentti.)

Turve ja hiilivoimala takaisin. Kukaan ei enää puhu mitään turvevoimaloista. 🤨 (YLE U4, lukijan kommentti.)

Energiakriisiä koskeva kritiikki kohdistuu myös tulevaisuuden ekologisia teknologioita kohtaan, joiden nähdään vaikuttavan energian riittävyyteen negatiivisesti. Vastadiskursseja rakentavissa kommentteissa nousee esiin paljon vastustusta juuri sähköautoille ja niiden tukitoimille. Median valtakurssissa esiin nousevia tulevaisuuden ratkaisuja kuvataan positiivisesti, kun taas vastadiskurssissa niistä keskustellaan negatiiviseen sävyyn. Alla olevat esimerkkikommentit havainnollistavat keskustelua sähköautojen tukitoimista, joita kritisoidaan energian hintojen nousun ja riittävyyden ongelmien vuoksi. Toisessa kommentissa sähköautojen taloudellisia tukitoimia kuvataan sanalla ”hullutus”, jolla viitataan toimien järjettömyyteen.

Ongelma energian riittävyydestä tulee olemaan pysyvä, kulutus kasvaa entisestään sähköautojen lisääntymisen myötä. (HS U17, lukijan kommentti.)

Osuit oikeaan kohtaan. Talvella tulee vaikeata. Tukitoimet voisi lopettaa koska muuten tämä hullutus vaan leviää. Biodiesel ja biokaasu olisivat kestävämmät ratkaisut huoltovarmuuden takia. (HS U24, lukijan kommentti.)

Hallituksen ja asiantuntijoiden kritisointi

Aineiston kommenttiosiossa nousee esiin vähättelevä ja syyttävä puheensävy kohti hallitusta, vihreitä sekä vasemmistoliittoa. Alla olevat kommentit havainnollistavat, kuinka näitä puolueita syytetään fossiilisen energiantuotannon vähentämiseen liittyvistä toimista. Puolueista käytetään kommentteissa muun muassa nimityksiä vihervasu sekä vihervasemmisto. Sanavalinnoilla onkin merkitystä, sillä ne luovat lukijalle erilaisia mielikuvia (Jokinen ja muut, 2016, s. 126). Seuraavissa esimerkeissä näkyvät sanavalinnat ja niihin liitetyt sanomat viestittävät lukijalle negatiivisia mielikuvia kyseisistä puolueista.

Kyllä sitä säästyy, kun rullaavat sähkökatkot tulee, ensi talvena. Kepu ja vihreät ylisti alkuvuonna, kun turvekoneiden romutuspalkkiot kävi hyvin kaupaksi... Nyt ihmettelevät, kun sitä turvetta ei tule, kun sitä tarvitaan 😊 (HS U24, lukijan kommentti.)

Kurjuutta kaikille! Kiitos vihervasemmisto! Oispa ydinvoimaa 🙄 (HS U17, lukijan kommentti.)

Onneksi kohta on vaalit. Tämä vihervasu on näyttänyt tapansa. (HS U11, lukijan kommentti.)

Vähättelevää ja kritisoivaa kommentointia voidaan todeta ilmastoskeptisessä diskurs-
sissa myös uutisissa, joissa on haastateltu asiantuntijoita ekologisuutta käsittelevistä ai-
heista. Asiantuntijoiden kritisoiminen näyttäytyy vastakkaisena reaktiona tulevaisuuden
valtadiskurssille, jossa asiantuntijoiden kommenttien avulla pyritään luomaan uutisen si-
sältöön uskottavuutta. Ensimmäinen alla näkyvä kommentti kritisoi uutista, jossa asian-
tuntija kertoo, kuinka puita poltetaan takassa ekologisesti. Kommentti viestittää lukijalle,
ettei puiden polttamiseen tarvita asiantuntijaa ja samalla vähättelee uutisen uskotta-
vuutta. Toisessa kommentissa voidaan havaita asiantuntijan vähättelyä lainausmerkkien
sijoittelulla. Vowles ja Hultman (2021) kuvailevat tätä keinoksi, jonka avulla pyritään ky-
seenalaistamaan lainausmerkkeihin asetetun sanan todenmukaisuus. Sanan asiantuntija
sijoittaminen lainausmerkkeihin viittaa siihen, ettei kyseessä ole varteenotettava tai us-
kottava asiantuntija. Tällainen lainausmerkkien sijoittelu voi vaikuttaa myös muiden
kommentoijien mielipiteeseen uutisen uskottavuudesta.

Kyllä Suomessa on osattu polttaa ilman asiantuntijoitakin ja oikein (HS U19, lu-
kijan kommentti.)

No nyt on taas "asiantuntija" päässyt avaamaan ajatuksiaan 🤖 kuinka moni
pesukone hajoo tämän suuren ajattelijan ansiosta 😬 (HS U32, lukijan kom-
mentti.)

Vihreän siirtymän vastustus

Ilmastoskeptisessä vastadiskurssissa nousee esiin näkökulma, jonka mukaan ympäris-
töystävälliset vaihtoehdot ovat hintavia ja huonoja ratkaisuja kuluttajalle. Näkemys ko-
rosta vihreän siirtymän olevan kallis ja huono yksilölle, mutta myös koko Suomelle. Kun
tulevaisuuden valtadiskurssissa korostuu käytännöllisyys, niin vastadiskurssissa nousee
esiin ekologisten ratkaisujen epäkäytännöllisyys. Epäkäytännöllisyys korostuu alla ole-
vassa kommentissa ilmaisulla "epävarma ja oikukas sähkö", jonka tuotannon vakautta ei
ole mahdollista ennustaa. Samalla vastadiskurssi tuo esiin ennakoitavuuden puutetta,

mikä voidaan nähdä vastareaktionä valtakurssin ennakoitavuuden näkökulmalle. Kommentti vahvistaa näkemystä, jonka mukaan energiakriisiä pidetään Euroopan ja Suomen kestävästä kehitystä tukevien toimien tuloksena. Siinä vihreää siirtymää kuvataan sanalla ”usko”, jolla viitataan epäsuorasti siihen, ettei ilmastonmuutokseen liittyvällä argumentoinnilla ole tieteellistä näyttöä.

Kyllähän totuus on se, että vihreä siirtymä nostaa hintoja. EU kun lähti ja suomi vanavedessä ydinvoimaa vastaan, tässä on lopputulema, kallis epävarma oikukas sähkö. No, hyväuskoiset luulee, että 8000MW tuulivoimaa pitää meidät sähkössä, pitää kun tuulee, kun ei tuule niin pannaan sähköt poikki niinkuin nyt on uhkailtu. Mut hei, uskokaa omaan uskoonne, minä omaani, siihen ei kuulu tuulivoima. (HS U28, lukijan kommentti.)

4.2.2 Yhteiskuntakriittinen diskurssi

Yhteiskuntakriittinen vastadiskurssi on muodostunut vastareaktionä median luomalle yhteiskunnalliselle valtakurssille, joka korostaa puheessaan yhteiskunnan roolia energiakriisin ratkaisijana. Kun valtakurssissa tuodaan esiin yhteisön hyvinvointia ja etua, niin vastadiskurssi korostaa yksilöä sekä nostaa esiin yhteiskunnallisia epäkohtia. Vastadiskurssissa korostuu näkemys, jonka mukaan energiakriisin syntyminen on Euroopan sekä Suomen päättäjien vastuulla. Yhteiskuntakriittinen näkökulma nostaa esiin poliittisten päättäjien sekä energiantuottajien hyväosaisuutta. Samalla se luo kuilua tavallisten ihmisten sekä valta-asemassa olevien päättäjien välille. Vastadiskurssi keskittyy poliittisten päättäjien virheisiin ja yhteiskunnallisiin epäkohtiin jättäen huomioimatta toimet, joita yhteiskunta tekee niiden korjaamiseksi. Diskurssissa korostuu kriittinen, sarkastinen sekä negatiivinen puheen sävy.

Poliittiset päätökset ja energiakriisi

Yhteiskuntakriittistä vastadiskurssia rakentavissa kommentteissa korostetaan EU:n sekä Suomen päättäjien vastuuta energiakriisin kehittymisessä. Vastadiskurssin keskeisiin argumentteihin kuuluu, että EU ja Suomi ovat vastuussa energiakriisistä taloudellisten

pakotteiden asettamisen sekä Venäjän kaasun riippuvuuden vuoksi. Vastadiskurssissa ei oteta tarkemmin kantaa Venäjän aloittamaan hyökkäyssotaan tai energiakriisiä edeltäviin muihin maailman tapahtumiin. Vastoin valtakurssia, alla olevat esimerkkikommentit havainnollistavat kritiikkiä poliittisia päättäjiä kohtaan. Ensimmäinen kommentti kuvaakin poliittisia päättäjiä ahneina ja piittaamattomina, mikä viestittää lukijalle negatiivista mielikuvaa päättäjistä ja heidän toimistaan.

Länsimaiden lyhytnäköisyyden ja ahneuden aiheuttama energiakriisi. On ollut täydellistä typeryyttä ja piittaamattomuutta rakentaa yhteiskuntaa ylläpitäviä toimintoja Venäjän varaan. Voittojen maksimointi vain mielessä. Toivottavasti tästä joutuu tilille ja kiristelemään hampaitaan myös joku sellainen, joka tästä on oikeasti vastuussa. (HS U17, lukijan kommentti.)

Tämä energia kriisi on pelkästään Suomen hallituksen aiheuttama (HS U18, lukijan kommentti.)

Kun valtakurssissa korostetaan Euroopan sekä Suomen yhteistä hyvinvointia, niin vastadiskurssin näkemyksen mukaan Suomi joutuu maksamaan muiden Euroopan maiden tekemistä virheistä. Alla olevat lukijoiden kommentit havainnollistavatkin tätä tilannetta sarkastisesti. Eslen-Ziyanin (2022) mukaan sarkasmin hyödyntäminen sosiaalisessa mediassa voi korostua niiden aihealueiden ympärillä, jotka luovat keskustelussa vastakkaisia mielipiteitä. Aineiston kommenttiosioista voidaan päätellä, että energiakriisi on luonut median uutisten alle keskustelua, jossa nousee esiin polarisoituneita mielipiteitä energiakriisistä ja sen syntymisen syistä. Sarkasmia hyödyntäessä kommentoija puhuu valitusta aiheesta niin, että se on ristiriidassa kielen kirjaimellisen merkityksen kanssa (Eslen-Ziya, 2022). Tämä havainnollistuu seuraavissa kommentteissa, joissa sarkasmin keinoin korostetaan haluttomuutta tukea muita Euroopan maita energiakriisissä.

Suomi on onnistunut olemaan vähemmän riippuvainen, mut ei haittaa, me maksetaan muiden mokat 🤔🤔🤔 (HS U24, lukijan kommentti.)

No tästä johtuen tykkäämme maksaa Saksan kaasut! (HS U24, lukijan kommentti.)

Yhteiskunnan eriarvoisuuden korostuminen

Yhteiskuntakriittisessä vastadiskurssissa tuodaan esiin energiakriisin aiheuttamaa rasi-
tusta tavallisille kansalaisille. Kommenteissa nousee esiin yksilöiden ajatuksia siitä,
kuinka sähköyhtiöt kerryttävät voittoja samalla, kun kuluttajat kamppailevat hintojen
nousun kanssa. Yritykset, jotka käyttävät uusiutuvia lähteitä energiantuotannossaan,
ovat energiakriisin aikana saaneet huomattavaa etua kasvavista sähkön markkinahin-
noista (Euroopan unionin neuvosto, 2023). Diskurssin kommentit rakentavatkin negatii-
vista mielikuvaa energiantuottajista ja korostavat tällä tavalla yhteiskunnan eriarvoi-
suutta. Seuraava kommentti havainnollistaa tätä näkökulmaa ja kyseenalaistaa Suomea
hyvinvointivaltiona.

Onhan tää nyt aivan [kirosana] sairasta. Suomiko hyvinvointi maa? Hallitus on
epäonnistunut totaalisesti maan johtamisessa. Ihmettelen myös kuinka sähkö-
yhtiöt ja siirtoyhtiöt ilkeävät toimia näinkin sikamaisesti. Tahkoavat ennätysvoit-
toa ihmisten ahdingolla. (HS U18, lukijan kommentti.)

Yhteiskunnan eriarvoisuus korostuu vastadiskurssissa myös kotitalouksien näkökulmasta.
Näkemyks nostaa esiin teollisuuden roolia energiankulutuksessa ja kritisoi yhteiskunnan
sekä median asettamaa painetta kotitalouksille. Seuraavat kommentit havainnollistavat
tätä energiankulutuksen vastakkainasettelua, jota kommentoijat rakentavat
kotitalouksien ja teollisuuden välille.

Nyt on aika lopettaa vaatimukset kotitalouksien vyön kiristämiseksi ja alkaa
katsoa varsinkin ison teollisuuden suuntaan. Se käyttää lähes puolet Suomen
sähköstä, kun kotitaloudet vain 21%. (HS U11, lukijan kommentti.)

Kotitaloudet kärsii eniten vaikka kuluttavat vain 15% kaikesta sähköstä (HS U17,
lukijan kommentti.)

Yhteiskuntakriittinen vastadiskurssi rakentaa Facebookin keskustelualustalla
todellisuutta, jossa Suomen päättäjät ja kansalaiset asetetaan vastakkain. Tällainen
yhteiskuntaluokkien tunnistaminen ja vastakkain asettaminen voi kiihdyttää helposti
keskustelun muiden osanottajien mielikuvien polarisoitumista (Attias, 2018).

Tutkimuksen mukaan sosiaalista mediaa ja erityisesti Facebookia voidaan pitää viestintäympäristönä otollisena paikkana mielipiteiden polarisoitumiselle (Del Vicario ja muut, 2016). Voidaan todeta, että yhteiskuntakriittisen vastadiskurssin näkökulmat ovat syntyneet ja vahvistuneet osittain sosiaalisen median vuorovaikutuksellisen kontekstin tuloksena.

Individualismin korostuminen

Yhteiskuntakriittisessä vastadiskurssissa nousee esiin myös individualistinen ajattelutapa, joka korostaa yhteisön sijasta yksilön etua. Tätä voidaan pitää vastakkaisena reaktiona median yhteiskunnalliselle valtakurssille, joka nostaa esiin yhteiskunnan kollektiivista hyvinvointia. Yksilön etua korostava kommentointi viestittää lukijalle, ettei yhteisön etua pidetä merkityksellisenä. Alla olevat kommentit havainnollistavat yksilön edun korostumista saunomisen ja sähköauton latauksen näkökulmista. Diskurssin individualistisessa kommentoinnissa ei oteta kantaa Euroopan tai Suomen yhteiseen hyvinvointiin, vaan mielipiteet kohdistuvat ainoastaan yksilön etuihin.

Näillä sähköhinnoilla kuulemma kannattaa ja monet niin tekevätkin, käyttävät eri latauspaikkoja hyväkseen tässä, koska niiden hinnat ei ole nouseet samaa tahtia kotien sähköhintojen kanssa. (HS U10, lukijan kommentti.)

Saunan taakse. Saunasta en luovu, enkä saunomisesta. (HS U10, lukijan kommentti.)

4.2.3 Energiakriisiä vähättelevä diskurssi

Energiakriisiä vähättelevä vastadiskurssi kyseenalaistaa energiakriisin yhteiskunnallisena ja talouteen liittyvänä ilmiönä. Se on syntynyt vastareaktiona median taloudellisen hyödyn valtakurssille, joka keskittyy tarkastelemaan energian säästämistä rahallisen hyödyn näkökulmasta. Vastadiskurssissa nousee esiin näkemys, jonka mukaan energiakriisillä ei ole merkitystä Suomen taloudelliseen tilanteeseen tai energian riittävyyteen. Näin ollen energian säästämistä ja sen taloudellisten hyötyjen tarkastelemista ei nähdä

olennaisena tai tarvittavana toimenä. Vastadiskurssin keskeinen näkökanta onkin, että energiakriisi on joko liioiteltu tai kokonaan keksitty. Diskurssissa kritisoidaan mediaa sen uutisoinnin asiantuntevuuden puutteesta ja suhtaudutaan siihen ennakkoluuloisesti. Vastadiskurssissa korostuu vähättelevä, kritisoiva sekä negatiivinen puheen sävy.

Energiakriisin vähättely ja kieltäminen

Vastadiskurssia rakentavassa kommentoinnissa nousee esille lukuisin eri tavoin, kuinka energiakriisiä vähätellään tai kuvataan kokonaan keksittynä. Ikäheimon ja Vahdin (2021, s. 19) mukaan tiedonvälityksen rajattomuus on tehnyt tilaa disinformaation eli valheellisen tiedon lisääntymiselle sosiaalisessa mediassa. Taloudellisen hyödyn valtakurssi korostaa energiakriisin toimien kiireellisyyttä ja sen vaikutuksia yksilöön, kun vastadiskurssi kyseenalaistaa ja vähättelee kriisin olemassaoloa. Alla näkyvät lukijoiden kommentit ilmentävät tätä näkemystä. Ensimmäisessä kommentissa energiakriisistä puhutaan sanalla ”sähköbuumi”, joka viittaa kriisin vakavuuden vähättelemiseen. Tällä tavalla kommentti viestittää epäsuorasti lukijalle, ettei energian säästäminen ole ajankohtaista. Esimerkkikommenteissa energiakriisiä kuvataan myös sanoin ”huijaus” ja ”fake news”, jotka suoraan kieltävät kriisin olemassaolon. Vowlesin ja Hultmanin (2021) mukaan tätä voidaan kutsua kirjaimelliseksi kieltämiseksi, jonka mukaan yleisesti totuutena pidettyä tietoa esitetään virheellisenä.

Tuntuu että tämä sähköbuumi on taas yksi iso huijaus. Toki on varmasti sähköstä ja lämmityksestä tulee haasteita talvella, mutta raakaöljyn hinnatkin alempana kuin ennen sotaa ja hinnat vaan katossa. Öljy-yhtiöt kääri hirveät voitot. Nytkö on sähköyhtiöiden vuoro? (HS U28, lukijan kommentti.)

"Venäjän hyökkäyssodan aiheuttama energiakriisi " fake news osastoa 85%. (HS U17, lukijan kommentti.)

Vastadiskurssin kommentteissa korostuu suomalaisten aiemmin kokema energiakriisi, jonka esiin tuomisella pyritään esittämään kriisin vaikutukset Suomessa arkipäiväisinä. Tämä puhetapa havainnollistaa energiakriisin merkityksen vähättelemistä suomalaisessa yhteiskunnassa. Keskeistä alla olevassa esimerkkikommentissa onkin suomalaisten

pärjäämisen korostaminen sekä kriisin vakavuuden liioittelemine. Kommentin ilmaisu ”pärjätään panikoimatta” viestittää lukijalle sarkastiseen sävyyn, että tilanteeseen on ylireagoitu.

Aika suurella osalla suomalaisista on kokenut ennenkin energiakriisin ja pärjännyt, joten kyllä nytkin pärjätään panikoimatta. (HS U24, lukijan kommentti.)

Osana energiakriisin vähättelyä ja liioittelua nousee esiin näkökulma, jonka mukaan kriisi ei ulotu Suomeen asti. Näkemys korostuu erityisesti kommentteissa, jotka näkyvät energian säästämisen vinkkiuutisten alla. Media-aineiston vinkkiuutisten alla esiintyy myös paljon huvittuneita reaktioita, kuten ”haha” emoji, mistä voidaan päätellä, että niiden sisältöihin suhtaudutaan jossain määrin humoristisesti. Tämä tukee diskurssissa vallitsevaa näkemystä energiakriisin liioittelusta. Vastadiskurssia synnyttävässä kommentoinnissa Suomen energian riittävyyttä argumentoidaan energiantuotannon omavaraisuuden takaamisella usein Olkiluodon ydinvoimalaitoksen avulla. Tämä näkemys havainnollistuu alla olevassa lukijan kommentissa, joka vähättelee energian säästämisen tarvetta. Vastoin valtakurssia se viittaa samalla siihen, ettei energian säästämisen taloudellisten hyötyjen tarkasteleminen ole olennaista. Samalla kommentti kritisoi mediaa hysterial levittämisestä ja luo siitä epäluotettavaa mielikuvaa.

No varmaan riittää. Tämä hysteria, jota lehdet levittävät on saanut huonoa aikaan. Suomessa sähköntuotanto lisääntyy, kun Olkiluoto 3 otetaan käyttöön. Nyt pitäisi myös katsoa miten paljon myymme sähköä ulkomaille. Hysteriaa on hyvä levittää (YLE U4, lukijan kommentti.)

Median kritisointi

Vastadiskurssin kommentteissa energiakriisin kyseenalaistamisen ja kieltämisen yhteydessä korostuu ennakkoluuloinen suhtautuminen mediaa kohtaan. Kommentteissa mediaa arvostellaan valheellisen ja liioitellun tiedon levittämisestä, mikä voidaan nähdä vastakkaisena reaktiona valtakurssissa esiintyvälle median luottamukselle. Ennakkoluuloisten asenteiden nähdäänkin vaikuttavan mielikuvien muodostumiseen ja lujittuvan

vuorovaikutuksessa (Lyons & Kashima, 2003). Sosiaalisen median ympäristö voikin vahvistaa kommentoijien mediaan liittämiä ennakkoluuloja. Alla olevissa lukijoiden kommenteissa mediavastaisuus ilmentyy sarkasmin ja huumorin keinoin. Mediaa kuvataan toisessa lukijan kommentissa termillä ”propagandamoottori”, joka viestittää lukijalle, että media pyrkii vaikuttamaan mielipiteisiin manipuloivasti.

Paljonko säästäisimme metsiä ja sähköä, jos hesaria ei painettaisi paperille 😊
(HS U10, lukijan kommentti.)

Ainut jonka kannattaa säästää energiassa on propagandamoottorin eli valtamedia säästökuurille. (YLE U4, lukijan kommentti.)

Ei uhkaa sähköpula, mutta säästää pitää 🤔🤔

Media jaksaa kirjoittaa (HS U11, lukijoiden kommentit.)

5 Johtopäätökset

Tässä luvussa kootaan yhteen sekä esitetään tutkimuksen keskeiset tulokset ja johtopäätökset. Tuloksia tarkastellaan suhteessa tutkimuksen tarkoitukseen sekä asetettuihin tavoitteisiin. Lopuksi käydään läpi tutkimuksen yhteiskunnallisia suosituksia, rajoituksia ja esitetään jatkotutkimusehdotuksia.

5.1 Keskeisimmät tulokset ja johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tarkoitus oli tutkia ja analysoida, miten asumiseen liittyvät energian säästämisen valta- ja vastadiskurssit rakentuvat sosiaalisessa mediassa. Tutkimuksen analyysi kohdistui Helsingin Sanomien sekä Ylen asumisen energian säästämisen uutisten Facebook-julkaisuihin ja niiden kommenttiosioihin. Media-aineisto sisälsi 40 median uutista sekä 1921 kuluttajien kommenttia. Tutkimuksessa pyrittiin ymmärtämään, millaisia asumisen energian säästämisen valtakursseja ja mielikuvia uutismediat luovat sekä millaisia vastareaktioita kuluttajille rakentuu niistä sosiaalisessa mediassa.

Tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena oli rakentaa teoreettinen viitekehys siitä, miten uutismediat ja kuluttajat osallistuvat asumisen vastuullisuuden mielikuvien muodostamiseen sosiaalisessa mediassa. Teoriassa pyrittiin luomaan ymmärrystä siihen, kuinka mielikuvat muodostuvat, mitä vastuullinen asuminen on sekä millainen rooli energiankulutuksella on kestävässä asumisessa. Tutkimuksen teoriassa syvennyttiin vuorovaikutteiseen mediaympäristöön sekä siihen, millainen rooli sen eri toimijoilla on kuluttajien vastuullisen asumisen mielikuvien muodostumisessa.

Teorian alussa syvennyttiin mielikuvan käsitteeseen, jonka voidaan nähdä rakentuvan ennakoasenteista sekä ihmisten tunneperäisistä ja rationaalisista elämäkokemuksista (Isohookana, 2007, s. 20). Sosiaalisella medially ja medially voidaan nähdä olevan vaikutusta kuluttajien mielikuvien muodostumiseen. Aiempi tutkimus osoittaa, että media vaikuttaa kuluttajien mielikuviin hyödyntämällä erilaisia kielellisiä keinoja (Vowles &

Hultman, 2021; Carvalho, 2007). Samalla tavalla sosiaalisen median nähdään vaikuttavan kuluttajien reaktioihin ja mielikuviiin sen vuorovaikutteisen luoteensa vuoksi (Xiong ja muut, 2018; Li ja muut, 2017). Bakshyn ja muiden (2012) mukaan tiedon ja mielipiteiden jakaminen on sosiaalisen median alustoilla yleistynyt. Tämän voidaan nähdä lisäävän muiden kuluttajien vaikutusta mielikuvien muodostumisessa sosiaalisessa mediassa.

Tutkimuksen teoriaosuudessa nousi esiin, kuinka asumisen vastuullisuuteen vaikuttavat merkittävästi rakennusten energiatehokkuuteen liittyvät tekijät ja asumisen käytänteisiin liitettävät sosiaaliset tekijät. Asumista pidetään kestäväänä silloin, kun siinä hyödynnetään alhaista energiankulutusta tukevaa suunnittelua, vihreitä energiamuotoja sekä rakentamisen ekologisuutta kehittäviä teknologioita (Lovell, 2004; Lylykangas ja muut, 2015, s. 2). Energian säästäminen on olennainen osa asumisen vastuullisuutta, sillä yli kolmasosa koko Suomen energiankulutuksesta aiheutuu asumisesta (Ympäristöministeriö, n.d.). Asumisen energiapäästöjen vähentämiseen voidaan kuitenkin vaikuttaa monin tavoin, kuten kestävästä lämmitysmuodon valinnalla (Lowell, 2004), asumisen käytänteillä (Gram-Hanssen, 2011) sekä edistämällä kodin energiatehokkuutta suunnittelun ja remonttien avulla (Lylykangas ja muut, 2015, s. 2).

Tutkimuksen toinen tavoite oli tunnistaa, millaisia asumisen energian säästämisen valtakursseja uutismediat rakentavat sosiaalisessa mediassa. Analyysi toteutettiin hyödynnäen diskurssianalyysiä tunnistuen aineistosta nousevia puhetyylejä, kielellisiä ilmaisuja, merkityksiä sekä erilaisten toimijoiden ääniä. Media-aineistosta tunnistettiin kolme valtakurssia, joita ovat yhteiskunnallinen diskurssi, tulevaisuuden diskurssi sekä taloudellisen hyödyn diskurssi.

Yhteiskunnallisessa diskurssissa korostui yhteiskunnan ja sen kaikkien osapuolien kokonaisvaltainen hyvinvointi sekä toimet, joiden avulla vähennetään energiakriisin negatiivisia vaikutuksia. Samalla se korosti yhteiskunnallisten toimijoiden, kuten Suomen, Euroopan sekä yritysten tekoja positiivisessa valossa. Diskurssi korosti käytännöllisyyttä ja

toiveikkuutta rakentamalla kuluttajalle mielikuvaa, jonka mukaan asumisen energian säästäminen on koko yhteiskunnan näkökulmasta mahdollista ja kannattavaa.

Tulevaisuuden diskurssissa korostui ympäristön hyvinvoinnin takaaminen mahdollisimman pitkälle tulevaisuuteen. Se nosti esiin ilmastoystävällisiä ratkaisuja, joiden avulla voidaan vähentää asumisen energiankulutusta tulevaisuudessa. Diskurssi rakensi käytännöllistä sekä positiivista mielikuvaa asumisen energian säästämisestä. Samalla se loi kuluttajalle mielikuvaa, jonka mukaan asumisen energian säästäminen on järkevää ja hyödyllistä tulevaisuuden kannalta.

Taloudellisen hyödyn diskurssi toi esiin energian säästämisen taloudellisia hyötyjä erityisesti yksilön näkökulmasta. Diskurssi korosti käytännöllisyyttä ja helppoutta luoden mielikuvaa asumisen energian säästämisen vaivattomuudesta sekä hyödyllisyydestä. Valta-diskurssi kuvasi asumisen energian säästämistä myös vaativan puheen kautta, joka luo kuluttajalle mielikuvaa energian säästämisen kiireellisyydestä ja tarpeellisuudesta.

Median uutisten analyysin tulokset osoittavat, että uutismediat luovat kokonaisuudessaan positiivista mielikuvaa asumisen energian säästämisestä. Taloudellisen hyödyn diskurssi esiintyi aineiston jokaisessa uutisessa, mistä voidaan päätellä, että uutismediat pyrkivät vaikuttamaan kuluttajien energian säästämisen mielikuviin yksilön taloudellista hyötyä korostamalla. Median valtakursseja yhdisti myös se, että ne korostivat vahvasti ekologisuutta ja ympäristön hyvinvointia erilaisista näkökulmista. Tästä voidaan päätellä, että tutkimuksen uutismediat tunnistavat asumisen energiankulutuksen vaikutukset ympäristön hyvinvointiin sekä pitävät ekologisuutta tärkeänä arvona.

Tutkimuksen kolmas tavoite oli analysoida ja verrata, millaisia asumisen energian säästämisen vastadiskursseja kuluttajat luovat median valtakursseihin sosiaalisen median kontekstissa. Analyysi toteutettiin tunnistamalla uutismedioiden Facebook-julkaisujen reaktioista, kommentteista ja viestiketjuista kuluttajien vastareaktioita. Media-aineiston

kommenttiosioista tunnistettiin kolme vastadiskurssia, joita ovat ilmastoskeptinen diskurssi, yhteiskuntakriittinen diskurssi sekä energiakriisiä vähättelevä diskurssi.

Yhteiskuntakriittinen diskurssi on rakentunut vastakkaisena reaktiona median yhteiskunnalliselle valtadiskurssille. Vastoin yhteiskunnan kollektiivista hyvinvointia korostavaa valtadiskurssia, vastadiskurssi tuo esiin yhteiskunnan epäkohtia sekä yksilön etua. Kommentoinnissa rakentuu vahvaa vastakkainasettelua tavallisten kansalaisten ja valta-asemassa olevien päättäjien välille, kun taas valtadiskurssi korosti näitä toimijoita positiivisessa valossa.

Ilmastoskeptinen diskurssi syntyi vastakkaisena reaktiona median tulevaisuuden valtadiskurssille. Vastoin valtadiskurssin ekologisuutta korostavaa näkemystä, vastadiskurssi kyseenalaistaa ilmastonmuutoksen luonnon olosuhteisiin vaikuttavana ilmiönä eikä koe, että siihen liittyviä tulevaisuuden toimia tarvitsee tehdä. Vastadiskurssin mukaan ekologiset vaihtoehdot näyttävät kalliina ja epäkäytännöllisinä ratkaisuinä yksilön sekä koko Suomen näkökulmasta.

Energiakriisiä vähättelevä diskurssi syntyi vastareaktiona taloudellisen hyödyn valtadiskurssille. Vastadiskurssi kyseenalaistaa ja kieltää energiakriisin yhteiskunnallisena ja talouteen liittyvänä ilmiönä. Vastoin taloudellisen hyödyn valtadiskurssia, siinä korostuu näkemys, jonka mukaan energiakriisillä ei ole vaikutusta Suomen energian riittävyyteen tai taloudelliseen tilanteeseen. Vastareaktiona diskurssi pitää energian säästämisen taloudellisten hyötyjen tarkastelemista tarpeettomana.

Kuluttajien luomia vastadiskurseja yhdisti negatiivinen, kriittinen ja sarkastinen puheensävy, joka toimii vastareaktiona median valtadiskurssien positiivisen puheeseen. Kuluttajien kommenttien analyysissä huomattiin, että vastadiskurssit ovat sisällöltään huomattavasti rajatumia ja yksipuolisempia kuin median valtadiskurssit. Ne keskittyvät tarkastelemaan tiettyä aihetta huomattavasti kapeammasta näkökulmasta, jättäen muut siihen sidoksissa olevat tosiasiat huomioimatta.

Vastadiskurssien analyysin tuloksena voidaan todeta, että kuluttajat reagoivat median valtakursseihin pääosin negatiivisesti, kritisoivasti ja sarkastisesti. Energiakriisiä vähättelevässä sekä ilmastoskeptisessä vastadiskurssissa huomattiin käytettävän tulkinallista ja suoraa kieltämisen keinoa. Vowles ja Hultman (2021) ovat tutkimuksessaan todenneet medioiden hyödyntävän näitä keinoja ilmastonmuutokseen liittyvässä uutisoinnissa. Myös sarkasmia hyödynnettiin ilmastonmuutosta kieltävän keskustelun kommentoinnissa, minkä Eslen-Ziya (2022) on tutkimuksessaan todennut.

Vastadiskurssien analyysi osoittaa, että sosiaalinen media viestintäympäristönä voi vaikuttaa mielipiteiden polarisoitumiseen, minkä myös Del Vicario ja muut (2016) ovat tutkimuksessaan aikaisemmin todenneet. Sosiaalisen median viestintäympäristö näkyy myös tämän tutkimuksen vastadiskurssien sisällöissä, joissa voidaan havaita paljon polarisoituneita mielipiteitä. Tutkimustuloksia arvioitaessa on kuitenkin otettava huomioon, että kommentoijat eivät välttämättä ole lukeneet uutisen koko sisältöä. Tässä tapauksessa Facebook-julkaisun tekstin osuus vastadiskurssien muodostumisessa korostuu merkittävästi. Vahvoja tunteita herättävä johdatteleva teksti voi aiheuttaa pitkiä väärin perustein käytyjä keskusteluja, jos uutisen sisällön sijaan kuluttajat kommentoivat julkaisun tekstiä tai muiden kuluttajien kommentteja.

5.2 Yhteiskunnalliset suositukset

Tämä tutkimus luo ymmärrystä asumisen energian säästämisen valta- ja vastadiskurssien rakentumisesta yhteiskunnallisen energiakriisin näkökulmasta. Diskurssien analyysin avulla energiakriisistä voidaan tuoda esiin myös sellaisia näkökulmia ja reaktioita, jotka muuten saattaisivat jäädä tunnistamatta. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää asumisen energian säästämiseen liittyvässä yhteiskunnallisessa keskustelussa.

Tutkimuksen analyysistä voidaan päätellä, että media voi vaikuttaa kuluttajien energian säästämisen mielikuvien muodostumiseen. Erityisesti energiakriisin kontekstissa tällä on yhteiskunnallinen merkitys. Media voi uutisoinnissaan ottaa huomioon, että positiivinen

uutisointi ei aina takaa positiivista reaktiota. Erityisesti sosiaalisen median julkaisuissa on tärkeä pohtia julkaisujen uutisia johdatteluvien tekstien sisältöjä sekä niiden muodostamia merkityksiä ja mielikuvia. Sosiaalisessa mediassa julkaisun tekstiosan vaikutus voi olla suuri, sillä ihmiset voivat reagoida niihin lukematta uutisen sisältöä.

Kuluttajien vastakkaisten reaktioiden ja asenteiden tunnistaminen lisää ymmärrystä siitä, millaiset asiat vaikuttavat ihmisten mielikuviin asumisen energian säästämisestä. Ne voivat tuoda esiin ihmisten motiiveja ja perusteita asumisen energian säästämisen takana. Tällaisten tekijöiden tunnistamista on mahdollista hyödyntää ihmisten käyttäytymisen muokkaamisessa kohti ekologisempaa suuntaa.

5.3 Tutkielman rajoitukset ja jatkotutkimusehdotukset

Seuraavaksi käsitellään tutkimuksen rajoituksia sekä jatkotutkimusehdotuksia. Ensimmäisenä rajoituksena voidaan pitää tutkimuksen aineistoa. Tämä tutkimus tarkastelee kahden suomalaisen uutismedian Ylen ja Helsingin Sanomien Facebookissa julkaisemia uutisia sekä niiden alla esiintyviä lukijoiden kommentteja. Tutkimuksen media-aineiston uutiset keskittyvät tarkastelemaan energian säästämistä asumisen kontekstissa. Aineisto on kerätty osana Decarbon-Home-tutkimushanketta, ja sen keruussa on hyödynnetty hakusanoja: energia, lämmitys ja sähkö. Hakusanojen rajauksen vuoksi on mahdollista, että asumisen energian säästämiseen liittyviä yksittäisiä uutisia on jäänyt tutkimuksen ulkopuolelle.

Lisäksi tutkimuksen aineisto on rajautunut energiakriisin kontekstiin. Uutiset on julkaistu vuosina 2022–2023, mikä sijoittuu ajallisesti energiakriisin puhkeamiseen ja kehittymiseen Suomessa ja Euroopassa. Energiakriisi näkyy media-aineiston uutisissa sekä kommentteissa vahvasti, sillä uutiset käsittelevät asumisen energian säästämistä sen luomassa yhteiskunnallisessa kontekstissa.

Tutkimuksen rajoituksena voidaan pitää myös tutkijan subjektiivista tulkintaa. Tässä tutkimuksessa tulkinta on olennaista tutkimustulosten kannalta, sillä ne ovat sidoksissa tutkijan omiin näkemyksiin ja ymmärrykseen tutkittavasta aiheesta. Tutkimuksen tekijä on kokenut itse energiakriisin Suomessa, millä voi olla positiivinen vaikutus uutisten ja kommenttien merkitysten syvemässä tulkinnassa. Tulokset on pyritty esittämään kuitenkin niin, että ne on perusteltu pohjautuen tutkimuksen aineistoon, jolloin lukijalla on mahdollisuus arvioida itse tutkimuksen tuloksia.

Tämä tutkimus keskittyi tarkastelemaan asumisen energian säästämisen valta- ja vastadiskurssien rakentumista energiakriisin kontekstissa. Jatkotutkimuksessa olisi mielenkiintoista analysoida, millaisia tuloksia saataisiin tutkittavasta aiheesta energiakriisin jälkeiseltä ajalta. Tällä tavalla voitaisiin analysoida asumisen energian säästämisen valta- ja vastadiskurssien rakentumista erilaisessa ja mahdollisesti tasapainoisemmassa yhteiskunnallisessa ympäristössä.

Lisäksi olisi kiinnostavaa tarkastella median uutisointia sekä kuluttajien reagoitua eri sosiaalisen median alustoilla ja analysoida, onko alustalla merkitystä tutkimuksen lopullisiin tuloksiin. Erityisesti vuorovaikutukseltaan erilaisten sosiaalisten medioiden alustojen synnyttämiä diskursseja olisi mielenkiintoista verrata. Tutkimusta voitaisiin laajentaa myös niin, että siinä otettaisiin vastareaktioiden lisäksi huomioon kuluttajien kaikenlaiset reaktiot median rakentamiin valtakursseihin. Tällä tavalla voitaisiin tutkia tarkemmin kuluttajien positiivisten ja negatiivisten kommenttien vuorovaikutusta sosiaalisessa mediassa ja sen merkitystä diskurssien muodostumisessa.

Lähteet

- Acemoglu, D., & Ozdaglar, A. (2011). Opinion Dynamics and Learning in Social Networks. *Dynamic Games and Applications*, 1, 3–49. <https://doi.org/10.1007/s13235-010-0004-1>
- Attias, M. (2018, 27. maaliskuuta). *Oikein käyty dialogi purkaa polarisaatiota*. Sitra. Noudettu 15.2.2023 osoitteesta <https://www.sitra.fi/artikkelit/oikein-kayty-dialogi-purkaa-polarisaatiota/>
- Bakshy, E., Rosenn, I., Marlow, C., & Adamic L. (2012). The role of social networks in information diffusion. *Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web*, 519–528. <https://doi.org/10.1145/2187836.2187907>
- Bessi, A., Coletto, M., Davidescu, G. A., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2015). Science vs Conspiracy: Collective Narratives in the Age of Misinformation. *PloS one*, 10 (2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0118093>
- Burbach, L., Halbach, P., Ziefle, M., & Calero Valdez, A. (2020). Opinion formation on the internet: the influence of personality, network structure and content on sharing messages online. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 3 (45). <https://doi.org/10.3389/frai.2020.00045>
- Carruthers, H., Casavant, T., & Eng. P. (2013). What is a “Carbon Neutral” Building. *Sustain. Build. Cent*, 1–6. Noudettu 15.2.2023 osoitteesta https://etoolglobal.com/wp-content/uploads/2017/05/June-2013_WhatIsACarbonNeutralBuilding.pdf
- Carvalho, A. (2007). Ideological cultures and media discourses on scientific knowledge: re-reading news on climate change. *Public Understanding of Science*, 16(2), 223–243. <https://doi.org/10.1177/0963662506066775>
- Clark, A. E., & Kashima, Y. (2007). Stereotypes help people connect with others in the community: a situated functional analysis of the stereotype consistency bias in communication. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(6), 1028 – 1039. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.6.1028>
- Decarbon-Home. (n.d.). *Hanketietoa*. Noudettu 28.8.2022 osoitteesta <https://decarbonhome.fi/hanketietoa/>

- Del Vicario, M., Vivaldo, G., Bessi, A., Zollo, F., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2016). Echo chambers: Emotional contagion and group polarization on Facebook. *Scientific reports*, 6(1), 37825. <https://doi.org/10.1038/srep37825>
- Elinkeinoelämän keskusliitto. (2022). *Ilmasto ja energia*. Noudettu 18.4.2023 osoitteesta <https://ek.fi/tavoitteemme/ilmasto-energia-ja-liikenne/ilmasto-ja-energia/>
- Elonen, P. (2020, 7. helmikuuta). Paljon puhutaan lentomatkoista, mutta asumisesta aiheutuvat isoimmat päästöt – Iso kiinteistö-sijoittaja Varma irrottaa kerrostalojaan kaukolämmöstä. *Rakennuslehti*. Noudettu 20.10.2022 osoitteesta <https://www.rakennuslehti.fi/2020/02/miten-asumisen-ilmastopaastoja-voisi-karsia-iso-kiinteistosijoittaja-varma-irrottaa-kerrostalojaan-kaukolammosta/>
- Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2016). *Qualitative Methods in Business Research: A Practical Guide to Social Research*. SAGE Publications.
- Eslen-Ziya, H. (2022). Humour and sarcasm: expressions of global warming on Twitter. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9, (240), 1-8. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01236-y>
- Euro & Talous. (2022, 29. syyskuuta). *Energiakriisi nostaa hintoja- kasvua heikentävät vaikutukset vielä edessä*. Noudettu 29.1.2023 osoitteesta <https://www.eurojatalous.fi/fi/2022/3/energiakriisi-nostaa-hintoja-kasvua-heikentavat-vaikutukset-viela-edessa/>
- Euroopan komissio. (2022). *Energy efficiency directive*. Noudettu 1.4.2023 osoitteesta https://energy.ec.europa.eu/topics/energy-efficiency/energy-efficiency-targets-directive-and-rules/energy-efficiency-directive_en
- Euroopan parlamentti. (2023). *Rakennusten energiatehokkuus: EU-parlamentti hyväksyi kantansa*. Noudettu 15.4.2023 osoitteesta <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/pressroom/20230310IPR77228/rakennusten-energiatehokkuus-eu-parlamentti-hyvakysi-kantansa>
- Euroopan unionin neuvosto. (2023). *Infografiikka – Energiakriisi: kolme EU:n koordinoi-*

- maa toimea laskujen pienentämiseksi.* Noudettu 26.4.2023 osoitteesta <https://www.consilium.europa.eu/fi/infographics/eu-measures-to-cut-down-energy-bills/>
- Euroopan ympäristökeskus. (2018). *Household energy consumption.* Noudettu 1.4.2023 osoitteesta <https://www.eea.europa.eu/airs/2018/resource-efficiency-and-low-carbon-economy/household-energy-consumption>
- Fingrid. (2022, 12. lokakuuta). *Tietoa sähköpulasta.* Noudettu 29.1.2023 osoitteesta <https://www.fingrid.fi/kantaverkko/tietoa-sahkopulasta/>
- Finnwatch. (2021, 9. marraskuuta). *Kaikki haluavat nettonollaan, mutta mitä se oikeastaan tarkoittaa?* Noudettu 1.2.2023 osoitteesta <https://finnwatch.org/fi/tutkimukset/887-kaikki-haluavat-nettonollaan,-mutta-mitae-se-oikeastaan-tarkoittaa>
- Gram-Hanssen, K. (2011). Households' energy use - which is the more important: efficient technologies or user practices? *In Proceedings of the World Renewable Energy Congress 2011 (WREC 2011).* Linköping University Electronic Press, ennakkoverkkójulkaisu. Noudettu 1.3.2023 osoitteesta [https://vbn.aau.dk/ws/files/56121142/WREC_Households_energy_use_0435EE E.pdf](https://vbn.aau.dk/ws/files/56121142/WREC_Households_energy_use_0435EE_E.pdf)
- Hagbert, P., & Femenias, P. (2015). Sustainable homes, or simply energy-efficient buildings? *Journal of Housing and the Built Environment*, 31, 1-17. <https://doi.org/10.1007/s10901-015-9440-y>
- Hiilihelppi. (n.d.). *Joka kodin ilmastovinkit.* Noudettu 1.2.2023 osoitteesta <https://hiilihelppi.fi/>
- Hirsch, C. R., & Holmes, E. A. (2007). Mental imagery in anxiety disorders. *Psychiatry*, 6, (4), 161- 165. <https://doi.org/10.1016/j.mppsy.2007.01.005>
- Holmes, E. A., Blackwell, S. E., Burnett Heyes, S., Renner, F., & Raes, F. (2016). Mental Imagery in Depression: Phenomenology, Potential Mechanisms, and Treatment Implications. *Annual Review of Clinical Psychology*, 12, 249-280. <https://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-021815-092925>
- Holmes, E. A., & Mathews, A. (2010). Mental imagery in emotion and emotional disorder

- ders. *Clinical Psychology Review*, 30 (3) 349-362.
<https://doi.org/10.1016/j.cpr.2010.01.001>
- Ikäheimo, H. & Vahti, J. (2021). *Mediävälitteinen yhteiskunnallinen vaikuttaminen – Murros ja tulevaisuus*. Sitran selvityksiä 178.
<https://www.sitra.fi/app/uploads/2021/01/mediavalitteinen-yhteiskunnallinen-vaikuttaminen.pdf>
- Isohookana, H. (2007). *Yrityksen markkinointiviestintä*. Alma Talent Oy.
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (2016). *Diskurssianalyysi*. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö. Vastapaino.
- Jussila, M. (2010). *Yhteiskuntavastuu*. Nyt. Infor.
- Kankare, M. (2023, 12. tammikuuta). Suomalaiset korvasivat sähkön säästöllä Venäjän tuonnin-Joulukuussa jopa 16 prosentin pudotus kulutuksessa. *Talouselämä*. Noudettu 1.2.2023 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/suomalaiset-korvasivat-sahkon-saastolla-venajan-tuonnin-joulukuussa-jopa-16-prosentin-pudotus-kulutuksessa/9e55a45e-0651-47ff-b6f7-a5200fbb48f2>
- Kielitoimiston sanakirja. (2022). Mielikuva. Noudettu 1.2.2023 osoitteesta <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/mielikuva>
- Kind, A. (2001). Putting the image back to imagination. *Philosophy and Phenomenological Research*, 62 (1), 85-109. <https://doi.org/10.1111/j.1933-1592.2001.tb00042.x>
- Knäuper, B., McCollam, A., Rosen-Brown, A., Lacaille, J., Kelso, E., & Roseman M. (2011). Fruitful plans: Adding targeted mental imagery to implementation intentions increases fruit consumption. *Psychology and Health*, 26 (5), 601–617.
<https://doi.org/10.1080/08870441003703218>
- Kossly, S.M., Ganis, G., & Thompson W. L. (2001). Neural foundations of imagery. *Nature Reviews Neuroscience*, 2, 635–642. <https://doi.org/10.1038/35090055>
- Kunelius, R. (2003). *Viestinnän vallassa: johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin*. WSOY.
- Langer, A. I., & Gruber, J. B. (2021). Political agenda setting in the hybrid media system: Why legacy media still matter a great deal. *The International Journal of Press/Politics*, 26(2), 313–340. <https://doi.org/10.1177/1940161220925023>

- Li, M., Wang, X., Gao, K., & Zhang, S. (2017). A Survey on Information Diffusion in Online Social Networks: Models and Methods. *Information*, 8(4), 118. <https://doi.org/10.3390/info8040118>
- Lounasheimo, J., & Cederlöf, M. (2021). Ilmastovuosikertomus 2021. Tiivistelmä. Ympäristöministeriön julkaisuja 2021:19, 1–16. Noudettu 11.1.2023 osoitteesta https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163257/Ilmastovuosikertomus_2021_tiivistelma.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Lovell, H. (2004). Framing sustainable housing as a solution to climate change. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 6 (1), 35-55. <https://doi.org/10.1080/1523908042000259677>
- Luonnonvarakeskus. (n.d.). *Kohti hiilivapaita koteja: Asukaskeskeiset ratkaisut lähiöiden ja maaseudun ilmastoviisaaseen asumiseen*. Noudettu 20.9.2022 osoitteesta <https://www.luke.fi/fi/projektit/decarbonhome>
- Lylykangas, K., Andersson, A., Kiuru, J., Nieminen, J., & Päätaalo, J. (2015). *Rakenteellinen energiatehokkuus- opas*. Rakennusteollisuus RT. Noudettu 15.3. osoitteesta https://www.rakennusteollisuus.fi/globalassets/oppaat-ohjeet/ret_opas_20150917.pdf
- Lyons, A., & Kashima, Y. (2003). How Are Stereotypes Maintained Through Communication? The Influence of Stereotype Sharedness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 989–1005. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.6.989>
- Mandatum. (2022, 28. huhtikuuta). *Raha palkitsee parhaiten*. Noudettu 25.4.2023 osoitteesta <https://www.mandatumlife.fi/life-magazine/2022/raha-palkitsee-parhaiten/>
- Marckmann, B., Gram-Hanssen, K., & Christensen, T. H. (2012). Sustainable Living and Co-Housing: Evidence from a Case Study of Eco-Villages, 38 (3), 413-429. <https://doi.org/10.2148/benv.38.3.413>
- Markard, J., Raven, R., & Truffer, B. (2012). Sustainability transitions: An emerging field of research and its prospects. *Research Policy*, 41 (6), 955-967. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.02.013>
- Media-alan tutkimussäätiö. (2020, 16. kesäkuuta). *2020- uutismedioiden verkkosivut suo-*

- situin lähde.* Noudettu 29.1.2023 osoitteesta
<https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/tutkimukset/reuters/2020-uutismedioiden-verkkosivut-suosituin-uutislahde/>
- Miller, W., & Buys, L. (2013). Factors influencing sustainability outcomes of housing in sub-tropical Australia. *Smart and Sustainable Built Environment*, 2, (1) 60-83.
<https://doi.org/10.1108/20466091311325854>
- Motiva. (2023a). *Kuluttajien energianeuvonta*. Noudettu 15.3.2023 osoitteesta
https://www.motiva.fi/koti_ ja_ asuminen/kuluttajien_ energianeuvonta
- Motiva. (2023b). *Uusiutuva energia*. Noudettu 1.3.2023 osoitteesta
https://www.motiva.fi/ratkaisut/uusiutuva_ energia
- Moussaid, M., Kämmer, J. E., Analytis, P. P., & Neth, H. (2013). Social Influence and the Collective Dynamics of Opinion Formation. *PLoS ONE*, 8(11).
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0078433>
- Nanay, B. (2017). Sensory Substitution and Multimodal Mental Imagery. *Perception*, 46 (9) 1014–1026. <https://doi.org/10.1177/0301006617699225>
- Nanay, B. (2018). Multimodal mental imagery. *Cortex*, 105, 125–134.
<https://doi.org/10.1016/j.cortex.2017.07.006>
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation Bias : A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology*, 2 (2), 175-220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
- Pajunen, N. & Toivonen, L. (2022, 18. lokakuuta). *Ilmasto- ja energiakriisien ratkaiseminen vaatii puhdasta energiaa – riittävätkö raaka-aineet?* Sitra. Noudettu 20.4.2023 osoitteesta <https://www.sitra.fi/artikkelit/ilmasto-ja-energiakriisien-ratkaiseminen-vaatii-puhdasta-energiaa-riittavatko-raaka-aineet/>
- Pearson, J., Naselaris, T., Holmes, E. A., & Kosslyn, S. M. (2015). Mental Imagery: Functional Mechanisms and Clinical Applications. *Trends in Cognitive Sciences*, 19 (10), 590–602. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.08.003>
- Pristl, A. (2020). Sensory Imagery Marketing: Appealing Consumers' Senses in Digital Marketplaces through Sensory Imagery. *Proceedings of the European Marketing Academy*.

- Puusa, A. & Juuti, P. (2020). *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Gaudeamus.
- Raymundo, M. G., Matheus, C., & de Moraes Hoefel, J. L. (2019). Awareness of Sustainability Issues: Holistic Housing Sustainable Thinking. *Encyclopedia of Sustainability in Higher Education*, 76-83. https://doi.org/10.1007/978-3-030-11352-0_2
- Savolahti, M. (2020, 16. marraskuuta). *Mikko Savolahti : Onko puulämmitys ekologinen vaihtoehto?* Suomen ympäristökeskus. Noudettu 28.4.2023 osoitteesta [https://www.syke.fi/fiFI/Ajankohtaista/Ratkaisujablogi/Mikko_Savolahti_Onko_puulammitys_ekologi\(59159\)](https://www.syke.fi/fiFI/Ajankohtaista/Ratkaisujablogi/Mikko_Savolahti_Onko_puulammitys_ekologi(59159))
- Schrader, U., & Thøgersen, J. (2011). Putting sustainable consumption into practice. *Journal of consumer policy*, 34, 3-8. <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9154-9>
- Seppänen, J. & Väliverronen, E. (2012). *Mediayhteiskunta*. Vastapaino.
- Sosiaali- ja terveysministeriö. (2023). *Hyvinvointitalous*. Noudettu 1.3.2023 osoitteesta <https://stm.fi/hyvinvointitalous>
- Stanborough, R. J. (2020, 28. toukokuuta). *Is Cognitive Bias Affecting Your Decisions?* Healthline. Noudettu 1.2.2023 osoitteesta <https://www.healthline.com/health/mental-health/cognitive-bias#common-types>
- Stoddard, I., Anderson, K., Capstick, S., Carton, W., Depledge, J., Facer, K., Gough, C., Hache, F., Hoolohan, C., Hultman, M., Hällström, N., Kartha, S., Klinsky, S., Kuchler, M., Lövbrand, E., Nasiritousi, N., Newell, P., Peters, G. P., Sokona, Y., ... Williams, M. (2021). Three Decades of Climate Mitigation: Why Haven't We Bent the Global Emissions Curve? *Annual Review of Environment and Resources*, 46, 653-689. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-012220-011104>
- Suomen Ilmastopaneeli. (2020, 30. syyskuuta). *Suomalaisten kotitalouksien hiilijalanjäljen pienennyttävä 70 prosenttia – vähähiilisiä vaihtoehtoja voidaan tukea myös ohjauskeinoin*. Noudettu 22.2.2023 osoitteesta <https://www.ilmastopaneeli.fi/tiedotteet/suomalaisten-kotitalouksien-hiilijalanjaljen-pienennyttava/>
- Terveyskirjasto. (2016). Psykke. Noudettu 1.2.2023 osoitteesta

- <https://www.terveyskirjasto.fi/ltt02791>
- Tilastokeskus. (2020). *Internetin käyttö medioiden seuraamiseen ja viestintään lisäänty-*
nyt. Noudettu 1.3.2023 osoitteesta
https://stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html
- Tilastokeskus. (2022a). *Vuoden 2021 kylmä sää nosti asumisen lämmitys energian kulu-*
tusta 7 TWh:lla. Noudettu 1.3.2023 osoitteesta
<https://www.stat.fi/julkaisu/ckfwmfrsg03h3015636dbwcpq>
- Tilastokeskus. (2022b). *Fossiilivapaan sähkön tuotannon osuus nousi 86 %:iin vuonna*
2021. Noudettu 1.3.2023 osoitteesta
<https://www.stat.fi/julkaisu/cku28dfkw805d0b9922uxoyep>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi.*
Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Tynkkynen, O. (2022, 22. elokuuta). *10 syytä säästää energiaa juuri nyt.* Sitra. Noudettu
1.4.2023 osoitteesta <https://www.sitra.fi/blogit/10-syyta-saastaa-energiaa-juuri-nyt/>
- Uutismedian liitto. (2021, 22. marraskuuta). *Yle ja sanomalehdet ovat ylivoimaisesti luot-*
tettavimmat uutismediat verkossa. Noudettu 29.1.2023 osoitteesta
<https://www.uutismediat.fi/ajankohtaista/yle-ja-sanomalehdet-ovat-ylivoimaisesti-luotettavimmat-uutismediat-verkossa/>
- Vainio, A., Varho, V., Tapio, P., Pulkka, A., & Paloniemi, R. (2019). Citizens' images of a
sustainable energy transition. *Energy*, 183, 606-616.
<https://doi.org/10.1016/j.energy.2019.06.134>
- Valkama, P. & Sjöberg, L. (2021, 11. marraskuuta). *Vastuullisuus merkittävä asumistyyty-*
väisyyttä lisäävä tekijä – NREP näyttää suuntaa ilmastotavoitteiden mukaiselle
kiinteistökehittämiselle. NREP. Noudettu 15.4.2023 osoitteesta
<https://nrep.fi/news/vastuullisuus-merkittava-asumistyytyvaisyytta-lisaava-tekija-nrep-nayttaa-suuntaa-ilmastotavoitteiden-mukaiselle-kiinteistokehittamiselle/>
- Valtioneuvosto. (2021). *Puoliväliriihen toimenpiteet vastaavat turvealan murrokseen.*

- Noudettu 1.5.2023 osoitteesta <https://valtioneuvosto.fi/-/1410877/puolivaliriihen-toimenpiteet-vastaavat-turvealan-murrokseen>
- Valtioneuvosto. (2022). *Kansallinen luonnon virkistyskäytön strategia 2030: Valtioneuvoston periaatepäätös*. Valtioneuvoston julkaisuja 2022:13.
- Noudettu 1.4.2023 osoitteesta https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164145/VN_2022_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valtiovarainministeriö. (n.d.). *Energiaverotus*. Noudettu 1.3.2023 osoitteesta <https://vm.fi/energiaverotus>
- Vattenfall. (n.d.). *Onko sähkönkulutukseni normaalia?* Noudettu 1.4.2023 osoitteesta <https://www.vattenfall.fi/fokuksessa/sahkonkulutus/onko-sahkonkulutukseni-normaalia/>
- Virta, S. (2022, 8. syyskuuta). *Energiakriisi- mistä on kyse?* Vihreät. Noudettu 1.2.2023 osoitteesta <https://www.vihreat.fi/ajankohtaista/energiakriisi-mista-on-kyse/>
- Vowles, K., & Hultman, M. (2021). 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>
- Välimäki, M. (2016, 3. toukokuuta). *Energiaviisas taloyhtiö seuraa ja tehostaa energian käyttöönsä*. Helen. Noudettu 1.2.2023 osoitteesta <https://www.helen.fi/uutiset/2016/energiaviisas-taloyhtio>
- Xiong, F., Wang, X., Pan, S., Yang, H., Wang, H., & Zhang, C. (2018). Social Recommendation With Evolutionary Opinion Dynamics. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics: Systems*, 50 (10), 3804 - 3816. <https://doi.org/10.1109/TSMC.2018.2854000>
- YIT. (2022). *Vaikuta asumisen hiilijalanjälkeesi*. Noudettu 11.11.2022 osoitteesta <https://www.yit.fi/asunnot/kestava-asuminen/asumisen-hiilijalanjalki>
- Ylönen, A. (2016, 16. helmikuuta). *Energiakorjaukset kevään asialistalle*. Noudettu 15.4.2023 osoitteesta <https://www.lvi-tu.fi/energiakorjaukset-kevaan-asialistalle/>
- Ympäristöministeriö. (2023). *Mitä on kestävä kehitys?* Noudettu 1.3.2023 osoitteesta

<https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>

Ympäristöministeriö. (n.d.). *Rakennusten energiatehokkuus*. Noudettu 1.3.2023

osoitteesta <https://ym.fi/rakennusten-energiatehokkuus>